

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIACADEMIA  
PAULA FARIA DA SILVA ABREU**

**BAUHAUS NA PSICOLOGIA:  
CONSTRUINDO A IDENTIDADE DO CONSULTÓRIO DE PATRÍCIA FARIA**

**JUIZ DE FORA  
2024**

**PAULA FARIA DA SILVA ABREU**

**BAUHAUS NA PSICOLOGIA:  
CONSTRUINDO A IDENTIDADE DO CONSULTÓRIO DE PATRÍCIA FARIA**

Memorial Descritivo referente ao Projeto Experimental, apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia de Juiz de Fora, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Gustavo Trevizani Burla de Aguiar.

**JUIZ DE FORA**

**2024**

FARIA, Paula. Bauhaus na Psicologia: Construindo a identidade do consultório de Patrícia Faria. Memorial descritivo referente do Projeto Experimental referente ao Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial à conclusão do curso Graduação em Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Academia, realizada no 8º semestre de 2024.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Ms.....  
Orientador

---

Prof. Dr.....  
Membro convidado 1

---

Prof. ....  
Membro convidado 2

Examinado(a) em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Conceito: \_\_\_\_\_

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho é fruto de amor, inspiração e apoio daqueles que estiveram ao meu lado em cada passo. Mas em especial a minha mãe, Patrícia Faria, minha maior inspiração. Você é o exemplo do que significa ser extraordinária, uma mulher que iluminava com sua força e dedicação. Este trabalho é uma extensão de você, do que aprendi ao observar seu olhar atento e coração generoso. Eu não estaria onde estou sem você, minha gratidão por tudo que é para mim. Ao meu pai e à minha irmã, que foram meu abrigo e minha força em cada etapa. Obrigada por acreditarem em mim e por estarem sempre ao meu lado. A presença de vocês foi mais que companhia; foi alívio, parceria e leveza. Ao meu orientador, que foi muito mais que um guia acadêmico. Com sua paciência e sabedoria, transformou dúvidas em possibilidades, e ideias em realizações. Sua compreensão e apoio foram chaves para que este trabalho se tornasse possível.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>2 OBJETIVOS.....</b>	<b>6</b>
2.1 OBJETIVO GERAL.....	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
<b>3 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>7</b>
<b>4 BAUHAUS E OS PRINCÍPIOS DO DESIGN.....</b>	<b>7</b>
4.1 TIPOGRAFIA.....	9
4.2 CORES.....	11
<b>5 BAUHAUS: PRINCÍPIOS, TIPOGRAFIA, CORES E FORMAS.....</b>	<b>12</b>
<b>6 LEVANTAMENTO INFORMACIONAL.....</b>	<b>17</b>
6.1 PERFIL.....	17
6.1.1 EXPERIÊNCIA E ABORDAGEM TERAPÊUTICA.....	18
6.1.2 PÚBLICO-ALVO E CONTEXTO ECONÔMICO.....	18
6.1.3 RELAÇÃO COM OS PACIENTES E ESTILO PROFISSIONAL.....	19
6.2 MATRIZ SWOT.....	19
<b>7 REPRESENTAR E RELACIONAR.....</b>	<b>20</b>
7.1 CAMPO SEMÂNTICO.....	20
7.2 MOOD BOARD/PAINEL SEMÂNTICO.....	20
<b>8 CRIAÇÃO/PROCESSO CRIATIVO.....</b>	<b>23</b>
8.1 TIPOGRAFIA.....	23
8.2 PALETA DE COR.....	26
8.3 SÍMBOLO.....	28
8.3.1 SÍMBOLO FINAL.....	31
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>33</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>34</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>35</b>

## **Bauhaus na Psicologia: Construindo a identidade do consultório de Patrícia Faria<sup>1</sup>**

*Paula Faria da SILVA<sup>2</sup>*

*Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG*

*Gustavo Trevizani BURLA<sup>3</sup>*

*Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG*

*Linha de Pesquisa: Análise da imagem e do som.*

### **RESUMO**

Pesquisar como os princípios estéticos e filosóficos da Escola Bauhaus foram aplicados na elaboração da identidade visual do consultório da psicóloga Patrícia Faria da Silva Abreu. Conduzindo uma análise sobre a Bauhaus, avaliando a trajetória da psicóloga e desenvolvendo projetos com ênfase em funcionalidade, simplicidade e clareza, traços distintivos do movimento. A pesquisa revelou que os princípios da Bauhaus podem ser aplicados eficazmente para criar identidades visuais que unam funcionalidade racional com as exigências emocionais do ambiente terapêutico, contribuindo para estabelecer uma marca coerente e pertinente.

**Palavras-Chave:** Bauhaus; Identidade Visual; Psicologia; Design; Funcionalidade.

### **1 INTRODUÇÃO**

Ainda hoje, o design é fortemente influenciado pelos princípios da Escola Bauhaus, que surgiu há mais de cem anos. A junção de funcionalidade e simplicidade continua sendo crucial ao criar identidades visuais que buscam se comunicar de forma eficaz e significativa com seu público-alvo. Em uma época em que a saúde mental está ganhando mais atenção, a aplicação desses conceitos no design da identidade visual de um consultório de psicologia se revela uma ótima oportunidade para inovação e originalidade.

Neste projeto, pretende-se examinar de que forma os conceitos da Bauhaus podem ser aplicados para estabelecer uma identidade visual para um consultório de

---

<sup>1</sup> Memorial descritivo do Projeto Experimental referente ao Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda.

<sup>2</sup> Graduanda do curso Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Academia.

<sup>3</sup> Professor/a do curso de Jornalismo ou Comunicação Social/Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Academia.

psicologia, levando em conta as particularidades e exigências específicas do espaço. O estudo está centrado no consultório da psicóloga Patrícia Faria da Silva Abreu, que possui vivência em instituições como APAE e CAPS.

A importância deste estudo está na exemplificação de como conceitos de design podem ser ajustados para satisfazer demandas atuais específicas. O trabalho facilita um diálogo entre a racionalidade da Bauhaus e as necessidades emocionais particulares da psicologia clínica, empregando os princípios de simplificação, utilidade e transparência.

Na etapa de desenvolvimento, os princípios da Bauhaus foram analisados, com ênfase em tipografia, paleta de cores e figuras geométricas, além de uma avaliação do ambiente profissional e do consultório. Essa estratégia possibilitou o desenvolvimento de uma identidade visual que segue os requisitos técnicos e estéticos do design atual, enquanto cria uma conexão emocional eficaz com os pacientes.

A conclusão destaca a viabilidade de aplicar os princípios da Bauhaus na formação de uma identidade visual que combine funcionalidade e sensibilidade, resultando em benefícios para o design.

## **2 OBJETIVOS**

Este estudo visa explorar e aplicar como os princípios estéticos e filosóficos da Escola Bauhaus podem influenciar a criação de uma identidade visual para o consultório de psicologia da Patricia Faria da Silva Abreu, contribuindo para a construção de uma marca coesa, significativa e eficaz.

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Explorar como os princípios da Escola Bauhaus podem ser aplicados na criação da identidade visual do consultório de psicologia para transmitir profissionalismo, confiança e acolhimento no ambiente terapêutico.

## 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar os princípios fundamentais da Escola Bauhaus, com foco em funcionalidade, simplicidade e clareza, e sua relevância na criação contemporânea de identidades visuais;
- Analisar a influência da Bauhaus na tipografia e explorar como a escolha de fontes pode impactar a percepção e eficácia da comunicação visual;
- Analisar o impacto do conceito da Bauhaus na identidade visual, explorando sua influência na construção da percepção de marca.
- Explorar a aplicação dos princípios da psicologia das cores na criação de identidades visuais para consultórios de psicologia, investigando como as escolhas cromáticas influenciam as emoções;
- Explorar a integração entre tipografia e design na criação de uma identidade visual coesa para um consultório de psicologia;

## 3 JUSTIFICATIVA

A Bauhaus continua sendo uma influência significativa na formação de identidades visuais contemporâneas, tanto como movimento artístico quanto como escola de design. Sua abordagem multidisciplinar e foco na funcionalidade e simplicidade fornecem um alicerce sólido para marcas que buscam se destacar em um ambiente visualmente saturado.

Ao combinar os princípios estéticos da Bauhaus com o estudo de design, história da arte e semiótica, podemos criar uma identidade visual que não apenas reflete a essência da marca, mas também atende às demandas do mercado atual, mantendo-se relevante e impactante. Esta abordagem tem o potencial de oferecer uma experiência ao cliente e eficácia visual através da aplicação estratégica de seus princípios. Transmitir uma sensação de calma, segurança e praticidade é essencial, sendo a simplicidade e a funcionalidade fundamentais.

## 4 BAUHAUS E OS PRINCÍPIOS DO DESIGN

A Bauhaus, escola de arte, design e arquitetura fundada em 1919, na Alemanha, por Walter Gropius, revolucionou o pensamento criativo de sua época e continua influenciando na maneira como o design é tratado atualmente, como

destaca Caristi, No livro *A Emoção e A Regra: Os grupos criativos na Europa de 1850 a 1950*, de José Olympio “[...] um fato eminentemente criativo em si mesmo, ou seja, uma nova proposta, brotada de uma mente genial como a de Gropius” (CARISTI, 1951, apud DE MASI, 1951, p. 231). Surgida em um período pós-Primeira Guerra Mundial, a escola tinha como objetivo unir arte e tecnologia para criar um novo ambiente visual que atendesse à realidade da sociedade moderna. A filosofia da Bauhaus é tanto uma resposta ao seu contexto histórico quanto uma força invariável para designs futuros. Na Alemanha devastada economicamente pela guerra, a escola postulou um design que fosse funcional, relativamente acessível e pudesse ser produzido em massa.

Um dos princípios fundamentais adotados e fomentados pela Bauhaus foi "a forma segue a função". Este princípio declara que o design de um objeto deve ser planejado principalmente para sua função, e não para considerações estéticas superficiais. Complementando esta ideia, o conceito de "menos é mais", atribuído a Mies van der Rohe, o último diretor da escola, representava a busca pela simplicidade e clareza no domínio do design (CAMPOS, 2021).

O funcionalismo era outro princípio básico da Bauhaus, preconizando que objetos e espaços projetados deveriam ser práticos, eficientes e adequados às necessidades humanas. Esses princípios encontraram expressão em uma estética minimalista característica, apresentando formas geométricas simples, cores primárias e ausência de ornamentação, definindo o estilo icônico da Bauhaus.

A escola passou por três fases distintas, cada uma sob a liderança de um diretor diferente: Walter Gropius (1919–1928), Hannes Meyer (1928–1930) e Ludwig Mies van der Rohe (1930–1933). Embora cada fase tenha trazido ênfases ligeiramente diferentes para a escola, todas permaneceram fiéis aos princípios fundamentais da Bauhaus (CAMPOS, 2019).

Caristi, aponta o que era ensinado na Bauhaus era “[...] o hábito de pensar, idealizar e projetar o processo produtivo por inteiro, realizando desta maneira um esforço de economia mental em que eram previstos a priori os problemas de utilidade, de material, de técnica e de economia” (CARISTI, 1951, apud DE MASI, 1951, p. 232). Esta abordagem continua a influenciar a prática contemporânea.

## 4.1 TIPOGRAFIA

A tipografia é a arte e o método de combinar e imprimir com tipos, isso é essencial para o design de gráficos e comunicação visual. Ela ultrapassa a simples seleção de fontes; é um componente significativo para comunicar mensagens e criar visualizações poderosas.

A Bauhaus teve um impacto notável na abordagem da tipografia, que era funcional por natureza e promovia a importância da clareza e legibilidade sobre a ornamentação. Herbert Bayer, que foi uma figura importante na Bauhaus, criou a fonte Universal, que representa os princípios da escola simples, geometria e ausência de serifas.

Como Lupton menciona em seu livro *Pensar com Tipos*, o método de tipografia da Bauhaus não se limitava à criação de novas fontes. A escola também introduziu novos métodos de organização de texto na página; eles exploraram layouts assimétricos e dinâmicos, que contradiziam as convenções tradicionais do design gráfico (LUPTON, 2006).

A escolha da tipografia é importante para criar visualizações efetivas e coerentes. Como Matthew Carter menciona em sua apresentação no TED *My Life in Typefaces*, "fontes são altamente versáteis" (CARTER:2'23", 2014). Isso demonstra a maleabilidade das fontes, não apenas em termos de estética, mas também em termos de adequação ao contexto e ao público-alvo.

A tipografia tem o potencial de servir como um componente significativo de uma atmosfera profissional e acolhedora. A escolha da fonte pode ter um efeito na percepção. Por exemplo, fontes sem serifa podem representar modernidade e acessibilidade, enquanto fontes com serifa podem representar tradição e confiabilidade.

Os princípios de clareza, funcionalidade e simplicidade, que são centrais para a Bauhaus, também são aplicáveis à criação de um estilo visual que seja moderno e tradicional. Ellen Lupton afirma que "Os logotipos usam a tipografia e a letragem para grafar o nome de uma organização de um modo memorável" (LUPTON, 2006, p. 53), destacando a importância da escolha tipográfica na criação de uma marca eficaz.

O design é um campo abrangente que engloba não só a tipografia, mas todos os elementos visuais de uma peça ou identidade visual. Envolve a arrumação do

ambiente, o emprego de cores, a elaboração de formas e a junção de imagens e texto para transmitir uma mensagem ou provocar uma reação emocional.

No design contemporâneo, vemos uma tendência crescente para a simplicidade e funcionalidade, que ecoa os princípios da Bauhaus. Jinsop Lee destaca em sua palestra no TED Design for all 5 senses que os melhores designs envolvem múltiplos sentidos. Embora a identidade visual seja principalmente visual, os princípios por trás dela podem influenciar outros aspectos da experiência do paciente no consultório. Promove conforto e segurança.

A harmonização entre tipografia e design é fundamental para criar uma identidade visual coesa e impactante. Essa tarefa pode ser realizada através da seleção cuidadosa de fontes, cores e elementos gráficos que, quando combinados, transmitem a mensagem desejada.

Como diz Gavin Ambrose em Design Thinking, "o uso sutil e econômico da cor pode deixar um projeto gráfico mais sofisticado e dar ênfase apenas onde é necessário para aumentar a eficiência de uma comunicação" (AMBROSE, 2011, p. 130). Escolher com atenção as cores na tipografia e no design ajuda a estabelecer a atmosfera apropriada e comunicar os valores da prática. Por exemplo, a cor azul pode trazer sensações de tranquilidade e segurança, enquanto o verde pode representar desenvolvimento e equilíbrio.

Em resumo, tipografia e design são ferramentas poderosas para criar uma identidade visual eficaz. Quando usados com inteligência e sensibilidade, podem mudar drasticamente a maneira como o público-alvo percebe e experimenta algo, sendo fundamentais na comunicação visual de qualquer marca.

Incorporar princípios de design da Bauhaus, como simplicidade e funcionalidade, possibilita criar uma identidade visual não apenas atraente esteticamente, mas também bastante relevante e eficaz na comunicação de mensagens e conexão com o público-alvo. O Bauhaus buscava integrar arte e tecnologia de maneira acessível e significativa para a sociedade atual, um conceito que poderia ser empregado no desenvolvimento da identidade de uma clínica de psicologia.

O design contemporâneo da marca abrange flexibilidade e adaptabilidade. Como o cofundador do Airbnb, Joe Gebbia, mencionou em seu discurso no TED How Airbnb Designs for Trust, as marcas modernas precisam ser capazes de se

comunicar de forma eficaz em diferentes ambientes e plataformas (GEBBIA, 2016). Isso levou a um aumento na criação de identidades visuais responsivas e dinâmicas.

## 4.2 CORES

A estética da marca deve ser consistente com a filosofia e abordagem do consultório. Por exemplo, a utilização de formas geométricas simples, inspiradas no design da Bauhaus, pode transmitir uma sensação de estabilidade e ordem, qualidades importantes em um ambiente terapêutico. Ao mesmo tempo, uma paleta de cores cuidadosamente escolhida pode evocar calma, confiança e bem-estar.

Modesto Farina, em "Psicodinâmica das cores em comunicação" (2006), ressalta a importância da cor na identidade visual: "A cor é a alma do design e está particularmente arraigada nas emoções humanas" (FARINA, 2006, p.127). No contexto de um consultório de psicologia, a escolha das cores pode ter um impacto significativo na percepção dos pacientes sobre o serviço oferecido. Por exemplo, tons de azul podem evocar tranquilidade e confiabilidade, enquanto verdes suaves podem sugerir crescimento e equilíbrio.

A fonte de escrita desempenha igualmente um papel vital na comunicação da identidade da marca. Segundo Ellen Lupton, a decisão da fonte pode transmitir mensagens delicadas sobre o tipo de serviço oferecido.

Criar uma identidade visual para uma clínica de psicologia envolve levar em conta como ela é vista pelo seu público-alvo. A identidade visual da clínica deve proporcionar acolhimento e compreensão aos potenciais pacientes. Isso pode ser alcançado por meio de uma mistura cuidadosa de elementos visuais que comuniquem sentimentos de conforto, confiança e profissionalismo.

Observar que a identidade de um consultório de psicologia não se restringe apenas aos aspectos visuais é crucial. Abrange todas as vivências do cliente, desde o momento inicial com o material de propaganda até o ambiente da clínica e a comunicação com o profissional de saúde. Portanto, é essencial analisar cuidadosamente todos os componentes da marca para garantir uma experiência unificada e satisfatória para o paciente.

Ter um conhecimento sólido em design, tipografia e branding é crucial para criar uma identidade visual memorável em um consultório de psicologia, além de ser necessário atender às necessidades e expectativas do público-alvo. Seguindo os

mesmos princípios da Bauhaus, considerando a psicologia das cores e utilizando a tipografia de forma eficiente, é possível desenvolver uma identidade visual que se destaque, transmita os valores essenciais do consultório e crie uma conexão emocional com potenciais pacientes.

## 5 BAUHAUS: PRINCÍPIOS, TIPOGRAFIA, CORES E FORMAS

No contexto de identidade visual, a Bauhaus estabeleceu bases para uma estética racional e funcionalista, onde cada elemento gráfico serve a um propósito. Campos destaca que o movimento se baseava na ideia de que a comunicação deve ser direta e universal, eliminando elementos supérfluos e favorecendo formas geométricas e cores primárias (CAMPOS, 2021). Assim, a Bauhaus criou um padrão de identidade visual que não apenas atrai visualmente, mas também comunica mensagens de maneira objetiva.

Figura 1. - Logotipo do Google em homenagem aos 100 anos da Bauhaus, 2019. <sup>4</sup>



Fonte: Medium

O logotipo comemorativo do Google, desenvolvido em 2019, celebra o centenário da Bauhaus e ressalta a atualidade de seus princípios no design contemporâneo. Este novo enfoque destaca a prolongada influência da Bauhaus no

---

<sup>4</sup> Disponível em:

<https://medium.com/cesar-update/afinal-o-que-foi-a-bauhaus-e-que-legados-ela-deixou-no-design-con-temporaneo-e0d91c0b11e2>. Acesso em: 05 de setembro de 2024.

design e mostra como pode ser usado para aprimorar a clareza e simplicidade, mantendo o impacto visual.

A forma como a Bauhaus lidou com diversas disciplinas teve um grande impacto no design gráfico e no design de produtos. A cadeira vermelha e azul (1917), criada por Gerrit Rietveld, mesmo sendo feita antes da fundação da Bauhaus, demonstra ideias que tiveram grande impacto no movimento.

Figura 2. - Cadeira vermelha e azul (1917), de Gerrit Rietveld.<sup>5</sup>



Fonte: Medium

A cadeira exemplifica o uso de formas geométricas puras, cores primárias e a ausência de ornamentos desnecessários, ela alinha estética e função. Seus elementos como linhas retas, formas simples e contraste de cores servem a um propósito estrutural e visual. Essa abordagem é similar à construção de uma identidade visual, onde cada forma e cor é cuidadosamente escolhida para comunicar uma mensagem de maneira objetiva e funcional. A Bauhaus busca reduzir elementos ao essencial, promovendo clareza, funcionalidade e um impacto visual.

---

<sup>5</sup> Disponível em:

<https://medium.com/cesar-update/afinal-o-que-foi-a-bauhaus-e-que-legados-ela-deixou-no-design-con-temporaneo-e0d91c0b11e2>. Acesso em: 05 de setembro de 2024.

Essa estratégia impactou diretamente elementos fundamentais da identidade visual, como a seleção de formas, paleta de cores e tipografia, que serão abordados adiante. A Bauhaus promove a criação de identidades visuais impactantes e facilmente reconhecíveis através da simplicidade geométrica e limitação de cores, além de facilitar a leitura e reforçar a comunicação direta com sua tipografia minimalista e funcional. Os fundamentos da Bauhaus permitiram que identidades visuais transmitissem mensagens de forma clara, fácil de entender e duradoura.

A tipografia na Bauhaus é um dos aspectos mais reconhecidos e duradouros do seu legado. A escola incentivava o uso de tipografias sem serifa, como parte da busca por uma comunicação visual clara e legível. Conforme Lupton, a tipografia Bauhaus é conhecida por suas formas simples e ausência de ornamentação, promovendo uma leitura objetiva e sem distrações (LUPTON, 2006).

Figura 3. - Herbert Bayer, Universal Typeface (1924).<sup>6</sup>



Fonte: The Lighting Mind

O projeto Universal Typeface, desenvolvido por Herbert Bayer em 1924, é um dos maiores ícones da tipografia Bauhaus. Essa tipografia rejeita o uso de letras maiúsculas, apresentando um design que favorece a uniformidade e a funcionalidade. Além disso, suas formas geométricas simplificadas compostas por círculos, retângulos e linhas simples refletem a busca por uma estética funcionalista e moderna.

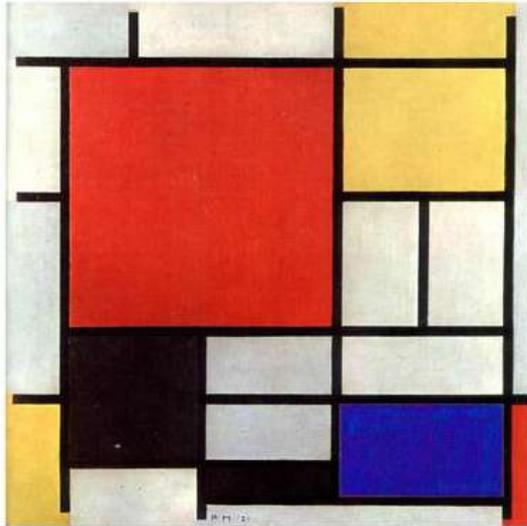
O design tipográfico da Bauhaus tinha o objetivo de eliminar barreiras entre o texto e o leitor, criando letras que fossem funcionais e esteticamente agradáveis. Essa abordagem tipográfica é amplamente utilizada em identidades visuais

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.thelightingmind.com/bauhaus-la-forma-sigue-a-la-funcion/>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

modernas para transmitir uma sensação de contemporaneidade, simplicidade e funcionalidade.

A paleta de cores da Bauhaus era essencialmente primária e racional, composta predominantemente por azul, vermelho e amarelo. Esses tons foram escolhidos por sua clareza e alto contraste, o que permitia composições de grande impacto visual e fácil assimilação. Farina aponta que essas cores evocam respostas emocionais universais, facilitando a comunicação e tornando o design mais acessível (FARINA, 206).

Figura 4. - Piet Mondrian - "Composição com vermelho, amarelo, azul e preto".<sup>7</sup>



Fonte: Secretaria da Educação do Paraná

Embora Piet Mondrian não tenha sido parte da Bauhaus, sua obra "Composição com vermelho, amarelo, azul e preto" reflete os princípios fundamentais compartilhados com a escola. A utilização de cores primárias combinadas a uma organização geométrica rigorosa exemplifica como essas tonalidades podem criar equilíbrio visual e harmonia.

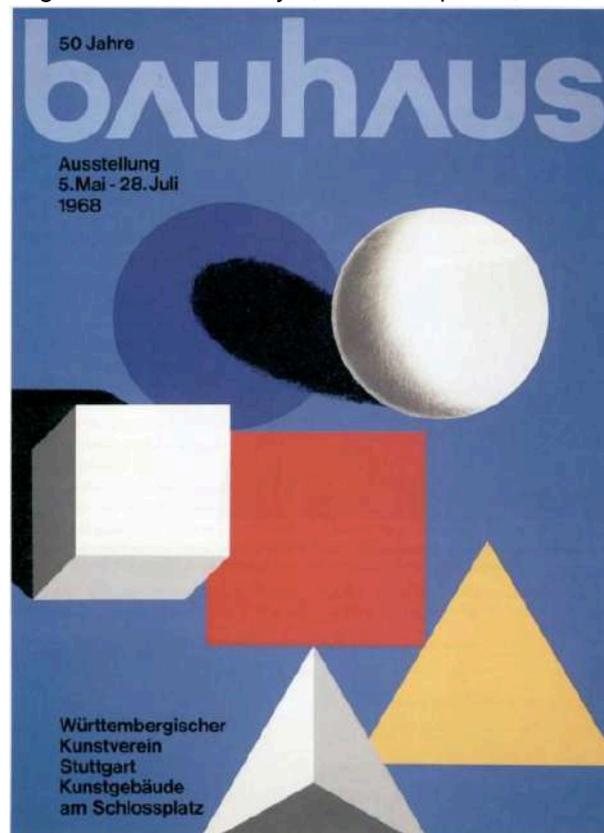
A limitação de cores na Bauhaus não era restritiva, mas uma maneira de destacar a simplicidade e a funcionalidade. Essa abordagem cromática é relevante para identidades visuais, pois as cores primárias são eficazes em atrair a atenção sem distrair do propósito principal do design. Assim, a escolha de uma paleta reduzida e com cores fortes permite criar uma identidade marcante, alinhada com os princípios de simplicidade e objetividade da Bauhaus.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.arte.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=403&evento=1>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

Na Bauhaus, o uso de formas simples e geométricas era essencial. Quadrados, círculos e triângulos eram vistos como a base para a composição visual. Para Ambrose, a geometrização das formas na Bauhaus reflete o desejo por clareza e organização no design, favorecendo estruturas limpas e compreensíveis (AMBROSE, 2011). Essa simplificação forma uma linguagem visual atemporal, que prioriza a eficiência e a funcionalidade.

Figura 5. - Herbert Bayer, Bauhaus poster, 1968. <sup>8</sup>



Fonte: The Lighting Mind

O poster de Herbert Bayer exemplifica o uso das formas geométricas na Bauhaus. Vemos como círculos, linhas e quadrados são utilizados para criar uma composição equilibrada e harmoniosa, reforçando a funcionalidade do design sem abrir mão da estética. Os designers da Bauhaus acreditavam que as formas geométricas puras eliminam excessos visuais e comunicam ideias de maneira direta e universal. Campos destaca que esse uso racional das formas tem influência direta na identidade visual, onde o excesso de ornamentos é evitado em prol de composições claras e objetivas (CAMPOS, 2021). Em projetos de identidade visual,

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.thelightingmind.com/bauhaus-la-forma-sigue-a-la-funcion/>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

essa abordagem geométrica contribui para a criação de logotipos, ícones e layouts mais equilibrados e de fácil reconhecimento.

Figura 6. - Projeto Adobe Hidden Treasures: Bauhaus Dessau. Design & Art Direction: Sebastian Onufszak.<sup>9</sup>



Fonte: Behance

O Projeto Adobe Hidden Treasures, é outro exemplo do impacto duradouro dessas formas geométricas. No trabalho de Sebastian Onufszak, vemos como elementos básicos da Bauhaus continuam sendo adaptados para atender às demandas do design moderno, demonstrando a relevância contínua do movimento na criação de peças visuais contemporâneas.

## 6 LEVANTAMENTO INFORMACIONAL

Patrícia Faria da Silva Abreu é uma psicóloga que possui grande experiência em importantes instituições como a APAE e o CAPS. A sua metodologia mescla ideias do humanismo, enfatiza o potencial de crescimento, a liberdade e a autonomia do indivíduo, com fundamentos do pensamento sistêmico, que analisa as interações entre o cliente e os sistemas aos quais pertence, como família, trabalho e sociedade.

### 6.1 PERFIL

A identidade visual do consultório foi criada a partir do entendimento da história e das características profissionais da psicóloga Patrícia Faria, sendo sua experiência e abordagem aspectos primordiais na definição do conceito visual do projeto. Procurou-se retratar e manifestar a verdadeira natureza de Patrícia como

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/66540517/Adobe-Hidden-Treasures-Bauhaus-Dessau>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

profissional, destacando suas características especiais, como acolhimento, empatia e equilíbrio.

O processo incluiu uma extensa jornada com muitos estudos, revisões e ajustes para assegurar que cada aspecto da identidade visual refletisse com exatidão a essência e os valores que queria comunicar aos pacientes. Esta experiência foi essencial para estabelecer uma identidade que não só seja visualmente coerente, mas também crie uma ligação emocional entre a psicóloga e seus pacientes.

Figura 7, 8 ,9 e 10. - Patrícia no seu ambiente de trabalho APAE, com seus pacientes.



Fonte: Da cliente.

### 6.1.1 EXPERIÊNCIA E ABORDAGEM TERAPÊUTICA

Patrícia possui uma grande expertise em psicologia clínica; suas vivências não apenas aprimoraram suas habilidades técnicas, mas também impactaram sua maneira de atender, focada em acolhimento e humanização.

- **Acolhimento e Enfoque Humanista:** A priorização do crescimento pessoal e da autoconsciência do paciente é mesclada com a abordagem sistêmica, que avalia a pessoa em seus ambientes sociais e familiares.
- **Foco de Atuação:** Sua responsabilidade era voltada para o atendimento de forma individual, em grupo e familiar, priorizando crianças e suas famílias, evidenciando seu engajamento na promoção de conexões e no cuidado completo.

### 6.1.2 PÚBLICO-ALVO E CONTEXTO ECONÔMICO

A psicóloga atende principalmente crianças e famílias da cidade de Santos Dumont, o que influencia o perfil de sua prática. Sua clientela é composta tanto por pacientes fixos quanto por esporádicos, especialmente após a abertura de seu

consultório particular. Patrícia busca oferecer acessibilidade, cobrando valores entre 50 e 70 reais por consulta, o que torna seus serviços viáveis para grande parte da população local.

### 6.1.3 RELAÇÃO COM OS PACIENTES E ESTILO PROFISSIONAL

Patrícia é famosa por seu perfil tranquilo e prestativo, qualidades que inspiravam confiança e tranquilidade em seus pacientes. Ela constroi relações importantes com seus clientes, sendo comprovados pelo fato de receber com frequência presentes como forma de gratidão. Esse estilo de atendimento é um diferencial que reflete o vínculo afetivo criado durante seus atendimentos.

### 6.2 MATRIZ SWOT

Neste segmento, é realizada uma análise SWOT para detectar os pontos positivos, negativos, oportunidades e “ameaças” do consultório, levando em conta sua identidade visual e sua posição no mercado. Isso vai ajudar a contextualizar as decisões de design no contexto dos desafios e vantagens do consultório.

<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
Foco em atendimento individual, familiar e crianças;	Falta de Identidade Visual e personalidade;	Aumento da visibilidade da profissão;	Concorrência, novos profissionais novos na área;
Experiência profissional sólida, passa credibilidade;	Nova com o consultório;	Conexão emocional com os pacientes, reconhecimento;	Dificuldade de aceitação dos pacientes com nova identidade;
Abordagem humanista e acolhedora;	Cidade pequena;	X	X
Conhecida na cidade, possui seus clientes fixos;	X	X	X
Localização do consultório.	X	X	X

## 7 REPRESENTAR E RELACIONAR

Nessa fase se inicia a construção do conceito visual para o consultório, utilizando a inspiração da Bauhaus em conjunto com elementos que traduzem a personalidade de Patrícia Faria. O objetivo foi criar uma identidade visual que fosse funcional, acolhedora e esteticamente impactante, refletindo tanto a profissional, quanto seus valores.

### 7.1 CAMPO SEMÂNTICO

Durante o processo de desenvolvimento da identidade visual, foi construído o campo semântico buscando capturar a essência de Patrícia e seus valores profissionais. Este processo permitiu traduzir visualmente suas principais características como acolhimento, empatia e confiança, colaborando com o resultado final.

<b>ACOLHIMENTO</b>	<b>PROFISSIONALISMO</b>	<b>TRANSFORMAÇÃO</b>	<b>EQUILÍBRIO</b>
Cuidado;	Competência;	Crescimento;	Harmonia;
Conforto;	Ética;	Desenvolvimento;	Estabilidade;
Segurança;	Organização;	Evolução;	Serenidade;
Empatia;	Valorização;	Mudança;	Clareza;
Compaixão.	Experiência.	Progresso.	Simplicidade.

### 7.2 MOOD BOARD/PAINEL SEMÂNTICO

Para tangibilizar os conceitos, foram criados um moodboards, divididos em três categorias principais, que dialogam diretamente com a identidade visual do consultório:

- Tipografia.

Figura 11. - Mood Board/Painel Semântico Tipografia primeira versão.



Fonte: Compilação do autor

Figura 12. - Mood Board/Painel Semântico Tipografia segunda versão.



Fonte: Compilação do autor

Na primeira versão do moodboard , minha intenção inicial foi explorar fontes manuscritas e orgânicas, refletindo uma abordagem mais acolhedora e pessoal. No entanto, ao evoluir o projeto, mergulhei nas referências da Bauhaus para a segunda versão. Esse contraste reflete o equilíbrio que busco: unir acolhimento e estrutura no design final.

- Paleta de Cores.

Figura 13. - Mood Board/Painel Semântico Paleta de cor



Fonte: Compilação do autor.

Para a paleta de cores, minha inspiração central foi nas cores primárias, pilares da Bauhaus. Porém, percebi a necessidade de expandir essa proposta, explorando tons complementares e composições.

- Símbolo.

Figura 14. - Mood Board/Painel Semântico Símbolo primeira versão.



Fonte: Compilação do autor.

Figura 15. - Mood Board/Painel Semântico Símbolo segunda versão.



Fonte: Compilação do autor.

O desenvolvimento do símbolo seguiu um processo semelhante ao da tipografia. Na primeira versão, explorei formas mais orgânicas e simbologias. Mas fui me aproximando ao design da Bauhaus, utilizando elementos modulares, abstratos e geométricos.

## 8 CRIAÇÃO/PROCESSO CRIATIVO

Ao desenvolver a identidade visual, o maior obstáculo foi conseguir equilibrar os elementos visuais. Era fundamental que o símbolo, as cores e a tipografia não só combinassem, mas também refletissem os princípios essenciais do projeto: hospitalidade, equilíbrio, profissionalismo e transparência.

Desde o início, a intenção era desenvolver um símbolo exclusivo que representasse a psicóloga. As cores e fontes escolhidas foram usadas para complementar a identidade visual, transmitindo uma sensação acolhedora e profissional. A seleção de cores suaves e equilibradas na paleta foi feita para transmitir serenidade e empatia, enquanto a escolha da tipografia foi pensada para combinar legibilidade, modernidade e simplicidade.

### 8.1 TIPOGRAFIA

Os estudos foram direcionados para criação inspirados na letra “P”, remetendo ao nome da psicóloga e com a utilização de sua própria letra. A escolha da letra como ponto de partida foi motivada pela sua simplicidade e potencial simbólico, mas durante o desenvolvimento foi necessário ir além: a representação

precisava transmitir mais do que apenas uma referência nominal, conectando-se à profissional e seu perfil acolhedor.

Figura 16. - Letra da Patrícia Faria



Fonte: Compilação do autor

O intuito era criar algo que trouxesse seriedade e sofisticação, ao mesmo tempo em que refletisse a exclusividade e o toque pessoal da profissional. Para isso, foi necessário trabalhar manualmente, explorando formas e traços desenhados à mão para encontrar a essência perfeita.

Os testes iniciais exploraram diferentes variações de traços, formas e serifas para chegar a uma tipografia que transmitisse a personalidade da psicóloga. A ideia era criar um equilíbrio entre linhas geométricas e curvas suaves, alinhando-se ao conceito de funcionalidade da Bauhaus.

Figura 17. - Tipografia desenhada à mão.



Fonte: Compilação do autor.

Figura 18. - Tipografia desenhada no desktop.



Fonte: Compilação do autor.

Ao longo do processo, as ideias estavam se afastando da essência real de Patrícia. Acabaram se prendendo demais à reprodução de sua letra, acreditando que ela seria suficiente para representar a psicóloga de forma completa. No entanto, essa abordagem não necessariamente capturaria o que Patrícia realmente transmite como profissional. Assim, foi optado pela utilização da tipografia de Josefin Sans.

Figura 19 - Tipografia final no grid.

Fonte: Compilação do autor.

Essa escolha foi determinante porque a Josefin Sans apresentava os traços mais compatíveis, suas linhas geométricas remetem à modernidade e à estrutura, enquanto suas curvas suaves e formas proporcionais trazem um equilíbrio que se conecta à simplicidade e ao acolhimento. Assim, a Josefin Sans não apenas conversa com a letra de Patrícia, mas também amplia seu significado, representando a profissional de forma mais completa e sofisticada.

O "a" da palavra ultrapassa ligeiramente a altura de versal. Esse detalhe é uma característica que remete ao estilo geométrico e experimental, algo comum nos projetos influenciados pela Bauhaus, onde a funcionalidade e a estética eram desafiadas de formas inovadoras.

A tipografia apresenta curvas bem definidas e proporções geométricas claras, especialmente nas letras "P", "a" e "o". Remetendo aos princípios da Bauhaus, que valorizava a simplicidade formal e a utilização de formas básicas, como círculos, triângulos e retângulos.

Os traços são equilibrados e proporcionais, para evitar excessos visuais e garantir a simplicidade e a legibilidade da fonte. Essa uniformidade contribui para o profissionalismo e a modernidade, características que conectam com a essência acolhedora e séria que o design busca transmitir.

O acento agudo do "í" é levemente inclinado e possui uma forma geométrica delicada, que quebra a linearidade do texto com um detalhe dinâmico, trazendo leveza.

## 8.2 PALETA DE COR

Selecionar as cores certas foi crucial no processo criativo para garantir que o consultório refletisse a identidade visual e a personalidade da profissional. O intuito era desenvolver uma composição que combinasse harmonia, receptividade e contemporaneidade, com influências das abordagens humanistas e acolhedoras que inspiram o trabalho da Patrícia.

Para chegar ao resultado final, foram exploradas diferentes combinações de cores, sempre buscando uma harmonia entre tons quentes, que representam acolhimento e proximidade, e tons frios, que transmitem profissionalismo e confiança.

A primeira paleta explora contrastes marcantes entre tons vibrantes e neutros. Apesar de ser visualmente interessante, as combinações mais intensas criaram um excesso de estímulos visuais que não condizem com o acolhimento desejado.

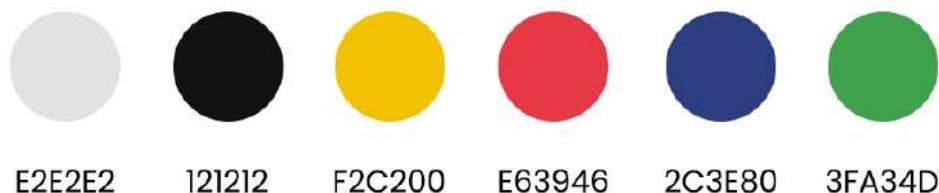
Figura 20. - Primeira paleta de cor teste.



Fonte: Compilação do autor

A segunda tentativa trouxe uma paleta mais equilibrada, com cores sólidas e neutras para criar estabilidade, contrastando com tons vivos. Embora tenha gerado uma sensação de organização, faltava uma conexão mais emocional e acolhedora.

Figura 21. - Segunda paleta de cor teste.

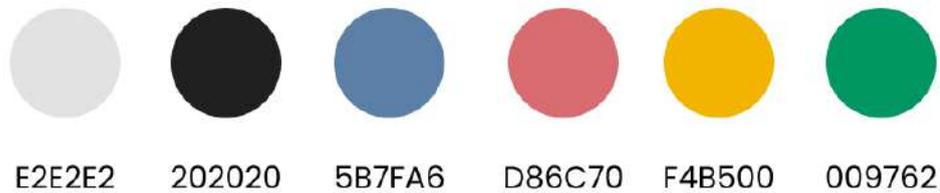


Fonte: Compilação do autor

Essa terceira combinação foi um avanço importante. A introdução dessa paleta trouxe mais suavidade e leveza, enquanto os neutros ajudaram a ancorar a

composição. No entanto, ainda havia a necessidade de refinar as cores para melhor alinhar com os valores desejados.

Figura 22. - Terceira paleta de cor teste.



Fonte: Compilação do autor

A paleta final foi escolhida por sua harmonia entre cores que comunicam emoção e profissionalismo, criando uma identidade visual coesa. As cores neutras (claro e escuro) oferecem uma base sólida, enquanto os tons vivos trazem calor e dinamismo. O resultado transmite perfeitamente a essência da Patrícia como profissional: acolhedora, humanista e profissional.

Conforme destaca Farina, “As cores constituem estímulos psicológicos para a sensibilidade humana, influenciando no indivíduo, para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar, para se abster ou agir. Muitas preferências sobre as cores se baseiam em associações ou experiências agradáveis tidas no passado [...]”. (FARINA, 206, p.96).

Segundo Farina, as cores possuem associações afetivas que influenciam percepções e despertam emoções, sendo fundamentais para transmitir mensagens e criar conexões simbólicas. (FARINA, 206)

Figura 23. - Terceira paleta de cor teste.



Fonte: Compilação do autor

- #E2E2E2 (cinza claro): Representa fundir os estímulos, simplificá-los. Resignação, neutralidade, maturidade.

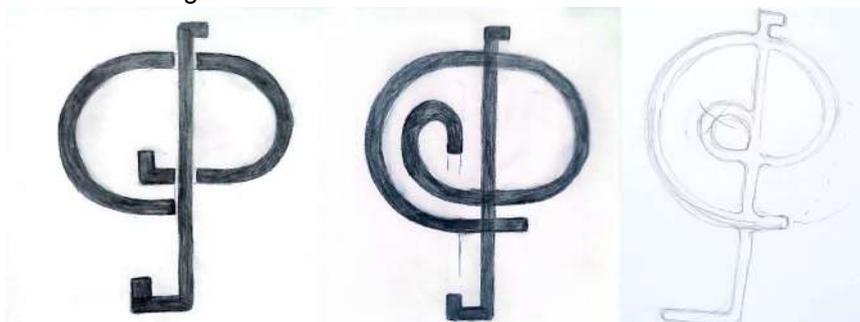
- #121212 (cinza escuro): Representa fundir os estímulos, simplificá-los. Resignação, neutralidade, maturidade.
- #F3ACCE (rosa claro): Encanto, amabilidade, frivolidade, suavidez.
- #008CD3 (azul): Verdade, sentido, afeto, intelectualidade, paz, serenidade, confiança, fidelidade, sentimento profundo.
- #EA5B0C (laranja): Força, energia, alegria, luminosidade.
- #FDC300 (amarelo): Alegria, espontaneidade, ação, potencialização, conforto, esperança.
- #009762 (verde): Bem estar, paz, saúde, ideal, abundância, tranquilidade, segurança, equilíbrio, esperança, suavidade, coragem, liberdade.

### 8.3 SÍMBOLO

Antes de chegar ao símbolo final, uma série de desenhos e testes foram realizados. Inicialmente, explora diferentes formas geométricas e variações da letra “P”, buscando traduzir os conceitos de acolhimento, equilíbrio e simplicidade. As experimentações também incluíram variações nos traços, nos preenchimentos e nas composições, com o objetivo de encontrar a harmonia entre a estética Bauhaus e a essência da psicóloga.

Os desenhos iniciais mostraram-se importantes para refinar a ideia principal, ajudando a identificar o que funcionava visualmente e conceitualmente, e o que poderia ser descartado.

Figura 24. - Testes Iniciais desenhados à mão.



Fonte: Compilação do autor

Figura 25. - Testes Iniciais desenhados no desktop.



Fonte: Compilação do autor

A primeira proposta de símbolo reflete a formalidade e o profissionalismo. Inspirado no símbolo da 'P' da profissional, juntamente ao símbolo da psicologia. Este design utiliza formas arredondadas e bem definidas, trazendo uma leitura mais clássica e possuindo modernidade com sua forma mais afinada. A conexão com a Bauhaus está na simplicidade e funcionalidade do desenho, que buscou harmonizar traços tradicionais com um toque moderno. A representação deste símbolo está ligada ao exterior da profissional, sua “casca”, faltando uma conexão maior com o acolhimento e o afeto que ela oferece aos seus pacientes.

Figura 26. - Desenho à mão.



Fonte: Compilação do autor

Figura 27. - Desenho finalizado no desktop.



Fonte: Compilação do autor

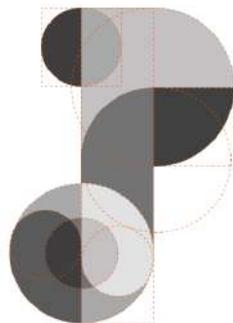
Na segunda proposta, foi afinado para uma direção alinhada à essência da psicóloga, mas ainda mantendo a ideia de representá-la por meio da letra “P”. O foco já estava em traduzir o acolhimento, a empatia e a conexão que ela constrói com seus pacientes. Para isso, foram tomados como inspiração, elementos utilizados em práticas terapêuticas, como brinquedos cognitivos e formas simples, além de explorar cores e traços que remetem aos princípios da Bauhaus.

Figura 28- Patrícia no seu ambiente de trabalho APAE, com seus pacientes.



Fonte: Da cliente.

Figura 29. - Símbolo desenhado no desktop.



Fonte: Compilação do autor.

Incorporando referências mais humanizadas e lúdicas, os testes começaram a refletir uma conexão maior com o trabalho de Patrícia. As formas geométricas e arredondadas traduziram leveza, enquanto o uso de elementos terapêuticos reforça a sensação de acolhimento e cuidado. Foi nesse momento que percebi a necessidade de abandonar a utilização do “P” para explorar um caminho mais conectado à essência única de Patrícia, o que levou à escolha do caminho que resultaria no símbolo final.

### 8.3.1 SÍMBOLO FINAL

Como uma profissional comprometida e atenciosa, Patrícia guarda com carinho os desenhos feitos por seus pacientes durante as sessões terapêuticas. Esse gesto demonstra sua conexão profunda com cada paciente e sua dedicação ao processo terapêutico. Dessa forma, escolhi cuidadosamente os desenhos mais significativos e realizei testes com eles.



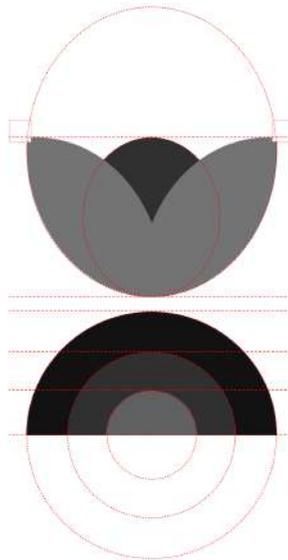
Fonte: Compilação do autor

O resultado final foi inspirado em dois elementos principais presentes nos desenhos: o arco-íris e a flor.

O Arco-íris representa a variedade e a extensão das emoções e vivências humanas, refletindo a complexidade dos sentimentos que surgem durante o processo terapêutico. Ele demonstra a diversidade de sentimentos que os pacientes podem experimentar durante seu tratamento. De acordo com Meier em seu livro *Dictionnaire des Symboles* (MEIER, 1982), esse símbolo está intimamente relacionado à noção de transcendência, visto que o arco-íris é visto como uma ligação entre o céu e a terra, representando a relação entre diversas dimensões da vivência humana, o consciente e o inconsciente, o racional e o emocional. Essa analogia é coerente no campo terapêutico, onde o paciente procura unir esses aspectos de si, estabelecendo um equilíbrio interior.

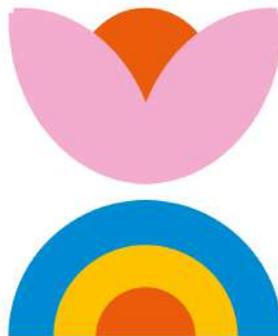
A Flor representa o desenvolvimento, a renovação e o ato de florescimento individual. Ela simboliza a transformação e a mudança, refletindo o crescimento interno que acontece no contexto terapêutico. Esse símbolo também está vinculado ao ciclo vital, à resiliência e à habilidade de enfrentar dificuldades, que são fatores significativos na psicologia. A flor, em sua essência, transmite uma mensagem de aceitação pessoal e de restauração emocional, representando o processo lento de autoconhecimento e harmonia com os próprios sentimentos. Neste contexto, sugere a ideia de novos começos e renovação, enfatizando a capacidade da terapia de transformar e oferecer ao paciente a oportunidade de um recomeço, tanto em nível emocional quanto pessoal. (MEIER, 1982)

Figura 31. - Símbolo final no grid.



Fonte: Compilação do autor.

Figura 32. - Símbolo final com aplicação da paleta de cor.



Fonte: Compilação do autor.

Essa combinação resultou em um símbolo que o lúdico e acolhedor, traduzindo a relação única entre Patrícia e seus pacientes. O uso das formas orgânicas e cores suaves reforça os valores de empatia, crescimento e tranquilidade. A estética remete aos princípios da Bauhaus, equilibrando simplicidade, funcionalidade e um toque de humanidade. É uma fusão de elementos visuais e emocionais, suas formas geométricas inspiradas nos desenhos, criam um design lúdico e acolhedor. Aplicando às cores suaves e harmônicas, conectam-se aos valores terapêuticos de calma e transformação. A integração do arco-íris e da flor traduz o olhar atento e empático de Patrícia.

## **9 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa mostrou como é possível utilizar os princípios estéticos e filosóficos da Escola Bauhaus na elaboração de uma identidade visual moderna para uma clínica de psicologia. A realização do projeto demonstrou que a simplicidade, funcionalidade e clareza, princípios essenciais da Bauhaus, são totalmente adequados para atender à demanda de estabelecer um ambiente visual acolhedor e profissional em um consultório de psicologia.

A criação da identidade visual para o consultório da psicóloga Patrícia Faria da Silva Abreu mostra que é viável combinar o racionalismo da Bauhaus com as demandas emocionais e humanas de um consultório de psicologia. A mistura desses elementos gerou uma identidade visual que não só cumpre as necessidades práticas, mas também comunica os valores fundamentais da profissional.

Este trabalho demonstra que os princípios da Bauhaus podem ser efetivamente utilizados na criação de projetos que satisfazem as necessidades específicas de diferentes ambientes e públicos, mantendo a sua essência fundamental de simplicidade e funcionalidade.

Por fim, este trabalho contribui para o campo do design ao demonstrar como princípios históricos podem ser reinterpretados e aplicados em contextos contemporâneos, criando soluções que são tanto esteticamente agradáveis quanto funcionalmente eficazes. A síntese entre o racionalismo da Bauhaus e as necessidades emocionais de um consultório de psicologia oferece um modelo para futuras aplicações em contextos similares, onde o equilíbrio entre funcionalidade e conexão emocional é essencial.

## ABSTRACT

To research how the aesthetic and philosophical principles of the Bauhaus School were applied in the development of the visual identity for the psychologist Patrícia Faria da Silva Abreu's office. Conducting an analysis of the Bauhaus, evaluating the psychologist's career, and developing projects with an emphasis on functionality, simplicity, and clarity, distinctive traits of the movement. The research showed that the principles of the Bauhaus can be successfully applied to create visual identities that combine rational functionality with the emotional needs of the therapeutic environment, helping to establish a consistent and relevant brand.

**Keywords:** Bauhaus; Visual Identity; Psychology; Design; Functionality.

## REFERÊNCIAS

ADOBE. **Adobe Hidden Treasures: Bauhaus Dessau**. Behance, 2018. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/66540517/Adobe-Hidden-Treasures-Bauhaus-Dessau>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking** arte, indústria e academia: A criatividade racional da Bauhaus. Trad Mariana Belloli. 1ª ed. São Paulo: Bookman, 2011. p. 130.

CAMPOS, Erika; **Afinal, o que foi a Bauhaus e que legados ela deixou no design contemporâneo?**. Medium, 1 jun. 2021. Disponível em: <https://medium.com/cesar-update/afinal-o-que-foi-a-bauhaus-e-que-legados-ela-deixou-no-design-contemporaneo-e0d91c0b11e2>. Acesso em: 05 de setembro de 2024.

CARISTI, Fabrizio; Uma ponte entre artesanato, arte, indústria e academia: A criatividade racional da Bauhaus.. *In*: DE MASI, Domérico (org). **A Emoção e a Regra**: os grupos criativos na Europa de 1850 a 1950. Trad Elia Ferreira Edel. 6ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1999. p. 231-232.

CARTER, Matthew; **My Life in Typefaces**. TED, 2014. Disponível em: [https://www.ted.com/talks/matthew\\_carter\\_my\\_life\\_in\\_typefaces?subtitle=pt-br&lng=pt-br&geo=pt-br](https://www.ted.com/talks/matthew_carter_my_life_in_typefaces?subtitle=pt-br&lng=pt-br&geo=pt-br). Acesso em: 05 de setembro de 2024.

DOLZAN, Jorge Elias. **Revoluções da linguagem estética: a Escola Bauhaus (1919-1933)**. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2008. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/c00b1a38-8a57-48ed-9055-26e6200917e2>. Acesso em: 12 de novembro de 2024.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. Trad 5ª ed. São Paulo: Blucher, 2006. p. 127.

GARCIA, Anna; **Bauhaus: a forma segue a função**. THE LIGHTING MIND, 2016. Disponível em: <https://www.thelightingmind.com/bauhaus-la-forma-sigue-a-la-funcion/>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

GEBBIA, Joe; **How Airbnb Designs for Trust**. TED, 2016. Disponível em: [https://www.ted.com/talks/joe\\_gebbia\\_how\\_airbnb\\_designs\\_for\\_trust?subtitle=pt-br&lng=pt-br&geo=pt-br](https://www.ted.com/talks/joe_gebbia_how_airbnb_designs_for_trust?subtitle=pt-br&lng=pt-br&geo=pt-br). Acesso em: 05 de setembro de 2024.

LEE, Jinsop; **Design for all 5 senses**. TED, 2013. Disponível em: [https://www.ted.com/talks/jinsop\\_lee\\_design\\_for\\_all\\_5\\_senses?subtitle=pt-br&lng=pt-br&geo=pt-br](https://www.ted.com/talks/jinsop_lee_design_for_all_5_senses?subtitle=pt-br&lng=pt-br&geo=pt-br). Acesso em: 06 de setembro de 2024.

LUPTON, Ellen; **Pensar com Tipos**. Trad André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2006. p. 53.

MEIER, Rogério. **Dictionnaire des symboles**. Trad Rio de Janeiro: Editora José Olympio LTDA EDITORA JOSÉ OLYMPIO LTDA, 1982.

PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação e do Esporte. **Mondrian - Composição com vermelho, amarelo, azul e preto**. Disponível em: <http://www.arte.seed.pr.gov.br/modules/galeria/detalhe.php?foto=403&evento=1>. Acesso em: 10 de novembro de 2024.

RIBEIRO, Sônia Marques Antunes. **Bauhaus: uma pedagogia para o design**. Estudos em Design. Rio de Janeiro: Universidade do Estado de Minas Gerais, v. 20, n. 1, p. 1-24, 2012. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/87>. Acesso em: 12 de novembro de 2024.

## ANEXO

<https://drive.google.com/file/d/1QXixf4ztJmskOgQfSfd4YtwQdnQ6PAA/view?usp=sharing>