RCMOS – Revista Científica Multidisciplinar O Saber.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.
Ano I, v.1 2021. | submissão: 29/05/2021 | aceito: 01/06/2021 | publicação: 03/06/2021

Produção Gráfica Offline e Identidade Visual Móvel: O Impacto dos Envelopamentos de Veículos na Comunicação de Marcas

Offline Graphic Production and Mobile Visual Identity: The Impact of Vehicle Wraps on Brand Communication

Autor: Ricardo Angueira

Resumo

Este artigo tem como objetivo investigar a influência da produção gráfica offline, especificamente os envelopamentos de veículos, na comunicação de marcas. A adesivagem veicular, enquanto ferramenta de comunicação visual, assume papel estratégico ao levar a identidade visual das empresas para o espaço urbano de maneira móvel e de ampla visibilidade. O estudo aborda os principais processos técnicos envolvidos na criação e execução de projetos de envelopamento, incluindo design vetorial, impressão digital e aplicação em substratos vinílicos. Também analisa a percepção urbana desse tipo de comunicação e sua influência na memória visual do consumidor. A metodologia adotada envolve revisão bibliográfica e análise qualitativa de estudos de caso. Os resultados indicam que os envelopamentos veiculares são um recurso eficaz, de alto impacto e custo relativamente acessível, especialmente para pequenas e médias empresas. Conclui-se que essa prática representa uma estratégia de comunicação visual relevante e em expansão.

Palavras-chave: comunicação visual; design gráfico; adesivagem veicular; impressão digital; identidade de marca.

Abstract

This article aims to investigate the influence of offline graphic production, specifically vehicle wraps, on brand communication. Vehicle wrapping, as a visual communication tool, plays a strategic role by taking a company's visual identity into the urban space in a mobile and highly visible way. The study addresses the main technical processes involved in the creation and execution of wrapping projects, including vector design, digital printing, and application on vinyl substrates. It also analyzes the urban perception of this type of communication and its influence on consumer visual memory. The methodology involves literature review and qualitative analysis of case studies. The results indicate that vehicle wraps are an effective, high-impact, and relatively affordable resource, especially for small and medium-sized businesses. It is concluded that this practice represents a relevant and growing visual communication strategy.

Keywords: visual communication; graphic design; vehicle wrapping; digital printing; brand identity.

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

1. Introdução à Produção Gráfica Offline e ao Envelopamento Veicular

A produção gráfica offline compreende um conjunto de processos técnicos e criativos voltados à criação de materiais visuais físicos, tais como banners, fachadas, painéis e envelopamentos de veículos. Ao contrário da comunicação digital, a produção gráfica offline lida com suportes tangíveis, o que implica em desafios relacionados à durabilidade, aplicação e fidelidade de cores. Dentro desse universo, destaca-se o envelopamento veicular como uma estratégia crescente na comunicação de marcas. Essa prática permite que empresas transformem seus veículos em mídias móveis, ampliando o alcance da identidade visual da marca.

A adesivagem de veículos tem ganhado espaço tanto entre pequenas empresas quanto em grandes corporações. O custo relativamente baixo aliado ao alto impacto visual torna essa alternativa muito atrativa para negócios locais que desejam expandir sua visibilidade na cidade. Além disso, ao utilizar o deslocamento diário como oportunidade de exposição, os veículos envelopados alcançam diferentes públicos sem a necessidade de investimento contínuo em mídia paga.

Outro fator relevante é a durabilidade dos materiais utilizados, que evoluíram significativamente nos últimos anos. Adesivos vinílicos com proteção UV, resistência à abrasão e capacidade de moldagem em superfícies curvas possibilitam acabamentos profissionais e personalizados. Essa evolução técnica fortalece a adesivagem como alternativa segura e esteticamente eficaz, valorizando a imagem da empresa no ambiente urbano.

A criação de um projeto gráfico eficaz para envelopamento veicular exige conhecimento aprofundado em design vetorial. Softwares como CorelDRAW e Adobe Illustrator são amplamente utilizados para gerar layouts escaláveis e adaptáveis aos diferentes modelos de veículos. O desafio está em equilibrar estética, legibilidade e aderência às proporções da carroceria, garantindo que as mensagens sejam compreendidas mesmo em movimento.

O processo de produção do envelopamento envolve diversas etapas que vão desde a concepção da arte até a aplicação final. Após a criação do design, os arquivos são enviados para impressoras digitais de grande formato, geralmente com tecnologia eco-solvente ou UV. Em seguida, os adesivos são cortados e preparados para aplicação, o que requer ambiente controlado, técnicas específicas de limpeza da superfície e profissionais capacitados para evitar bolhas e descolamentos.

No contexto urbano, o envelopamento de veículos contribui para a construção de uma paisagem visual dinâmica. Diferente de outdoors estáticos, os veículos adesivados circulam e interagem com diferentes zonas da cidade, criando possibilidades de contato com o público. A mobilidade permite que a marca esteja presente em locais diversos e, muitas vezes, inesperados para o consumidor.

Por fim, destaca-se que a produção gráfica offline, especialmente por meio do envelopamento veicular, não apenas comunica, mas reforça a identidade visual da empresa. Essa técnica transforma o veículo em um canal publicitário potente, cuja eficácia depende tanto da qualidade gráfica quanto da estratégia de circulação e posicionamento da marca no espaço urbano.

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

2. Comunicação Visual como Estratégia de Impacto Urbano

A comunicação visual é um campo essencial dentro do marketing contemporâneo, especialmente quando associada ao espaço urbano. Elementos visuais como tipografia, cor, imagem e composição são utilizados para transmitir mensagens de forma rápida e eficaz. No contexto do envelopamento veicular, esses elementos tornam-se ainda mais relevantes, pois precisam ser assimilados em tempo reduzido, considerando que os veículos estão em movimento constante.

O impacto causado por um veículo envelopado vai além da mensagem direta que ele transmite. A presença recorrente de uma identidade visual bem construída no cotidiano da cidade estimula a memorização da marca por parte do público. Esse tipo de exposição, constante e não intrusiva, contribui significativamente para a construção de uma imagem forte e consolidada da empresa no imaginário coletivo.

A utilização estratégica das cores é um dos fatores determinantes na eficácia da comunicação visual aplicada a veículos. Cores vibrantes tendem a chamar mais atenção, enquanto combinações harmoniosas podem transmitir sensações de confiança e profissionalismo. A escolha cromática, portanto, deve estar alinhada à identidade da marca e ao perfil do público-alvo, respeitando também as normas de contraste e legibilidade exigidas na produção gráfica.

A tipografia desempenha papel igualmente relevante. Em um veículo em movimento, textos longos e complexos não são eficazes. Por isso, os envelopamentos costumam privilegiar nomes, slogans curtos e informações de contato essenciais. A clareza na leitura e a adaptação do texto às formas curvas do veículo são aspectos que exigem habilidades específicas do designer gráfico.

A imagem visual projetada por um veículo adesivado pode influenciar diretamente a percepção de qualidade do serviço ou produto oferecido. Um design mal executado ou com baixa resolução pode transmitir descuido e comprometer a reputação da marca. Em contrapartida, um projeto bem planejado e executado tende a despertar confiança e atratividade no consumidor.

Outro aspecto fundamental é a coerência da comunicação visual veicular com as demais peças gráficas da marca. A padronização de identidade visual, presente em cartões de visita, redes sociais, fachadas e veículos, é essencial para garantir uma mensagem coesa e profissional. O veículo envelopado torna-se, assim, uma extensão do universo gráfico da empresa, reforçando a unidade e consistência da marca.

Por fim, o contexto urbano oferece desafios e oportunidades para a comunicação visual aplicada ao envelopamento de veículos. A poluição visual, a saturação de estímulos e as diferentes condições de iluminação devem ser consideradas no planejamento do design. A escolha por soluções visuais claras, objetivas e impactantes é crucial para garantir que a mensagem seja percebida e compreendida mesmo em ambientes urbanos complexos.

3. Design Vetorial e os Desafios Técnicos na Criação para Envelopamentos

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

A elaboração de um projeto de envelopamento veicular eficiente exige domínio do design vetorial e compreensão aprofundada dos aspectos técnicos envolvidos. O design vetorial, por ser baseado em fórmulas matemáticas e não em pixels, permite ampliações e reduções sem perda de qualidade, característica fundamental ao se trabalhar com diferentes tamanhos de veículos. Nesse contexto, ferramentas como CorelDRAW e Adobe Illustrator são essenciais para criar artes precisas, editáveis e compatíveis com os sistemas de impressão digital de grande formato.

Ao criar o layout de um veículo, o designer deve considerar fatores como a curvatura da lataria, a posição das janelas, portas e maçanetas, além de elementos mecânicos como retrovisores e para-choques. Essas áreas não podem receber informação visual crítica, como logotipos ou textos principais, pois correm o risco de serem distorcidas ou ocultadas. Assim, o planejamento do posicionamento da arte é uma etapa decisiva que exige o uso de gabaritos técnicos específicos para cada modelo de veículo.

A escolha das fontes tipográficas também deve ser feita com cautela. Fontes muito finas ou com ornamentos delicados podem não ter boa performance após o corte do vinil ou a aplicação sobre superfícies curvas. A legibilidade é a prioridade, sobretudo considerando que o tempo de exposição à mensagem pode ser de apenas alguns segundos. Por isso, é comum optar por fontes sem serifa, com bom peso visual e espaçamento adequado entre letras.

Outro desafio comum é o ajuste das cores no design vetorial para garantir fidelidade na impressão. A conversão de arquivos de RGB para CMYK, somada à calibração das impressoras e perfis de cor utilizados, pode impactar na reprodução das tonalidades desejadas. O uso de cores spot ou pantone, quando necessário, ajuda a garantir mais precisão, especialmente em projetos que exigem a reprodução exata de marcas registradas.

Além da arte gráfica, é necessário considerar o acabamento do material impresso. Laminações foscas ou brilhantes, texturas protetoras ou películas antivandalismo são opções que devem ser decididas ainda na etapa de design, pois interferem tanto na estética final quanto na durabilidade do produto. Essas decisões precisam estar alinhadas às necessidades do cliente e às condições de exposição do veículo.

A compatibilidade do arquivo vetorial com as máquinas de corte eletrônico é outro ponto fundamental. Muitos projetos de envelopamento utilizam recorte de vinil, o que requer que os contornos sejam definidos com precisão e convertidos em curvas. Além disso, deve-se evitar sobreposições, nós abertos ou formas compostas de maneira inadequada, pois esses erros podem comprometer o desempenho das plotters de corte.

Por fim, vale destacar que o processo de criação vetorial para envelopamentos é, acima de tudo, colaborativo. Envolve diálogo entre o designer gráfico, o cliente e a equipe de produção e instalação. O designer deve saber traduzir as expectativas do cliente em soluções visuais eficazes e tecnicamente viáveis, conciliando criatividade e pragmatismo para garantir que o resultado final atinja os objetivos de comunicação e impacto esperados.

4. Impressão Digital e Tecnologias Aplicadas à Produção de Envelopamentos

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

A impressão digital é uma das etapas mais cruciais na produção gráfica offline voltada ao envelopamento veicular. Essa fase é responsável por transferir o design vetorial, desenvolvido com precisão, para um material físico — normalmente o vinil adesivo. A tecnologia de impressão precisa garantir alta resolução, fidelidade de cores e resistência às condições ambientais. Com o avanço das impressoras de grande formato, tornou-se possível atingir níveis de detalhe e durabilidade que atendem às exigências do mercado publicitário moderno.

Dentre as tecnologias de impressão mais utilizadas estão as impressoras com tintas eco-solventes, solventes e UV. Cada uma possui vantagens e limitações, sendo escolhidas de acordo com a aplicação desejada. As tintas eco-solventes, por exemplo, oferecem boa resistência e menor impacto ambiental, além de excelente aderência em vinis poliméricos. Já a impressão UV proporciona secagem instantânea, o que evita borrões e aumenta a produtividade.

O substrato escolhido para a impressão, geralmente o vinil, influencia diretamente na qualidade do resultado final. Existem diferentes tipos de vinil, como monomérico, polimérico e fundido. O vinil fundido, apesar de mais caro, é o mais indicado para superfícies curvas e aplicações de longa duração, pois apresenta maior flexibilidade e resistência. O correto pareamento entre o tipo de vinil e a tecnologia de impressão é essencial para garantir durabilidade e qualidade visual.

Outro aspecto técnico importante é a resolução da impressão. Para envelopamentos veiculares, recomenda-se o uso de resoluções acima de 720 dpi, garantindo nitidez mesmo em observação de curta distância. No entanto, é necessário equilibrar qualidade e tempo de produção, já que impressões em altíssima resolução demandam mais tempo e insumos, elevando o custo do projeto.

Após a impressão, o material pode receber acabamento com laminação protetora, que prolonga a vida útil da arte gráfica. A laminação pode ser fosca, brilhante ou texturizada, e protege contra raios UV, abrasão, umidade e produtos químicos. Essa etapa é crucial principalmente em veículos que permanecem expostos constantemente ao sol e à chuva.

A manutenção da impressora digital também interfere diretamente na qualidade do envelopamento final. Cabeçotes de impressão alinhados, perfis de cor calibrados e utilização de tintas compatíveis com o equipamento são fatores que evitam falhas como banding, variação de cores ou manchas. A capacitação dos operadores e o controle de qualidade contínuo são práticas recomendadas para garantir excelência em todos os projetos.

Em síntese, a impressão digital é a ponte entre o projeto gráfico e o produto final aplicado ao veículo. Sua eficiência depende da integração entre tecnologia, técnica e gestão de processos. Para empresas que atuam no ramo de envelopamentos, investir em equipamentos modernos, insumos de qualidade e mão de obra especializada é determinante para entregar um produto final que atenda às expectativas do mercado e fortaleça a identidade visual da marca no ambiente urbano.

5. Percepção Urbana e Memória Visual do Consumidor

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

A percepção urbana das marcas é influenciada de maneira significativa pelos elementos visuais que circulam pelas cidades. Nesse contexto, os veículos envelopados atuam como estímulos móveis e recorrentes, reforçando imagens e mensagens no imaginário coletivo. O contato visual com esses elementos em diferentes contextos geográficos e sociais potencializa o processo de memorização e reconhecimento de marca, contribuindo para a consolidação de sua presença no mercado.

Um dos aspectos mais relevantes da adesivagem veicular é sua capacidade de gerar impacto visual sem a necessidade de uma abordagem invasiva. Ao contrário das propagandas tradicionais, que interrompem conteúdos, os envelopamentos integram-se ao cotidiano de forma fluida, despertando a atenção de maneira natural. Esse tipo de exposição tem se mostrado eficaz na construção de vínculos emocionais com o público, especialmente quando aliado a uma identidade visual coesa e atrativa.

A psicologia das cores e da forma desempenha papel central na maneira como o público percebe os veículos adesivados. Cores quentes como vermelho e amarelo tendem a chamar atenção, enquanto cores frias, como azul e verde, transmitem sensações de confiança e segurança. A escolha dessas cores deve estar alinhada com o posicionamento da marca e com os valores que se deseja transmitir no espaço urbano.

A frequência de exposição também influencia diretamente a memorização da mensagem. Veículos que circulam diariamente em áreas de grande fluxo contribuem para que a marca seja percebida com maior constância, o que pode reforçar a lembrança no momento de decisão de compra. Essa característica dá aos envelopamentos uma vantagem em relação a mídias pontuais e estáticas, como outdoors e panfletos.

Outro fator determinante na eficácia da comunicação visual veicular é o contexto urbano onde ocorre a exposição. Áreas comerciais, escolares, residenciais ou industriais geram percepções diferentes e exigem estratégias específicas de posicionamento visual. Uma mensagem que é eficaz em uma zona comercial pode não ter o mesmo efeito em áreas residenciais, por isso é importante conhecer bem o público-alvo e os trajetos dos veículos.

Estudos na área de marketing urbano têm demonstrado que a associação entre design visual e ambiente influencia diretamente a construção de marca. Um veículo envelopado que está bem alinhado com os elementos visuais do ambiente, como arquitetura, iluminação e fluxo de pessoas, tende a causar maior empatia e atratividade. Por isso, a análise de campo e o mapeamento dos pontos de circulação devem fazer parte do planejamento estratégico do envelopamento.

Por fim, a percepção urbana do envelopamento veicular deve ser entendida como uma construção coletiva e dinâmica. O impacto de um design não está apenas na estética, mas na forma como ele se relaciona com o entorno e com a experiência das pessoas na cidade. Quando bem planejado e executado, o envelopamento se torna não apenas uma ferramenta de publicidade, mas um elemento integrador da paisagem visual urbana.

6. Aplicação do Envelopamento e o Papel do Profissional Técnico

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

A aplicação do envelopamento veicular é uma das etapas mais delicadas do processo de produção gráfica offline e requer mão de obra especializada para garantir a durabilidade e a estética do material. Embora o design e a impressão sejam fundamentais, é na instalação do vinil adesivo que se determina a eficácia visual do projeto e sua resistência às intempéries. O profissional técnico responsável deve possuir habilidades específicas que combinam precisão manual, conhecimento de materiais e entendimento das superfícies automotivas.

O processo de aplicação começa com a preparação adequada do veículo. Isso inclui limpeza minuciosa com produtos específicos, remoção de resíduos de cera e polidores, além da secagem completa da superfície. Qualquer impureza ou umidade pode comprometer a aderência do adesivo e gerar bolhas, rugas ou descolamentos prematuros. A atenção a esses detalhes é essencial para garantir um acabamento profissional e duradouro.

Uma vez preparada a superfície, o posicionamento do vinil exige planejamento. Utiliza-se uma técnica chamada "pré-posicionamento", onde o adesivo é fixado provisoriamente com fitas ou ímãs para verificar alinhamento, proporções e possíveis interferências. Em seguida, inicia-se a aplicação definitiva, com o uso de espátulas específicas, sopradores térmicos e pressão controlada. A temperatura ambiente também influencia no processo, sendo recomendado que o trabalho seja feito em ambientes fechados e climatizados.

O domínio das técnicas de estiramento do vinil é indispensável, principalmente em superfícies curvas e irregulares como para-choques, maçanetas e retrovisores. Nestes casos, é necessário aquecer o material para torná-lo mais maleável e permitir sua adaptação às formas complexas da carroceria. A ausência desse conhecimento pode resultar em falhas que comprometem a aparência e a durabilidade do envelopamento.

Outro aspecto fundamental é a finalização do trabalho, que inclui o corte preciso dos excessos de material, selagem das bordas e inspeção visual completa. Algumas áreas exigem reforço com fitas de vedação ou aplicação de primers adesivos, principalmente em regiões que sofrem maior atrito com vento ou chuva. Esses cuidados aumentam a resistência ao descolamento e prolongam a vida útil do adesivo.

A formação do profissional técnico em envelopamento pode ser realizada por meio de cursos livres, treinamentos oferecidos por fabricantes de vinil e especializações em centros de tecnologia gráfica. A atualização constante é necessária, já que os materiais e técnicas evoluem rapidamente. Profissionais qualificados se destacam no mercado pela capacidade de executar projetos complexos com qualidade e eficiência.

Por fim, a valorização do profissional de aplicação deve ser parte da estratégia de empresas de comunicação visual. O sucesso de um envelopamento depende diretamente da execução técnica, que transforma o projeto gráfico em realidade. Reconhecer esse papel é essencial para a construção de uma cadeia produtiva sólida, onde todos os envolvidos – do designer ao aplicador – contribuam para o fortalecimento da identidade visual das marcas no espaço urbano.

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

7. Conclusão

A produção gráfica offline, especificamente através do envelopamento de veículos, consolida-se como uma poderosa ferramenta de comunicação visual no cenário contemporâneo. Ao transformar veículos em suportes móveis de identidade visual, essa prática oferece uma alternativa estratégica para ampliar a presença de marca no espaço urbano, alcançando públicos diversos com alto índice de visibilidade. A mobilidade, somada ao fator estético, transforma os veículos em outdoors circulantes, permitindo uma aproximação mais orgânica com a audiência.

Conforme analisado ao longo deste artigo, os aspectos técnicos envolvidos — desde a criação do design vetorial, passando pela impressão digital de alta resolução, até a aplicação especializada — exigem um conhecimento interdisciplinar que abrange design gráfico, tecnologia de impressão e habilidades manuais. Cada etapa do processo tem implicações diretas no resultado final, tanto do ponto de vista estético quanto funcional, o que justifica a crescente valorização dos profissionais envolvidos nesse segmento.

Do ponto de vista comunicacional, os envelopamentos se destacam por seu caráter não invasivo e simultaneamente impactante. Eles interagem com o ambiente urbano sem causar interrupções, ao mesmo tempo em que captam a atenção do público por sua presença inusitada e estratégica. Além disso, ao circularem em diferentes zonas da cidade, os veículos adesivados aumentam significativamente as chances de reconhecimento e lembrança de marca, contribuindo para a construção de uma percepção sólida junto ao consumidor.

A percepção urbana gerada por essa forma de comunicação é marcada pela recorrência visual e pela associação emocional que o público estabelece com os elementos gráficos. Estudos da psicologia da comunicação reforçam que a exposição contínua a símbolos e cores fortalece os vínculos afetivos e cognitivos com as marcas, tornando a adesivagem veicular um dos meios mais eficazes de gerar presença e identidade em meio ao excesso de estímulos do espaço urbano.

Também é importante destacar que o envelopamento veicular favorece pequenas e médias empresas, democratizando o acesso à comunicação visual de alto impacto. Por apresentar um custo relativamente acessível em relação a outras mídias, e ao mesmo tempo oferecer grande alcance e durabilidade, essa técnica torna-se uma opção viável e eficaz para negócios que buscam fortalecer sua imagem e expandir sua atuação de forma criativa e estratégica.

Em termos futuros, é possível vislumbrar a incorporação de novas tecnologias, como tintas inteligentes, materiais sustentáveis e soluções de personalização em tempo real, o que ampliará ainda mais as possibilidades do envelopamento como mídia dinâmica. Paralelamente, a exigência por profissionais qualificados tende a crescer, consolidando o setor como um nicho promissor na indústria da comunicação visual e do design gráfico.

Portanto, conclui-se que os envelopamentos veiculares não apenas ampliam a comunicação das marcas, mas se consolidam como expressão contemporânea da identidade visual em

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

movimento. Ao integrar técnica, estética e estratégia, essa prática reforça sua relevância tanto no campo da produção gráfica offline quanto na paisagem comunicacional das cidades.

Referências

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
COUTINHO, I. D. Design gráfico e comunicação visual. Rio de Janeiro: 2AB, 2005.
FISCHER, T. Comunicação e Design: uma relação transdisciplinar. São Paulo: Annablume, 2001.
FRASCARA, J. Design gráfico e comunicação. São Paulo: Rosari, 2004.
KOSSMANN, D. Adesivação automotiva profissional. São Paulo: Serigráfica, 2018.
LUPETTI, M. G. Comunicação e Marketing: conceitos, práticas e reflexões. São Paulo: Thomson, 2007.
SANTAELLA, L. Comunicação ubíqua. São Paulo: Paulus, 2007.
SILVA, J. C. Impressão Digital: tecnologias e processos. Curitiba: Editora Prismas, 2016.
SOUZA, M. T. Comunicação visual no espaço urbano. Belo Horizonte: UFMG, 2019.
VILLAS-BOAS, A. Design, cultura e sociedade. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2021.

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença CreativeCommons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.