



DESIGN & CARNAVAL. DESIGNER, OS GRÁFICOS TAMBÉM SAMBAM

DESIGN AND CARNAVAL. DESIGNER, THE GRAPHICS ALSO DANCE SAMBA

OLIVEIRA, Marcus Paulo de¹,
ALTMAYER, Carlos Guilherme Mace²,
SILVA, Cristina da Conceição³,

Resumo

O designer gráfico tornou-se um profissional estratégico para o desenvolvimento de projetos artísticos das escolas de samba, colaborando com outros profissionais que compõem as equipes dos carnavalescos. As atribuições do designer no campo são diversas, incluindo a criação de logotipos de enredo, artes em 3D para alegorias, imagens digitais para figurinos de carnaval e artes para ornamentação e estamparias dos adereços e figurinos. Para exemplificar a importância, este artigo demonstrará o processo de criação, de um dos autores do presente artigo e Carnavalesco da agremiação, de um logotipo de enredo. O logotipo desenvolvido será usado como identidade visual do enredo da escola de samba. Cabe ressaltar que a identidade visual é obrigatória em regras da Liga Independente das Escolas de Samba (LIESA). É o primeiro contato do público com o tema proposto para o carnaval. Além disso, o designer é responsável pela criação e atualização de redes sociais e materiais de divulgação. Apesar da diversidade de atividades e oportunidades, as escolas de samba têm dificuldade em atrair designers para seus quadros internos de trabalho. Neste sentido, o presente texto visa divulgar este fértil campo para que os designers possam considerar a festa momesca como opção em seu leque de atuação.

Palavras-chave: artes digitais; carnaval; design emocional; identidade visual; logotipo

Abstract

The graphic designer became a strategic professional for the development of artistic projects at the Samba Schools, collaborating with other professionals who make up the carnavalescos teams. The designer's duties in the carnival field are diverse, including the creation of plot logos, 3D arts for allegories, digital images for carnival costumes, and arts for ornamentation and prints of props and costumes. To exemplify the importance, this article will demonstrate the creation process, by one of the authors of this article and carnavalesco of the association, of a plot logo. The developed logo will be used as the visual identity of the Samba School plot. It is worth noting that the logo is mandatory in the rules of the Independent League of Samba Schools (LIESA). It is the public's first contact with the theme proposed for carnival. In addition, the designer is responsible for creating and updating social networks and promotional materials. Despite the diversity of activities and opportunities,

¹ Doutorando - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, <https://orcid.org/0000-0001-9189-1141> e moliveira@esdi.uerj.br

² Doutor - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, <https://orcid.org/0000-0002-4789-7949> e galtmayer@esdi.uerj.br

³ Doutora - Universidade Cândido Mendes <https://orcid.org/0009-0005-4392-9535> e cristinavento24@yahoo.com.br

samba schools have difficulty attracting designers to their internal workforce. Therefore, this text aims to publicize this fertile field of work so that designers can consider the momesca party as an option in their range of activities.

Keywords: digital arts; carnival; emotional design; visual identity; logotype.

1 Introdução

Este artigo acadêmico foca na participação do trabalho do designer gráfico nas artes estéticas apresentadas nos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro. Nesse sentido, abordar o trabalho do designer na elaboração do projeto artístico do desfile de carnaval é um tema discutido ao longo de todo o texto. Nosso processo metodológico será baseado na natureza teórica, isto é, fundamentado em autores que discutem e investigam um determinado campo de estudo ou pesquisa.

Conforme afirma Gil (2002), esse tipo de pesquisa permite uma maior obtenção de informações, além de favorecer a construção e definição do quadro conceitual de estudo. Ele também destaca que a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de possibilitar ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Minayo (2001) enfatiza que esse modelo de pesquisa busca compreender os fenômenos a partir de suas explicações e motivos.

Além disso, utilizamos um aporte metodológico com o uso de imagens. Segundo Guran (2012), a imagem tem como objetivo integrar-se ao texto, colaborando especialmente na descrição e interpretação dos fenômenos estudados. Em algumas pesquisas, é indispensável que haja uma articulação entre as duas linguagens, escrita e visual, de modo que uma complemente e enriqueça a outra.

Ao desenvolvermos o mote deste artigo, observamos o pequeno número de escolas de samba que ainda contam com a atuação profissional do designer gráfico. Para contrapor essa realidade, o uso da pesquisa acadêmica tem como finalidade gerar conhecimentos sobre o trabalho desenvolvido por esse profissional na criação dos desfiles de carnaval, bem como dar visibilidade a novas perspectivas que, no futuro, possam ser empregadas para solucionar possíveis problemas de ordem estética e técnica. Assim, nosso objetivo está pautado na contribuição do designer gráfico para a construção estética e visual dos desfiles que seguem para a Avenida Marquês de Sapucaí, de modo a tornar evidente o campo de trabalho desse profissional no universo carnavalesco.

Essa investigação também é guiada pelo processo de criação de um dos autores deste artigo, que apresenta a produção do logotipo de enredo da escola de samba Estácio de Sá para o próximo carnaval (2025), visando possibilitar maior familiaridade com a compreensão de um tema pouco estudado, visto que há poucas informações disponíveis sobre essa temática. Para melhor ilustrar a atuação profissional do designer gráfico no

contexto carnavalesco, faremos um breve relato sobre o processo de criação de uma identidade visual para um logotipo de enredo de escola de samba.

A descrição das fases conta com a experiência de um dos autores desta pesquisa, que tem um histórico, desde 2014 até os dias atuais, no desenvolvimento de enredos e desfiles de escolas de samba na função de carnavalesco. As etapas envolvem: a representação escrita do conceito e tema do enredo; pesquisa bibliográfica com estudo aprofundado sobre o tema, incluindo sua história, simbolismo e relevância cultural; seleção das ideias, baseadas na pesquisa, para incorporar as mais relevantes e representativas no design do logotipo; geração de alternativas com a criação de esboços e designs preliminares; refinamento das ideias, com o aperfeiçoamento do design preliminar; e prototipagem, com a criação final das primeiras fantasias que incorporam todos os elementos selecionados e refinados. Esses aspectos são fundamentais para a constituição de um desfile de carnaval esteticamente bem-sucedido, sob a perspectiva do designer gráfico.

Além disso, cabe salientar que todo esse processo gráfico, no que tange às indumentárias, deve passar, na apresentação dos protótipos, pelo crivo dos diretores da escola de samba. Essa apresentação interna, nas escolas de samba cariocas, é exibida para um grupo seleta, em data marcada, e constitui o primeiro contato das pessoas com as fantasias que serão utilizadas no desfile.

O trabalho está sintetizado em um campo que, atualmente, é considerado uma importante manifestação cultural brasileira: os desfiles de escolas de samba do carnaval carioca.

2 Revisão bibliográfica

Os projetos artísticos dos desfiles das escolas de samba e o lado evocativo, sensorial e emocional de cenas, encenações e imagens sociais e culturais marcantes das agremiações cariocas levam ao entrelaçamento com o design, por serem desenvolvidos artisticamente de forma a atingir tanto o reconhecimento visual quanto emocional de seus componentes, da plateia e dos julgadores. Busca-se que essas obras sejam compreendidas, bem aceitas e que os elementos da narrativa do enredo sejam tão impactantes que levem a agremiação à consagração na disputa pelo campeonato. Tais características no desenvolvimento artístico, que visam provocar emoções e encantamento, são relevantes para a conceituação de design emocional defendida por Norman (2008), ainda que de maneira abstrata. A seguir, apresentamos uma revisão da literatura pertinente ao presente texto.

Araújo (2000) foi um dos pioneiros a abordar o carnaval desde seus primórdios até sua manifestação na cidade do Rio de Janeiro. Teixeira, Del-Vechio e Bona (2022) são

autores que contribuíram para a concepção de um projeto de identidade visual que, segundo eles, consiste em configurar um sistema de informações que pode incluir elementos como logotipos.

Memoria (2005) é conhecido por suas contribuições significativas para o campo do design de interação, experiência do usuário e identidade visual. Seu trabalho enfatiza a importância de um design centrado no usuário, fundamental para a criação de uma identidade visual eficaz. Donald Norman (2008) é outro autor influente mencionado. Norman é um defensor proeminente do design centrado no usuário e é conhecido principalmente por seus conceitos de design de produtos intuitivos e fáceis de usar. Seus princípios de design são amplamente aplicados no campo do design gráfico e foram considerados na criação do logotipo de enredo.

Robin Williams et al. (2001) também são relevantes para este trabalho. Williams é uma autoridade em design gráfico e tipografia, e seu trabalho destaca a importância da escolha da tipografia e do layout na comunicação eficaz de uma mensagem.

Em resumo, a literatura revisada fornece uma base sólida para o processo de design descrito neste artigo.

3 Desenvolvimento

A conceituação do projeto utiliza características especiais que proporcionam aos observadores uma experiência agradável ao reconhecer rapidamente as informações nos desfiles das escolas de samba cariocas. Torna-se essencial aplicar ao logotipo imagens focadas na identificação do enredo, uma vez que este será o primeiro contato do público com o tema do desfile do ano seguinte. A divulgação da identidade visual é realizada, inicialmente, por meio do ambiente virtual; portanto, é necessário aplicar conceitos de boa legibilidade e estrutura adequada para as diversas plataformas online, conforme indica Williams: "toda web é sobre informações e elementos, portanto, o nosso objetivo é tornar a leitura tão fácil quanto possível para o usuário e para nós mesmos enquanto navegamos [...]" (Williams et al., 2001, p. 215).

A criação de um logotipo, com base no design emocional, em sua fase inicial, busca inspiração em imagens que referenciam a cultura e o ambiente no qual o enredo está inserido, de modo que o logotipo se encaixe e remeta diretamente ao tema. O destaque da imagem (referência direta ao tema proposto), visando causar impacto nos observadores, pode ser alcançado por meio do aumento de suas dimensões e da ocupação de mais espaço na composição visual que leva ao foco do enredo.

Segundo Norman (2008, p. 47): "Uma vez completado o estágio criativo, as ideias que foram geradas têm de ser transformadas em produtos de verdade. Nesse momento, a equipe de design precisa dedicar considerável atenção aos detalhes. O foco é essencial".

Conforme Teixeira et al. (2022), “o processo de criação de identidade visual deverá reunir toda a referência visual que leva a identificar uma empresa ou produto”, e, no caso do presente texto, o enredo da escola de samba.

Na próxima subseção, abordaremos a aplicação dos conceitos de design emocional, conforme proposto por Norman (2008), especulando sobre o contexto do carnaval. Discutiremos como o processo criativo envolve escolhas de representações que evocam emoções, tanto no design quanto no carnaval. Exploraremos como a identidade visual do enredo ou do samba-enredo possui similaridades e como o objetivo é desenvolver traços e imagens culturais que engajem os foliões, a plateia e os julgadores. Também discutiremos a relevância de seus elementos visuais e auditivos na narrativa pretendida do enredo.

3.1 Design Emocional e Carnaval

Segundo alguns conceitos de design emocional defendidos por Norman (2008), um efeito presente nos processos de raciocínio criativo é o impacto positivo sobre o próprio processo de design, semelhante ao do carnaval, em relação às escolhas de representação na composição do projeto artístico e aos elementos que compõem as narrativas. A identidade visual (logotipo) do enredo também deriva dos elementos mencionados anteriormente.

O aspecto evocativo, sensorial e emocional de traços e imagens culturais marcantes das agremiações cariocas deve ser desenvolvido artisticamente de forma que a letra e a música impactem os foliões, a plateia e os julgadores. Além disso, busca-se que seus temas sejam bem aceitos, compreendidos, e que a estética visual seja memorável. Por isso, a possível convergência com os conceitos de design é inevitável.

O autor também afirma que "alguns objetos evocam emoções fortes e positivas, tais como amor, apego e felicidade", o que corresponde ao princípio fundamental da criação artística de um desfile de carnaval, no que diz respeito à busca pela pregnância de seus elementos visuais e auditivos para um bom julgamento na competição. Assim, podemos "adorar (ou detestar) os objetos do dia a dia", especulando com o tema do artigo, adorar ou detestar um samba-enredo, uma alegoria ou uma fantasia, conforme destaca Norman (2008, p. 47).

Na subseção seguinte, abordaremos o papel do designer nas escolas de samba, discutindo sua importância na criação de projetos artísticos de desfiles e na construção da identidade visual dos enredos. Também destacaremos as várias atribuições do designer durante o ano de produção carnavalesca e a necessidade de maior envolvimento desses profissionais no mundo do samba carioca.

3.2 Escolas de samba e o papel do designer

Campo fértil para os artistas, as agremiações sambistas abrigam diversos acadêmicos em seus quadros, principalmente aqueles formados em áreas como artes, história da arte,

indumentária, cenografia, arquitetura, moda, entre outras. Curiosamente, na era digital, as agremiações de carnaval cariocas têm dificuldade em atrair formandos e/ou formados nas áreas de Design para atuarem em seus projetos. No caso do projeto artístico, em constante desenvolvimento, a imersão do designer, em conjunto com outros profissionais do setor artístico, pode colaborar significativamente na otimização da produção do carnaval.

A importância do designer é defendida pelos artistas que ocupam os mais altos postos artísticos no carnaval carioca (carnavalescos). Em 2019, em entrevista ao site Sambarazzo, o carnavalesco da Unidos de Vila Isabel, Edson Pereira, afirmou: "a arte gráfica se torna a 'marca da escola' para uma determinada temporada". Além disso, o então carnavalesco da Unidos da Tijuca, (autor), destacou: "O logotipo deve elucidar o enredo de forma clara e objetiva, é o primeiro contato do público com o tema proposto". Os artistas afirmam que mantêm uma comunicação direta com o designer para a construção da identidade visual de suas obras de enredos (imagens 1 e 2).

Imagem 1 - Logo da Tijuca 2019. **Imagem 2** - Logo Vila Isabel 2019.



Fonte: <https://liesa.globo.com/>

No decorrer do ano de produção de um desfile, são várias as atribuições do designer, tais como: criação e projeção de alegorias, desenvolvimento de fantasias, estampas, artes para adereços, entre outros. Inclui-se também a criação visual de sites, redes sociais e banners para a internet, além das mídias de comunicação utilizadas para informar o público e os seguidores. Ademais, a definição da aparência e do formato de páginas de jornais, revistas e materiais de divulgação (cores, formatos, tamanhos e tipos de letras e de papel) é também de responsabilidade do designer.

Após descrever brevemente os tipos de atuação do designer, com o intuito de alertar sobre a escassez desse profissional no mundo do samba carioca, a produção textual busca estreitar os laços entre os designers e as escolas de samba. Consequentemente, a subseção seguinte aborda a elaboração do logotipo de enredo para o desfile de uma escola de samba do Rio de Janeiro.

3.3 Logotipo de enredo como projeto em design

Objetivamos aqui descrever a elaboração do logotipo de enredo para o desfile de uma escola de samba do Rio de Janeiro. No desenvolvimento deste projeto, as ações aplicadas consideram as ideias de Felipe Teixeira et al. (2022), que sugerem que um projeto de

identidade visual envolve a configuração de um sistema de informações, que pode incluir um logotipo bem-sucedido. Para esses autores, um projeto de identidade visual vai além da criação de um logotipo; ele consiste em configurar um sistema de informações visuais que comunica a essência, os valores e a personalidade da marca de forma coesa e eficaz. Esse sistema abrange elementos como tipografia, cores, imagens e gráficos, que, em conjunto, criam uma linguagem visual única e facilmente reconhecível. O projeto deve considerar a aplicabilidade e consistência desses elementos em diferentes contextos e plataformas, garantindo que a identidade visual transmita a mensagem correta ao público-alvo.

Felipe Memória (2005) propõe alguns passos para a elaboração de um projeto de identidade visual, incluindo a pesquisa e o diagnóstico, que envolvem a compreensão do contexto para identificar necessidades e expectativas específicas. Com base nisso, é formulada uma estratégia de identidade, que define a essência e os valores que se deseja comunicar. Em seguida, é realizada a conceituação visual, que se concentra no desenvolvimento de conceitos criativos capazes de traduzir visualmente a estratégia de identidade definida.

Ademais, utilizamos algumas ferramentas do design emocional, conforme defendido por Donald Norman (2008), que explora como os produtos não apenas atendem a necessidades funcionais, mas também provocam emoções. Norman divide o design emocional em três níveis: o visceral, que se refere à reação imediata e instintiva à aparência de um produto; o comportamental, relacionado à usabilidade e funcionalidade durante o uso; e, por fim, o reflexivo, que envolve a avaliação consciente e a narrativa pessoal sobre a experiência com o produto. O design emocional visa criar conexões emocionais positivas que melhoram a satisfação do usuário e aumentam o valor percebido do produto. Também nos apoiamos em princípios de design de interface descritos por Robin Williams et al. (2001), centrados no usuário e/ou observador.

Assim, constrói-se um plano estratégico como alternativa possível para o problema identificado: a falta de profissionais de design nas escolas de samba e a divulgação limitada dos trabalhos digitais dessa área de atuação, ainda pouco conhecida entre designers.

A seguir, discutiremos o processo de construção do logotipo da Estácio de Sá para o carnaval de 2025, com base no enredo, e como a identidade visual do tema é desenvolvida, incluindo a escolha de cores, formato e visibilidade do logotipo.

3.4 Elaboração da identidade visual do enredo - logotipo do enredo

Nesta etapa, trataremos do processo de construção do enredo de 2025 da Escola de Samba Estácio de Sá, evidenciando como o design se entrelaça com a composição e influencia as decisões carnavalescas.

Imagem 3 – Logotipo oficial da Estácio de Sá



Fonte: <https://gresestaciodesa.com.br/>

Enredo: O Leão se Engerou¹ em Encantado² Amazônico

O enredo do G.R.E.S. Estácio de Sá para o Carnaval de 2025 traz o mote dos povos originários e seus ancestrais, estabelecendo um diálogo com a cultura e a regionalidade tendo como lócus a floresta, que diz muito sobre o imaginário amazônico, sua cultura e seu folclore, pautas ricas em encantamentos que passam de geração para geração. (Oliveira e Silva, 2024, p 2).

O nome e os elementos que comporão a assinatura visual (logotipo e/ou símbolo), como o Leão, símbolo da Estácio de Sá, terão maior destaque no espaço compositivo e farão referência direta aos engeneramentos dos encantados amazônicos. A definição dos elementos de design considera a possibilidade de um layout com boa visibilidade, interação e divulgação do enredo, garantindo uma leitura clara e direta do tema.

As etapas para a criação da identidade visual incluem pesquisa bibliográfica, geração e seleção de ideias, refinamento e prototipagem a partir da escolha final, conforme descrito abaixo:

3.5 Representação na parte escrita e pesquisa bibliográfica

Etapla embrionária que envolve a formulação de um conceito e de um tema abrangente, os quais servirão como base para o design do logotipo. Trata-se de um processo de abstração que requer uma compreensão aprofundada do enredo e sua representação simbólica, fundamentada nas pesquisas de estruturação do próprio enredo. O objetivo é traduzir a essência da parte escrita do tema em um conceito que possa ser visualmente representado, o que implica um estudo meticuloso e detalhado do tema escolhido. A pesquisa abrange o lócus temporal, cultural e o simbolismo do tema, buscando uma compreensão holística. O propósito é identificar elementos significativos que possam ser incorporados ao logotipo.

Na sequência, serão descritas as etapas do processo de criação da identidade visual utilizadas pelo autor. O processo consiste em selecionar as ideias mais relevantes e representativas, com base na pesquisa bibliográfica. Trata-se de um processo de síntese,

¹ *Engerar*: transmutar-se, adquirir outras formas, se reconstruir a partir da alteridade. Cosmogonia das sabenças encantadas dos povos originários. Simas (2024)

² Os encantados concebem os que guardam e protegem as riquezas naturais. Considerado como religião como para o povo Tamandaré: <https://www.instagram.com/reel/C43JvgvLeJG/?igsh=OHpyZncyd3d4aDlm>

em que as informações coletadas são filtradas. Em seguida, esboços e designs preliminares são desenvolvidos a partir das ideias selecionadas, explorando as diferentes possibilidades de representação.

3.6 Geração das alternativas e seleção das ideias

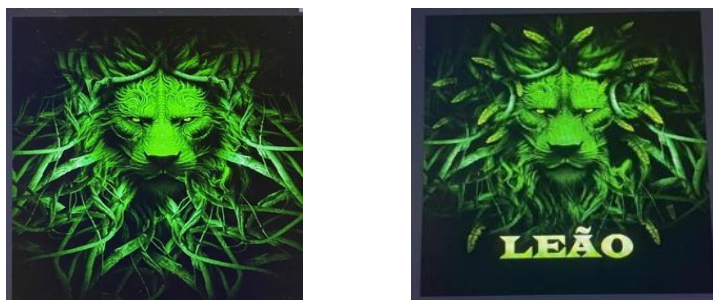
Com base na pesquisa bibliográfica, as ideias mais relevantes e representativas são selecionadas para serem incorporadas ao design do logotipo. Trata-se de um processo de síntese em que as informações coletadas são filtradas e as ideias mais significativas são escolhidas. Essa etapa inclui a criação de esboços do logotipo, baseados nas ideias selecionadas, para a definição do design, conforme ilustrado nas imagens a seguir (4-7). É um processo criativo que explora as diferentes possibilidades de representação visual do conceito.

Imagem 4 – Geração de alternativas. **Imagem 5** – Geração de alternativas.



Fonte: <https://br.pinterest.com/betocorretordeimoveis/fotos-de-le%C3%A3o/>

Imagem 6 – Seleção de ideias - descarte **Imagem 7** – Seleção de ideias – utilizada



Fonte: arquivo pessoal

Após gerar as alternativas apresentadas abaixo, a subseção descreve o processo de refinamento na construção da identidade visual. Nesta etapa, o design preliminar é aperfeiçoado por meio da revisão e do ajuste de detalhes, como cores, elementos e tipografia adequada (ITC Benguiat Std). Além disso, foi realizada uma simulação utilizando diferentes fontes tipográficas — Arimo, League Spartan, Arial, Calibri, Old Standard, Times New Roman — para avaliar a legibilidade e o impacto visual de cada opção. A temperatura de cores também foi ajustada, explorando variações entre tons mais quentes e mais frios,

para assegurar que a paleta escolhida fosse coerente com o tema do enredo e causasse o efeito emocional desejado no público. O autor, dividido entre duas ideias (imagens 6 e 7 acima), optou por uma que remete à biodiversidade da floresta amazônica. Na figura 8 (oito) abaixo, estão representados os testes de temperatura de cores e tipografias, realizados para avaliar a legibilidade, o impacto visual e a coerência com o tema do enredo.

Imagem 8 – Seleção de ideias – temperaturas – Cores - Tipografias



Fonte: arquivo pessoal

3.7 Identidade visual - refinamento

O refinamento das ideias é uma etapa crucial na construção da identidade visual. Nesta fase, o design preliminar é revisado e aperfeiçoado, o que envolve ajustar detalhes como a escolha das cores, a forma e o tamanho dos elementos do logotipo, para garantir que estejam alinhados com o conceito geral. No caso específico, o autor estava dividido entre duas ideias, e uma delas permitiu uma exploração mais ampla e diversificada de texturas de folhagens, remetendo à biodiversidade amazônica.

Portanto, o refinamento é um processo que envolve tomar decisões de design fundamentadas e estratégicas, com o objetivo de aprimorar o logotipo até que ele atinja sua forma final ideal. Trata-se de um equilíbrio delicado entre manter a fidelidade ao conceito original e permitir a evolução do design à medida que novas ideias e possibilidades surgem durante a criação.

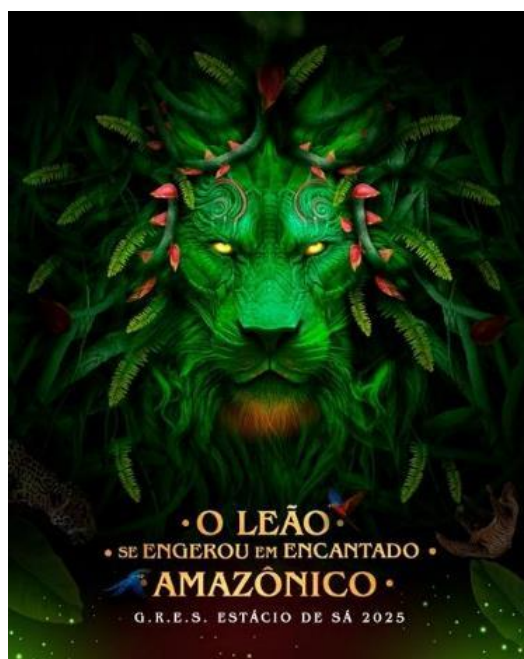
Durante o processo de criação do logotipo, a prototipagem levou à elaboração de um protótipo final que incorpora todos os elementos selecionados e refinados. Esse protótipo serve como a versão definitiva do logotipo a ser apresentada para aprovação.

3.8 Identidade visual – prototipagem

Definida a identidade visual do enredo (exposto na imagem 9) para o desfile da escola de samba, em conformidade com as etapas anteriores, a prototipagem garantirá a eficácia na

comunicação entre o público e o tema proposto. Consequentemente, a proposta de identidade visual foi apresentada aos membros da diretoria e da presidência da agremiação — neste caso, da Estácio de Sá — sendo considerada satisfatória pelos diretores e pela presidência. Vale destacar que a identidade visual do enredo, na maioria dos casos, não tem reprovação dos membros diretores das escolas de samba, a arte desenvolvida pelo carnavalesco ou ao seu comando é apresentada para cumprimento de rito. Os membros também destacaram a identificação direta com a escola de samba, a força de seu celebrado símbolo (o leão), assim como a compreensão clara do tema do enredo, focado nos encantados da floresta amazônica brasileira.

Imagem 9 –Logotipo oficial



Fonte: arquivo pessoal

Após a aprovação, o logotipo é divulgado ao meio carnavalesco. Dessa forma, é a primeira vez que os amantes do carnaval têm contato com o tema proposto para o desfile. Assim, esta etapa marca o início da jornada do desfile para o público.

4. Conclusão

Este artigo detalha o processo de criação do logotipo de enredo da G.R.E.S. Estácio de Sá para o carnaval de 2025, desenvolvido sob a orientação do carnavalesco, um dos autores deste texto. O objetivo é destacar a importância dos designers como parceiros nos processos criativos das escolas de samba, fundamentado na atuação profissional consolidada e na observação de pares atuantes no campo. A escolha das cores, tons e padrões, bem como da fonte tipográfica (ITC Benguiat Std), foi cuidadosamente planejada para manter o equilíbrio cromático e evitar a poluição visual. Imagem e tipografia foram empregadas para facilitar a conexão direta com o enredo proposto no logotipo do carnaval.

Em suma, o logotipo foi projetado para ser facilmente compreendido, com boa legibilidade. O processo de design descrito evidencia a importância de considerar diversos aspectos do design gráfico ao criar um logotipo para um evento tão significativo quanto os desfiles de carnaval, sempre em sintonia com os ideais estéticos propostos. Este trabalho visa servir de inspiração e orientação para futuros projetos de design gráfico nas escolas de samba, ressaltando a apresentação das escolas como um campo de atuação profissional para os designers. Por fim, destaca-se que a internet, como principal meio de comunicação do mundo moderno, tem sido estrategicamente utilizada para divulgar este artigo, estreitando os laços entre os designers e o carnaval carioca e ampliando os canais de comunicação e engajamento prévio dos espectadores com as propostas de enredo da escola.

Referências

- ABI-RIHAN, Hilton, **Sambas Enredos Que Marcaram o Brasil**. Rio de Janeiro: LUN, 2018. Leia mais: <http://www.designemartigos.com.br/resenha/design-emocional-donald-norman/#ixzz5QU7bxmfl>
- ARAUJO, Dr. Hiram. **História do Carnaval**. LIESA, Rio de Janeiro, fev, 2004. Disponível em: http://liesa.globo.com/por/08-historiadocarnaval/historiadocarnaval-capitulo1/historiadocarnaval-capitulo1_principal.htm. Acesso em 19 ago, 2018.
- BASTOS, João. **Acadêmicos, unidos e tantas mais**. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2002.
- CABRAL, Sérgio, FERREIRA, Felipe, ALBIM, Ricardo Cravo, **Meu Carnaval Brasil**. Rio de Janeiro: Aprazível Edições 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas S. A, 2002.
- GURAN, Milton. **Documentação Fotográfica e Pesquisa Científica Notas e reflexões**. RJ: Funarte, 2012.
- MEMORIA, Felipe, **DESIGN PARA A INTERNET: projetando a experiência perfeita**. Rio de Janeiro: ELSEVIER, 2005.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 18ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- NORMAN, Donald A. **Design Emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: ROCCO, 2008.
- WILLIAMS Robim, TOLLETT, John. **Web design para não designers volume 2**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna LTDA, 2001.
- Por Redação. **Imagem não é nada? Veja as logomarcas do Carnaval 2019**. Sambarazzo, Rio de Janeiro, 01 de jul, 2018. Disponível em: <http://sambarazzo.com.br/site/e-ai-noticias/imagem-nao-e-nada-veja-as-logomarcas-do-carnaval-2019-so-servem-pra-fazer-camisa>. Acesso em 18 ago, 2018
- TEIXEIRA Roberta, DEL-VECHIO de Oliveira e SILVA Rafael José Bona. **O processo de desenvolvimento de uma identidade visual 1**. Felipe Colvara. UNIASSELVI – Centro Universitário Leonardo Da Vinci. 2022.
- OLIVEIRA Marcus Paulo de e SILVA Cristina da Conceição. **O Leão se Engerou em Encantado Amazônico**. Enredo: Gremio Recreativo Escola de Samba Estácio de Sá. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://gresestaciodesa.com.br/>