UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DESIGN

Ester Alves Fernandes

Laboratório de Teatro de Animação (LATA): desenvolvimento de identidade visual

Brasília - DF
2025

Ester Alves Fernandes

Laboratório de Teatro de Animação (LATA): desenvolvimento de identidade visual

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade de Brasília – Departamento de Design, como requisito final para obtenção do título de Bacharel em Design – Programação Visual.

Professor Orientador: Rogério Camara

Brasília – DF

2025

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, aos meus amigos e ao meu amor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família por me incentivar, desde cedo e mesmo com poucos recursos, a focar nos estudos. Agradeço à minha mãe, pelas suas milhares de horas dedicadas a me transmitir conhecimento; ao meu pai, pelo seu sacrifício e ensinamentos de alma; e à minha irmã, por ser tão companheira e confiável, além de incentivadora. Às minhas tias, tios, primas e primos, agradeço pelo apoio desde tão nova.

Agradeço à Universidade de Brasília, pela sua essencial política de assistência estudantil, a qual foi primordial para minha permanência no curso.

Agradeço à Professora Fabiana Lazzari (Fabi) por ter me apresentado ao universo teatral e me proporcionado oportunidades tão interessantes e significativas durante esses anos.

Agradeço ao meu namorado, Kalebe, pelo companheirismo, cuidado e amor.

Aos meus amigos, em especial Cora Lina, Fernanda, Nayra e Rafael, agradeço por dividirem essa trajetória ao meu lado e por me fazerem rir tanto.

EPÍGRAFE

A identidade não é aquilo que se tem, é aquilo que se mostra.

— Joan Costa

RESUMO

O Laboratório de Teatro de Animação (LATA), vinculado à Universidade de Brasília, possui uma trajetória consolidada de mais de vinte e cinco anos no estudo e prática do teatro de formas animadas. Apesar de sua relevância, o grupo carecia de uma representação gráfica padronizada que traduzisse adequadamente sua proposta artística. A realização deste projeto objetivou o desenvolvimento de um sistema de identidade visual para o laboratório, visando fortalecer sua comunicação institucional e digital. A metodologia aplicada consistiu em uma abordagem mista adaptada dos processos de Joan Costa e Frederic Henry, englobando etapas de diagnóstico, entrevistas, análise de similares e conceituação. Os resultados da pesquisa definiram os conceitos de "lata" (recipiente/caixa) e "*animant*" (atribuição de vida ao inanimado) como eixos norteadores do design. A solução gráfica apresenta uma tipografia unificada com formas retangulares e a inserção de elementos visuais que remetem a olhos, remetendo às formas animadas, acompanhada pela família tipográfica Nunito e uma paleta cromática vibrante. Conclui-se que a nova identidade visual sintetiza a essência do grupo e oferece um manual de marca funcional, permitindo a expansão estratégica da visibilidade do LATA nos cenários acadêmico e artístico.

Palavras-chave: Identidade visual, teatro de animação, Laboratório de Teatro de Animação (LATA), design, marca

ABSTRACT

The Animation Theatre Laboratory (LATA), linked to the University of Brasília, has a consolidated trajectory of over twenty-five years in the study and practice of animated forms theatre. Despite its relevance, the group lacked a standardized graphic representation that adequately translated its artistic proposal. The realization of this project aimed at developing a visual identity system for the laboratory, aiming to strengthen its institutional and digital communication. The methodology applied consisted of a mixed approach adapted from the processes of Joan Costa and Frederic Henry, encompassing stages of diagnosis, interviews, analysis of similar works, and conceptualization. The research results defined the concepts of "lata" (container/box) and "animant" (attribution of life to the inanimate) as guiding axes of the design. The graphic solution presents a unified typography with rectangular shapes and the insertion of visual elements that allude to eyes, referring to animated forms, accompanied by the Nunito typeface family and a vibrant color palette. In conclusion, the new visual identity synthesizes the essence of the group and offers a functional brand manual, allowing for the strategic expansion of LATA's visibility in academic and artistic settings.

Key-words: Visual identity, animation theatre, Animation Theatre Laboratory (LATA), design, brand

SUMÁRIO

1. Introdução.....11

2. Justificativa.....12

3. Objetivos.....12

3.1 Objetivos Gerais.....13

3.2 Objetivos Específicos.....13

4. Metodologia.....13

5. Análise e levantamento de dados.....16

5.1. Entrevista.....17

6. Conceituação e pesquisa.....18

6.1. Linguagens do Teatro de Animação.....18

6.1.1. Teatro de máscaras.....18

6.1.2. Teatro de sombras.....19

6.1.3. Teatro de bonecos.....20

6.1.4. Teatro de objetos.....22

6.1.5. Teatro lambe-lambe.....23

6.2. Análise da marca atual do LATA.....24

6.3. Análise de similares.....27

6.3.1. Fábrica de Teatro Popular.....27

6.3.2. Teatro Escola Macunaíma.....28

6.3.3. Festival de Curitiba.....29

7. Desenvolvimento e geração de alternativas.....29

7.1 Alternativa 1.....29

7.2. Alternativa 2.....32

8. Escolha de solução e execução.....34

9. Análise de resultados.....50

10. Considerações finais.....50

11. Referências.....51

Anexo A - Entrevista.....53

Anexo B - Guia de identidade visual..... 54

Lista de figuras

Figura 1 - La Loba 17

Figura 2 - 6º Encontro Poéticos do Inanimado 20

Figura 3 - 6º Encontro Poéticos do Inanimado 20

Figura 4 - Foto do espetáculo “O menino do dedo verde” 21

Figura 5 - Foto do espetáculo “O menino do dedo verde” 21

Figura 6 - Risonha e a Mãe. 2004 22

Figura 7 - Personagens do programa “Vila Sésamo” 22

Figura 8 - Personagens do programa “Cocoricó” 23

Figura 9 - Experimentos com teatro de objetos 23

Figura 10 - Apresentação de teatro de objetos 24

Figura 11 - 3ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe 25

Figura 12 - 3ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe 25

Figura 13 - 1º logo do LATA 26

Figura 14 - 2º logo do LATA 26

Figura 15 - Nuvem de palavras 27

Figura 16 - Fábrica de Teatro Popular 28

Figura 17 - Teatro Escola Macunaíma 29

Figura 18 - Festival de Curitiba 2025 30

Figura 19 - Alternativa 1 31

Figura 20 - Tipografia auxiliar (Nunito) 31

Figura 21 - Mockups de teste “Alternativa 1” 32

Figura 23 - Alternativa 2 33

Figura 24 - Tipografia auxiliar (Avenir) 34

Figura 26 - Mockups de teste “Alternativa 2” 35

Figura 27 - Logo final 35

Figura 28 -Versão principal e secundária 36

Figura 29 - Redução máxima 36

Figura 30 - Área de proteção 37
Figura 31 - Paleta cromática 37
Figura 32 - Paleta cromática (Variação RGB e CMYK) 38
Figura 33 - Paleta cromática (uso exclusivo RGB) 39
Figura 34 - Tipografia definitiva 39
Figura 35 - Exemplos de uso da tipografia 40
Figura 36 - Grafismos (bonecos) 41
Figura 37 - Bonecos 41
Figura 38 - Corpos dos bonecos 42
Figura 39 - Bonecos completos 42
Figura 40 - Caixas de lambe-lambe 43
Figura 41 - Máscaras 43
Figura 42 - Grafismos 44
Figura 43 - Objetos animados 44
Figura 44 - Sombras 44
Figura 45 - Latas Animadas 45
Figura 46 - Lata como elemento gráfico 45
Figura 47 - Bonecos na lata 46
Figura 49 - Aplicação da identidade visual em camiseta 47
Figura 50 - Aplicação da identidade visual em crachás 47
Figura 51 - Aplicação da identidade visual em cartaz 48
Figura 52 - Aplicação da identidade visual em camiseta 48
Figura 53 - Aplicação da identidade visual em caderno 49
Figura 54 - Copos 49
Figura 55 - Aplicação da identidade visual em ecobag 50
Figura 56 - Conjunto de peças de exemplo para Instagram 51
Figura 58 - Posts para Instagram 52
Figura 59 - Layouts de StoryFonte: Elaboração própria 53

1. Introdução

O Laboratório de Teatro de Animação (LATA) constitui-se como um grupo de estudos de artes cênicas, voltado ao campo do teatro de formas animadas, vinculado à Universidade de Brasília. O laboratório, atualmente, organiza-se em três núcleos: Núcleo de Gestão, Núcleo de Produção e Núcleo de Ensino. Com vinte e sete anos de trajetória, o projeto busca proporcionar, a seu corpo interno e externo, a possibilidade de aprofundamento nas linguagens teatrais de animação — sendo estas, respectivamente, o Teatro de Bonecos, o Teatro de Máscaras, o Teatro de Sombras, o Teatro Lambe-Lambe e o Teatro de Objetos.

Segundo Perotto, "Existir socialmente é, cada vez mais, fazer-se visível". Em um contexto digital, essa afirmação mostra-se pertinente, onde o "tornar-se visível" se atrela a pregnância e qualidade de um sistema de identidade visual. Nisso, nota-se que o laboratório, apesar de sua extensa trajetória, não possui um sistema de reconhecimento visual que traduza adequadamente o conceito principal do grupo.

Sendo assim, o objetivo central do presente trabalho consiste no estudo e sistematização de atributos que compõem o LATA como sujeito, e na proposta de identidade visual para o mesmo, tendo em vista suas principais necessidades, além da criação de um manual para a aplicação da identidade visual. Com uma identidade estruturada, é possível expandir a comunicação do laboratório com um padrão visual identificável e de fácil aplicação, além de estar relacionado às linguagens teatrais presentes no teatro de animação.

Para tanto, foram aplicadas as metodologias de Joan Costa e Frederic Henry, mescladas e adaptadas para se obter uma otimização do estudo de acordo com o contexto. Além disso, foi realizado um estudo do histórico do grupo, desde suas origens, assim como seus materiais de comunicação. Dessa forma, foi possível traçar elementos principais que caracterizam o laboratório e, assim, delinear o melhor caminho para o planejamento da identidade visual.

2. Justificativa

O grupo LATA se apresenta como um sujeito institucional que busca ser adequadamente representado dentro de seu nicho teatral. Seu objetivo é desenvolver pesquisa, metodologia, gestão e produção em teatro de formas animadas, perpetuando esta área das artes cênicas no âmbito acadêmico e comunitário.

Todavia, observa-se que o Laboratório de Teatro de Animação (LATA), apesar de sua trajetória consolidada e repertório artístico, carece de mecanismos visuais que traduzam adequadamente sua proposta. A ausência de um sistema de identidade visual coeso limita sua capacidade de comunicação institucional e pode enfraquecer o vínculo entre o grupo e seus públicos, especialmente em um contexto no qual o digital e o visual predominam como principais canais de visibilidade e legitimação cultural.

Dessa forma, o desenvolvimento de uma identidade visual para o LATA se constitui como ação estratégica para disseminar e fortalecer sua imagem dentro e fora do contexto digital.

3. Objetivos

3.1 Objetivos Gerais

Desenvolver um sistema de Identidade Visual compatível com o projeto, auxiliando em sua consolidação no cenário cênico, físico e digital.

3.2 Objetivos Específicos

- Analisar a atual comunicação visual do Laboratório de Teatro de Animação (LATA), identificando limitações e potencialidades;
- Estabelecer, por meio de diagnóstico, os atributos simbólicos e conceituais que compõem a identidade do grupo LATA;
- Desenvolver um sistema de identidade visual que reflita o teatro de animação;
- Propor aplicações da identidade visual em diferentes suportes (digitais e físicos);
- Contribuir para a valorização e disseminação do teatro de formas animadas como linguagem cênica.

4. Metodologia

As concepções metodológicas que orientam a construção de um sistema de identidade visual variam entre diferentes autores da área do design e da comunicação organizacional. No entendimento de Perotto, o objetivo de um projeto de identidade visual é criar uma linguagem representativa capaz de traduzir valores e conceitos próprios da organização. Como afirma o autor:

> "Se o objetivo de um projeto de identidade visual é criar uma linguagem visual particular e representativa, através de signos e codificação que possam significar valores e conceitos próprios, as ações devem ser organizadas de tal modo a:
>
> 1. Compreender a natureza, características e especificidades de identidade daquilo que se pretende representar;
> 2. Compreender o contexto institucional, econômico, político e cultural desse sujeito, bem como diagnosticar e delimitar as suas necessidades de comunicação com seus diversos públicos;
> 3. Estabelecer diretrizes e estratégias simbólicas para o sistema de identidade visual;
> 4. Desenvolver os signos e a codificação capazes de cumprir as diretrizes e os objetivos de um sistema de identidade visual."
> (PEROTTO, s.d., p. 2).

Além disso, Perotto apresenta um panorama das propostas metodológicas de Joan Costa, semiólogo e referência nos estudos de comunicação visual. Segundo o autor:

> "Joan Costa sistematiza o processo de identidade visual a partir dos processos de significação e comunicação. Seu modelo consiste nas seguintes etapas:
>
> 1. Levantamento de dados sobre a auto-imagem desejada da organização;
> 2. Levantamento de dados objetivos qualitativos e quantitativos relativos ao campo de atuação da organização e à concorrência;
> 3. Levantamento de dados externos à empresa e pesquisas de mercado;
> 4. Análise de dados e estabelecimento dos objetivos do programa de identidade visual e de visualizações dos atributos da personalidade da organização;
> 5. Análise do material de comunicação existente e de como a organização se fez identificar ao longo da sua história, validade dos signos que utilizou com seus objetivos e, por fim, inventariar as formas de comunicação visual que a organização frequentemente utiliza com seus públicos;
> 6. Pesquisa sobre o modo como o público reconhece a organização e seus signos, isto é, o quanto esses signos são pertinentes e se são

aproveitáveis em um novo programa ou se devem ser substituídos;

7. Análise e definição de diretrizes e estratégias simbólicas;
8. Geração de alternativas e escolha de solução;
9. Desenvolvimento e detalhamento de solução;
10. Desenvolvimento do manual de identidade visual."
(PEROTTO, s.d., p. 4).

Ainda de acordo com Perotto, Frederic Henri Kay Henrion propõe uma metodologia fundamentada na identidade visual como estratégia organizacional e ferramenta de mercado:

> "Henrion sistematiza o processo considerando que a identidade visual deve ser coordenada e gerenciada a partir dos objetivos da empresa, estruturando-se nas etapas:
>
> 1. Análise (levantamento de situação);
> 2. Especificação (restrições e parâmetros);
> 3. Conceituação (definição dos elementos básicos);
> 4. Desenvolvimento (estudo e sistematização de aplicações);
> 5. Bases do design (codificação da linguagem);
> 6. Motivação (envolvimento da organização);
> 7. Execução (implantação e gestão do design da identidade)."
> (PEROTTO, s.d., p. 4).

Após analisar as duas propostas metodológicas, optou-se por uma abordagem híbrida que respondesse às necessidades específicas do Laboratório de Teatro de Animação. Dessa forma, a metodologia aplicada neste projeto foi organizada nos seguintes passos:

Passo 1: Análise e levantamento de dados sobre a autoimagem desejada pela organização (levantamento de situação).
Passo 2: Conceituação e pesquisa sobre o modo como o público reconhece a organização e seus signos, incluindo análise da comunicação existente e de sua trajetória visual.
Passo 3: Desenvolvimento e geração de alternativas (estudo e sistematização de aplicações).
Passo 4: Escolha de solução e execução (implantação e gestão do design da identidade).

5. Análise e levantamento de dados

O Laboratório de Teatro de Animação (LATA) surgiu como resultado de uma pesquisa de iniciação científica coordenada pela professora Izabela Brochado, no Departamento de Artes Cênicas da Universidade de Brasília, em 1998. Inicialmente, a pesquisa abordou o teatro de animação a partir de um levantamento bibliográfico e da construção prática de um boneco inspirado em personagens femininas de Federico Garcia Lorca e Salvador Dalí, com a orientação do artista popular Zezito. Após o encerramento da pesquisa institucional, o grupo seguiu de maneira autônoma, desenvolvendo a personagem La Loba e criando experimentos que culminaram no futuro espetáculo “As Catadoras de Ossos”.

Figura 1 - La Loba



Fonte: Memorial do Laboratório de Teatro de Animação

Posteriormente, um novo grupo se formou e deu continuidade ao trabalho com a criação do projeto de extensão “Teatro de Bonecos: uma experiência na rua”. O grupo estabeleceu parcerias com outros projetos universitários, montou performances e aprofundou seus estudos,

resultando na formação do grupo “Pirilampo de Teatro de Bonecos e Atores”, período em que o nome “Laboratório de Teatro de Formas Animadas” começou a ser utilizado.

A partir de sua formalização como projeto de extensão contínuo, o LATA ampliou suas ações, com espetáculos, oficinas e participação em eventos nacionais. Destacam-se montagens como “As Três Torres de Latão” e “As Catadoras de Ossos”, circulações regionais premiadas, a criação do Museu Itinerante e a participação na produção do Festival Internacional de Teatro de Bonecos de Paracatu.

O nome “Laboratório de Teatro de Formas Animadas” foi alterado em 2025 para “Laboratório de Teatro de Animação”, com o intuito de se adaptar melhor à sigla. O mesmo é vinculado ao Decanato de Extensão da UnB e coordenado pela Professora Dra. Fabiana Lazzari, onde desenvolve atividades de pesquisa, formação e divulgação do teatro de formas animadas. O projeto possui três núcleos de atuação: Núcleo de Estudos sobre Teatro de Formas Animadas, que integra pesquisas de linguagens e metodologias das formas animadas; Núcleo de Gestão e Produção Cultural, responsável pela produção/organização de seminários e encontros, dentro e fora da Universidade de Brasília; e o Núcleo de Formação, que realiza cursos, palestras, tanto para a comunidade acadêmica quanto para a comunidade externa.

O grupo trabalha com bonecos, sombras, objetos e máscaras, envolvendo alunos bolsistas, extensionistas voluntários e membros externos. A avaliação do LATA é realizada de forma contínua, considerando o desenvolvimento artístico, acadêmico e metodológico dos participantes.

5.1. Entrevista

Para compreender a percepção institucional sobre a identidade do LATA, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a professora Dra. Fabiana Lazzari, coordenadora do projeto, em 15 de junho de 2025. A entrevista abordou temas relacionados à história do grupo, seus valores simbólicos e a percepção sobre a representação visual atual. A transcrição completa encontra-se no Anexo A. Desta entrevista, obteve-se como resultados centrais:

- a falta de uma identidade aplicável (devido a falta de tipografia, elementos, padronização, etc);
- o símbolo atual é disforme;

- o desejo de expandir as atividades do grupo para mais escolas e apresentações em atividades extensionistas.

6. Conceituação e pesquisa

6.1. Linguagens do Teatro de Animação

O teatro de formas animadas constitui um gênero cênico em que o foco se desloca do ator-representante para a forma animada.

Conforme Araújo e Santos (2023, p. 85):

> O Teatro de Formas Animadas é um gênero teatral que engloba diversos métodos e técnicas que agregam desde o teatro de fantoches, de marionetes com fios, de bonecos de vara, de bonecos de sucata, o teatro de sombras, o teatro de máscaras, até o teatro de objetos, entre outras modalidades.

O Laboratório de Teatro de Animação atua em cinco modalidades dentro do Teatro de Formas Animadas:

- teatro de máscaras;
- teatro de sombras;
- teatro de bonecos;
- teatro de objetos;
- teatro lambe-lambe.

6.1.1. Teatro de máscaras

“A máscara é sempre algo que simula” (AMARAL, Maria de Abreu). Nesta modalidade, o uso de máscaras decorre da tradição ritual e popular, em que o ator reveste-se de um artefato que transforma sua identidade visível. A máscara torna-se a interface entre o corpo e a representação, com uma margem de possibilidades de atuação onde o foco nunca será o ator.

Figura 2 - 6º Encontro Poéticos do Inanimado



Fonte: Elaboração própria

Figura 3 - 6º Encontro Poéticos do Inanimado



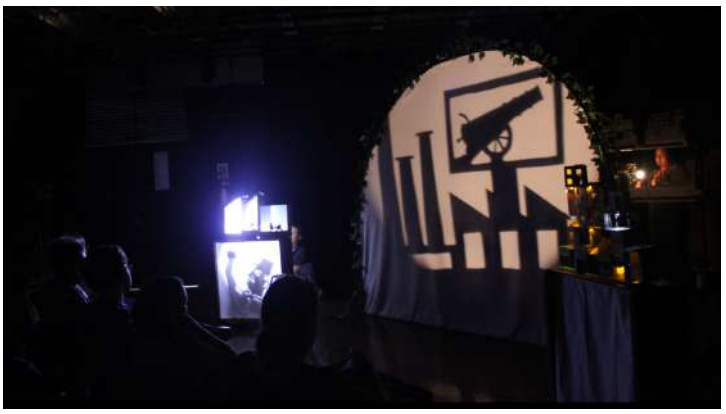
Fonte: Elaboração própria

6.1.2. Teatro de sombras

Boneco de sombras refere-se a uma figura de forma chapada, articulável ou não, visível com proteção de luz (AMARAL, 2011. p. 71-72). Essa linguagem explora a relação entre luz e silhueta, onde formas planas são animadas mediante a manipulação de uma fonte luminosa, cenário e/ou telas. A sombra substitui ou complementa a figura corporal, gerando narrativas visuais que dependem da percepção do espectador e da forma projetada. Conforme Morais (2022), “essa forma de expressão artística exige conjunto de habilidades além da simples

manipulação de bonecos … iluminação e sonoplastia desempenham papel crucial na criação da atmosfera". Essa modalidade é amplamente utilizada no laboratório, sendo "Lino - O Pequeno Jardineiro" seu principal espetáculo atualmente.

Figura 4 - Foto do espetáculo "O menino do dedo verde"



Fonte: Elaboração própria

Figura 5 - Foto do espetáculo "O menino do dedo verde"



Fonte: Elaboração própria

6.1.3. Teatro de bonecos

Sendo, provavelmente, a modalidade mais reconhecida, o teatro de bonecos envolve a manipulação de bonecos de vara, marionetas, fantoches, dentre outros, pelos atores/manipuladores. Essa linguagem permite criar personagens independentes, com voz, gesto e presença própria. Exemplos famosos de teatro de bonecos são os seriados infantis "Cocoricó (1996)" e "Vila Sésamo (1972)".

Figura 6 - Risonha e a Mãe. 2004



Fonte: Memorial do Laboratório de Teatro de Animação

Figura 7 - Personagens do programa “Vila Sésamo”



Fonte: Imagem promocional da Vila Sésamo - Divulgação/ Sesame Workshop

Figura 8 - Personagens do programa “Cocoricó”



Fonte: Imagem da nova temporada de “Cocoricó” - Nadja Kouchi

6.1.4. Teatro de objetos

Esta modalidade se destaca pelo uso de objetos comuns do cotidiano, aqueles que em primeiro instante não parecem seres reconhecíveis ou que podem receber vida por meio de um ator/manipulador. A animação dos objetos retira-os da função utilitária e transferem-no para o plano simbólico.

Figura 9 - Experimentos com teatro de objetos



Fonte: Memorial do Laboratório de Teatro de Animação

Figura 10 - Apresentação de teatro de objetos



Fonte: Campo Grande News

6.1.5. Teatro lambe-lambe

O teatro lambe-lambe é considerado contemporâneo dentro do teatro de formas animadas. Criado em 1989 pelas artistas Ismine Lima e Denise Di Santos, na Bahia, o teatro lambe-lambe consiste em micro espetáculos apresentados dentro de pequenas caixas cênicas, destinados a um espectador por vez. Geralmente, são feitos com materiais artesanais e recicláveis.

Durante a Semana Universitária de 2025, o LATA apresentou a 4ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe, nos jardins do prédio de Cênicas, com a colaboração de artistas internos e externos.

Figura 11 - 3ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe



Fonte: 3ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe/ Erika Ribeiro. Arquivo Pessoal

Figura 12 - 3ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe



Fonte: 3ª Mostra de Teatro Lambe-Lambe. Arquivo Pessoal

6.2. Análise da marca atual do LATA

O logo inicial do laboratório foi criado com base na própria sigla “LATA” (no sentido literal da palavra), onde uma latinha “viva” foi desenhada e alinhada ao texto “viva a lata!”, sem a descrição do nome do grupo.

Figura 13 - 1º logo do LATA



Fonte: Arquivo LATA

Com a mudança de coordenação para a Professora Fabiana Lazzari, o logo foi adaptado para conter o nome do grupo completo.

Figura 14 - 2º logo do LATA



Fonte: Arquivo LATA

Nota-se que a forma de aplicação o deixou redundante, com “TEATRO DE FORMAS ANIMADAS” aplicado duas vezes. Há também um uso desproporcional de peso entre as linhas, além de excesso de conteúdo, o que dificulta a sua minimização.

Um ponto pregnante, averiguado por meio do material e pela entrevista com a Professora Fabiana, é a presença da lata. Todavia, a polissemia formada com a sigla da palavra gera uma alternância de significado que ativa um sentido externo ao teatral. Provavelmente, com a ciência de que apenas a lata transformada em um símbolo não daria a ideia de um grupo

teatral, formas humanizadas (como a mão e os olhos) foram adicionadas com o intuito de parecer um ser animado, sendo então, um ser “vivo”.

Nesse caso, e em todos do teatro de animação, a retratação de vida em um objeto inanimado recebe o nome de *animant*. Segundo Halina Waszkiel, “o *animant* indica qualquer objeto, material ou imaterial, que é submetido por um artista ao processo de animação”. É a vida, trejeitos e mutabilidade dados por um manipulador a algo que nunca pode esboçar algum tipo de sentimento ou reação.

Dessa forma, reconhecemos a lata e o *animant* como conceitos centrais do laboratório, capazes de materializar simbolicamente sua identidade e seu campo de atuação. Ao serem definidos como eixos norteadores do projeto, eles permitem a construção de uma nuvem de palavras que reúna significados associados a ambos e que possam ser articulados dentro do universo do teatro de animação.

Figura 15 - Nuvem de palavras



Fonte: Elaboração própria

6.3. Análise de similares

A análise de similares permite identificar padrões estéticos e soluções gráficas, fornecendo subsídios para decisões mais assertivas na criação. No caso do LATA, a observação de grupos e festivais ligados ao teatro de formas animadas possibilita reconhecer os elementos simbólicos e visuais mais frequentemente associados a esse universo, como o uso de figuras humanas e não humanas, uso de elementos geométricos para dar valor a forma e texturas artesanais. Essa etapa contribuiu para situar o projeto dentro de seu contexto cultural e visual, para propor uma identidade coerente com os valores do grupo.

6.3.1. Fábrica de Teatro Popular

A identidade visual da Fábrica de Teatro Popular, projetada por Juan Castillo, aborda a valorização da forma e dos espaços negativos como parte principal da composição. Nota-se que a área vazia entre as letras formam silhuetas de fábricas, ao mesmo tempo em que o peso das mesmas criam amplos espaços que podem abranger imagens dentro da própria forma. Esses dois conceitos de aproveitamento de espaços se tornaram centrais na construção da proposta de logo.

Figura 16 - Fábrica de Teatro Popular



Fonte: Fábrica de Teatro Popular | Behance

6.3.2. Teatro Escola Macunaíma

O logo desenvolvido por Thainá Monteiro se baseia em formas arredondadas e cortes retos. A configuração simplificada busca unir os conceitos de arte, educação e cultura.

Figura 17 - Teatro Escola Macunaíma



Fonte: Teatro Escola Macunaíma | Behance

6.3.3. Festival de Curitiba

O Festival de Curitiba, um dos maiores eventos de artes cênicas da América Latina, costuma renovar sua identidade visual a cada edição. As edições do festival quase sempre utilizam cores saturadas, contrastes fortes e combinações ousadas.

Figura 18 - Festival de Curitiba 2025



Fonte: Muralzinho de ideias

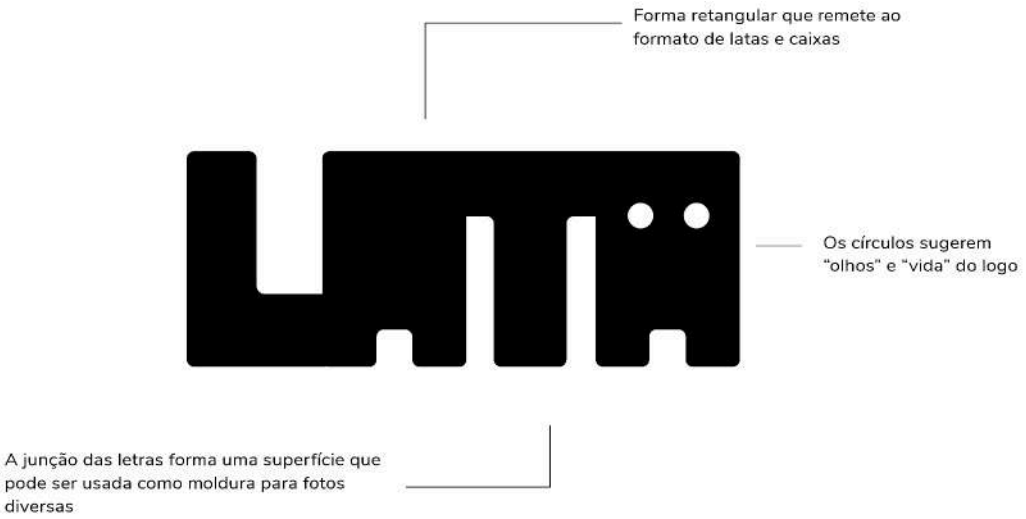
7. Desenvolvimento e geração de alternativas

7.1 Alternativa 1

A criação do logo envolveu uma tentativa de incorporar características subentendidas referentes à lata no sentido literal. Por ter sido um símbolo do grupo por tanto tempo, é relevante que a reformulação contenha alguma lembrança da lata em si, sem exatamente ser parecido. Para isso, a primeira opção se baseou em retângulos, figuras que podem ser associadas a latas e caixas (muito utilizadas no teatro de animação), em que os mesmos foram base para a criação das letras que compõem o "LATA". Além disso, dois círculos foram adicionados à última letra "A" no sentido de dar "vida" ao logo, remetendo ao teatro de bonecos e ao *animant,* principal conceito do teatro de animação. Com todas as letras prontas, ajustou-se o kerning para unificá-las de maneira que surgisse uma forma única, com poucos espaços negativos e sem divisões entre as letras.

A escolha de juntar todas as letras se deu pela possibilidade de utilizar a forma do logo como moldura para aplicação de fotos diversas, ampliando sua aplicação. Também, a unificação tornou-o mais pregnante e com melhor visualização em fundos diversos.

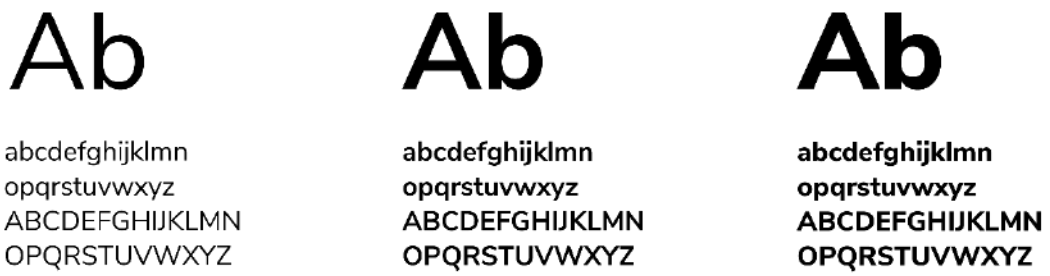
Figura 19 - Alternativa 1



Fonte: Elaboração própria

A "Nunito" foi a tipografia definida por possuir uma boa variedade de pesos e por sua largura se assemelhar à largura do logo.

Figura 20 - Tipografia auxiliar (Nunito)



Fonte: Elaboração própria

Figura 21 - Mockups de teste “Alternativa 1”



Fonte: Elaboração própria

Figura 22 - Moldura



Fonte: Elaboração própria

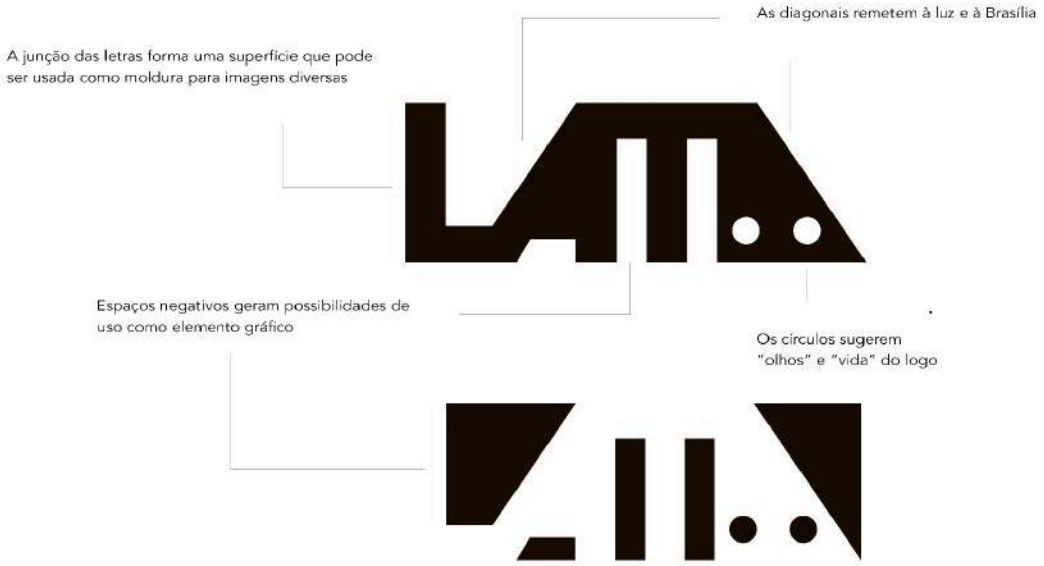
7.2. Alternativa 2

A segunda alternativa foi criada a partir da fonte Avant Garde, alterada com a justaposição das letras para configurar uma única forma. A última letra "A" foi modificada para, assim como a anterior, receber dois círculos para simbolizar a *animant*. O formato também foi modificado para receber essa adição de forma mais equilibrada.

Apesar de possuir conceituações semelhantes ao anterior, o logo em questão foi construído de forma a valorizar a contraforma entre uma letra e outra, possibilitando o uso e assimilação da marca por meio do espaço negativo. A justaposição das letras permitiu o surgimento de espaços vazios que poderão ser utilizados de diversas formas durante as aplicações da marca.

Um ponto a se ressaltar é a relação do logo com a cidade de Brasília. Por ser o local de origem do laboratório, é interessante a ligação com elementos característicos da capital, como suas formas modernas, anguladas e geométricas, valorizando seu contexto geográfico.

Figura 23 - Alternativa 2



Fonte: Elaboração própria

Por possuir uma geometria moderna com toques humanos, a fonte “Avenir” foi selecionada como tipografia auxiliar.

Figura 24 - Tipografia auxiliar (Avenir)



Fonte: Elaboração própria

Figura 25 - Moldura



Fonte: Elaboração própria

Figura 26 - Mockups de teste “Alternativa 2”



Fonte: Elaboração própria

8. Escolha de solução e execução

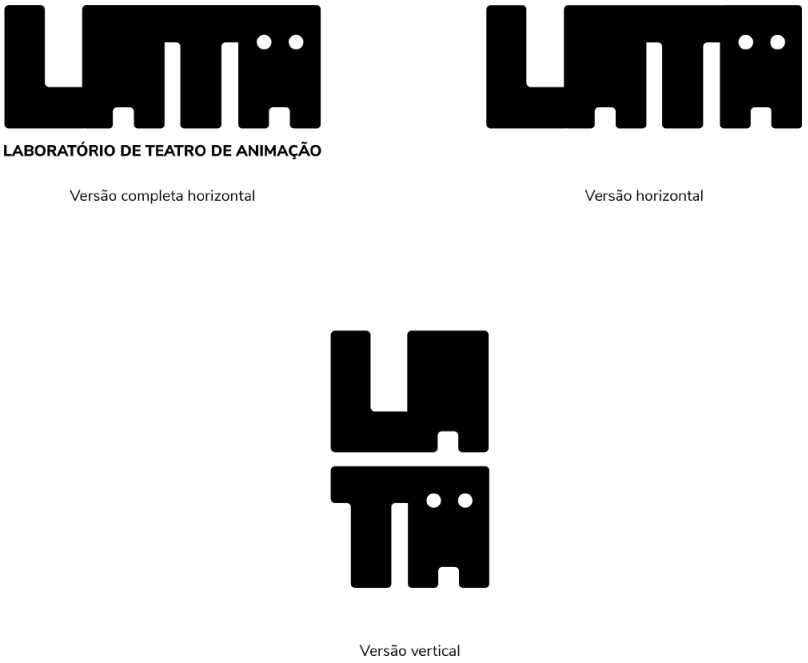
As duas opções foram definidas como adequadas para serem apresentadas para o grupo. Sendo assim, a professora Fabiana Lazzari decidiu realizar uma votação conjunta e a primeira alternativa foi a escolhida.

Figura 27 - Logo final



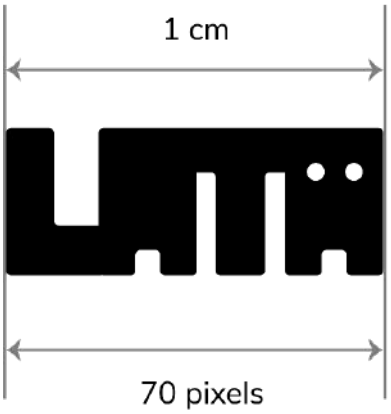
Fonte: Elaboração própria

Figura 28 -Versão principal e secundária



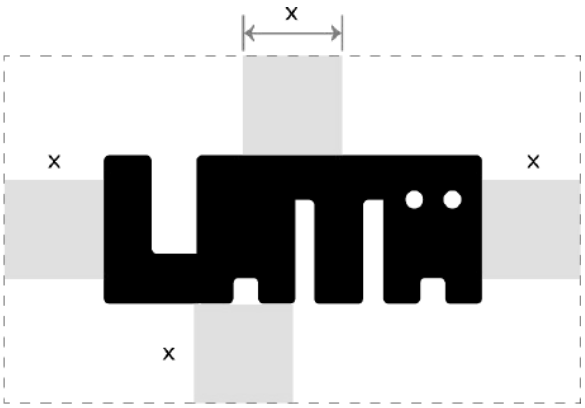
Fonte: Elaboração própria

Figura 29 - Redução máxima



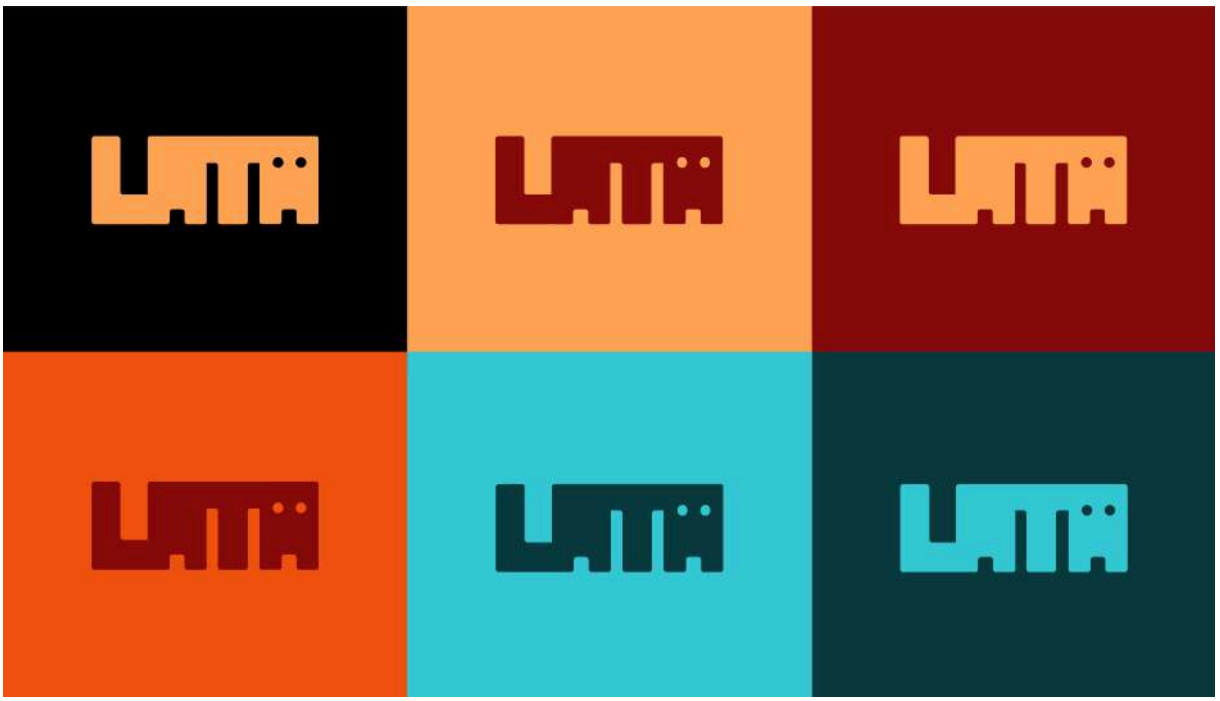
Fonte: Elaboração própria

Figura 30 - Área de proteção



Fonte: Elaboração própria

Figura 31 - Paleta cromática



Fonte: Elaboração própria

A escolha da paleta levou em consideração as cores mais predominantes nos materiais do laboratório. Nas apresentações e produções, destacam-se os tons de amarelo, geralmente associados à luz; vermelho, laranja e azul, presentes nas vestimentas dos bonecos; preto e

branco, característicos do teatro de sombras; e marrom, muito presente nos papelões e nas estruturas de madeira utilizadas nas práticas do grupo.

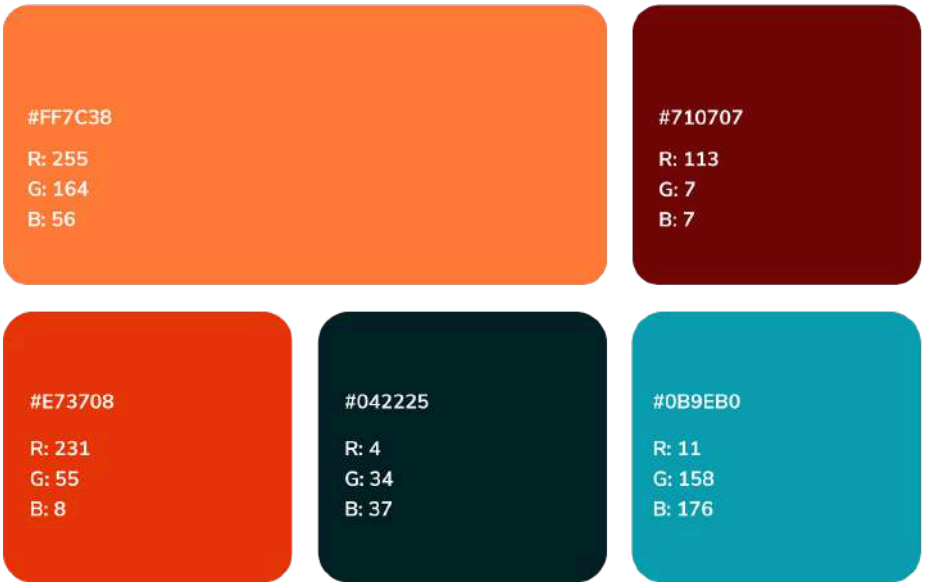
Figura 32 - Paleta cromática (Variação RGB e CMYK)



Fonte: Elaboração própria

Para peças aplicadas em meio digital, uma segunda paleta está disponível para criar gradientes e destaques de sombras. A paleta consiste nas cores da paleta principal com adição de efeito *multiply* com 50 % de opacidade.

Figura 33 - Paleta cromática (uso exclusivo RGB)



Fonte: Elaboração própria

A tipografia definitiva foi a mesma dos testes, a Nunito. A *tagline* é feita com a mesma fonte, utilizando o peso Extrabold.

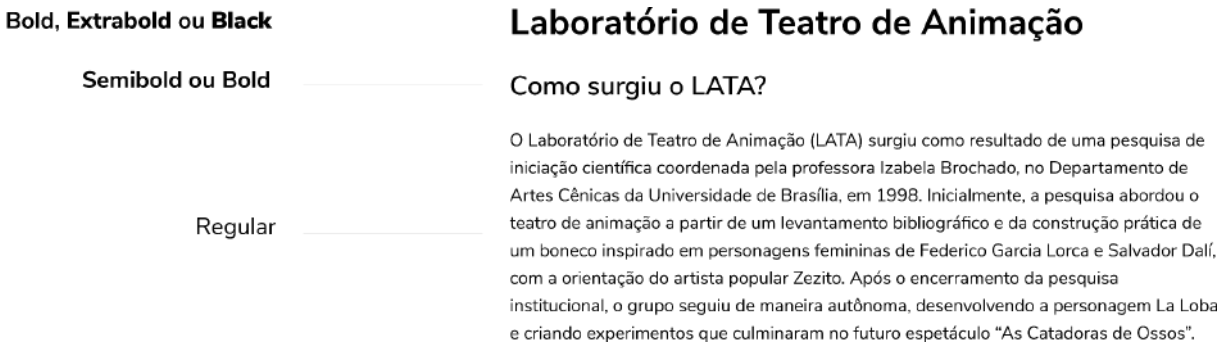
Figura 34 - Tipografia definitiva



Fonte: Elaboração própria

Recomenda-se o uso da Nunito nos pesos Bold, Extrabold ou Black para títulos. Para textos corridos, recomenda-se o uso dos pesos Regular ou Semibold, que oferecem melhor legibilidade em blocos maiores de texto. Nas aplicações apresentadas, utiliza-se Nunito Black nos títulos e Nunito Semibold no texto corrido.

Figura 35 - Exemplos de uso da tipografia



Fonte: Elaboração própria

Os grafismos possuem os papéis de enriquecer layouts, segmentar conteúdos e criar ritmo visual e são essenciais para gerar a personalidade da marca. No LATA, a construção desses elementos partiu do mesmo campo conceitual que orientou o logo, tomando como referência formas geométricas, traços arredondados e padrões que remetem à manipulação e à presença física do *animant*.

Podem ser aplicados em fundos, molduras, banners, redes sociais, materiais de divulgação e no website, sempre em complementaridade ao logo e às cores institucionais. Sua aplicação é flexível, porém guiada por parâmetros estabelecidos no sistema visual, garantindo coerência em todos os materiais produzidos.

Figura 36 - Grafismos (bonecos)



Fonte: Elaboração própria

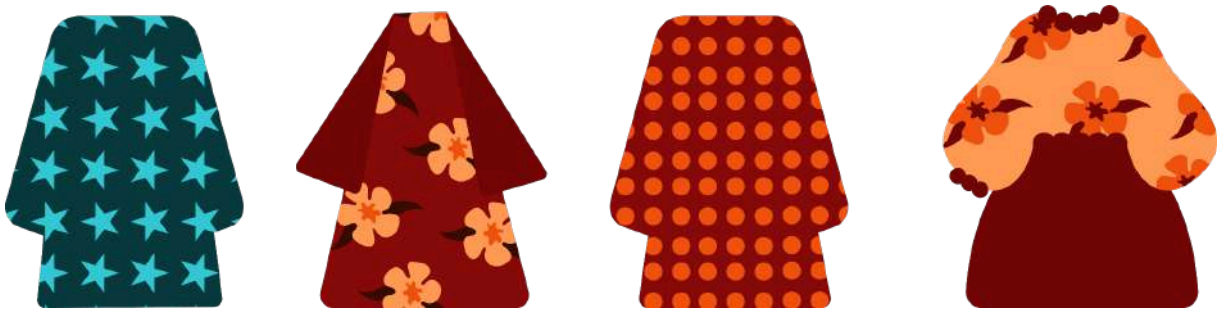
Figura 37 - Bonecos



Fonte: Elaboração própria

Inspirado no Teatro de Bonecos, corpos de bonecos foram criados e podem ser alinhados com todas as cabeças de bonecos disponíveis no manual de marca, podendo ser alterados em aplicativos mais simples de design.

Figura 38 - Corpos dos bonecos



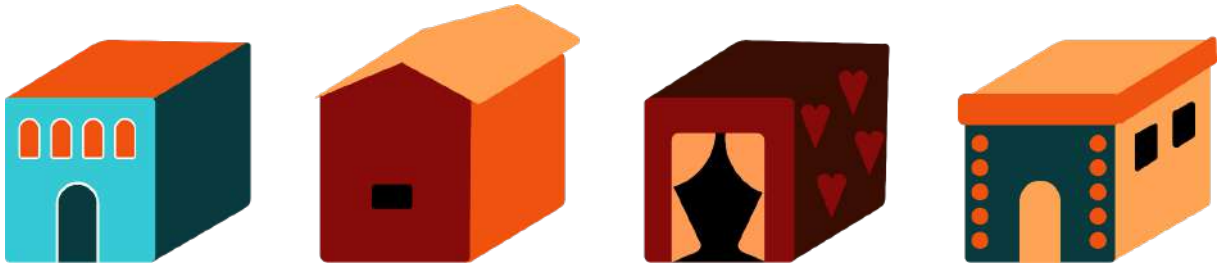
Fonte: Elaboração própria

Figura 39 - Bonecos completos



Fonte: Elaboração própria

Figura 40 - Caixas de lambe-lambe



Fonte: Elaboração própria

Figura 41 - Máscaras



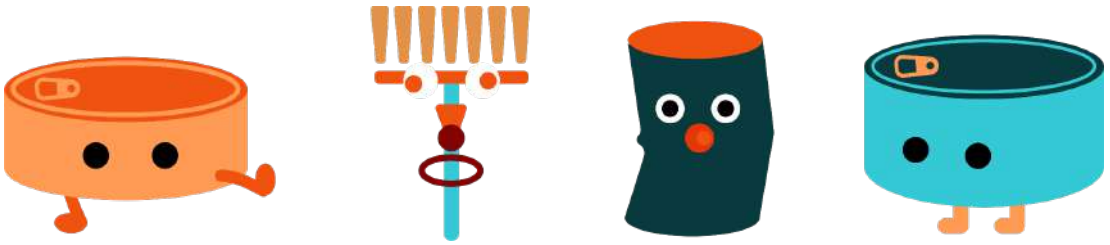
Fonte: Elaboração própria

Figura 42 - Grafismos



Fonte: Elaboração própria

Figura 43 - Objetos animados



Fonte: Elaboração própria

As molduras abaixo podem ser usadas para representação de sombras, sendo basicamente, formas geométricas com arredondamento nas pontas. Outras formas podem ser criadas e usadas livremente.

Figura 44 - Sombras



Fonte: Elaboração própria

A lata será um item com potencial de composição bastante variável dentro das aplicações, podendo ser utilizada como um elemento que “guarda”, “mostra” ou se “torna” algo.

Figura 45 - Latas Animadas



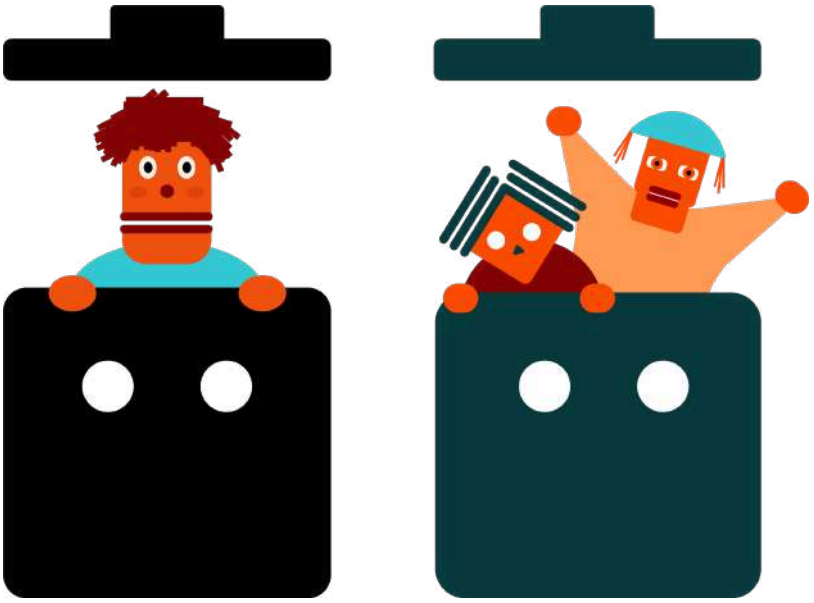
Fonte: Elaboração própria

Figura 46 - Lata como elemento gráfico



Fonte: Elaboração própria

Figura 47 - Bonecos na lata



Fonte: Elaboração própria

Figura 48 - Tirante



Fonte: Elaboração própria

Figura 49 - Aplicação da identidade visual em camiseta



Fonte: Elaboração própria

Figura 50 - Aplicação da identidade visual em crachás



Fonte: Elaboração própria

Figura 51 - Aplicação da identidade visual em cartaz



Fonte: Elaboração própria

Figura 52 - Aplicação da identidade visual em camiseta



Fonte: Elaboração própria

Figura 53 - Aplicação da identidade visual em caderno



Fonte: Elaboração própria

Figura 54 - Copos



Fonte: Elaboração própria

Figura 55 - Aplicação da identidade visual em ecobag



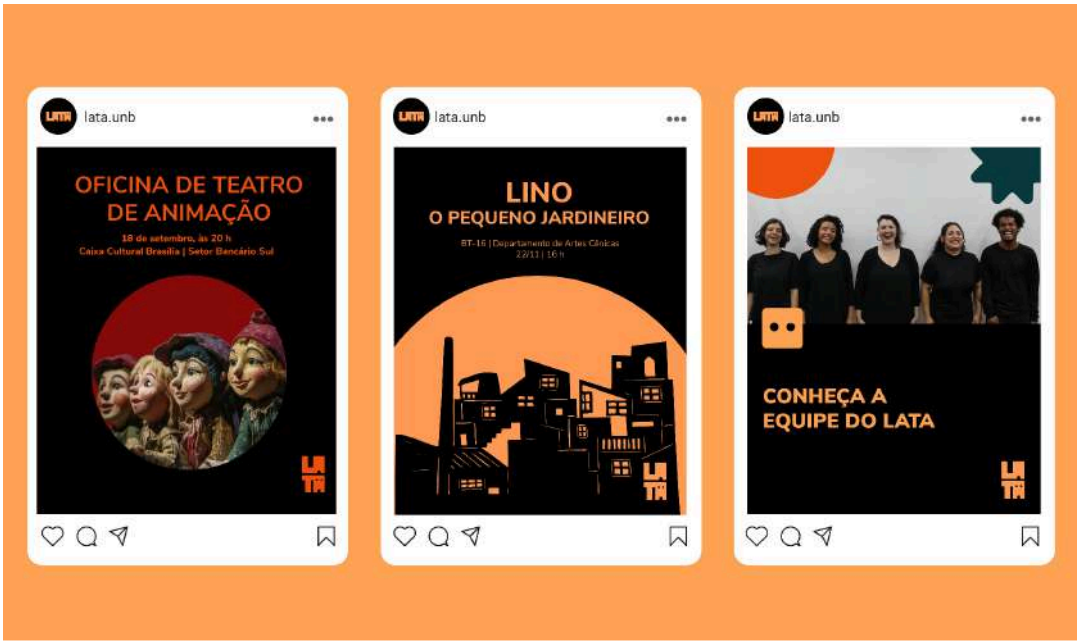
Fonte: Elaboração própria

Figura 56 - Conjunto de peças de exemplo para Instagram



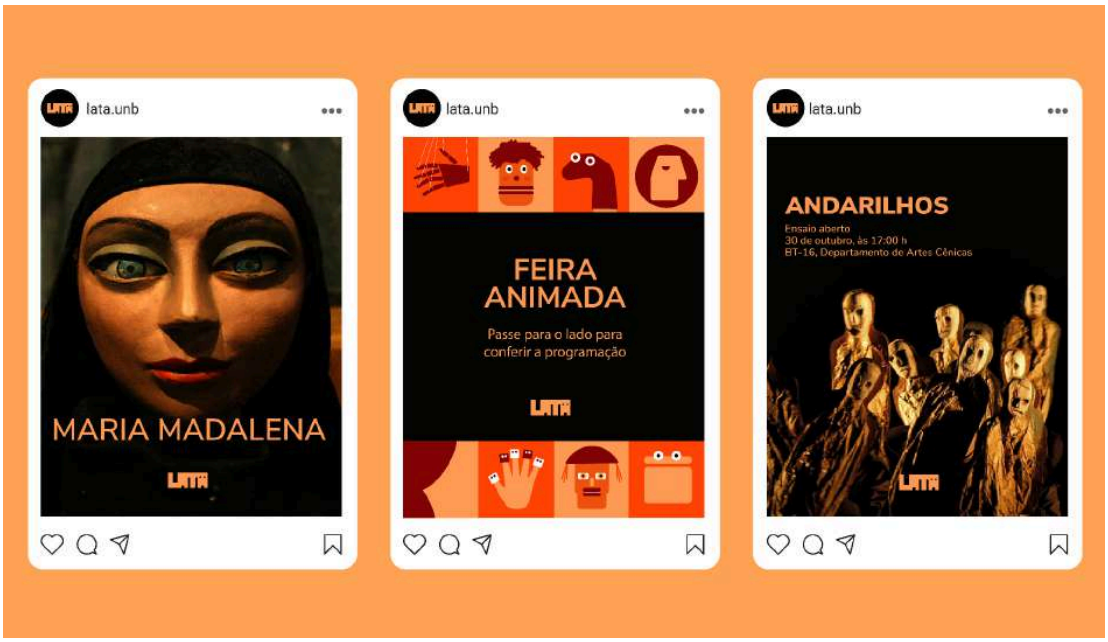
Fonte: Elaboração própria

Figura 57 - Posts para Instagram



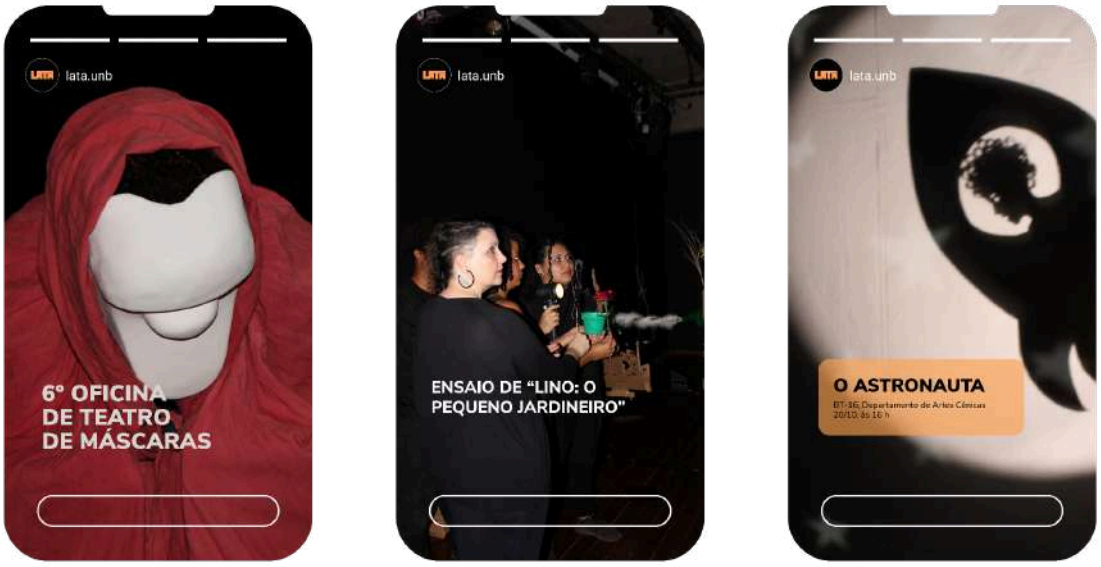
Fonte: Elaboração própria

Figura 58 - Posts para Instagram



Fonte: Elaboração própria

Figura 59 - Layouts de Story



Fonte: Elaboração própria

9. Análise de resultados

Ao analisar o produto final, conclui-se que a marca atende às necessidades comunicacionais do LATA de forma mais eficiente do que a anterior. O símbolo resultante, integrando a lata e o *animant*, apresentou maior clareza conceitual, melhor legibilidade e adaptação mais adequada aos diferentes formatos de uso. A coordenadora do laboratório analisou o material e o mesmo foi validado.

Com a implementação das diretrizes de cor, tipografia, grafismos e aplicações, o LATA passa a contar com um padrão visual que antes não existia. Espera-se que a padronização facilite a produção de materiais, melhore a organização da comunicação e fortaleça a identificação do laboratório em ambientes digitais e presenciais. Além disso, a marca demonstra potencial de expansão e adaptação para futuras demandas, garantindo continuidade ao sistema visual.

De forma geral, os resultados indicam que o novo sistema melhora significativamente a apresentação institucional do LATA e contribui para uma presença visual mais consistente e representativa.

10. Considerações finais

O presente Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade de Brasília (UnB), teve como propósito central a elaboração de um sistema de identidade visual para o Laboratório de Teatro de Animação (LATA), um grupo de estudos de artes cênicas vinculado à própria UnB. Possui uma trajetória notável de vinte e sete anos, sendo reconhecido por suas contribuições no campo do teatro de animação.

A justificativa para este projeto reside na observação de que, apesar de seu repertório artístico e trajetória consolidada, o LATA carecia de mecanismos visuais coesos que traduzissem adequadamente sua proposta, resultando em um símbolo atual considerado disforme e na falta de uma identidade aplicável e padronizada, demandando uma linguagem visual que garantisse pregnância e qualidade no contexto digital predominante.

Para atingir o objetivo de desenvolver um sistema de Identidade Visual compatível, que auxiliasse na consolidação do LATA no cenário cênico, físico e digital, o trabalho aplicou uma metodologia mesclada e adaptada a partir dos processos de Joan Costa e Frederic Henry. Este processo envolveu a análise da comunicação atual, o diagnóstico dos atributos simbólicos do grupo, e a conceituação, que definiu os eixos norteadores do projeto: a lata (associada a características como compactação, geometria) e o *animant* (a atribuição de vida a um objeto inanimado, ligada a teatro, vida, luz e metafórico).

A fase de desenvolvimento e geração de alternativas resultou na 1ª alternativa como solução escolhida, por meio de votação conjunta com a coordenadora do projeto, Professora Fabiana Lazzari. Esta alternativa foi concebida a partir de formas retangulares que remetem ao formato de latas e caixas, elementos comuns no teatro de animação. A unificação das letras (LATA) e a adição de dois círculos na última letra buscam sugerir "olhos" e "vida" (*animant*), ao mesmo tempo que a forma resultante pode ser utilizada como moldura para fotos diversas. A tipografia auxiliar escolhida foi a Nunito.

Em suma, o desenvolvimento desta identidade visual fornece ao Laboratório de Teatro de Animação um padrão visual identificável e de fácil aplicação, estratégico para disseminar e fortalecer sua imagem. O sistema proposto reflete a essência do grupo, e está pronto para apoiar o desejo de expandir as atividades do LATA para mais escolas e apresentações

extensionistas, contribuindo para a valorização e disseminação do teatro de formas animadas como linguagem cênica.

.

11. Referências

AMARAL, Ana Maria. *Teatro de Formas Animadas: máscaras, bonecos e objetos*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

COSTA, Joan. *A imagen global*. Enciclopédia del Diseño. Barcelona: Ed. Ceac, 1989.

MORAIS, Ariadiny Cândido. Teatro de sombras e suas possibilidades. *Conexão Escola SME*, Goiânia, 2022.

PEROTTO, Evandro. *Objetivos e metodologia de projeto de identidade visual*. Material da disciplina de Programação Visual 2. Brasília: Universidade de Brasília, Departamento de Design, s.d. Material de aula não publicado.

TEATRO DE FORMAS ANIMADAS: conceitos e práticas. *Revista Eixo*, Brasília, 2019.

TEATRO DE SOMBRAS. Wikipédia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Teatro_de_sombras. Acesso em: 09 ago. 2025.

WASZKIEL, Halina. Teatro de Formas Animadas. *Móin-Móin – Revista de Estudos sobre Teatro de Formas Animadas*, Florianópolis, v. 2, n. 21, p. 208–221, 2019. DOI: 10.5965/2595034702212019208. Disponível em: https://www.revistas.udesc.br/index.php/moin/article/view/105965259503470221201920 8. Acesso em: 13 nov. 2025.

Anexo A - Entrevista

1 - Qual o objetivo do desenvolvimento desta marca?

Criar uma identidade visual coerente para o LATA, que comunique claramente quem somos, pois o atual símbolo é disforme e ambíguo.

2 - Qual a visão do projeto? Qual mensagem seu produto/serviço quer passar? O que quer comunicar?

Transmitir a essência do Teatro de Formas Animadas e as suas formas de linguagem.

3 - Qual a expectativa para o projeto?

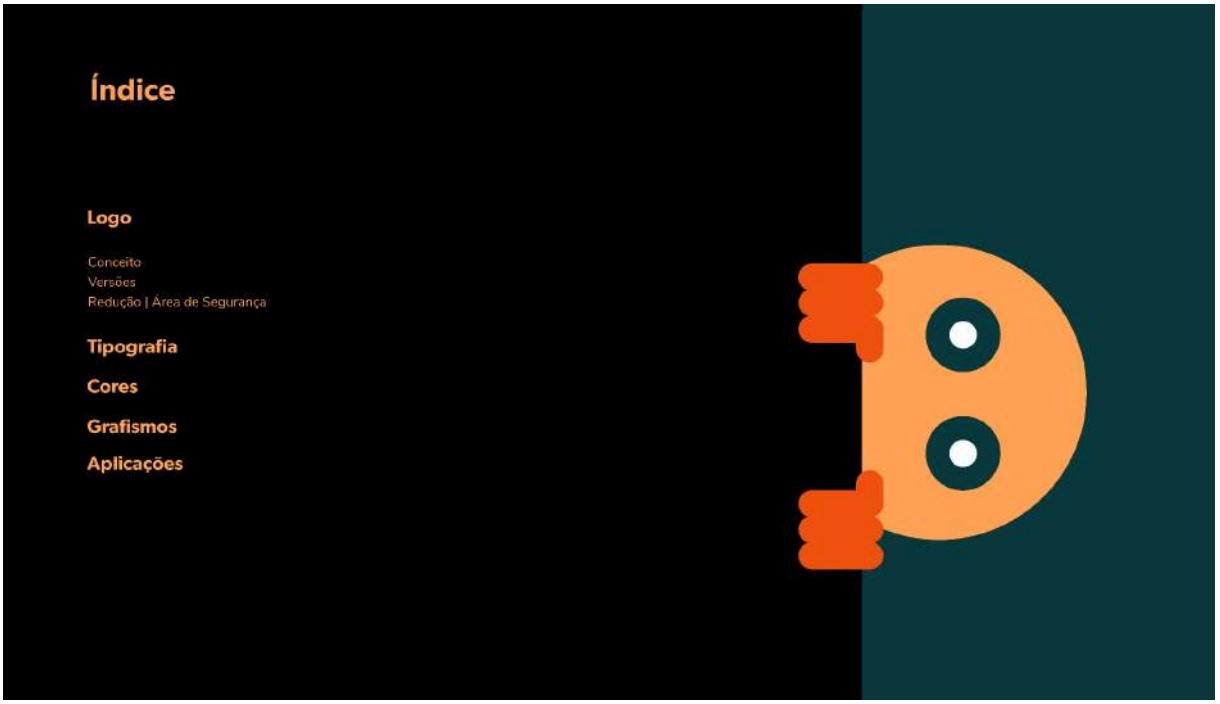
Que o novo sistema visual organize nossa comunicação e facilite o reconhecimento do LATA.

4 - Atualmente, qual a maior dificuldade que o produto possui?(O que você não gosta?)

A falta de padronização e de material de identidade visual. Não gosto do logo da lata pois parece um “monstro” e não exatamente um objeto animado.

Anexo B - Guia de identidade visual



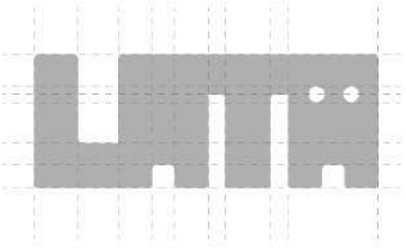


Conceito

O logotipo do LATA foi construído a partir da ideia central do animant, cerne do Teatro de Formas Animadas. Ela representa aquele que dá vida ao inerte, ou seja, um objeto recebe vida por meio de um ator/ manipulador.

Além disso, o grupo tem forte associação com a literalidade da palavra "lata". Dessa forma, alguns conceitos advindos do objeto foram empregados, como a geometria e a compactação, sem remeter a uma forma literal de lata.

A partir de retângulos, com a junção das letras do "LATA", resultou-se em uma estrutura compacta, criando uma forma com espaços negativos que se sobressaem, atingindo boa pregnância visual. O design se apoia em uma geometria simples, retangular e com cantos arredondados, o que facilita a leitura e a aplicação em diferentes suportes.



Redonda
Guarda
Compacta

Lata + **Animant**

Geométrica
Encaixe
Quadrada

Luz
Anímico
Metamórfico

Bonecos
Sombras
Lambe Lambe

Logo | Conceito

Versões

A versão completa deve ser utilizada quando houver necessidade de identificação institucional, especialmente em contextos formais ou em peças voltadas a públicos que ainda não conhecem o LATA, além de apresentações, eventos e projetos vinculados à UnB.

A versão horizontal deve ser aplicada em assinaturas digitais, cabeçalhos de documentos, banners e materiais de divulgação em que o formato horizontal favoreça a leitura.

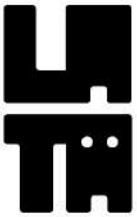
A versão vertical deve ser utilizada em contextos que exigem formato compacto ou centralizado, como capas de relatórios, cartazes, materiais de vestuário ou sinalizações verticais.
Não é permitido modificar o alinhamento, a disposição ou a distância entre os elementos.



Versão completa (com tagline)



Versão horizontal



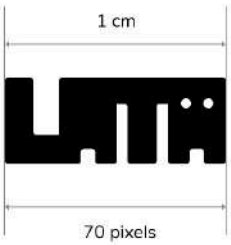
Versão vertical

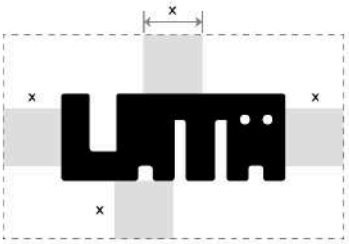
Logo |Versões

Redução | Área de segurança

Redução máxima: Medida referente ao tamanho mínimo do logo em materiais impressos (centímetros) e digitais (pixels). É importante respeitá-la para garantir a integridade visual do logo.

Área de segurança: Foi definida uma área à sua volta que deve ser mantida livre de interferências de outros elementos como: textos, desenhos, fios, molduras, outros logos, etc.





Logo | Redução e área de segurança

Tipografia auxiliar

A tipografia escolhida é a Nunito, selecionada por sua legibilidade e pela variedade de pesos disponíveis. Além disso, a largura equilibrada das letras se harmoniza visualmente com a forma do logotipo.

Na versão completa do logotipo, a Nunito é empregada na tagline utilizando o peso Extrabold.. Recomenda-se o uso da família Nunito em todas as peças de comunicação do laboratório.

Nunitos Sans

Ab

Extrabold — LABORATÓRIO DE TEATRO DE ANIMAÇÃO

Tagline

Tipografia

Sugere-se utilizar a seguinte porcentagem de tamanho para título e subtítulos em relação ao texto corrido:

- 100% ou 150% para títulos
- 50% para subtítulos

Exemplo: se o texto corrido possuir 18 pt, o subtítulo possuirá 27 pt (50%) e o título 36 pt (100%)

Bold, Extrabold ou Black

Semibold ou Bold

Regular

Laboratório de Teatro de Animação

Como surgiu o LATA?

O Laboratório de Teatro de Animação (LATA) surgiu como resultado de uma pesquisa de iniciação científica coordenada pela professora Izabela Brochado, no Departamento de Artes Cênicas da Universidade de Brasília, em 1998. Inicialmente, a pesquisa abordou o teatro de animação a partir de um levantamento bibliográfico e da construção prática de um boneco inspirado em personagens femininas de Federico García Lorca e Salvador Dalí, com a orientação do artista popular Zezito. Após o encerramento da pesquisa institucional, o grupo seguiu de maneira autônoma, desenvolvendo a personagem La Loba e criando experimentos que culminaram no futuro espetáculo "As Catadoras de Ossos".

Cores

A paleta escolhida foi baseada em cores predominantes no teatro de animação. Tons de vermelho, laranja e amarelo são constantemente notáveis nessa arte.
Para uso da paleta em meio digital, recomenda-se o uso do código RGB. Para impressão, o código CMYK.



Cores

Para peças aplicadas em meio digital, uma segunda paleta está disponível para criar gradientes e destaques de sombras. A paleta consiste nas cores da paleta principal com adição de efeito multiply com 50 % de opacidade.

Cores

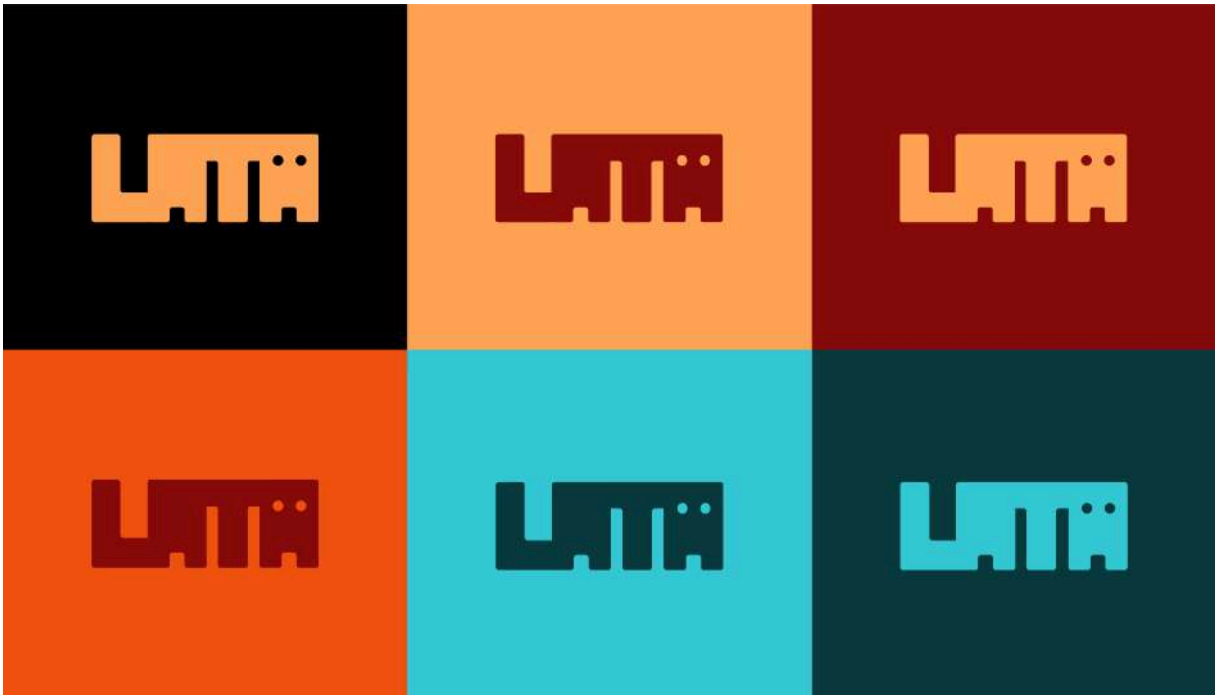
#FF7C38
R: 255
G: 164
B: 56

#710707
R: 113
G: 7
B: 7

#E73708
R: 231
G: 55
B: 8

#042225
R: 4
G: 34
B: 37

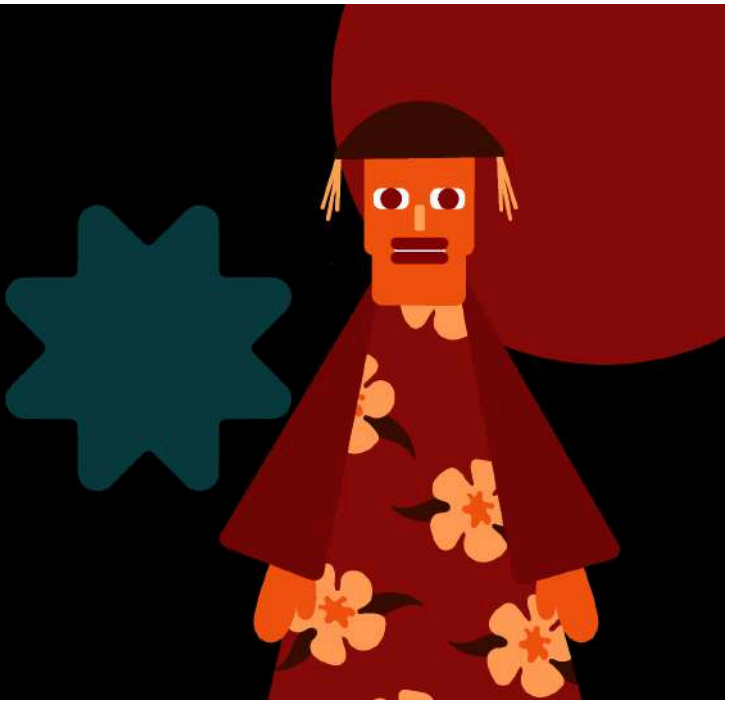
#0B9EB0
R: 11
G: 158
B: 176

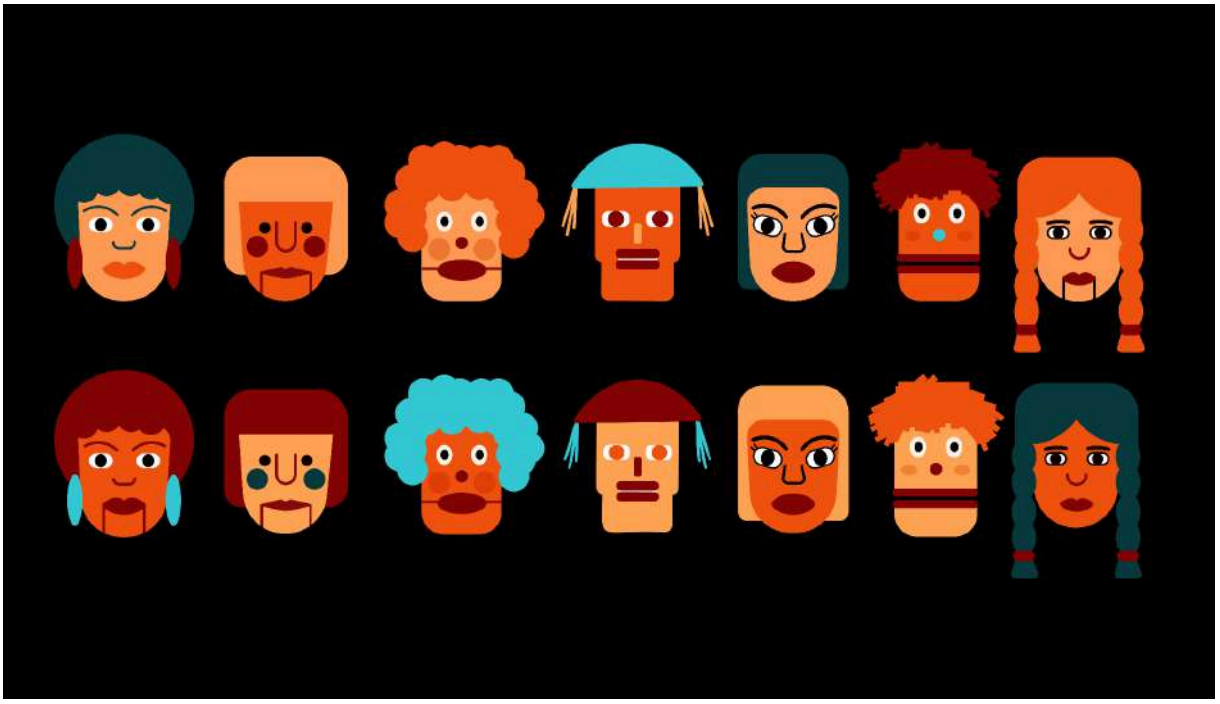


Grafismos

Os grafismos do sistema visual do LATA foram desenvolvidos a partir de formas geométricas simples, priorizando contornos arredondados que dialogam com a estética do logotipo. Esses elementos funcionam como componentes de apoio dentro da composição visual, podendo ser utilizados isoladamente ou em conjunto com ilustrações e desenhos relacionados ao universo do teatro de bonecos.

A simplicidade das formas permite que os grafismos sejam ampliados, combinados e adaptados sem perder sua coerência formal, desde que o critério das bordas suavizadas seja preservado. Seu uso deve ser pontual e equilibrado, servindo como reforço visual e nunca competindo com o símbolo principal da marca ou com o conteúdo das peças de comunicação. Por isso, recomenda-se aplicá-los com cautela, evitando excessos que possam comprometer a clareza das informações.

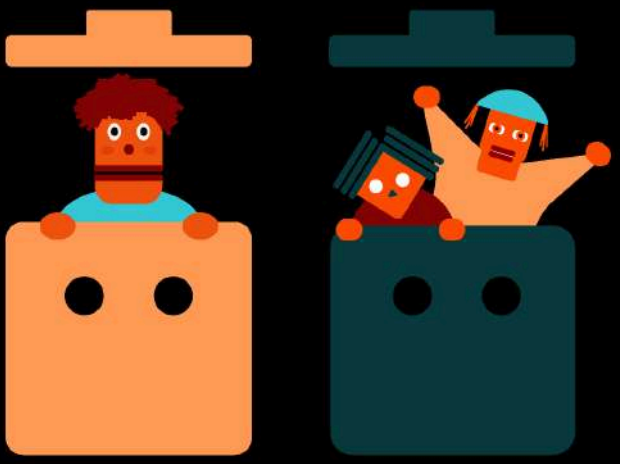


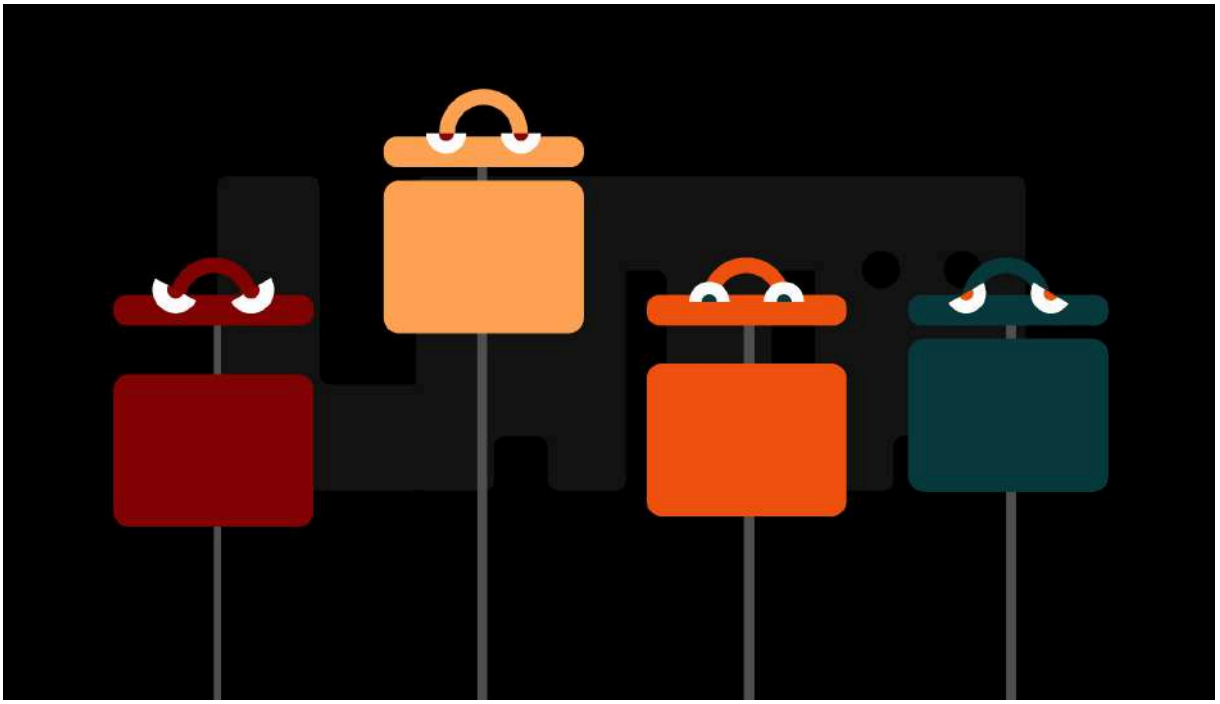


As seguintes ilustrações foram feitas com base no teatro de bonecos popular brasileiro. Serviram de inspiração o boneco mamulengo e o boneco de luva.



A lata poderá ser utilizada como elemento auxiliar para formar composições, como bonecos, textos e fotos que "saem" de dentro dela.






Ilustrações baseadas no teatro de objetos e
no teatro lambe-lambe.

Ilustrações baseadas no teatro de máscaras.



As molduras abaixo podem ser usadas para representar sombras e luz. Outras formas podem ser criadas livremente.



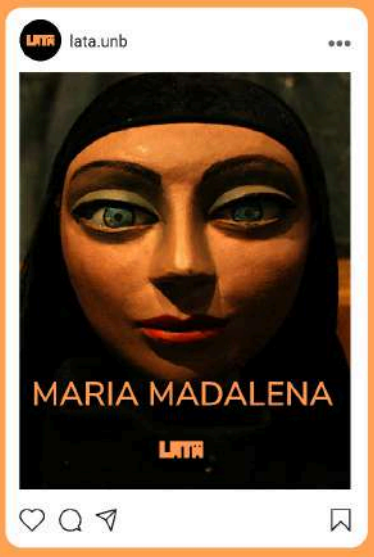
Grafismos

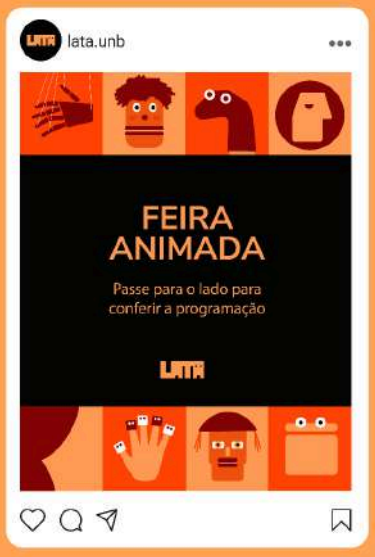
Aplicações

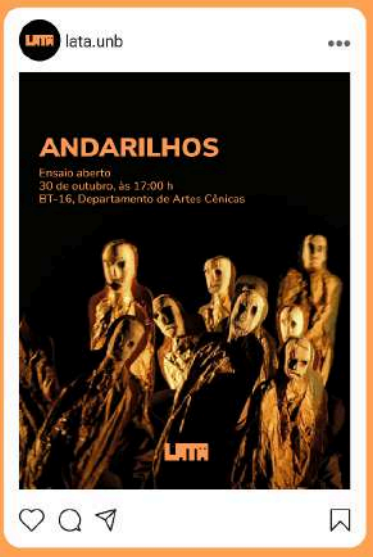
Os mockups apresentados exemplificam situações de uso em suportes diversos. Essas simulações não representam peças finais, mas indicam diretrizes de uso e ajudam a visualizar o impacto da marca no ambiente em que será inserida.



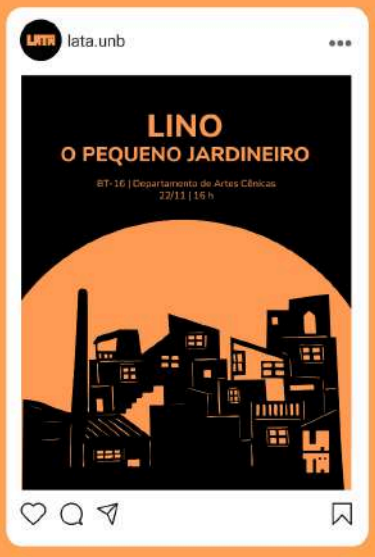



lata.unb
MARIA MADALENA

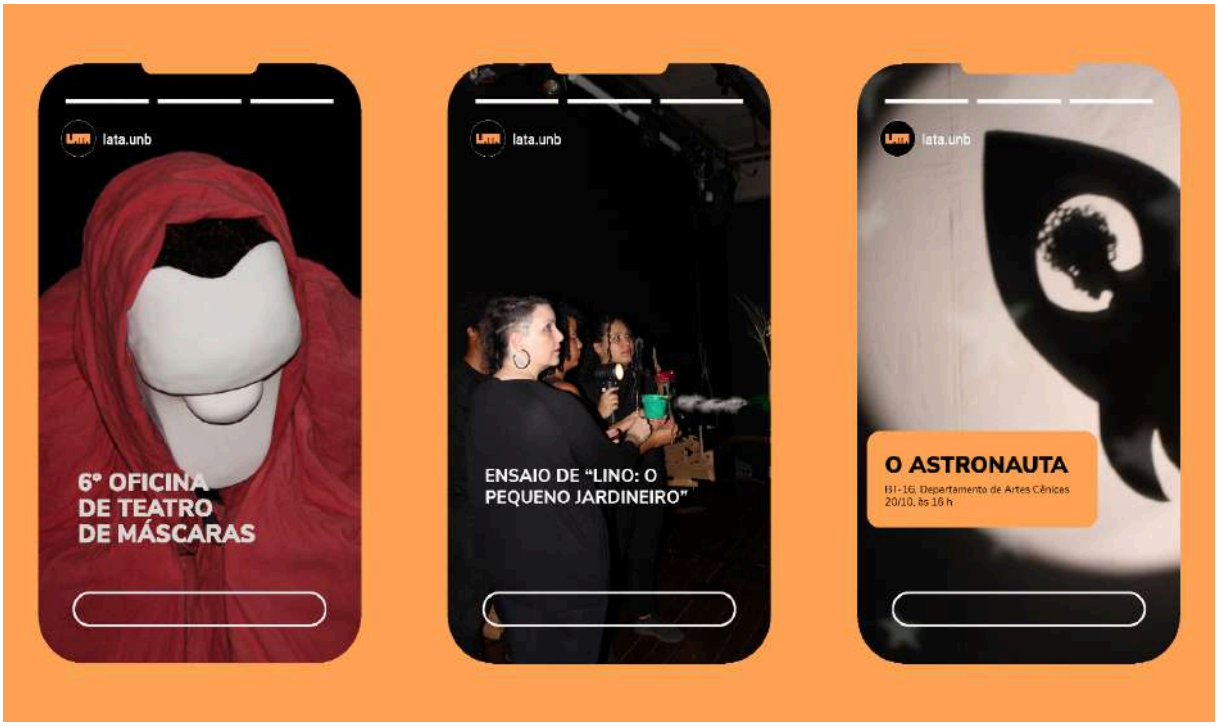

lata.unb
FEIRA ANIMADA
Passe para o lado para conferir a programação


lata.unb
ANDARILHOS
Ensaio aberto
30 de outubro, às 17:00 h
BT-16, Departamento de Artes Cênicas


lata.unb
OFICINA DE TEATRO DE ANIMAÇÃO
18 de setembro, às 20 h
Caixa Cultural Brasília | Setor Bancário Sul


lata.unb
LINO
O PEQUENO JARDINEIRO
BT-16 | Departamento de Artes Cênicas
22/11 | 16 h


lata.unb
CONHEÇA A EQUIPE DO LATA


lata.unb
6º OFICINA
DE TEATRO
DE MÁSCARAS
lata.unb
ENSAIO DE "LINO: O
PEQUENO JARDINEIRO"
lata.unb
O ASTRONAUTA
B1-16, Departamento de Artes Cênicas
20/10, às 16 h


LATA
LATA
LATA






BREVE HISTÓRIA
DO TEATRO DE
ANIMAÇÃO


TORUGO
Ator
ANNA LÍVIA
Atriz








OFICINA DE TEATRO DE MÁSCARAS
2ª MOSTRA DE TEATRO DE BONECOS
ICC Sul
As 10 h | 30 de novembro