



4 de fevereiro de 2025

## EDITAL DE TRANSFERÊNCIA INTERNA 2024/2025

O café desempenha um papel significativo na economia brasileira, sendo um dos principais produtos agrícolas do país, impactando a produção, o emprego, as exportações e o desenvolvimento regional, além de ser uma parte importante da cultura e da identidade nacional. O setor, entretanto, enfrenta desafios devido às mudanças climáticas, o que faz ganhar força um movimento em direção à cafeicultura sustentável, que busca minimizar os impactos ambientais e sociais.

Considerando as Leis da Gestalt enunciadas abaixo, bem como os componentes que constituem uma marca – símbolo, logotipo e cromatismo – analise graficamente as três marcas de cafés orgânicos e especiais<sup>1</sup> na folha em anexo, comentando em detalhe suas características visuais particulares e como os princípios da Gestalt incidem sobre elas, concluindo com uma reflexão geral comparativa do design visual do conjunto.

### LEIS DA GESTALT

**Unidade:** uma unidade formal pode ser identificada em um único elemento, que se encerra em si mesmo ou como parte de um todo.

**Segregação:** capacidade perceptiva de separar, identificar, evidenciar, notar ou destacar unidades em um todo compositivo ou em partes deste todo.

**Unificação:** verifica-se quando os princípios de harmonia, equilíbrio visual e coerência do estilo formal das partes ou do todo estão presentes numa composição.

**Fechamento:** sensação de fechamento visual da forma pela continuidade de uma ordem estrutural definida.

**Continuidade:** tendência de elementos de acompanharem uns aos outros, de maneira tal que permitam a continuidade de um movimento para uma direção já estabelecida.

**Proximidade:** elementos ópticos próximos uns dos outros tendem a ser vistos juntos e constituem um todo ou unidades dentro do todo.

**Semelhança:** estímulos semelhantes entre si, seja por forma, cor, tamanho, peso, direção e localização, terão maior tendência a ser agrupados, a constituir partes ou unidades.

**Pregnância da forma:** uma composição com alta pregnância tende para uma estrutura mais simples, mais equilibrada, mais homogênea e mais regular, favorecendo a facilidade de compreensão e a rapidez de leitura.

---

<sup>1</sup> As marcas de cafés foram aqui mencionadas em caráter estritamente didático, sem qualquer conotação publicitária ou comercial.

Obs: as marcas abaixo apresentam um elemento adicional, chamado tagline.



**ORFEU**

CAFÉS ESPECIAIS



**SANTA MONICA®**

CAFÉ GOURMET