



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS CABEDELO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

UM PORTFÓLIO DE IDEIAS:
Projetos de Design Gráfico ilustrados

ARTHUR CARVALHO WANDERLEY

CABEDELO
2025

ARTHUR CARVALHO WANDERLEY

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO:

Projetos de Design Gráfico ilustrados

Portfólio apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico.

Orientadora: Profª. Luciana Dinoá

CABEDELLO

2025

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

W245p Wanderley, Arthur Carvalho.

Um portfólio de ideias: projetos de design gráfico ilustrados. /Arthur

Carvalho Wanderley. - Cabedelo, 2025.

98f. il.: color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Design Gráfico) – Instituto
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

Orientador(a) Profª. Luciana M. Dinoá Pereira.

1. Design gráfico. 2. Ilustração. 3. Portfólio. 4. Identidade visual.
5. Design de embalagem. I. Título.

CDU 741

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Arthur Carvalho Wanderley

UM PORTFÓLIO DE IDEIAS: Projetos de Design Gráfico ilustrados

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de tecnólogo(a) em Design Gráfico, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovada em 17 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Me. Luciana M. Dinoá Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Fabianne Azevedo dos Santos

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

■ Documento assinado eletronicamente por:

■ Luciana Mendonca Dinoa Pereira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 17/07/2025 17:10:35.

Fabianne Azevedo dos Santos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 17/07/2025 17:31:40.

Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 21/07/2025 17:48:56.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/07/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:



Código 735446

Verificador: b1d382fef5

Código de Autenticação:

Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772

<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

RESUMO

O portfólio é compreendido como uma compilação dos principais trabalhos desenvolvidos por um designer gráfico, com a finalidade de demonstrar sua atuação na prática acadêmica, assim como a aplicação de suas técnicas no campo profissional do design. Trata-se de um compilado visual que evidencia os processos utilizados e os resultados obtidos em seus projetos, ao longo de sua formação, funcionando também como um instrumento de avaliação da capacidade técnica e conceitual do profissional na elaboração de soluções projetuais. Este trabalho tem como objetivo apresentar as habilidades do designer Arthur Carvalho por meio da organização e exposição de dez projetos desenvolvidos durante sua trajetória acadêmica. Os projetos foram selecionados com o intuito de demonstrar a aplicação prática de suas técnicas de ilustração no contexto do design gráfico, evidenciando não apenas os resultados finais, mas também as etapas do processo criativo. A escolha dos trabalhos busca refletir a construção gradual de sua prática enquanto designer e a consolidação de um repertório técnico e metodológico adaptado. Os projetos foram elaborados com base em metodologias adaptadas pelo discente ao longo do curso, com o propósito de qualificar cada etapa do processo de desenvolvimento e potencializar os resultados obtidos. A adoção dessas metodologias personalizadas permitiu maior autonomia na condução dos projetos, bem como uma melhor adequação às demandas específicas de cada proposta. Como resultado, este Trabalho de Conclusão de Curso tem por finalidade apresentar os dez projetos considerados mais significativos dentro da produção do designer, todos eles com a ilustração como elemento estruturante do processo criativo. Esses projetos contemplam aplicações em áreas de interesse como o design de embalagens e o desenvolvimento de identidades visuais, demonstrando a versatilidade e a relevância dessas técnicas no contexto do design contemporâneo.

Palavras-chave: design gráfico, ilustração, portfólio, identidade visual, design de embalagens.

ABSTRACT

The portfolio is understood as a compilation of the main works developed by a graphic designer, with the purpose of demonstrating their performance in academic practice, as well as the application of their techniques in the professional field of design. It is a visual collection that highlights the processes used and the outcomes achieved in their projects throughout their academic formation, also functioning as an assessment tool of the designer's technical and conceptual abilities in developing project-based solutions. This work aims to present the skills of designer Arthur Carvalho through the organization and exhibition of ten projects developed during his academic journey. The selected projects were chosen to demonstrate the practical application of his illustration techniques within the context of graphic design, emphasizing not only the final results but also the stages of the creative process. The selection of works seeks to reflect the gradual construction of his practice as a designer and the consolidation of an adapted technical and methodological repertoire. The projects were carried out based on methodologies adapted by the student throughout the course, with the purpose of qualifying each stage of the development process and enhancing the results obtained. The adoption of these customized methodologies allowed for greater autonomy in conducting the projects, as well as better alignment with the specific demands of each proposal. As a result, this Final Undergraduate Project aims to present the ten most significant projects within the designer's body of work, all of which feature illustration as a structuring element of the creative process. These projects include applications in areas such as packaging design and the development of visual identities, demonstrating the versatility and relevance of these techniques within the context of contemporary design.

Keywords: graphic design, illustration, portfolio, visual identity, packaging design.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente aos meus pais Vania dos Santos e Abelardo Wanderley e meus irmãos por estarem ao meu lado a todo o momento, sem vocês não conseguiria estar onde estou, todas as minhas conquistas e felicidade são compartilhadas com vocês.

Agradeço também aos amigos que fiz durante o curso, a presença de vocês é essencial para mim dentro e fora do campus, ter conhecido vocês melhorou a experiência e guardarei para sempre todas essas lembranças com muito carinho.

Agradeço ao meu companheiro Guilherme Silva pelo apoio incondicional e incentivo para a realização dos meus objetivos, suas ações foram de suma importância e sou profundamente grato a tudo que fez por mim.

Agradeço a orientadora Luciana Dinoá pela dedicação e o trabalho aplicado a meu projeto, obrigado pelo profissionalismo e compreensão.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Fluxograma Metodologia Design Thinking.....	12
Figura 2: Mood Board. SUQIM.....	14
Figura 3 Esboço personagens SUQUIM.....	16
Figura 4: Esboço Maracujá. SUQIM.....	17
figura 5: Esboço maçã. SUQIM.....	18
Figura 6: Esboço guaraná e açaí. SUQIM.....	18
Figura 7 Paleta de cores personagens SUQIM.....	20
figura 8: Personagem Maçã verde. SUQIM.	20
Figura 9:Personagens Açaí e Guaraná. SUQUIM.....	21
Figura 10 Demonstração da fonte Righteous.....	22
Figura 11: Layout do produto. SUQIM.....	23
Figura 12: Mockup do produto. SUQIM.....	24
Figura 13: Mockup do produto. SUQIM.....	24
Figura 14 Designers Arthur Carvalho e Bárbara Viégas LADA.....	25
Figura 15 SUQUIM LADA.....	25
Figura 16 moodboard Extra.....	27
Figura 17 Paleta de cores EXTRA.....	28
Figura 18 Demonstração da fonte Anton Regular.....	29
Figura 19 Demonstração da fonte Pledge Heavy.....	29
Figura 20 Desenvolvimento do personagem para o suco EXTRA.....	30
Figura 21 Desenvolvimento do personagem para o suco EXTRA.....	30
Figura 22 Diagramação EXTRA.....	31
Figura 23 Mockup EXTRA.....	31
Figura 24 Divulgação do produto nas redes sociais.....	32
Figura 25 Mood board de referências do projeto encarte.....	34
Figura 26 Esboço trabalho encarte	35
Figura 27 ilustração finalizada encarte.....	36
Figura 28 Mockup Encarte vinil.....	37
Figura 29 Mockup Encarte.....	37
Figura 30 mockup Encarte.....	38
Figura 31 Antiga embalagem Tupã.....	40
Figura 32 painel de referências visuais Tupã.....	41
Figura 33 mood board Tupã.....	42
Figura 34 Esboço Ilustrações embalagens Tupã.....	43
Figura 35 Ilustrações Tupã.....	43
Figura 36 Paleta de cor Tupã.....	44
Figura 37 Demonstração da fonte Basique Pro.....	45
Figura 38 Diagramação embalagem Tupã sabor Menta.....	45
Figura 39 Diagramação embalagem Tupã sabor Flor de sal.....	46
Figura 40 Diagramação embalagem Tupã Pimenta.....	46

Figura 41 Mockup Tupã.....	47
Figura 42 Mockup Tupã.....	47
Figura 43 Mockup Tupã.....	48
Figura 44 Referências visuais utilizadas para o projeto.....	50
Figura 45 Primeira versão do projeto.....	51
Figura 46 Ícones mapa ilustrado PBTUR.....	52
Figura 47 Paleta de cores Empres PBTUR.....	52
Figura 48 Versão final do mapa PBTUR, primeiro slide.....	53
Figura 49 Versão final mapa PBTUR, segundo slide.....	53
Figura 50 mockup apresentação PBTUR.....	54
Figura 51 - Painel semântico ilustrativo.....	56
Figura 52 Desenho da elevação da parede Igreja Farol.....	57
Figura 53 Desenho da elevação da parede Igreja Farol.....	57
Figura 54 Esboço Mural ilustrado.....	57
Figura 55 Vetorização das ilustrações.....	58
Figura 56 Paleta de cores Farol.....	58
Figura 57 Vetorização Painel Farol.....	59
Figura 58 Aplicação do projeto.....	60
Figura 59 Aplicação do projeto.....	60
Figura 60 painel de referências menino do dedo verde.....	62
Figura 61 fotografia da ilustração em papel.....	63
Figura 62 ilustrações o menino do dedo verde.....	64
Figura 63 Capa o menino do dedo verde.....	65
Figura 64 Diagramação o menino do dedo verde.....	65
Figura 65 Mockup O menino do dedo verde.....	66
Figura 66 Mockup ilustração dupla página o menino do dedo verde.....	67
Figura 67 Mockup capa O menino do dedo verde.....	67
Figura 68 Mood Board Choco bus.....	69
Figura 69 Esboço selecionado Choco bus.....	70
Figura 70 Esboços cenários ChocoBus.....	70
Figura 71 processo de Vetorização das ilustrações.....	71
Figura 72 Ilustração Finalizada Cau Choco Bus.....	72
Figura 73 Ilustração Finalizada personagens Choco Bus.....	72
Figura 74 Ilustração Finalizada Cenários Choco Bus.....	73
Figura 75 Mockup Choco Bus.....	73
Figura 76 Referências visuais Pulse 2023.....	75
Figura 77 Moodboard Projeto Pulse 2023.....	75
Figura 78 Maria dos Mares Pulse 2023.....	76
Figura 79 Logo Pulse 2023.....	77
Figura 80 logos Pulse2023.....	77
Figura 81 paleta de cores Pulse 2023.....	78

Figura 82 Primeira Versão Mapa Ilustrado Pulse.....	79
Figura 83 segunda versão do mapa pulse 2023.....	79
Figura 84 Mockup pulse 2023.....	80
Figura 85 Mockup pulse 2023.....	80
Figura 86 Mockup pulse 2023.....	81
Figura 87 Mockup pulse 2023.....	81
Figura 88 Mood Board VOE.....	83
Figura 89 Esboço Logo Voe.....	84
Figura 90 Logo Voe.....	84
Figura 91 Paleta de cores VOE.....	85
Figura 92 Aplicação da logo à paleta de cor VOE.....	86
Figura 92 Mockup VOE.....	87
Figura 93 Fotografia do Congresso VOE.....	87
ANEXOS.....	90

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	11
2. METODOLOGIAS.....	12
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS	
3.1. Design de Embalagem	
3.1.1. SUQUIM - Ilustração em design de embalagem.....	13
3.1.2 Suco de EXTRA – Ilustração.....	25
3. Desenvolvimento.....	26
3.1.3 Encarte Ilustrada: Design gráfico e ilustração conceitual.....	32
3.1.4 – Tupã: Redesign de embalagem para chocolate artesanal.....	38
3.2. Ilustração	
3.2.1 Mapa Ilustrado PBTUR - Ilustração.....	47
3.2.2 Murais ilustrados Farol Kids - Ilustração.....	53
3.2.3 Projeto Editorial “O Menino do Dedo Verde” – Ilustração editorial e diagramação.....	59
3.2.4 – ChocoBus: Ilustração de personagens e cenários para tour turístico.....	66
3.3. Identidade Visual	
3.3.1 Projeto Pulse- Identidade Visual e Mapa Ilustrado.....	72
3.3.2 Projeto VOE Identidade Visual.....	80
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
REFERÊNCIAS.....	87
Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico.....	88
Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico.....	90
Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico.....	91

1. APRESENTAÇÃO

Com o avanço das tecnologias digitais e o fácil acesso às mídias online, o Design Gráfico se consolida como um campo profissional essencial e em constante expansão. A crescente demanda por comunicação visual eficiente torna indispensável a presença de profissionais qualificados, capazes de atender às exigências de um mercado competitivo e em constante transformação.

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) consiste na elaboração de um portfólio acadêmico, composto por dez projetos que envolvem ilustração desenvolvidos ao longo do curso de Tecnologia em Design Gráfico, oferecido pelo Instituto Federal da Paraíba – Campus Cabedelo. Os trabalhos aqui reunidos contemplam experiências acadêmicas e profissionais, com foco nas áreas de ilustração, identidade visual e design de embalagens, que refletem o interesse particular do designer Arthur Carvalho Wanderley por soluções visuais funcionais.

A identidade visual e o design de embalagens são áreas fundamentais no campo do design gráfico, pois contribuem diretamente para a construção da imagem de uma marca e para sua percepção no mercado. A identidade visual envolve a criação de elementos como logotipo, símbolo, paleta cromática e tipografia, capazes de representar a essência da marca de forma coesa e estratégica. O design de embalagens, por sua vez, alia estética e funcionalidade, promovendo o produto e otimizando sua comunicação com o público. A ilustração, enquanto recurso visual, complementa esses elementos ao agregar expressividade, originalidade e sensibilidade estética aos projetos, sobretudo em propostas com apelo lúdico ou narrativo.

Cada projeto apresentado neste portfólio será descrito detalhadamente, com ênfase nas ilustrações confeccionados no projetos, sua metodologia é definida em quatro aspectos principais da metodologia Design Thinking (2010) de acordo com Tim Brown aplicada à problemática central, o *briefing* do cliente e as referências que embasaram o processo criativo, o método é uma coletânea de outras metodologias que se unificam em um método prático e flexível. Ao longo dos capítulos, será possível observar o uso de abordagens diferenciadas e interativas, capazes de se adaptar às especificidades de cada demanda, bem como a evolução técnica e conceitual do designer ao longo de sua formação.

Os projetos apresentados neste TCC estão dispostos à consulta no portfólio digital do designer no site Behance através do link <https://www.behance.net/arthurcarvalho22>.

2. METODOLOGIAS

A construção de um portfólio acadêmico exige a seleção criteriosa dos trabalhos mais representativos do traço do autor, acompanhada de uma descrição clara dos métodos utilizados. Segundo Heller (2015), essa curadoria é essencial para que o designer demonstre habilidades técnicas, criatividade e capacidade de construir narrativas visuais.

Para definir os dez projetos que compõem o portfólio, foram utilizados critérios como afinidade com as áreas temáticas, presença de ilustração durante a formação acadêmica e demonstração de evolução profissional. Esses critérios orientaram a escolha de trabalhos que refletem a experiência e o desenvolvimento de Arthur Carvalho como designer gráfico.

Para o desenvolvimento dos projetos selecionados para este trabalho de conclusão de curso, adotou-se a metodologia do Design Thinking, conforme Brown (2010), que organiza o processo criativo em etapas iterativas, promovendo empatia, experimentação e foco no usuário.

A etapa de **imersão** envolve a coleta de informações sobre o contexto, público-alvo. Na **ideação** do problema, é feito o levantamento de ideias para a problemática envolvendo a etapa de *Brainstorming*. A etapa de Prototipação é a fase de desenvolvimento de alternativas práticas para a resolução do problema e a fase de **Implementação** se dá pela aplicação prática da resolução desenvolvida para o projeto.

Figura 1 Fluxograma Metodologia Design Thinking



Fonte: Autoria Própria

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. Design de Embalagem

3.1.1. SUQUIM - Ilustração em design de embalagem

Categoria: Design de embalagem.

Disciplinas:Planejamento visual II

Semestre: 2023.2

Temática: Ilustração

Método: Design Thinking

Equipe:Arthur Carvalho, Bárbara Viégas.

Problematização

O projeto desenvolvido na disciplina de Planejamento Visual II, no semestre 2023.2, no Instituto Federal da Paraíba – Campus Cabedelo, sob orientação da Professora Raquel Rebouças, teve como objetivo a criação de uma embalagem fictícia para um produto alimentício, com *briefing* definido pelos próprios integrantes da equipe. A proposta deveria ser concebida no formato de caixa ou lata, respeitando as regulamentações vigentes para o setor alimentício.

A atividade propôs a aplicação das normas exigidas pela Anvisa, incluindo a inserção obrigatória de informações como tabela nutricional, código de barras, Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) e data de validade. Como parte do processo, exigiu-se a apresentação prévia da proposta conceitual por meio de um painel semântico, desenvolvido pela dupla responsável, acompanhado da definição clara do público-alvo.

Este projeto teve como finalidade promover a compreensão e aplicação prática dos processos de design adaptados às exigências do mercado alimentício, bem como estimular o desenvolvimento de uma identidade visual autoral aplicada a um produto fictício.

Etapa 1 - Ideação

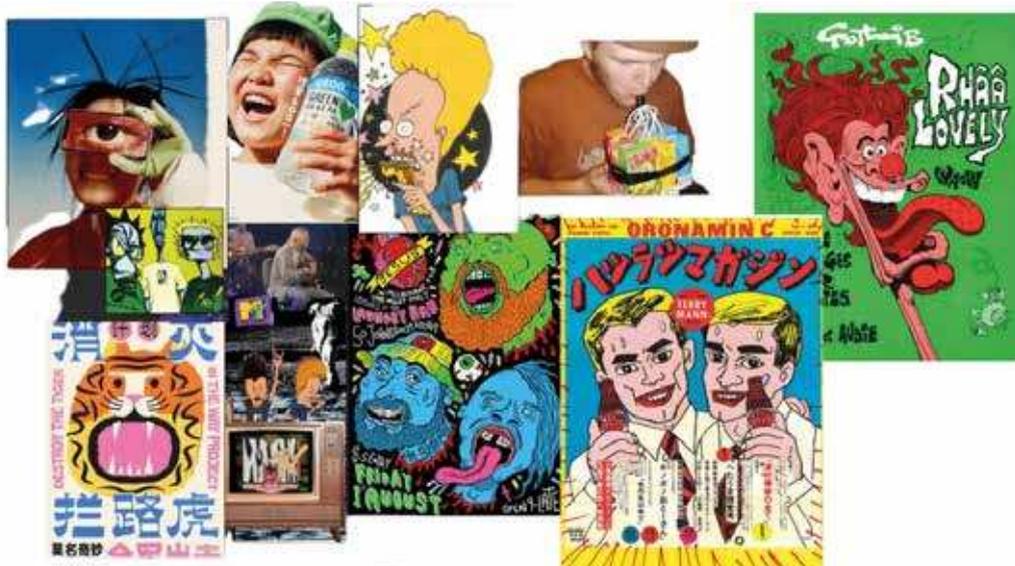
O desenvolvimento do projeto de embalagem para suco teve início com a ideia da dupla de estudantes de criar personagens desproporcionais e expressivos, com o objetivo de expressar humor e curiosidade. A dupla optou por utilizar sabores de suco já existentes no mercado, de modo a facilitar a criação de personagens que estivessem em sintonia com a proposta do produto.

Para orientar o desenvolvimento criativo do projeto, foi elaborado um *mood board*¹ detalhado, que definiu o público-alvo como sendo jovem e dinâmico, além de estabelecer a direção visual baseada em referências do estilo artístico da década de 1980 e 1990 e elementos do passado, especialmente aquele presente em emissoras da época como a “MTV²”. A partir da definição do público-alvo, foi criado o nome do produto: “SUQUIM”, uma abreviação do termo “suquinho”, escolhida por seu uso recorrente na língua portuguesa como forma afetiva de nomear algo considerado querido.

¹ Um *mood board*, também conhecido como painel semântico ou quadro de humor, é uma ferramenta visual utilizada para apresentar e comunicar ideias e conceitos de um projeto. Fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/moodboard/>

² MTV, significa Music Television, é uma rede de televisão por assinatura americana, originalmente criada para exibir vídeos e programação relacionada, guiada por personalidades conhecidas como VJs (video jockeys). Atualmente, a MTV expandiu sua programação para incluir reality shows, comédias, animações e blocos de vídeos, direcionados principalmente ao público adolescente. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/MTV>.

Figura 2: Mood Board. SUQIM.



Fonte: Autoria própria

Para a proposta da embalagem, foi planejada a criação de personagens que remetem ao sabor de cada suco. Foram desenvolvidos quatro personagens para representar três sabores: maracujá, maçã-verde, e uma embalagem compartilhada entre os sabores de açaí e guaraná. Cada personagem foi concebido com uma personalidade própria, contribuindo para a construção da narrativa cômica presente na identidade visual da marca.

O uso de cores vibrantes, distorções exageradas nas formas dos personagens e a aplicação da textura visual *halftone*³ e o uso da embalagem em formato caixa, como usado antigamente, foram recursos essenciais para transmitir a sensação de nostalgia e a comicidade pretendida com o projeto.

Dessa forma, “SUQIM” surgiu como uma marca fictícia criada especificamente para a disciplina, cuja embalagem tem como objetivo resgatar a memória afetiva do suco de caixinha entre o público jovem, combinando elementos da cultura pop com um humor

³ Os *halftones* são usados para converter imagens (como fotografias, desenhos, logotipos ou gráficos) a partir de tons contínuos que você vê em um monitor em um padrão de pontos que uma impressora pode colocar no papel. Curvas de transferência de tons são usadas para modificar os valores de um determinado componente de cor e, assim, ajustar a aparência de algumas das cores. Por exemplo, você pode aplicar uma curva de transferência de tom para enfatizar as partes mais brilhantes de uma imagem.

Fonte:
<https://www.ibm.com/docs/pt-br/i/7.5.0?topic=concepts-halftones-tone-transfer-curves>

irreverente.

Etapa 2 - Desenvolvimento

Com os sabores e a identidade visual definidos, iniciou-se a etapa de desenvolvimento dos personagens e a diagramação do produto final. As ilustrações foram inicialmente concebidas para ocupar todas as laterais da embalagem, com o objetivo de atrair a atenção do consumidor independentemente da posição em que o produto estivesse exposto. Para cada embalagem, foram estabelecidas duas ilustrações principais, correspondentes à frente e às costas do produto, além de duas ilustrações adicionais para as laterais, que funcionam como elementos de apoio e complementam visualmente as informações obrigatórias exigidas no projeto.

O desenvolvimento dos personagens teve como base os próprios sabores dos sucos, sendo atribuídas a cada um características associadas à respectiva fruta, de modo a conferir profundidade às personalidades criadas. As formas distorcidas foram utilizadas para intensificar as expressões dos personagens e torná-los mais caricatos. O uso de cores saturadas e da textura *halftone* foi aplicado com o intuito de tornar a proposta mais atrativa ao público-alvo fictício, além de incorporar elementos visuais como espirais e grafismos que direcionam o olhar do consumidor para as ilustrações.

Todas as ilustrações foram distribuídas ao redor do corpo da embalagem seguindo um sistema padronizado para todas as versões do produto, a fim de manter a sensação de unidade entre os itens da marca. Foram designadas ilustrações principais para a frente e o verso das embalagens, enquanto as laterais receberam ilustrações de apoio, cuja função é harmonizar com as informações obrigatórias do rótulo.

Figura 3 Esboço personagens SUQUIM



Fonte: autoria própria

A Figura 3 apresenta parte do processo de experimentação e construção visual dos personagens aplicados no produto final. Esse processo foi fundamental para a adequação das ilustrações às proporções e limitações do formato da embalagem, permitindo ajustes nas poses, composições e elementos gráficos, de modo a garantir a coerência visual e funcionalidade nas diferentes faces da caixa.

As figuras acima demonstram o processo de desenvolvimento dos personagens presentes na embalagem. Cada personagem foi pensado com uma personalidade própria que remetesse algo da época assim como características presentes na fruta

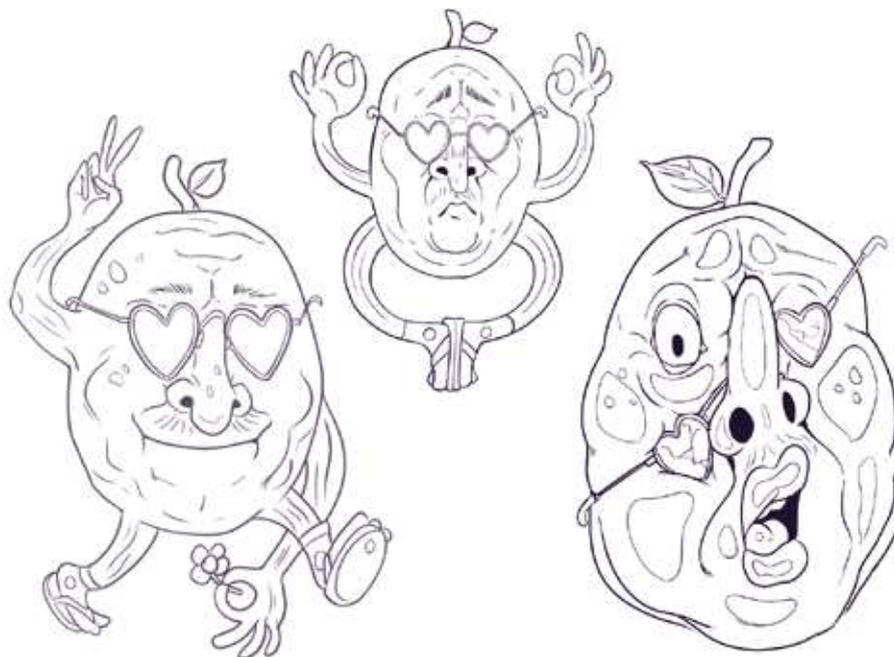
Para o personagem Maracujá foi adotado o conceito de calma e leveza, em referência às propriedades relaxantes associadas à fruta. Para reforçar esse conceito, foram incluídos elementos visuais relacionados ao estereótipo do movimento *hippie*⁴, com o objetivo de incorporar referências nostálgicas à construção do personagem

⁴Caracteriza-se por roupas largas e leves, de cores vibrantes com elementos psicodélicos, além de acessórios como brincos, colares, pulseiras, lenços e headbands. Esse estilo reflete valores de liberdade, paz e amor, e é associado a uma filosofia de vida que defende o fim do consumismo e a vida em comunidade .

fonte:

https://amaro.com/blogs/inspire/glossrio-fashion-estilo-hippie?srltid=AfmBOoppJQGMZtOBye_WKAIKpfoT wFXrGYcI9xh0Is8UDo2OZ3XqM0RF&utm_source=chatgpt.com

Figura 4: Esboço Maracujá. SUQIM



. Fonte: Autoria própria..

O personagem Maçã Verde foi desenvolvido com base na proposta de representar figuras idealizadas presentes nas mídias da década de 1990, especialmente os estereótipos de galãs caricatos. Como referência principal, foram utilizadas animações da época, como *Johnny⁵ Bravo*, que serviram de base para a construção da postura corporal, expressões faciais e linguagem visual do personagem. A escolha por esse perfil teve como objetivo reforçar a estética nostálgica da embalagem e manter a coerência com o conceito geral do projeto.

⁵**Johnny Bravo** é um desenho animado criado por Van Partible e exibido pelo Cartoon Network entre 1997 e 2004. A série acompanha um personagem vaidoso, musculoso e atrapalhado, que tenta conquistar mulheres, mas sempre falha. É uma paródia de estereótipos masculinos, com influências de Elvis Presley e James Dean, e traz humor voltado ao público jovem e adulto.

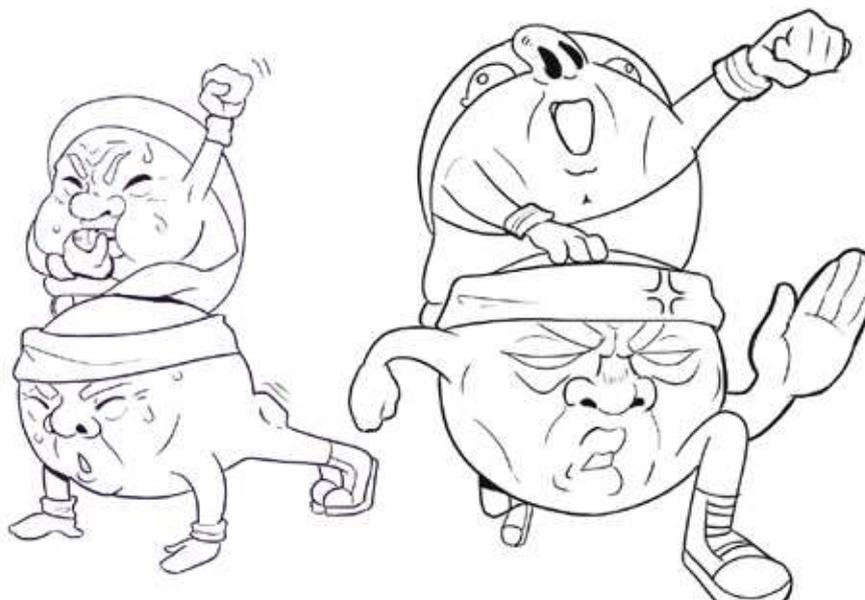
figura 5: Esboço maçã. SUQIM



Fonte: Autoria própria

Os personagens Açaí e Guaraná foram concebidos como uma dupla que remete aos programas de atividade física transmitidos na televisão durante a década de 1980. A proposta partiu da ideia de criar um suco com propriedades energéticas, representadas visualmente por dois personagens com características atléticas e comportamentos dinâmicos. O desenvolvimento desses personagens buscou associar movimento constante e disposição, reforçando o conceito de vitalidade e alinhando-se ao posicionamento do produto como uma opção energizante dentro da linha fictícia.

Figura 6: Esboço guaraná e açaí. SUQIM.



Fonte: Autoria própria.

A identidade visual da embalagem do suco SUQUIM foi construída a partir de uma paleta cromática contrastante, com o objetivo de destacar o produto e realçar o aspecto despojado e irreverente. A seleção das cores desempenha um papel fundamental na construção do apelo visual do produto e está alinhada ao público-alvo fictício do projeto.

O roxo Blue Gem (RGB 114, 45, 207)(CMYK 45, 78, 0, 19) é a cor predominante nas tipografias no traços das ilustrações e elementos gráficos centrais entre elementos presentes em todos os personagens. Sua escolha está associada ao destaque incomum da cor e evoca o sentimento de inovação e versatilidade.

As cores utilizadas para as frutas em geral como o amarelo Star Ship(RGB 255, 240, 4), (CMYK 0, 6, 98, 0) para o maracujá o Vermelho Carnation (RGB 242, 92, 105; CMYK 0, 62, 57, 5) para o guaraná, o Roxo Medium Purple (RGB 166, 113, 218; CMYK 24, 48, 0, 15) para o açaí e o verde Screamin' Green (RGB 107, 242, 128; CMYK 56, 0, 47, 5). representam as cores reais das frutas em um tom mais saturado para condizer com as ilustrações, além do uso de outras cores para compor suas folhas e acessórios como Chelsea Cucumber (RGB 122, 180, 88; CMYK 32, 0, 51, 29) e Electric Violet (RGB 239, 22, 241; CMYK 1, 91, 0, 5)..

Além disso, o projeto utiliza preto para textos técnicos e informações obrigatórias, garantindo alta legibilidade e a regularidade com as normas do mercado, e branco como base para áreas de respiro e equilíbrio visual.

Figura 7 Paleta de cores personagens SUQIM.



Fonte: Autoria Própria.

figura 8: Personagem Maçã verde. SUQIM.



Fonte: Desenvolvido por Arthur Carvalho e Bárbara Viégas.

Figura 9: Personagens Açai e Guaraná. SUQUIM.



Fonte: Desenvolvido por Arthur Carvalho e Bárbara Viegas.

A embalagem do suco foi desenvolvida com base em um modelo retangular convencional, amplamente utilizado no mercado, com o objetivo de priorizar a funcionalidade e a clareza na apresentação do produto. A proposta não buscou inovações estruturais na forma da embalagem, concentrando os esforços de diferenciação nas ilustrações aplicadas, responsáveis por atrair a atenção do consumidor.

A composição gráfica da embalagem adota fundo branco como base, favorecendo o contraste e a legibilidade dos elementos visuais. Cada versão conta com três ilustrações principais: uma vista frontal com os personagens em corpo inteiro, uma vista posterior em close com expressões ampliadas e uma ilustração lateral complementar, pensada para equilibrar a composição visual junto às informações obrigatórias.

A escolha da fonte Righteous se dá pelo seu formato arredondado, ajudando a harmonizar com as ilustrações e se destacando do fundo branco.

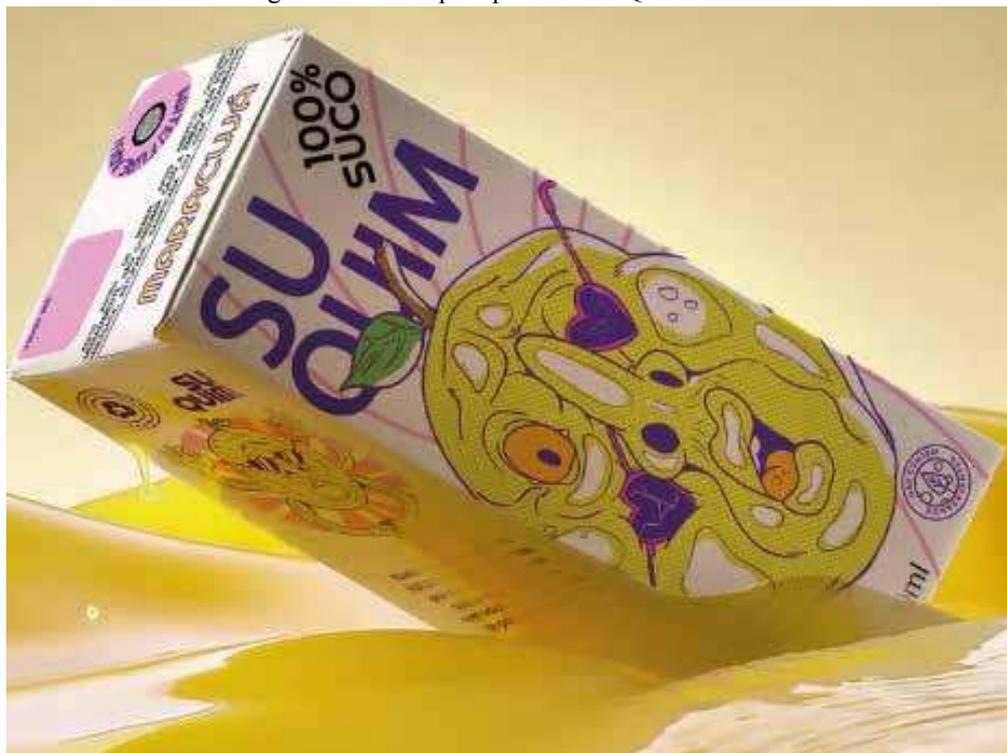
Figura 10 Demonstração da fonte Righteous.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

Fonte: Autoria própria

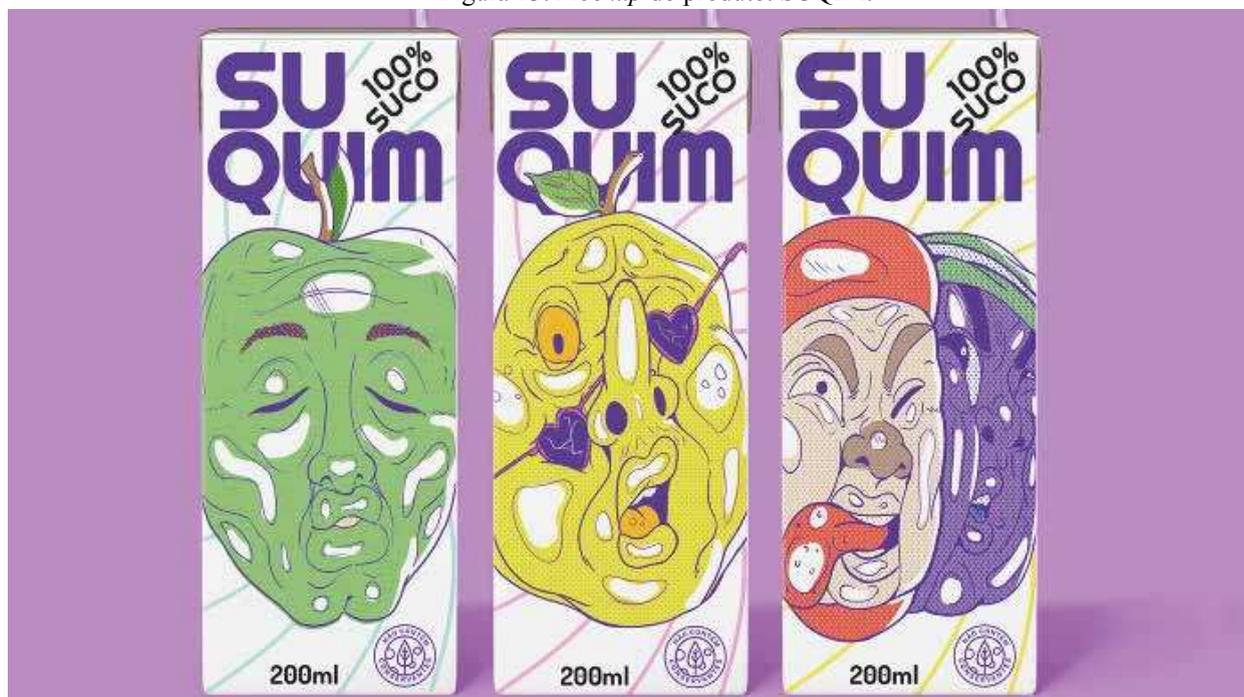
O *layout* das embalagens foi padronizado entre os diferentes sabores, sendo alteradas apenas as ilustrações de acordo com o personagem correspondente a cada suco, garantindo assim uma unidade visual entre os produtos da linha. Para reforçar o foco na identidade visual e destacar os elementos centrais, foram incorporados grafismos direcionais, como espirais, que conduzem o olhar do consumidor para as áreas de maior relevância na composição.

Figura 12: Mockup do produto. SUQIM.



Fonte: Autoria própria

Figura 13: Mockup do produto. SUQIM.



Fonte: Autoria Própria

O projeto “SUQUIM” foi premiado como projeto estudantil de destaque na área de Ilustração e embalagem no prêmio **LADA** (Latin American Design Awards) em 2024, através da inscrição gratuita ofertado ao IFPB, o projeto fictício se tornou um marco para a carreira dos designers se tornando uma enorme conquista pessoal e profissional.

Figura 14 Designers Arthur Carvalho e Bárbara Viégas LADA



Fonte: Autoria Própria

Figura 15 SUQUIM LADA



Fonte: Autoria Própria

3.1.2 Suco de EXTRA – Ilustração

Categoria: Design de embalagem.

Empresa: Frutatto

Data: 06.2024

Temática: Ilustração

Método: Design Thinking

Equipe: Arthur Carvalho

1. Problematização

A empresa de *branding*⁷ design WFB D foi contratada pela empresa Frutatto Ltda com o objetivo de redesenhar as embalagens dos produtos da marca. O projeto desenvolvido pelo designer Arthur Carvalho foi o suco energético à base de guaraná. A proposta central do projeto consistiu em posicionar o produto no mercado, aproximando-o de um público mais jovem por meio do redesign da identidade visual, da embalagem e da criação de uma mascote representativa.

A Frutatto é uma empresa especializada na oferta de produtos naturais, como sucos e sorvetes. Sua comunicação adota um tom leve e acessível, reforçado pelo *slogan* “Vai uma fruta?”, que remete à naturalidade e à proximidade com o consumidor.

A estratégia de redesign buscou alinhar o produto às tendências contemporâneas, adotando uma linguagem visual vibrante, dinâmica e conectada ao estilo de vida ativo e saudável. Foi solicitada a criação de uma mascote que deveria extrapolar a função meramente decorativa, atuando como um elemento de comunicação essencial para transmitir os atributos do produto: energia, praticidade, rapidez e frescor.

Tanto a embalagem quanto o personagem foram concebidos para dialogar diretamente com o público-alvo, por meio de cores vivas, formas fluidas e apelo estético contemporâneo. A comunicação visual foi pensada para gerar impacto imediato no ponto de venda, despertando curiosidade e fortalecendo a proposta do produto como uma opção energética e

⁷ Branding é o conjunto de estratégias e práticas usadas para criar e gerenciar a percepção de uma marca na mente dos consumidores. Envolve a gestão da identidade da marca, seus valores, mensagens e experiências, com o objetivo de construir uma reputação forte, aumentar o reconhecimento e gerar valor para a empresa e seus produtos ou serviços. Fonte: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/o-que-branding/>

refrescante, apresentada em um formato prático e acessível ao cotidiano do consumidor jovem.

2. Ideação

A primeira etapa do projeto consistiu em uma pesquisa aprofundada de referências visuais de embalagens voltadas ao público jovem. Essa pesquisa focou em cores vibrantes e contrastantes, destacando verdes e amarelos intensos para refletir a energia do guaraná. Foram exploradas formas dinâmicas que evocaram movimento, utilizando linhas curvas e grafismos. Também se considerou uma tipografia moderna, com letras *bold*⁸ que apresentassem contornos marcantes e estilos gráficos ousados para destacar a comunicação textual do produto. Com essa base de referência, avançamos para o design da mascote.

Figura 16 moodboard Extra



Fonte: Autoria própria

3. Desenvolvimento

O desenvolvimento da embalagem seguiu uma linha de design que centraliza a mascote como o elemento principal, interagindo com o logotipo e outros grafismos que complementam a identidade visual. A paleta de cores foi escolhida com base em tons que combinam o verde vibrante do guaraná com detalhes em amarelo e branco, criando uma

⁸ Escrito em negrito

sensação de frescor e energia. Texturas leves foram adicionadas para proporcionar profundidade e atratividade visual. O *layout* foi projetado com foco na funcionalidade e na praticidade, apresentando informações claras sobre o produto, incluindo seus benefícios energéticos e principais características. A comunicação visual buscou garantir que o produto se destacasse nas prateleiras e atraísse a atenção do consumidor de maneira imediata e eficaz.

Figura 17 Paleta de cores EXTRA



Fonte: Autoria Própria

A paleta cromática idealizada para a embalagem do suco energético *Extra* foi composta com base em cores vibrantes e contrastantes, com o intuito de comunicar energia, intensidade e frescor, em consonância com o posicionamento do produto. Foram utilizadas cinco cores principais, aplicadas de forma estratégica para garantir impacto visual e boa leitura das informações.

A cor branca atua como base e área de respiro, garantindo contraste entre os elementos gráficos. O Verde Apple (RGB 72, 173, 55; CMYK 58, 0, 68, 32) foi utilizado para dar destaque à embalagem. O tom de laranja médio Sea Buckthorn (RGB 244, 154, 48; CMYK 0, 37, 80, 4) comunica vitalidade, e representa a cor do suco, enquanto o vermelho vibrante Crimson (RGB 230, 21, 33; CMYK 0, 91, 86, 10) enfatiza energia e ação, aspectos diretamente associados ao conceito da bebida energética. Por fim, o vermelho escuro Roof Terracotta (RGB 173, 29, 32; CMYK 0, 83, 82, 32), atua como um reforço visual de profundidade, equilibrando a composição com um tom mais denso.

A combinação dessas cores contribuiu para a construção de uma identidade visual impactante, reforçando o apelo comercial da embalagem e dialogando diretamente com o público jovem consumidor do produto.

Quanto à tipografia, foram adotadas três fontes específicas para garantir coerência visual e funcionalidade. A fonte Anton Regular Italic foi escolhida como tipografia principal do produto, sendo sua versão itálica utilizada para reforçar a ideia de movimento e velocidade, em diálogo com a proposta energética da embalagem. Para os textos de apoio, foi

aplicada a fonte Pledge Heavy, cuja estrutura *bold* e arredondada contribui para a harmonia geral do design, mantendo uma linguagem visual compatível com a ilustração. Já os textos informativos e obrigatórios foram definidos em Arial preta, por se tratar de uma fonte legível, neutra e apropriada para atender às normas de rotulagem e regulamentação de produtos no mercado.

Figura 18 Demonstração da fonte Anton Regular



Fonte: Autoria própria

Figura 19 Demonstração da fonte Pledge Heavy

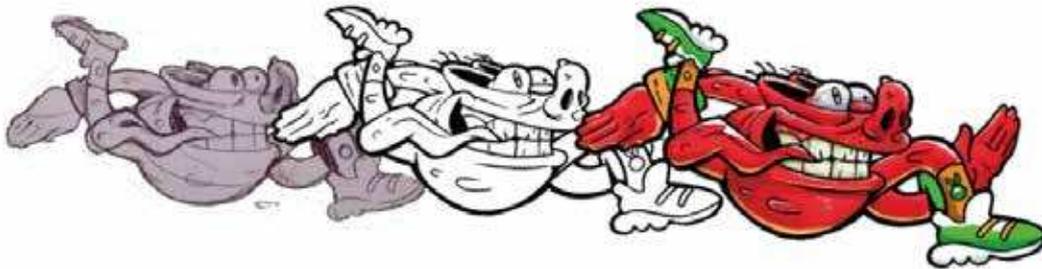
Pledge Heavy

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Fonte: Autoria própria

Na etapa de desenvolvimento da embalagem, foi proposta a utilização do fruto guaraná representado como um personagem ilustrado, ocupando a parte principal do rótulo. O personagem foi idealizado em uma pose de corrida, com o corpo formando visualmente um raio, a fim de simbolizar a energia transmitida pelo consumo do suco. A proposta buscou transmitir dinamismo e vitalidade de forma bem-humorada, tornando o produto mais atrativo para o público-alvo, especialmente consumidores jovens.

Figura 20 Desenvolvimento do personagem para o suco EXTRA



Fonte: Autoria própria.

Figura 21 Desenvolvimento do personagem para o suco EXTRA



Fonte: Autoria própria.

Na etapa de diagramação da embalagem, foi realizado o levantamento das informações nutricionais e obrigatórias, a fim de garantir conformidade com as exigências legais de rotulagem. Paralelamente, organizou-se a distribuição dos elementos gráficos, como ilustrações e tipografias, de modo a estruturar a identidade visual do produto de forma equilibrada e funcional. Como recurso complementar, foram aplicados grafismos no fundo da embalagem simulando a forma de um raio que é símbolo visualmente associado à energia e à

Figura 23 Mockup EXTRA



Fonte: Autoria própria

Figura 24 Divulgação do produto nas redes sociais.



Fonte: Autoria Própria.

3.1.3 Encarte Ilustrada: Design gráfico e ilustração conceitual

Categoria: Design de embalagem.

Disciplinas: Planejamento visual 3

Semestre: 2024.1

Temática: Ilustração

Método: Design Thinking

Aluno: Arthur Carvalho

Problematização

O projeto de criação de capa de disco ilustrada foi desenvolvido no contexto da disciplina de Planejamento Visual III, sob orientação da Professora Turla Alquete, durante o semestre letivo de 2024.1, no Instituto Federal da Paraíba – Campus Cabedelo. A proposta consistia em interpretar visualmente, por meio da linguagem da ilustração, as sensações, atmosferas e abstrações evocadas pela experiência de escuta de um álbum musical previamente escolhido pela Professora..

Como parte das diretrizes metodológicas da atividade, definiu-se que toda a produção visual deveria ser inédita e de autoria exclusiva do(a) estudante, sem o uso de referências visuais já associadas à banda ou artista, como capas anteriores ou fotografias promocionais. Essa restrição visava estimular a criação de um conceito gráfico autêntico e reflexivo, que expressasse subjetivamente o conteúdo sonoro do álbum, O Álbum da musicista Joyce Alane “Tudo é minha culpa”, retrata por meio de suas melodias seus problemas e sentimentos melancólicos, a proposta da atividade se manteve por meio do uso intencional de elementos como cor, tipografia, composição e narrativa imagética.

O projeto também demandava a adaptação do *layout* da arte criada para três diferentes formatos de distribuição: a mídia física em CD, a mídia analógica em vinil (LP) e a apresentação digital na plataforma *Spotify*. Essa exigência reforçava a necessidade de pensar o design de forma versátil, levando em conta as especificidades de cada suporte e o comportamento visual da arte em diferentes escalas e contextos de exibição.

ponto de ancoragem simbólica para a representação gráfica das emoções transmitidas ao longo do álbum.

Etapa 1 – Ideação

Durante a etapa inicial de imersão na obra musical, a escuta atenta e os debates em sala revelaram interpretações diversas. Entre elas, uma frase dita por um dos colegas que se destacou e acabou servindo como base para o desenvolvimento conceitual do projeto: “é como se a artista estivesse separando todos os seus problemas em caixas organizadoras”. Essa metáfora funcionou como um disparador criativo importante, norteando a construção visual da capa e oferecendo um

A partir da metáfora levantada na fase de pesquisa e levantamento de referências visuais, iniciou-se a concepção visual da capa com base na ideia de representação simbólica do autoconhecimento e do perdão. Foi idealizado o uso da pintura digital para acrescentar um ar artístico e cauteloso à obra. A imagem central foi pensada como uma pintura digital em que duas mãos seguram uma caixa de papelão, contendo em seu interior uma flor branca, elemento simbólico escolhido para representar o conceito de auto perdão.

Figura 25 *Mood board* de referências do projeto encarte



Fonte: Autoria própria

Etapa 2 – Desenvolvimento

A composição visual buscou trazer sensações de melancolia e introspecção, sensações essas presentes no álbum. Para isso, foram utilizados tons frios como o azul, para o fundo da

composição, além de cores menos saturadas nas áreas da pintura digital, contribuindo para a atmosfera sensível da imagem. A pintura foi inteiramente realizada em meio digital, adotando um estilo de ilustração mais solto e subjetivo.

O posicionamento dos elementos na capa foi pensado para manter o foco visual na caixa e na flor, centralizando o peso narrativo da composição. A ilustração principal da capa, composta pelas mãos, pela caixa de papelão e pela flor branca, passou por uma série de esboços digitais até alcançar a configuração ideal de equilíbrio visual. Os estudos preliminares permitiram testar diferentes gestualidades das mãos, texturas da caixa e composições cromáticas para garantir que o símbolo central, sendo a flor dentro da caixa, fosse compreendido de forma imediata e sensível.

Figura 26 Esboço trabalho encarte



Fonte: Autoria própria

A escolha por representar as mãos de forma humana, com traços realistas, contribuiu para reforçar a dimensão emocional do projeto. A flor branca, posicionada como único elemento natural dentro de uma embalagem crua e industrial, sugere delicadeza e cura, reforçando a narrativa construída pela trilha sonora do álbum. A tipografia criada pelo designer foi posicionada de forma a simular recortes feitos diretamente na caixa de papelão, permitindo que a arte e o texto se integrassem enquanto elementos visuais e simbólicos. O fundo azul, uniforme e levemente texturizado, contribuiu para valorizar o contraste com os elementos centrais da composição.

Figura 27 ilustração finalizada encarte



Fonte: Autoria Própria

Etapa 3 – Aplicação

A finalização do projeto da capa de disco ilustrada proporcionou ao designer a oportunidade de explorar a relação entre música, imagem e emoção por meio da abstração. O resultado reflete a experimentação de uma linguagem visual mais sensível e artística, valorizando processos subjetivos e simbólicos na construção de sentido.

O layout da capa foi adaptado para três formatos distintos: CD, LP e plataforma digital. Para cada um deles, a composição foi ajustada mantendo o foco nos elementos principais da arte, com adaptações de corte, margens e escala para respeitar as exigências de cada mídia.

O projeto também permitiu exercitar a adaptação de uma proposta visual para diferentes mídias e formatos, considerando questões técnicas e narrativas. Por fim, a experiência contribuiu significativamente para a ampliação do repertório artístico e conceitual do designer, fortalecendo sua prática autoral dentro do campo do design gráfico.

Figura 28 Mockup Encarte vinil



1. Eu não sou bonito
2. Se não fosse
3. Pó de sapão
4. Migalhas
5. Apartamento 909
6. Golpe baixo
7. 10 dias
8. Anália de paulista
9. Unilateral
10. Tudo é culpa de
11. Vaquele, rotundi

Fonte: Autoria Própria

Figura 29 Mockup Encarte



Fonte: Autoria Própria

Figura 30 mockup Encarte



Fonte: Autoria própria

3.1.4 – Tupã: Ilustração em design de embalagem para chocolate artesanal

Categoria: Design de embalagem.	Disciplinas: Planejamento visual II	Semestre: 2024.1
Temática: Ilustração	Método: Design Thinking	Aluno: Arthur Carvalho, Ian Oashi, Giovanna Monteiro e Gean Borge

Problematização

O projeto Tupã foi desenvolvido como atividade principal da disciplina de Planejamento Visual 2, ministrada pela Professora Raquel Rebouças, no terceiro período do curso. A proposta partiu da observação de um problema real: a marca de chocolates artesanais Tupã, de produção local, não possuía uma embalagem adequada que representasse a qualidade do seu produto

A marca Tupã é uma iniciativa local fundada por um casal da região da Paraíba, dedicada à produção de chocolates artesanais com base no método *bean to bar* (“do grão à barra”). Esse modelo envolve o controle completo do processo produtivo, desde a seleção das amêndoas de cacau até a finalização do produto, o que garante maior qualidade, rastreabilidade e valorização do ingrediente nacional. O diferencial da marca está na produção cuidadosa e artesanal, voltada para um público que valoriza a procedência e o sabor real do chocolate.

A proposta deste projeto foi desenvolvida na disciplina de Planejamento Visual II, ministrada pela Professora Raquel Rebouças, no terceiro período do curso. A atividade partiu da identificação de um problema real enfrentado pela marca: a ausência de uma embalagem que comunicasse adequadamente o valor do produto e sua proposta artesanal. Apesar do cuidado evidente no processo de fabricação, a identidade visual então utilizada não refletia a qualidade e os princípios da marca, tornando necessária a reformulação gráfica da embalagem.

Diante dessa questão, o projeto foi estruturado com o objetivo de simular a experiência de um redesenho profissional de embalagem, focando tanto na valorização da identidade local da marca quanto na diferenciação entre os sabores oferecidos. A proposta demandava a criação de embalagens para pelo menos três produtos, sendo escolhidos os sabores: Flor de sal, Menta e Pimenta.

Figura 31 Antiga embalagem Tupã



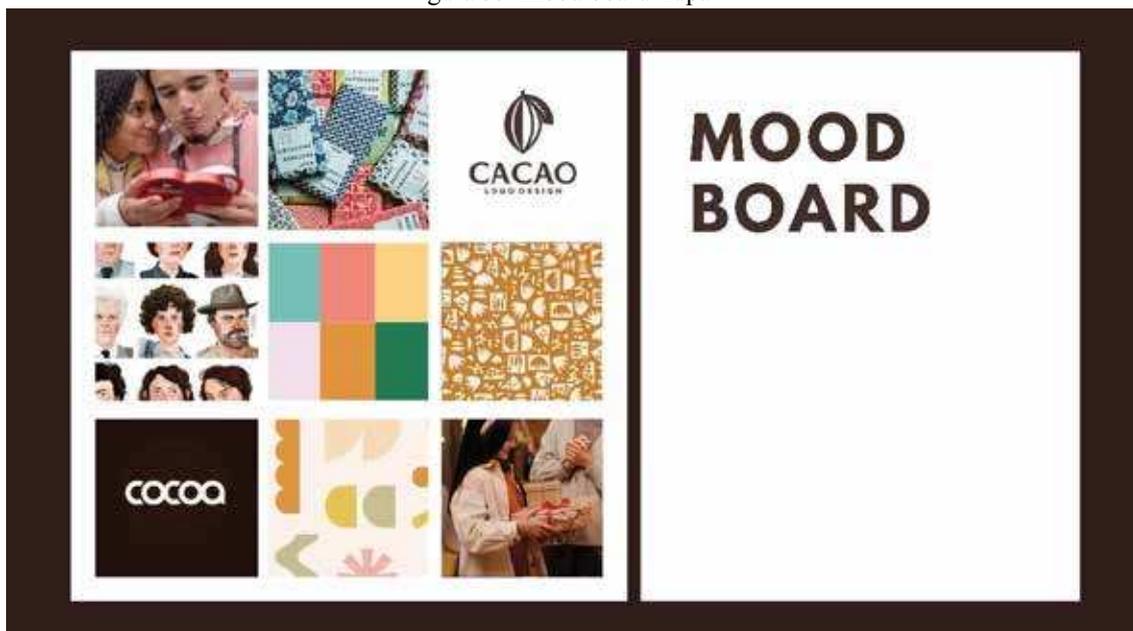
Fonte: Instagram

Etapa 1 – Ideação

A etapa inicial consistiu na análise da identidade atual da marca Tupã e o desenvolvimento de um *moodboard* juntamente com o painel de referências para a confecção das embalagens, para ajudar no levantamento de elementos visuais que pudessem ser resgatados ou reinterpretados. O grupo identificou como necessidade central a diferenciação clara entre os sabores, o reforço da identidade regional e a criação de uma comunicação mais efetiva com o público.

Para alcançar esses objetivos, optou-se por desenvolver um sistema de estampas ilustradas para cada sabor, utilizando padrões que evocaram texturas naturais e elementos gráficos inspirados na região de origem do produto. Além disso, foi idealizada a inclusão de uma ilustração da fundadora da marca, como forma de gerar proximidade com o consumidor e transmitir o caráter artesanal e humano da produção.

Figura 33 mood board Tupã



Fonte: Autoria Própria

Etapa 2 – Desenvolvimento

Durante o desenvolvimento, cada embalagem recebeu uma ilustração própria que representa visualmente o sabor correspondente, as ilustrações se baseiam em elementos utilizados no processo artesanal do chocolate como a colher de pau, a panela, o fogo, e o uso dos grãos de chocolate juntamente com ingredientes de cada embalagem, cada sabor obteve ilustrações únicas para cada padrão, as ilustrações foram produzidas todas em um mesmo tom diferenciando apenas o degradê de cores pulsantes ao fundo. também foi utilizando uma composição gráfica que dividia a caixa em duas áreas: a inferior, dedicada à estampa ilustrada, e a superior, reservada às informações principais do produto.

A escolha das cores foi pensada para gerar contraste e atratividade. O fundo das embalagens utilizava um tom neutro de marrom, remetendo ao chocolate e à rusticidade da produção artesanal, enquanto as ilustrações usavam cores vibrantes ligadas a cada sabor vermelho para a pimenta, verde para a menta e azul para flor de sal. Essa estratégia cromática possibilitou destacar os produtos na prateleira, além de facilitar sua identificação imediata pelo consumidor.

Figura 34 Esboço Ilustrações embalagens Tupã



Fonte: Autoria própria

Figura 35 Ilustrações Tupã

ILUSTRAÇÕES



Fonte: Autoria Própria

Na etapa de definição cromática das embalagens, optou-se por uma paleta que equilibra contraste visual e coerência com cada sabor. O fundo das embalagens apresenta um tom de marrom chocolate Tamarind (RGB 38, 16, 22; CMYK 0, 58, 42, 85), remetendo ao ingrediente principal e à estética rústica da produção artesanal. Sobre essa base neutra, foram aplicadas ilustrações em *degradê*, utilizando cores vibrantes que auxiliam na identificação dos sabores e no destaque do produto nas prateleiras.

Para o sabor pimenta, foram utilizados tons de vermelho alaranjado Flamingo (RGB 242, 90, 57; CMYK 0, 63, 76, 5) e amarelo dourado Apache (RGB 218, 175, 99; CMYK 0, 20, 55, 15), reforçando visualmente a sensação de calor e intensidade. No sabor menta, optou-se por uma combinação de verde Emerald (RGB 54, 217, 96; CMYK 75, 0, 56, 15) e azul turquesa Havelock Blue (RGB 99, 149, 217; CMYK 54, 31, 0, 15), cores associadas ao frescor. Já a embalagem da flor de sal apresenta tons de azul marinho Cornflower Blue (RGB 77, 149, 241; CMYK 68, 38, 0, 5) e azul ciano claro Bright Turquoise (RGB 48, 242, 242; CMYK 80, 0, 0, 5), alinhando-se à paleta comumente associada ao sabor e mantendo uma referência direta ao produto já existente no mercado para o destaque das informações essenciais foi usado o contraste do branco em cima do marrom escuro para facilitar a leitura do texto.

Figura 36 Paleta de cor Tupã



Fonte: Autoria própria

Na definição da tipografia utilizada na embalagem, buscou-se uma fonte que apresentasse legibilidade e impacto visual, favorecendo o reconhecimento imediato do produto no ponto de venda. O grupo optou por uma tipografia simples e contemporânea, que não competisse visualmente com a ilustração principal da embalagem. As fontes optadas para o projeto foram as Basique Bold, cuja espessura preenchida e formas arredondadas contribuem para uma composição gráfica equilibrada e visualmente atraente, e a kanvas regular que serviu como uma fonte mais artística utilizada somente para textos de apoio.

Figura 37 Demonstração da fonte Basique Pro



Fonte: Autoria própria

Na diagramação das embalagens, foi mantido o modelo tradicional de caixa já utilizado pela marca, alterando-se apenas o conteúdo gráfico impresso. Essa escolha teve como objetivo facilitar a produção do material, reduzindo custos e mantendo a familiaridade do produto com o que já era oferecido anteriormente pela empresa.

Figura 38 Diagramação embalagem Tupã sabor Menta



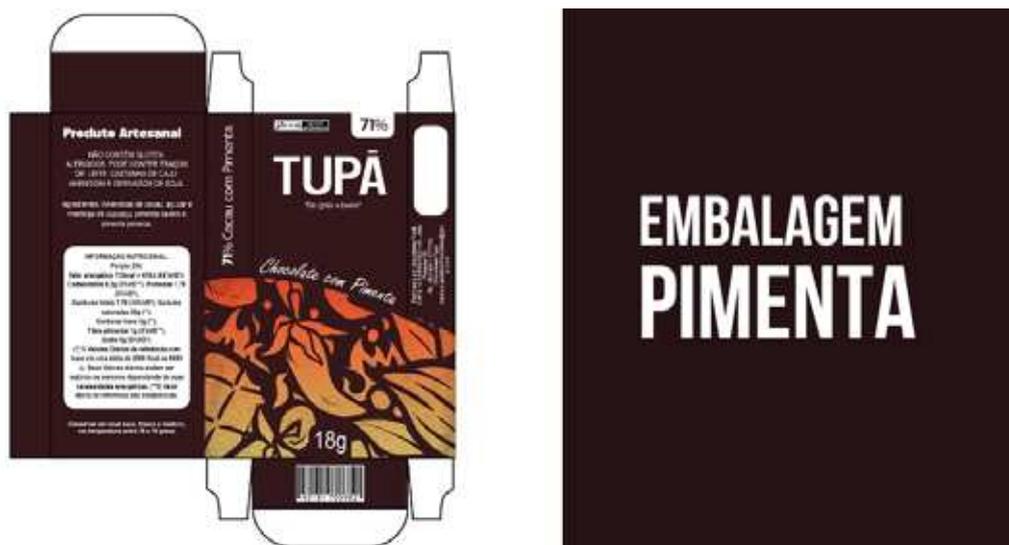
Fonte: Autoria própria

Figura 39 Diagramação embalagem Tupã sabor Flor de sal



Fonte: Autoria Própria

Figura 40 Diagramação embalagem Tupã Pimenta



Fonte: Autoria própria

Etapa 3 – Embalagens

A finalização do projeto consistiu na montagem das embalagens em *mockups*, que simularam sua aplicação no contexto de mercado. As soluções desenvolvidas conseguiram transmitir a qualidade do produto e valorizar a identidade local da marca Tupã, por meio de uma linguagem gráfica coerente e sensível. O projeto também permitiu a vivência do trabalho em equipe e a prática de processos reais de desenvolvimento de produto, incluindo análise de marca, criação de padrões visuais, ilustração aplicada e design de embalagens comerciais.

Figura 41 Mockup Tupã



Fonte: Aatoria Própria

Figura 42 Mockup Tupã



Fonte: Aatoria Própria

Figura 43 Mockup Tupã



Fonte: Autoria Própria

3.2. Ilustração

3.2.1 Mapa Ilustrado PBTUR - Ilustração

Categoria: Ilustração

Empresa: WFBD

Data: 06.2024

Temática: Mapa Ilustrado

Método: Design Thinking

Designer: Arthur Carvalho

Problematização

O projeto “Mapa Ilustrado do Estado da Paraíba” foi desenvolvido para a empresa de turismo PBTUR, Empresa Paraibana de Turismo, que o solicitou à agência de design WFBD (Wayne Formiga Brand Design) e o repassou ao designer Arthur Carvalho. O objetivo era criar um material ilustrado que valorizasse o potencial turístico das regiões do estado da Paraíba, com aplicação em apresentações institucionais voltadas a clientes e investidores.

A PBTUR atua na promoção do turismo na Paraíba, destacando pontos de interesse para viajantes e parceiros. A proposta previa a divisão do estado em quatro regiões, definidas previamente pela contratante: Litoral, Brejo, Sertão e Alto Sertão. Cada uma delas deveria conter ilustrações representativas de pontos turísticos emblemáticos, com o intuito de facilitar o reconhecimento e estimular o interesse do público-alvo.

Além dos atrativos turísticos, o mapa também deveria indicar a localização dos estados vizinhos, com informações de distância até a Paraíba, e destacar os aeroportos mais relevantes para o fluxo de visitantes. O principal desafio do projeto foi desenvolver uma solução gráfica que representasse a identidade cultural do estado, mantendo a funcionalidade e o apelo visual necessários para promover a região como destino turístico.

Etapa 1 - Ideação

A fase inicial concentrou-se na pesquisa visual, com o objetivo de reunir referências gráficas que orientassem o estilo do mapa ilustrado. Foram analisados mapas com traços recreativos, lúdicos e informais. A escolha por um visual despojado e interativo foi fundamentada na intenção de transmitir a identidade acolhedora e culturalmente rica do

Nordeste brasileiro, sobretudo no contexto paraibano, reforçando elementos simbólicos da região.

A definição da paleta cromática partiu da seleção de cores tradicionalmente associadas à cultura nordestina: amarelo, vermelho, azul e verde. Essas cores foram aplicadas em tonalidades vibrantes, com o objetivo de expressar a vivacidade da região e criar conexões imediatas com elementos como festas populares, artesanato, culinária e paisagens naturais. Além disso, foram inseridas texturas gráficas em pontos estratégicos da composição, como áreas de vegetação, edificações e superfícies aquáticas, a fim de destacar pontos turísticos e atrair o olhar do observador, promovendo uma leitura dinâmica e envolvente.

Figura 44 Referências visuais utilizadas para o projeto



Fonte: Compilação do Autor

Como complemento à composição visual, optou-se por integrar informações estratégicas ao mapa, ampliando seu valor funcional e comunicativo. Foram incluídas indicações de distâncias entre a Paraíba e os estados vizinhos, bem como a localização de aeroportos relevantes para o fluxo turístico.

Etapa 2 - Desenvolvimento

A construção do mapa foi organizada a partir da divisão territorial da Paraíba em quatro regiões principais, com o objetivo de facilitar a leitura e valorizar as especificidades de cada área turística. Os pontos de interesse foram selecionados com base em dados da PBTUR e distribuídos de forma estratégica por meio de ícones ilustrados, cuidadosamente

posicionados para orientar o olhar do público e favorecer a compreensão espacial do território.

A região do Litoral foi representada por meio de ícones de praias e do Farol do Cabo Branco, símbolo marcante da capital João Pessoa. No Brejo, destacaram-se elementos como a Pedra do Ingá, as tradicionais festas juninas de Campina Grande e as cachaças artesanais da cidade de Areia, todos ilustrados com traços que remetem à cultura popular local. O Alto Sertão, por sua vez, foi representado com dinossauros de Sousa, ícones de pegadas fósseis e personagens caricatos, além de símbolos relacionados ao paraquedismo, atividade que reforça o caráter de turismo de aventura da região.

Cada ilustração foi desenvolvida de forma personalizada, considerando não apenas a localização geográfica, mas também os aspectos simbólicos e culturais de cada ponto turístico. Como exemplo, a Praia do Jacaré foi representada com barcos e notas musicais, remetendo ao tradicional espetáculo do pôr do sol ao som do Bolero de Ravel — um dos momentos mais emblemáticos do turismo paraibano. Já os dinossauros de Sousa ganharam formas lúdicas e expressivas, que reforçam o apelo educativo e recreativo do local, principalmente para o público infantil.

Figura 45 Primeira versão do projeto



Fonte: Autoria própria

Figura 46 Ícones mapa ilustrado PBTUR



fonte: Autorial própria

Após alinhamentos com o diretor da empresa WFBD, em reunião, foi decidido a troca do estilo artístico mantendo os mesmos desenhos.

Com o objetivo de ampliar a compreensão geográfica do público, foram adicionados ao mapa os estados vizinhos Rio Grande do Norte, Pernambuco e Ceará acompanhados de indicações das respectivas distâncias até o território paraibano. Além disso, foram destacados os aeroportos nas proximidades do estado, ressaltando sua importância logística para os turistas e investidores.

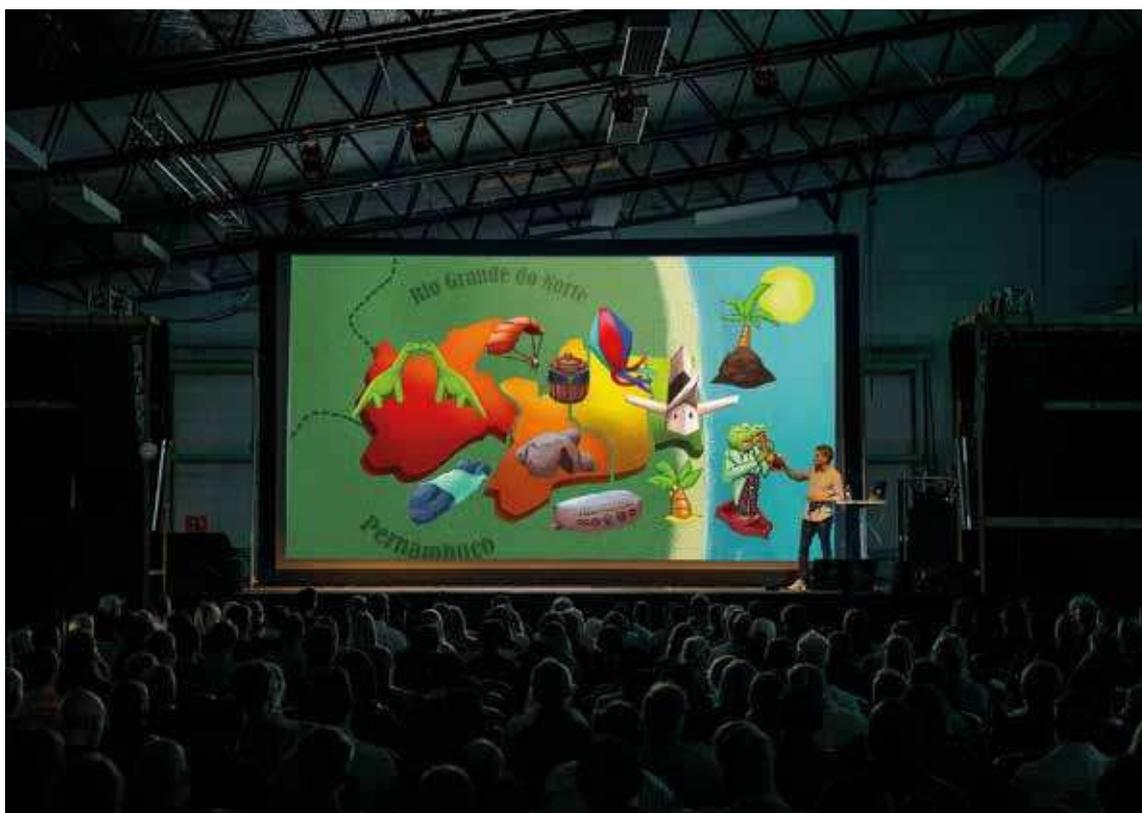
O uso das cores na divisão do mapa se deu pela divisão de cores da empresa e no *briefing* passado pelo diretor criativo responsável pelo projeto. A divisão deveria ser feita pelas áreas escolhidas pela empresa, assim como as ilustrações utilizadas em cada área.

Figura 47 Paleta de cores Empres PBTUR



Fonte: Autorial Própria

Figura 50 mockup apresentação PBTUR



Fonte: Autoria Própria

3.2.2 Murais ilustrados Farol Kids - Ilustração

Categoria: Ilustração

Empresa: WFBD

Data: 06.2024

Temática: Mural Ilustrado

Método: Design Thinking

Designer: Arthur Carvalho

Problematização

O projeto “Mural Ilustrado Farol” foi desenvolvido a partir de uma proposta da Igreja Batista Farol, localizada em João Pessoa – PB, repassada à empresa WFBD (Wayne Formiga Brand Design) e atribuída ao designer Arthur Carvalho. O objetivo era elaborar um mural ilustrado para o “Espaço Kids”, área voltada ao público infantil da instituição.

A Igreja Batista Farol é uma igreja evangélica que busca comunicar sua mensagem de forma séria e impactante, mantendo coerência visual tanto em sua estrutura física quanto em sua presença nas redes sociais, sempre reforçando seu *slogan* institucional: “Nós Amamos Pessoas”. No entanto, a antiga configuração do espaço infantil não contava com elementos visuais adequados ao público infantil, o que motivou a criação do mural como parte da estratégia de ambientação do espaço.

O mural foi concebido para ser produzido em adesivo vinílico e aplicado diretamente nas paredes do ambiente. A partir do *briefing* fornecido pelo diretor criativo da WFBD, Wayne Formiga, foram consideradas duas abordagens iniciais para o projeto. Optou-se pela proposta que dividia o conteúdo visual do mural conforme as faixas etárias, organizadas em três grupos: Jardim, Flechas e Águias. Essa decisão permitiu representar cada grupo com elementos visuais específicos, proporcionando uma ambientação lúdica e educativa, adequada ao desenvolvimento das crianças em cada faixa etária.

A proposta reforça o uso do design gráfico como ferramenta de transformação do ambiente físico, utilizando ilustrações como meio de promover maior identificação e interação com o público-alvo. Dessa forma, o projeto contribuiu para tornar o espaço mais acolhedor, funcional e visualmente atrativo, alinhado à identidade da instituição.

Etapa 1 - Ideação

O *briefing* definido para o desenvolvimento do mural estabeleceu o uso de elementos que referenciam da Igreja Batista Farol. O designer idealizou o uso apenas de cores presentes na identidade visual da igreja para obter uma maior comunicação com o espaço utilizado. Foi também estabelecido o uso de elementos gráficos que representassem os diferentes grupos etários atendidos no espaço infantil sendo eles jardim, flechas e águias, bem como símbolos lúdicos que dialogassem com a proposta da igreja

Figura 51 - Painel semântico ilustrativo



Fonte: compilação do autor.

A figura 50, na prática, a aplicação da identidade visual da Igreja Batista Farol. O projeto seguiu diretrizes visuais estabelecidas no *briefing*, que determinava o uso das cores amarelo, preto e branco, além da inclusão de elementos gráficos que dialogassem com os valores da igreja e fossem acessíveis ao público infantil.

Etapa 2 - Prototipação

O processo de desenvolvimento do mural teve início com o levantamento da elevação da parede destinada à aplicação das ilustrações. A proposta consistia em criar uma composição integrada, na qual os elementos gráficos estabelecessem relações visuais entre si, reforçando a sensação de unidade. Para isso, foi realizado um esboço preliminar diretamente

sobre a planta, possibilitando a delimitação das áreas ocupadas por cada ilustração e a análise de sua disposição no espaço físico, considerando os fluxos e usos do ambiente.

Figura 52 Desenho da elevação da parede Igreja Farol

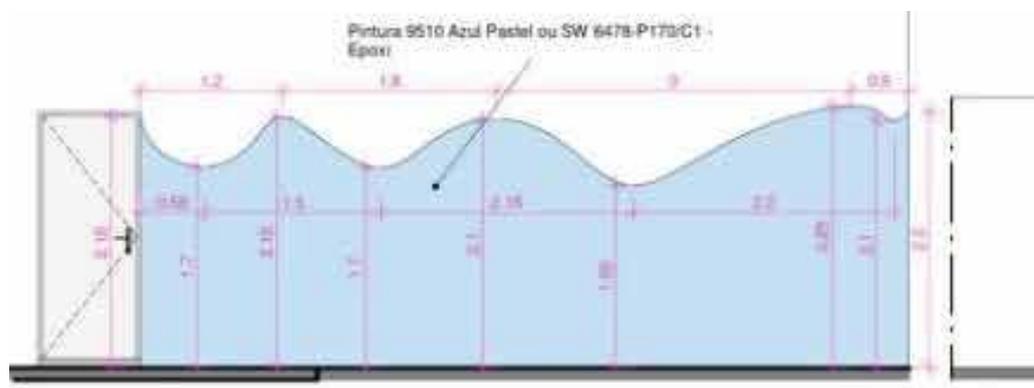
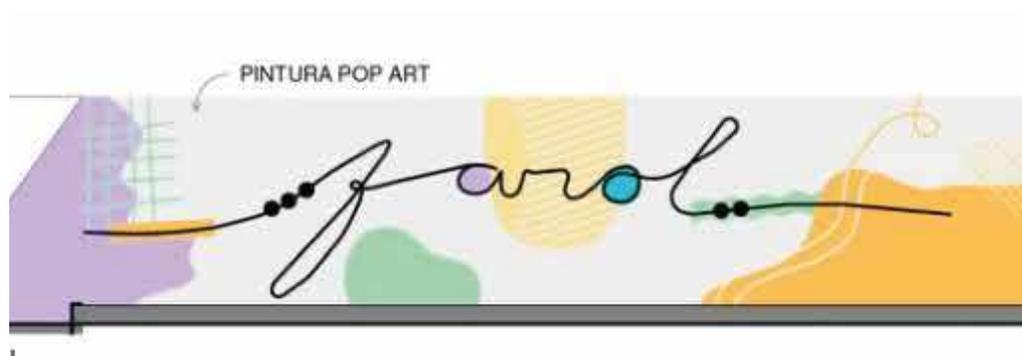


Figura 53 Desenho da elevação da parede Igreja Farol



Fonte: Autoria Própria

Figura 54 Esboço Mural ilustrado



Fonte: Autoria Própria

O designer optou por utilizar um estilo de ilustração *cartoon* autoral, com traços simples e expressivos ao espaço. A escolha estética buscou integrar elementos lúdicos ao ambiente, respeitando a proposta comunicacional da instituição e reforçando a sensação de pertencimento entre as crianças. A combinação entre a linguagem visual adotada e a paleta cromática contribuiu para uma solução gráfica coerente com a identidade da instituição e visualmente atrativa para seu público-alvo.

Após a etapa de esboçamento do material, foi iniciada a parte de vetorização da arte, o designer optou por usar da ferramenta Illustrator da Adobe para a criação de artes vetorizadas que atendessem a expectativa do cliente. Foi utilizado um traçado *bold* e arredondado para transmitir acolhimento e flexibilidade nas ilustrações.

Figura 55 Vetorização das ilustrações



Fonte: Autoria Própria

Figura 56 Paleta de cores Farol



Fonte: Autoria Própria

A composição apresenta uma paleta contrastante, que utiliza as cores da identidade visual da igreja e contribui para uma linguagem visual alegre, acessível e de fácil leitura. O fundo Amarelo Canário, (RGB 255, 221, 0) e (CMYK 0, 13, 100, 0), funciona como plano de destaque para os demais elementos gráficos

As formas principais, como o farol e as aves estilizadas, utilizam o contraste entre o Preto e o Branco, gerando uma leitura clara e imediata. Essa escolha cromática reforça a simplicidade e objetividade da ilustração, características que ajudam o entendimento de narrativas visuais voltadas ao público infantojuvenil.

O do Azul Celeste (RGB 0, 174, 239) e (CMYK 100, 0, 0, 0) nos elementos de nuvem ao fundo é usado como sombras para as nuvens na ilustração para realçar profundidade.

O conjunto cromático evidencia uma proposta gráfica baseada em contraste, clareza e apelo emocional positivo. As cores planas e saturadas, aliadas a traços simples e formas lúdicas, reforçam o caráter comunicativo da peça.

Figura 57 Vetorização Painel Farol



Fonte: Autoria própria

Etapa 3 - Aplicação

Na etapa de finalização, o material vetorizado foi encaminhado para a gráfica responsável, onde foi realizado o processo de impressão em adesivo vinílico. A aplicação do

mural foi executada por um profissional especializado, assegurando a qualidade e a fidelidade da instalação em relação ao projeto original.

Esse projeto reflete a aplicação do design gráfico no planejamento de ambientes adaptados para um público específico, demonstrando como a comunicação visual pode ser utilizada como ferramenta estratégica para transformar espaços e torná-los mais acolhedores, funcionais e alinhados à identidade institucional.

Figura 58 Aplicação do projeto.



Fonte: Autoria Própria

Figura 59 Aplicação do projeto



Fonte: Autoria Própria

3.2.3 Ilustração no Design Editorial “O Menino do Dedo Verde” – Ilustração editorial e diagramação

Categoria: Ilustração	Disciplina: Ilustração	Período: 2023.2
Temática: Ilustração Editorial	Método: Design Thinking	Designer: Arthur Carvalho, Bárbara Viégas, Giovanna Monteiro, Ian Oashi

Problematização

O projeto “O Menino do Dedo Verde” foi desenvolvido na disciplina de Ilustração 2, sob orientação do Professor Daniel Lourenço, durante o semestre 2023.2, no Instituto Federal da Paraíba – Campus Cabedelo. A proposta consistia em ilustrar e diagramar um capítulo selecionado da obra “O Menino do Dedo Verde”, de Maurice Druon, com o objetivo de explorar técnicas de ilustração aplicadas ao design editorial, adequadas ao público infantojuvenil.

Publicado originalmente em 1957, *O Menino do Dedo Verde* é uma obra do escritor e ilustrador francês Maurice Druon, voltada ao público infantojuvenil, mas com reflexões que dialogam também com leitores adultos. A narrativa gira em torno de Tistu, um menino sensível que, ao longo da história, descobre possuir um dom especial: tudo aquilo que ele toca com o dedo polegar floresce instantaneamente. Essa habilidade simbólica é explorada como metáfora para a transformação do mundo por meio da gentileza, da empatia e da valorização da natureza.

A obra aborda, de forma poética e crítica, temas como a guerra, a pobreza, a intolerância e o autoritarismo, contrapondo-os à visão inocente e esperançosa da criança. Com uma linguagem acessível e simbólica, Druon constrói uma fábula moderna que propõe uma reflexão sobre os impactos da ação humana no meio ambiente e nas estruturas sociais, tornando o livro um clássico da literatura com forte apelo visual e conceitual.

Cada equipe ficou responsável por um capítulo diferente da obra, e o grupo formado por Arthur Carvalho, Bárbara Viégas, Giovana Monteiro e Ian Oasi ficou encarregado da interpretação visual do primeiro capítulo, que narra a infância do protagonista Tistu. A atividade previa a entrega de um conjunto de ilustrações composto por: uma ilustração dupla

(ocupando duas páginas), duas ilustrações de página única, ilustrações de apoio ao longo do texto e a criação da capa do capítulo. Todo o material deveria ser adaptado à diagramação do texto, considerando o ritmo da leitura e a integração entre imagem e conteúdo narrativo.

Etapa 1 – Ideação

Durante a fase de concepção, a equipe optou por trabalhar com o estilo *cartoon* como linguagem visual predominante, por entender que esse estilo se alinhava melhor ao universo infantil da obra. O traço escolhido foi intencionalmente simples e lúdico, remetendo a produções visuais voltadas para o público infantojuvenil. A paleta de cores foi composta majoritariamente por tons pastéis, escolhidos para reforçar a delicadeza da narrativa e a atmosfera de inocência associada à infância do personagem.

A técnica estabelecida para o desenvolvimento das imagens foi a aquarela, seguindo orientações do Professor. As ilustrações foram inicialmente feitas à mão, esboçadas a lápis, pintadas utilizando aquarela sobre papel, e, posteriormente, digitalizadas e tratadas em softwares de edição de imagem para ajustes de contraste, composição e integração ao *layout* editorial

Figura 60 painel de referências menino do dedo verde



Fonte: Autoria Própria

Etapa 2 – Desenvolvimento

Com base na leitura detalhada do capítulo, foram identificados os trechos com maior potencial narrativo para serem acompanhados por ilustrações. A partir disso, foram produzidos os esboços que orientaram a composição das imagens finais. O grupo se dividiu

em funções: Artur ficou responsável pelo desenho e pela construção das cenas, enquanto Giovana e Bárbara se encarregaram da pintura em aquarela.

As ilustrações foram pensadas para dialogar diretamente com o conteúdo das páginas em que estavam inseridas, respeitando o ritmo da leitura e o tom emocional do trecho correspondente. O estilo visual adotado ajudou a enfatizar o caráter sensível da história, contribuindo para uma experiência de leitura mais imersiva e encantadora.

As ilustrações produzidas contemplaram diferentes formatos, cada um com uma função narrativa específica. A ilustração dupla retratou uma cena marcante da infância de Tistu, sintetizando visualmente o espírito do capítulo. As ilustrações de página única foram utilizadas para reforçar passagens específicas, selecionadas pelo seu potencial emocional e simbólico. Já as ilustrações de apoio, em menor escala, foram distribuídas ao longo do corpo do texto, funcionando como pontos de respiro e enriquecimento visual. Por fim, a ilustração da capa foi concebida como uma representação simbólica do capítulo, com o objetivo de sintetizar seu conteúdo de forma sensível e cativante

Figura 61 fotografia da ilustração em papel



Fonte: Autoria própria

A diagramação foi realizada considerando a harmonia entre texto e imagem. O objetivo era garantir fluidez de leitura e coerência visual ao longo do capítulo. A escolha tipográfica seguiu o mesmo princípio adotado nas ilustrações: fontes de fácil leitura e com traços arredondados, que reforçam o apelo ao público infantil.

O projeto também previu a montagem de um *mockup* editorial, no qual foi simulado o capítulo diagramado e encadernado, permitindo visualizar o resultado final do material como se fosse parte de uma publicação real. O *mockup* evidenciou o cuidado com a composição gráfica e a coerência entre as partes do projeto.

Figura 62 ilustrações o menino do dedo verde



Fonte: Autoria Própria

No uso das cores o grupo optou por tons suaves e pastéis, criando uma atmosfera que transita entre o lúdico e o desgastado. Os personagens exibem feições distintas, enquanto os cenários refletem uma distorção sutil e surreal. A escolha por elementos estilizados e uma pitada de humor peculiar contribui para uma estética que combina inocência com uma expressividade distintamente singular, para a abertura de capítulos a equipe se dedicou em estabelecer tons monocromáticos que suavizam a tempestade de cores da capa e contra-capa, ainda remetendo ao tema infantil abordado pela linguagem visual e pela narrativa do livro. As aberturas de capítulo não detalham nenhum personagem, para manter surpresa sobre a narrativa, visto que os títulos dos capítulos já são bem reveladores.

A proposta visual da capa consistiu na representação de um canhão envolto por flores, configurando uma metáfora visual que articula o ambiente de guerra em que a narrativa se insere com a presença transformadora do protagonista. A escolha desse contraste simbólico buscou sintetizar, de forma direta, os principais eixos temáticos da obra. Para garantir coesão estética entre os diferentes materiais gráficos, foi adotado o mesmo padrão cromático utilizado nas demais ilustrações, contribuindo para a unidade visual e a consistência do projeto editorial como um todo.

Figura 63 Capa o menino do dedo verde



Fonte: Autoria própria

Figura 64 Diagramação o menino do dedo verde



Fonte: Autoria Própria

Etapa 3 – Aplicação

O projeto “O Menino do Dedo Verde” resultou em uma produção editorial, adaptada ao universo infantil, e que evidencia o potencial da ilustração como recurso narrativo complementar ao texto literário. A experiência permitiu o desenvolvimento de competências técnicas em pintura com aquarela, edição digital, composição visual e diagramação editorial.

Além de fortalecer o trabalho em equipe e a gestão colaborativa de tarefas, o projeto contribuiu para a ampliação do repertório visual e narrativo dos participantes, demonstrando a importância da integração entre design gráfico e literatura na formação de um profissional de design com sensibilidade artística e técnica apurada.

Figura 65 Mockup O menino do dedo verde



Fonte: Autoria Própria

Figura 66 Mockup ilustração dupla página o menino do dedo verde



Fonte: Autoria própria

Figura 67 Mockup capa O menino do dedo verde



Fonte: Autoria Própria

3.2.4 – ChocoBus: Ilustração de personagens e cenários para tour turístico

Categoria: Ilustração

Empresa: Estúdio A27

Data: 08.2024

Temática: Ilustração Digital
para campanha de turismo.

Método: Design Thinking

Designer: Arthur Carvalho,
Bárbara Viégas

Problematização

O projeto “Choco Bus” foi desenvolvido como um trabalho profissional captado como freelancer, realizado pela dupla de designers Arthur Carvalho e Bárbara Viégas. A demanda partiu do estúdio A27, sediado em São Paulo, que atuou como intermediador entre os criadores e os idealizadores da proposta. O projeto foi direcionado à criação de uma identidade visual completa para uma nova experiência turística localizada em Gramado (RS), com foco em roteiros temáticos por chocolaterias da cidade.

A proposta do Choco Bus consistia em oferecer um passeio lúdico e interativo, voltado principalmente ao público infantil e familiar. Para isso, era necessário desenvolver uma linguagem visual que evoca o imaginário do chocolate como algo mágico, afetivo e culturalmente marcante. O projeto deveria comunicar acolhimento, fantasia e diversão, aproximando-se do universo infantil sem perder o apelo visual para adultos que acompanhariam a experiência.

O escopo do trabalho envolvia a criação de cinco personagens ilustrados, cada um representando um tipo diferente de chocolate, e dez ilustrações de cenários inspirados em pontos turísticos e chocolaterias tradicionais da cidade. Esses elementos visuais seriam aplicados em materiais de sinalização, *merchandising*, embalagens e ambientação interna do ônibus turístico, compondo um sistema gráfico coeso e funcional para a proposta.

Etapa 1 – Ideação

A fase de concepção teve início com a elaboração de diferentes propostas de design de personagens, que foram submetidas ao estúdio A27 para revisão e ajustes. Após sucessivas trocas de *feedback*, definiu-se que os personagens deveriam transmitir acolhimento, carisma e traços humanos associados aos sabores de chocolate que representam.

A criação seguiu o conceito de “personificação do sabor”, em que cada tipo de chocolate foi traduzido em uma identidade própria: o personagem Amargo, foi construído como ranzinza, chique,

culto e introspectivo; o personagem Branco foi definido como divertido, sorridente e amigável; o personagem Ao Leite, como gentil, agradável e carismático; o personagem Crocante, como arteiro, brincalhão e energético; e Cau, o quinto personagem, foi inspirado em um mestre chocolateiro real da região de Gramado chamado Jayme Prawer. Essa abordagem narrativa tornou os personagens elementos centrais na comunicação do projeto, funcionando como porta-vozes da experiência turística e facilitando a identificação e o engajamento do público com a proposta.

Para melhor entendimento dos direcionamentos visuais foi montado um painel de referências visuais para alinhar os conceitos visuais abordados no projeto.

Figura 68 Mood Board Choco bus



Fonte: Autoria Própria

Etapa 2 – Desenvolvimento

Após a definição do elenco de personagens, foi iniciada a etapa de ilustração digital. O processo começou com a produção de esboços exploratórios, que buscavam traduzir visualmente as características definidas para cada personagem. Cada rascunho apresentava variações de traço, postura e expressividade, com o objetivo de encontrar a solução gráfica mais adequada ao perfil de cada figura e ao tom geral da identidade visual. Estes esboços foram apresentados em diferentes fases ao estúdio A27, responsável pela direção criativa do projeto, e analisados em conjunto com os designers para refinamento das propostas.

Foram desenvolvidas diversas versões para cada personagem, sempre levando em consideração o equilíbrio entre o apelo lúdico e a clareza na representação do sabor associado. A intenção era garantir que cada personagem comunicasse de forma imediata sua personalidade e se mantivesse coerente com o público-alvo e com os demais elementos gráficos do projeto. O processo

de validação foi colaborativo e cuidadoso, resultando em ilustrações que uniram consistência estilística e originalidade visual.

Figura 69 Esboço selecionado Choco bus



Fonte: Autoria própria

Paralelamente à criação dos personagens, foram desenvolvidas as ilustrações dos cenários, também submetidas à aprovação do estúdio A27. As composições representavam pontos turísticos icônicos da cidade de Gramado, além de ambientes internos e externos das chocolaterias locais e até mesmo o próprio ônibus utilizado no roteiro. A proposta era criar um universo visual coeso, no qual os personagens estivessem inseridos em espaços reconhecíveis, mas ao mesmo tempo reinterpretados de forma lúdica e imaginativa.

Figura 70 Esboços cenários ChocoBus



Fonte: Autoria Própria

Após a etapa de esboço a dupla passou para a fase de vetorização das ilustrações, o uso das cores escolhidas foram vivas e saturadas, reforçando a linguagem visual infantil e fantástica. Os ambientes incluíam paisagens das chocolaterias, espaços urbanos emblemáticos e locais naturais da região. Cada cenário buscava representar a magia do passeio, mantendo coesão estética com os personagens.

Figura 71 processo de Vetorização das ilustrações



Fonte: Autoria Própria

Etapa 3 – Finalização e aplicação

Após a finalização de todos os elementos visuais, os arquivos foram organizados e entregues ao estúdio A27, que ficou responsável pela aplicação da identidade visual nos diversos materiais vinculados à experiência turística. Essa aplicação incluiu a adaptação dos personagens e cenários em mockups, itens promocionais, peças de sinalização, material impresso e digital, além da ambientação do próprio ônibus temático. A entrega dos arquivos considerou especificações técnicas de uso, garantindo versatilidade e fidelidade gráfica nas diferentes mídias.

O projeto Choco Bus representou uma oportunidade significativa de atuação profissional para os designers envolvidos, não apenas pela complexidade e volume de produção ilustrativa, mas também pelo envolvimento em todas as etapas do processo de criação. A experiência contribuiu para o fortalecimento de competências como o trabalho colaborativo, a comunicação com clientes, a escuta ativa durante processos de *feedback* e, principalmente, a capacidade de adaptar uma linguagem visual consistente para diferentes públicos, contextos e formatos de aplicação. Além disso, consolidou a prática da ilustração como ferramenta central de construção de identidade e narrativa visual.

Figura 72 Ilustração Finalizada Cau Choco Bus



Fonte: Estúdio A27

Figura 73 Ilustração Finalizada personagens Choco Bus



Fonte: Estúdio A27

Figura 74 Ilustração Finalizada Cenários Choco Bus



Fonte: Estúdio A27

Figura 75 Mockup Choco Bus



Fonte: Estúdio A27

3.3. Identidade Visual

3.3.1 Projeto Pulse- Ilustração na Identidade Visual e Mapa Ilustrado

Categoria: Design de embalagem.	Disciplinas: Planejamento visual 2	Semestre: 2023.2
Temática: Identidade Visual	Método: Design Thinking	Equipe: Arthur Carvalho, Bárbara Viégas, Nicollas Nascimento, Sophia Demétrio, Gean Borge

Problematização

O projeto *Pulse 2023* surgiu como uma atividade acadêmica com o objetivo de recriar a identidade visual de um evento promovido pelo curso de Design Gráfico do IFPB – Campus Cabedelo. A proposta foi desenvolvida de forma interdisciplinar, envolvendo várias disciplinas do curso para acompanhar as etapas do projeto em diferentes áreas do design.

O *Pulse* é um evento anual que reúne estudantes e profissionais da área, com uma programação composta por palestras e oficinas voltadas para o uso acadêmico e profissional do design. A cada edição, o evento propõe um novo tema, com identidade visual e convidados diferentes. A organização é feita com a participação de alunos, professores e parceiros regionais.

Em 2023, o tema foi a relação entre o artesanato e os meios digitais de divulgação promovidos pelo design e a valorização de técnicas tradicionais promovidas pelo artesanato regional. Com base nesse tema, os grupos de alunos desenvolveram propostas visuais para a nova identidade do evento.

Além da identidade visual, foi solicitado pelo Professor Daniel Lourenço, da disciplina de Desenho 3, o desenvolvimento de um mapa ilustrado da Paraíba. O mapa deveria representar elementos visuais do estado e indicar a localização de todos os campi do IFPB, sendo exibido durante o evento.

Etapa 1 – Ideação

Para a etapa de ideação do projeto, foi realizada uma visita técnica ao Museu do Artesanato Paraibano, localizado no centro de João Pessoa. A atividade contou com mediação guiada e teve como objetivo ampliar a percepção visual dos alunos em relação aos elementos do artesanato local. As exposições apresentavam peças de diferentes regiões do estado, produzidas em variados materiais. A visita contribuiu diretamente para a construção de

A principal referência adotada para o desenvolvimento do projeto foi a obra da artesã Maria dos Mares, conhecida por suas esculturas em argila que retratam figuras humanas em composições simples, porém expressivas. As características formais de suas peças, como o acabamento manual, os volumes arredondados e a presença de traços estilizados, foram consideradas elementos pertinentes à proposta visual do projeto. A escolha por esse referencial se deu não apenas por sua estética artesanal regional, mas também pela coerência simbólica com a proposta do evento, que busca destacar valores ligados à convivência, afeto e identidade cultural. A partir dessa base, optou-se pelo uso de figuras humanas na composição gráfica como forma de representar visualmente os vínculos humanos abordados na temática do evento.

Figura 78 Maria dos Mares Pulse 2023



Fonte: Autoria Própria

Etapa 2 – Desenvolvimento

Com o encerramento da etapa de ideação e a definição conjunta das diretrizes conceituais, deu-se início à construção da proposta visual do projeto, tendo o logotipo como ponto de partida. A tipografia escolhida foi a **Halyard Display**, cuja estética contemporânea contribui para reforçar o caráter moderno pretendido pela identidade visual. Para estabelecer um vínculo mais direto com a referência artesanal adotada nas esculturas da artesã Maria dos Mares, foi realizada uma modificação pontual na letra “L” da fonte. Essa intervenção consistiu na inversão da letra, simulando de forma estilizada o contorno do rosto presente nas obras da artista. A decisão buscou integrar visualmente os dois eixos centrais da proposta do

evento: o diálogo entre o moderno e o artesanal, articulando elementos gráficos que remetem tanto à atualidade quanto à tradição.

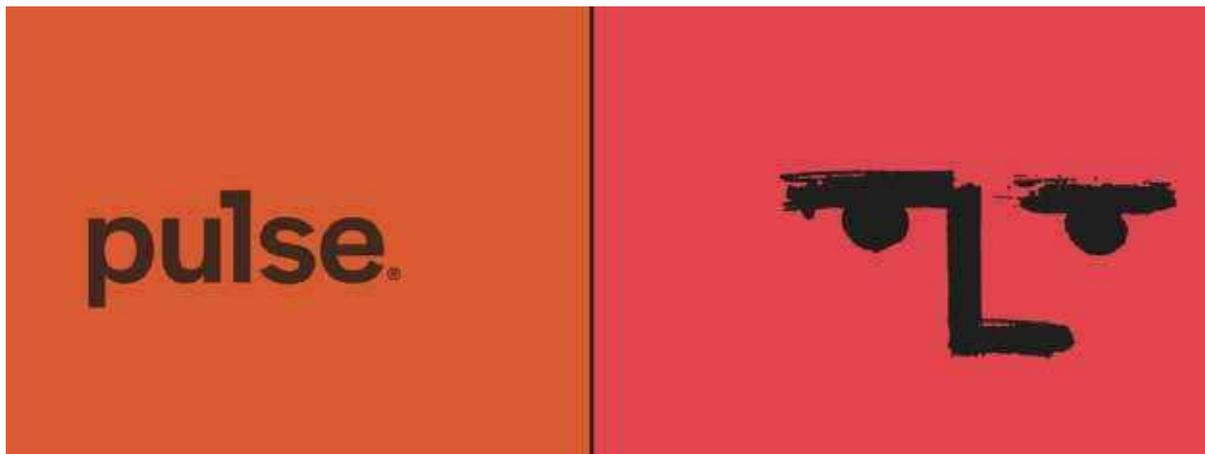
Figura 79 Logo Pulse 2023



Fonte: Autoria Própria

A segunda proposta de logo também faz referência ao trabalho da artista Maria dos Mares, simulando a representação estilizada de um rosto humano, característica marcante de suas esculturas. A escolha desse elemento gráfico reforça a proposta de integrar referências visuais do artesanato regional à identidade visual do evento. Paralelamente, a escolha da tipografia Halyard Display e a modificação na letra “L” seguem o mesmo raciocínio conceitual: aliar traços modernos à estética artesanal. Com isso, foram propostas duas variações do logotipo, uma composta exclusivamente por tipografia moderna e outra que incorpora a ilustração do rosto com acabamento texturizado permitindo flexibilidade no uso da marca em diferentes aplicações, sem perder a unidade visual.

Figura 80 logos Pulse2023



Fonte: Aatoria própria

A definição da paleta cromática teve como base a proposta conceitual do projeto, que busca articular elementos visuais do artesanato regional com aspectos funcionais do design gráfico contemporâneo. As cores quentes selecionadas — Tacao (RGB: 241, 187, 121), Tree Poppy (RGB: 246, 146, 19), Flame Pea (RGB: 217, 94, 49), Cinnabar (RGB: 225, 69, 75) e Ecu White (RGB: 241, 240, 223) — remetem ao fazer manual, à expressividade cultural e à proximidade tátil presente nas manifestações populares da região paraibana.

Complementando a composição, foram inseridas cores frias com o objetivo de criar contraste visual e sugerir estabilidade e racionalidade à identidade. São elas: **Port Gore** (RGB: 29, 36, 72), **San Marino** (RGB: 68, 108, 174), **Danube** (RGB: 121, 172, 217), **Trendy Green** (RGB: 105, 139, 28), **Madras** (RGB: 64, 59, 1) e **Cork** (RGB: 64, 39, 30). Essas tonalidades equilibram a vivacidade das cores quentes, contribuindo para a harmonia geral do conjunto.

Por fim, foram incluídos dois tons neutros: Seashell (RGB: 241, 241, 241), aplicado para suavizar áreas e criar respiros visuais, e Mine Shaft (RGB: 32, 32, 32), utilizado para reforçar o contraste e agregar sobriedade à composição gráfica.

Figura 81 paleta de cores Pulse 2023

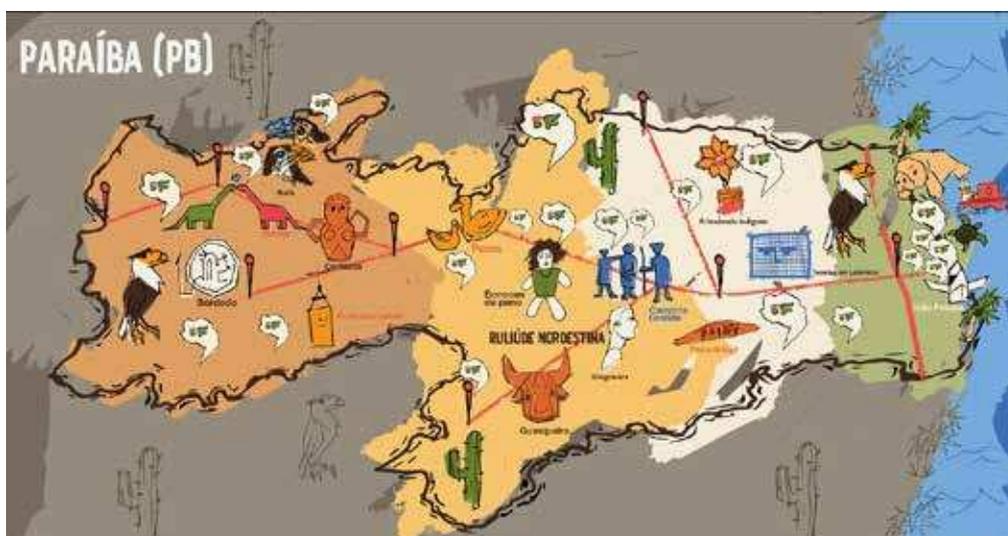


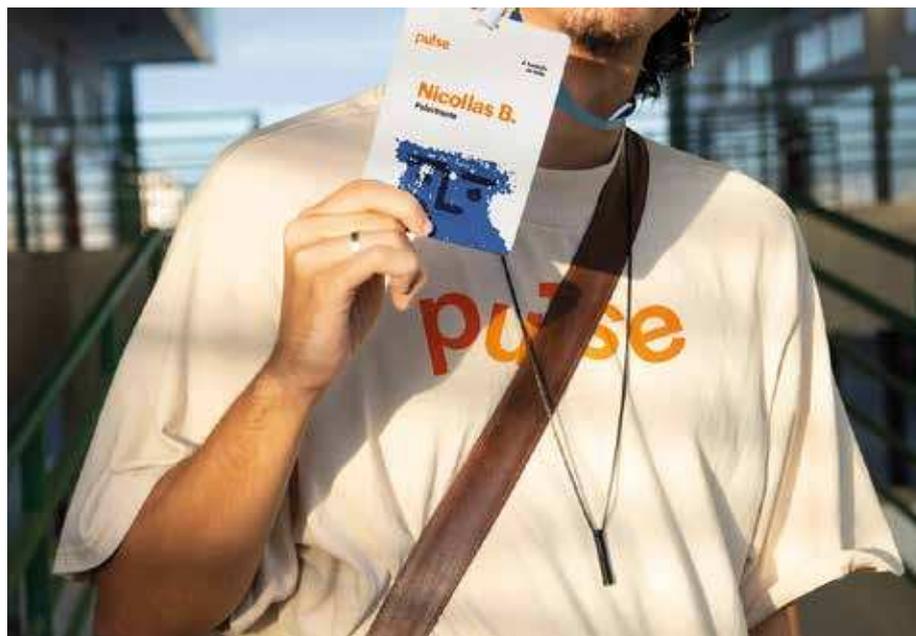
Fonte: Autoria Própria

O mapa ilustrado foi desenvolvido digitalmente com o objetivo de manter a coerência com a identidade visual proposta para o projeto. A escolha pela ilustração digital, com traços texturizados, buscou preservar a intenção inicial de estabelecer uma conexão simbólica entre o visual contemporâneo e as referências artesanais regionais.

Para sua construção, foi realizado um levantamento cartográfico do estado da Paraíba, identificando suas principais rodovias e áreas de interesse para o evento. A partir dessa base, foi produzida a ilustração, que incorpora elementos gráficos inspirados no artesanato local, representados por pins estilizados. Esses símbolos funcionam como marcadores visuais que reforçam a presença cultural paraibana no material gráfico, contribuindo para o fortalecimento da narrativa visual do projeto.

Figura 82 Primeira Versão Mapa Ilustrado Pulse





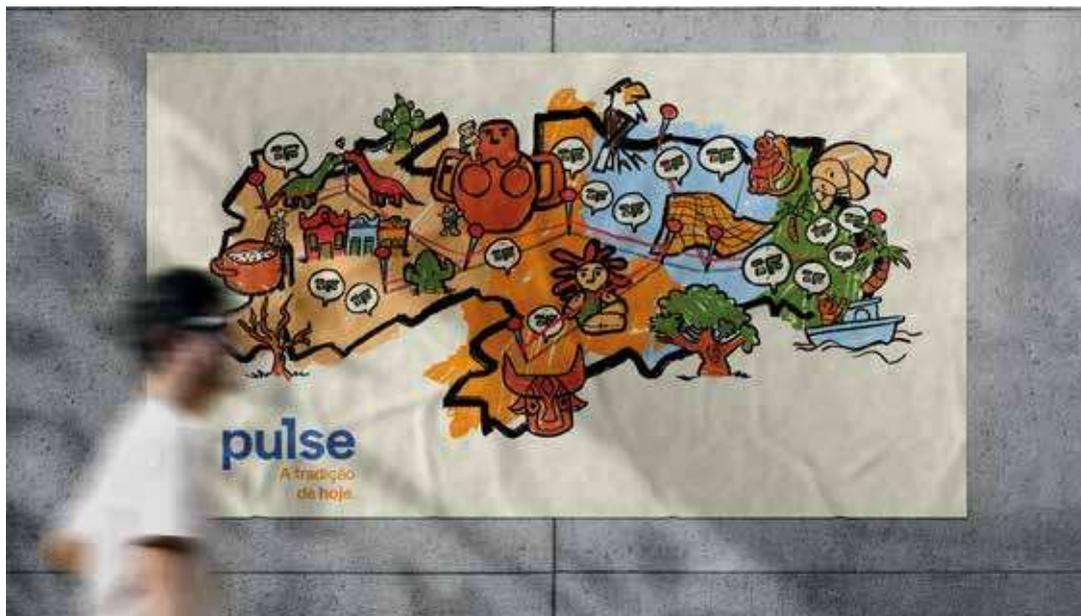
Fonte: Autoria Própria

Figura 85 Mockup pulse 2023



Fonte: Autoria Própria

Figura 86 Mockup pulse 2023



Fonte: Autoria Própria

Figura 87 Mockup pulse 2023



Fonte: Autoria Própria

3.3.2 Projeto de Identidade Visual Ilustrada VOE

Categoria: Ilustração

Empresa: WFBD

Data: 06.2024

Temática: Mural Ilustrado

Método: Design Thinking

Designer: Arthur Carvalho

Problematização

O projeto de identidade visual “VOE” teve origem a partir de uma demanda externa solicitada para a empresa Wayne Formiga Brand Design (WFBD), escritório responsável pela comunicação visual da Igreja Farol. A escolha pela WFBD se deu pela relação de confiança já estabelecida entre as partes. A proposta foi encaminhada como parte de um esforço da igreja em fortalecer sua imagem institucional e expandir suas ações para o público infantil de forma planejada e visualmente coerente.

O congresso infantil “VOE” foi idealizado como um evento religioso voltado para crianças a partir de nove anos de idade, a ser realizado durante o período de férias escolares. O objetivo do congresso era acolher o público infantil e promover o fortalecimento da vivência cristã por meio de atividades lúdicas e acessíveis, sempre com o acompanhamento dos responsáveis. A iniciativa visava integrar espiritualidade e recreação, criando um ambiente seguro, educativo e acolhedor.

O *briefing* repassado ao estúdio indicava a necessidade de desenvolver uma marca que dialogasse diretamente com o público infantil e não necessariamente remeter a própria igreja, foi evitado elementos com aparência excessivamente séria ou simbologia religiosa tradicional. A linguagem visual deveria ser leve e divertida, com formas arredondadas e cores vibrantes, a fim de transmitir acolhimento, energia e espiritualidade de forma indireta. A partir dessas diretrizes, o projeto foi estruturado com base na metodologia do Design Thinking, buscando atender de forma sensível e funcional às expectativas da instituição.

Etapa 1 – Ideação

A fase de ideação teve início a partir da análise do nome do evento, “VOE”, interpretado como um conceito metafórico que remete ao crescimento espiritual, à leveza e à liberdade características da infância. Essa leitura orientou as primeiras decisões conceituais do projeto, estabelecendo um ponto de partida simbólico para o desenvolvimento da identidade visual. Buscando ampliar o repertório visual e alinhar a linguagem gráfica ao público-alvo, foram realizadas pesquisas sobre eventos religiosos e educacionais voltados ao público infantojuvenil, incluindo congressos, acampamentos e encontros com propostas semelhantes.

Essas pesquisas possibilitaram a identificação de elementos visuais recorrentes nesse tipo de evento, como o uso de ilustrações, personagens lúdicos, paletas de cores vibrantes e

tipografias com formas arredondadas. Também foram analisadas abordagens que equilibrassem apelo infantil com clareza institucional, sem recorrer a representações religiosas tradicionais, conforme indicado no briefing. A partir desses dados, foi elaborado um painel de referências visuais (*mood board*), reunindo imagens, cores, formas e estilos gráficos que serviram como base para as etapas seguintes do processo criativo. Esse painel funcionou como ferramenta de direcionamento visual, garantindo coerência nas decisões de design e facilitando a construção de uma identidade adequada ao propósito e ao público do congresso VOE.

Figura 88 Mood Board VOE



Fonte: Autoria Própria

Dessa pesquisa emergiu a decisão de trabalhar com uma tipografia ilustrada e personalizada, com formas bold e arredondadas que evocaram a ideia de acolhimento e simpatia. Além disso, definiu-se o uso de elementos visuais que remetessem ao ato de voar como a aplicação de uma asa estilizada reforçando o conceito central da palavra-título e criando um vínculo direto entre nome e identidade visual.

Etapa 2 – Desenvolvimento

A partir das referências levantadas na fase de pesquisa, definiu-se como diretriz central o desenvolvimento de uma tipografia ilustrada e personalizada para compor a assinatura visual do evento. A escolha por uma fonte com traços *bold* e formas arredondadas foi estratégica, pois essas características transmitem acolhimento e simpatia, aspectos fundamentais para dialogar com o público infantil. A personalização da tipografia também possibilitou maior controle estético sobre o símbolo verbal, garantindo alinhamento visual com os demais elementos da identidade.

Além disso, optou-se pela incorporação de elementos gráficos que reforçassem o conceito de “voar”, presente no nome do evento. Entre eles, destaca-se o uso de uma asa

estilizada, aplicada de forma integrada à tipografia. Esse recurso visual contribuiu para reforçar a ideia de leveza, deslocamento e liberdade, conectando diretamente o nome do evento ao seu significado simbólico. A asa também funcionou como um ícone complementar, com potencial para ser desmembrado e utilizado em outras aplicações da identidade visual, mantendo a coesão do sistema gráfico proposto.

Figura 89 Esboço Logo Voe



Fonte: Autoria própria

Após os alinhamentos com o diretor criativo, a proposta foi ajustada com o objetivo de adaptar a forma da asa, tornando-a mais arredondada, leve e visualmente atrativa para o público infantil. Também foi decidido duplicar o elemento gráfico, criando um efeito de tridimensionalidade que acrescenta dinamismo à composição. Essas modificações foram realizadas sem comprometer o formato original da tipografia, desenvolvida exclusivamente para o projeto.

Figura 90 Logo Voe



Fonte: Autoria própria

Para a escolha da paleta de cores, utilizou-se uma combinação de tons vibrantes com contraste de bege, resultando em uma composição que agrada visualmente ao público infantil e mantém boa legibilidade em diferentes aplicações. A escolha cromática visou garantir o dinamismo da marca, ao mesmo tempo em que mantinha certa neutralidade para ser aplicada em diversas peças de comunicação.

Figura 91 Paleta de cores VOE



Fonte: Autoria própria

A paleta de cores do projeto *VOE* foi definida para criar uma identidade visual atrativa para o público infantil, com contrastes fortes e linguagem acessível. O Azul Royal (RGB: 3, 44, 166 | CMYK: 100, 80, 0, 0) é a cor principal e transmite confiança e espiritualidade, sendo usada como base em títulos e fundos. O Verde Neon (RGB: 35, 217, 80 | CMYK: 70, 0, 90, 0) aparece em detalhes e remete à energia e ao crescimento. O Amarelo

Pastel (RGB: 242, 239, 187 | CMYK: 7, 3, 35, 0 | Hex:) serve como fundo claro e traz leveza à composição. O Laranja Vibrante (RGB: 242, 154, 46 | CMYK: 0, 45, 90, 0) é usado em botões e chamadas para reforçar dinamismo e ação. Já o Vermelho Intenso (RGB: 242, 45, 27 | CMYK: 0, 90, 95, 0 |) aparece em pontos de destaque e está associado ao entusiasmo e à atenção. Juntas, essas cores garantem uma comunicação visual coerente e funcional, tanto em materiais impressos quanto digitais.

Figura 92 Aplicação da logo à paleta de cor VOE



Fonte: Autoria própria

Etapa 3 – Aplicação

A finalização do projeto incluiu a construção de *mockups* para simular a aplicação da identidade em materiais promocionais do congresso, como camisetas, cartazes e sinalização de ambiente. A apresentação da proposta visual foi realizada para a equipe organizadora do evento, que aprovou a marca e a incorporou oficialmente à identidade do congresso.

A proposta consolidou-se como uma solução gráfica eficaz e sensível às demandas do público-alvo, aliando aspectos conceituais da infância e espiritualidade à funcionalidade da aplicação visual. O projeto serviu como exercício de interpretação de briefing real e aplicação dos fundamentos de identidade visual no contexto de eventos religiosos.

Figura 92 Mockup VOE



Fonte: Autorial Própria

Figura 93 Fotografia do Congresso VOE



Fonte: Autorial própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso reúne uma coletânea de projetos desenvolvidos por Arthur Carvalho Wanderley, projetos esses que demonstram seu potencial criativo e a abordagem de suas ilustrações integradas essencialmente a cada projeto, os materiais abordados nesse trabalho de conclusão de curso foram predefinidos pelo seu briefing livre, capacitando o uso criativo e flexível das criações do designer, durante sua trajetória no curso de Tecnologia em Design Gráfico do IFPB – Campus Cabedelo. O portfólio apresenta dez trabalhos que abordam diferentes áreas do design, como ilustração, identidade visual, design de embalagens e aplicações práticas em contextos reais e acadêmicos abordando sua área de interesse no design, a ilustração..

Mais do que expor resultados finais, a proposta deste portfólio é documentar os processos, decisões adotadas ao longo da formação, evidenciando a construção gradual de uma visão crítica e criativa sobre o fazer gráfico. Cada projeto representa um momento específico de aprendizagem e experimentação, contribuindo para o desenvolvimento técnico, conceitual e autoral do designer.

A produção reunida aqui tem como objetivo não apenas encerrar o percurso acadêmico, mas também servir como ferramenta de apresentação profissional, refletindo o compromisso com soluções visuais claras, funcionais e alinhadas às demandas contemporâneas do design. Este material marca o fim de uma etapa formativa e a abertura de novos caminhos na atuação como designer gráfico.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Georfravia Montoza; ARAUJO, Zilda Rossi. Portfólio: conceitos básicos e indicações para utilização. *Est. Aval. Educ*, 2006, 137-148.

BROWN, Tim. *Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

HELLER, Steven. *Becoming a Graphic and Digital Designer: A Guide to Careers in Design*. 1. ed. New York: John Wiley & Sons, 2015.

ANEXOS

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional **Arthur Carvalho Wanderley**, de **CPF/CNPJ de nº 112.092.274-79**, prestou o serviço de Design Gráfico, abrangendo a criação de Ilustrações digitais no âmbito do projeto **Mural Ilustrado Farol**, contratado por **John Wayne Matias de Almeida Formiga - ME**, com 028.274.394-41 de nº **CNPJ.: 15.020.004/0001-09**, no período entre 10/06/2024 e 19/07/2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 05/07/2025



JOHN WAYNE MATIAS DE ALMEIDA FORMIGA - ME
15.020.004/0001-09

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional **Arthur Carvalho Wanderley**, de **CPF/CNPJ de nº 112.092.274-79**, prestou o serviço de Design Gráfico, abrangendo a criação de Ilustrações digitais e Embalagem no âmbito do projeto **EXTRA**, contratado por **John Wayne Matias de Almeida Formiga - ME**, com 028.274.394-41 de nº **CNPJ.: 15.020.004/0001-09**, no período entre 10/06/2024 e 19/07/2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 05/07/2025



JOHN WAYNE MATIAS DE ALMEIDA FORMIGA - ME

15.020.004/0001-09

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional **Arthur Carvalho Wanderley**, de **CPF/CNPJ de nº 112.092.274-79**, prestou o serviço de Design Gráfico para mídias sociais, abrangendo a criação de Ilustrações digitais no âmbito do projeto **Mapa PBTUR**, contratado por **John Wayne Matias de Almeida Formiga - ME**, com 028.274.394-41 de nº **CNPJ.: 15.020.004/0001-09**, no período entre 10/06/2024 e 19/07/2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 05/07/2025



JOHN WAYNE MATIAS DE ALMEIDA FORMIGA - ME

15.020.004/0001-09

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional **Arthur Carvalho Wanderley**, de **CPF/CNPJ de nº 112.092.274-79**, prestou o serviço de Design Gráfico, abrangendo a criação de identidade visual no âmbito do projeto **VOE**, contratado por **John Wayne Matias de Almeida Formiga - ME**, com 028.274.394-41 de nº **CNPJ.: 15.020.004/0001-09**, no período entre 10/06/2024 e 19/07/2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 05/07/2025



JOHN WAYNE MATIAS DE ALMEIDA FORMIGA - ME

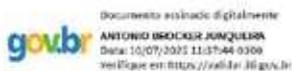
15.020.004/0001-09

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional **Arthur Carvalho Wanderley**, de **CPF/CNPJ de nº 112.092.274-79**, prestou o serviço de Design Gráfico para campanha, abrangendo a criação de Ilustrações no âmbito do projeto **Choco Bus**, contratado por **Antônio Brocker Junqueira**, com CPF/CNPJ de nº **864.099.050-68**, no período entre 10/06/2024 e 19/07/2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

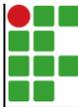
João Pessoa, 05/06/2025



ASSINATURA

A27 - Serviços de Publicidade LTDA

CNPJ 27.487.221/0001-92

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC com Ficha e Ata

Assunto:	TCC com Ficha e Ata
Assinado por:	Artur Wanderley
Tipo do Documento:	Projeto
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Arthur Carvalho Wanderley, ALUNO (202017010020) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 28/08/2025 20:16:07.

Este documento foi armazenado no SUAP em 28/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1589889

Código de Autenticação: d1611f1848

