ABRASIL DESIGN AWARD 2018



CIA

O Brasil Design Award 2018 já é um marco no design brasileiro. A premiação foi completamente remodelada esse ano para ficar mais abrangente e diversa, e representar ainda mais o melhor do design feito no Brasil. E conseguimos.

Tivemos inscritos de 23 estados, com um grau de participação compatível com o número de escritórios de design existentes em cada unidade federativa. Foram mais de 600 projetos, quantidade semelhante às premiações mais tradicionais do país.

O júri do BDA'18, que abraçou a enorme responsabilidade de avaliar todos esses trabalhos, é formado por 138 especialistas do design brasileiro, cuidadosamente selecionados para essa importante missão. Estamos orgulhosos e agradecidos aos participantes, ao júri e aos parceiros que possibilitaram esse feito. Mas esse é só o começo.

Nosso grande objetivo é tornar o design nacional cada vez mais reconhecido e valorizado, não só nos limites das nossas fronteiras como no mundo inteiro. Temos certeza que todos os selecionados e vencedores do BDA terão no prêmio mais uma métrica de sucesso e um selo de qualidade a ser reconhecido por quem investe em design como diferencial competitivo e gerador de valor para os negócios.

Esse catálogo é uma síntese do potencial criativo e inovador do design. É o registro de um marco e a porta de entrada para um futuro que já está sendo construído.

BRASIL DESIGN AWARD 2018

SUMÁRIO HOMENAGENS P.8 | BRANDING P.10 | DESIGN GRÁFICO P.48

CRAFT FOR DESIGN P.124 | DESIGN DE AMBIENTE P.144

DESIGN DE EMBALAGEM P.176 | DESIGN DE IMPACTO POSITIVO P.226

DESIGN DE PRODUTO P.256 | DESIGN DE SERVIÇO P.294

DESIGN DIGITAL P.298 | DESIGN EDITORIAL P.304 | CRÉDITOS P.334

REALIZAÇÃO

CO-REALIZAÇÃO

APOIO INSTITUCIONAL

ABEDESIGN

Printi5





APOIO







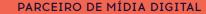






prodesign>pr

PARCERIA













ABEDESIGN

André Poppovic

Mensagem do Presidente

Escrevo esta carta em um momento agitado e tenso de nossa história, quando o Brasil está prestes a eleger o presidente que vai governar pelos próximos quatro anos. Seja qual for seu viés ideológico, todos nós brasileiros teremos que respeitá-lo, pois terá sido esta a vontade da maioria. Aos vencedores nas urnas caberá implantar seus projetos de governo e aos vencidos, fazer oposição, buscando defender os interesses dos setores da sociedade por eles representados.

Neste macro cenário me pergunto: qual será o papel reservado a nós, designers? Esta certamente não será uma resposta fácil, mas a considero como uma reflexão fundamental para cada um de nós sempre que nos depararmos frente ao exercício de nossa atividade profissional.

Dar **soluções a problemas** ("problem solving") é a forma como muitos definiriam a profissão há algum tempo, porém não seria este um desafio muito limitado se olharmos a complexidade dos problemas da vida em sociedade hoje? Poderíamos ir além? Deveríamos? "Sim": é a minha resposta para as três perguntas.

Propósito é um conceito que vem sendo muito empregado hoje em diversos contextos. Empresas alinhadas com os desafios impostos pelo mercado, impactado pela nova economia, buscam entender suas verdadeiras missões, que certamente se estendem além das necessidades de retorno financeiro. A quem servem? Que benefícios trazem para seus públicos? Qual a razão de existirem? Respostas difíceis de serem destiladas, porém essenciais para a gestão de seus negócios e a criação de diferenciais competitivos que entregam real valor.

Jovens profissionais, conscientes de suas competências, procuram aliar seus propósitos pessoais à construção de suas carreiras, muitas vezes trilhadas de forma independente dos vínculos de emprego. Tenho me deparado com muitos que, ao se apresentarem profissionalmente, priorizam a defesa clara de um propósito individual, como uma causa a ser perseguida ao longo da vida, em detrimento de passagens por empresas, posições conquistadas ou cases realizados.

E, ao designer, cabe entender como a atividade exercida em seu dia a dia se insere em um contexto mais amplo. Algumas perguntas incômodas também deveriam ser avaliadas e respondidas antes de nos comprometermos com um trabalho. Por exemplo: "Qual o propósito do meu cliente?", "Que impacto esta ação terá em seu público?", "Que contribuição trará para a sociedade?", "Como este projeto contribuirá para o meu legado?", além de outras mais usuais como: "Estou sendo remunerado adequadamente?", "O contrato está sendo feito eticamente?", "Possuo as competências necessárias?", "Estou me relacionando de forma adequada com minha equipe e meus parceiros?", "Este trabalho me trará exposição adequada?", etc.

Só seremos percebidos por um posicionamento específico quando conseguirmos recusar alguns tipos de trabalho. E só teremos coragem para recusar trabalhos que são incompatíveis com nosso propósito. Procurar entender e dar sentido à nossa existência é uma busca sofisticada e difícil de se alcançar, mas certamente este exercício nos diferenciará e nos qualificará profissionalmente e como cidadãos.

O design é um recurso potente de transformação por ser um processo para realização de ideias. Como agentes destas transformações, devemos ousar exercer o poder inerente a elas, com ética e objetivos visionários.

PRINTI

Diego Luz

Mensagem do CEO da Printi, empresa correalizadora do Brasil Design Award 18

O propósito da Printi é totalmente correalizar um evento como o Brasil ligado ao design de diversas formas: Design Award, realizado com maestria até então somente pela ABEDESIGN - Associação Brasileira de Empresas de Design.

e mensagens de forma customizada e atrativa, ou seja do seu jeito. Para Na 8ª edição do BDA, a presença

vencer este desafio, o bom design é

fundamental e, portanto, provemos

não só produtos, mas também design

a nossos clientes. Internamente, com a

nossa eterna preocupação em evoluir

nos alavancamos em tudo que o design

dentro da economia criativa, ainda

pode oferecer, inovando sempre.

Isso coloca a Printi em um lugar

desafiador, porém confortável, para

Na 8ª edição do BDA, a presença da Printi agrega ao fazer com que o prêmio se torne mais abrangente e inclusivo. Afinal, acreditamos no design como elemento capaz de mudar vidas e organizações para melhor e ao mesmo tempo vemos a força que o Brasil tem nesse segmento.

Por isso, pela primeira vez as inscrições foram abertas aos profissionais

brasileiros sem a necessidade de prêmios internacionais e o corpo de jurados foi composto por 138 especialistas do nosso país, com extensão a diversas regiões. Todas as categorias e subcategorias são ligadas diretamente ao dia a dia dos nossos profissionais.

À essência do BDA, que tanto nos envolveu, gostaríamos de acrescentar valor, conteúdo e boas transformações sobre o futuro desejável do design, apoiando o objetivo da premiação de reconhecer e valorizar os projetos que buscam a excelência, o que será cada vez mais celebrado!

BDA 2018 - 4 - BDA 2018

BRASIL DESIGN AWARD

Gustavo Greco

Mensagem do Presidente do Júri

Ab(edesign)rangência

Abrangência foi o que orientou as nossas decisões na reconstrução do Brasil Design Award. Ao abrirmos inscrições para todas as empresas do Brasil, o prêmio aproximou a ABEDESIGN de seu cerne: reunir, congregar, conectar e desenvolver todas as iniciativas que fortaleçam o design em seus vários territórios. Uma associação nacional só faz sentido quando consegue entender que representamos um país composto por 27 estados.

A ABEDESIGN exprime abertura, convergência, flexibilidade e integração. Declaramos expressamente a disposição para a escuta, a troca, o intercâmbio, o diálogo. Em tempos de polaridades, associar-se tornase um ato político ao propiciar que encontremos apoio para nossas lutas individuais e coletivas.

Empresas de *design* de todos os cantos do Brasil, em 21 estados: Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso

do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Rondônia, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe. Todas elas submeteram seus melhores projetos para análise de um grupo de 138 jurados de alta qualificação técnica. A escolha feita por este time também evidencia a diversidade em suas origens geográficas e de repertório (palavra inerente ao exercício de nosso ofício).

633 projetos foram inscritos em dez categorias e passaram por três fases de julgamento (veja a tabela de Pontuação Média do Júri no final do texto). Em um primeiro momento, o júri selecionou uma *shortlist* com base em três critérios: ideia, execução e relevância/adequação.

Na etapa seguinte, foram dadas medalhas para os projetos que mais se destacaram dentre os finalistas: 227 bronzes, 62 pratas e 12 ouros. O número grande de premiados com bronze reflete mais uma vez a qualidade dos projetos inscritos, enquanto a quantidade de pratas expressou uma salutar atitude do

júri de realmente afunilar suas escolhas até que se chegasse aos pouquíssimos contemplados com ouro. Por isso, vale dizer: ouro, neste ano, realmente vale ouro.

Dos ouros, cinco merecidos e selecionadíssimos Grand Prix que ressaltam os atributos estratégicos dos projetos, além de suas impecáveis execuções. Um design com propósito pode ser a característica que perpassa tais projetos de naturezas tão diversas.

O movimento de abertura faz com que o BDA se estabeleça como o mais importante prêmio do design brasileiro. A parceria com a Printi como co-realizadora potencializa todo esse movimento. Os resultados enaltecem as diferenças e a pluralidade de um país que encontra na diversidade um dos principais pilares da sua identidade.

Pontuação Média do Júri

De 6 a 6,9 pontos - Shortlist De 7 a 7,9 pontos - Bronze De 8 a 8,9 pontos - Prata De 9 a 10 pontos - Ouro

JURADOS

Nome | Empresa

Marcos Minini | Aurora Branding
Titha Kramer | Bendito Design
Carol Bustos | ESPM - RS
Claudia Ishikawa | CBD
Tulio Filho | Blu Design
Cláudia Weber | Interbrand
Diego Luz | Printi

Anderson Silva | Youse

Lucas Obino | **OSPA/URBE.ME**

Marina Ribeiro | **Printi** Juliana Buso | **CBD**

Eduardo Lopes | Printi

Riccardo Bianchi | **Tramontina**

Paulo Nakamura | Designer e Consultor

Fernando Prado | Lumini

André Nery | **iFood**

Léo Eyer | Bold

Mariana Misk | **Oeste Design**

Nasha Gil | **Vicente Gil Design**

Ludmila Oliveira | **Consultora**

Marta Cardoso | Pande Design

Cesar Hirata | Futurebrand

Gisela Abad | 2Abad

Guilherme Umeda | \mathbf{ESPM}

Haro Schulenburg | ADG

José Carreira | \mathbf{IED}

Letícia Moura | CJ 31

Mário Narita | Narita Design

Renata Polastri | Estúdio Bogotá

Simone Mattar | Lab Mattar

Vanessa Queiroz | **Ideia Fixa**

Daniel Caminha | Estúdio Nômade

Ismael Bertamoni | Estúdio Nômade

Larissa Angeoleti | Design House

Márcio Lopes | GAD

Margot Takeda | **A10**

Priscila Farias | **Universidade de São Paulo**

Ronald Kapaz | Oz Design

Sandra Cameira | Senac SP

 $Gal \mid \textbf{Oppido}$

Giovanni Vannucchi | Oz Design

Jair Junior | Senac SP

Marcelo Martinez | Laboratório Secreto

Milton Cipis | Brander

Roberta Leal | Oz Design

Rodrigo Leme | **Grupo Criativo**

Ágata Tinoco | ESPM

Fernando Mascaro | Fernando Mascaro Estratégias

para Design Ltda.

Gustavo Piqueira | Casa Rex

Marcelo Aflalo | Univers Polise Marchi | Senac SP

Roselie Lemos | Assoc. Civil Design Catarina

Fábio Mestriner | Mestriner

Tatiana Sperhacke | TAT studio

Valpiro Monteiro | GAD

Dora Levy | **Dora Levy Design**

Luciana Pellegrino | **ABRE**

Luis Castelari | **Keenwork**

Ana Couto | AC Couto

Eliane Weisman | IED

Mauricio Noronha | Furf Design

Maira Fontenele | Sebrae Nacional

Leonardo Buggy | Tipos do Acaso

Maria Luz | Packaging

Rodrigo Brenner | Furf Design

Alessandro Tauschmann | Taste Design

Carlos Scheliga | Questto Design

Letícia Castro | CBD

Ricardo Leite | Crama Design

Adelia Borges | Adelia Borges

Bianka Frisoni | **Univali**

Carolina Pasqualli | **Alana**

Fábio Amado | Wake Insights

Luis Alt | LiveWork Brasil

Marcelo Quinan | No One

Gustavo Bittencourt | Easy Invest

Fred Lucio | ESPM

Guido Dezordi | Lumem Design

Thiago Cassola | FJord

Christian Ulmann | IED

Guilherme Araújo | Komuh

Levi Girardi | **Questto Nó**

Marta Manente | Marta Manente

Ligia Coimbra | Chazz

Marco Túlio | Oggi Design

Paula Gargioni | Centro Design Catarina

Denis Fuzii | Studio dLux

Fabricio Dore | McKinsey

Peter Fassbender | **Fiat**

Rubens Simões | Riva

Daniel Rocha | Chazz

Erico Fileno | **Visa**

Israel Lessak | Kvvo

Ivan Lucchini | InSitum

Jaakko Tammela | **FJord**

Jay Sassini | **WOLFWOLF** André | Souza | **Tropikal**

Luis Bartolomei | Bartolomei Design

Marise Chirico | **ESPM** Carla Reinés | **Fio Design**

Marck Al

Roger Monteiro | Designer independente

Luan Galani | Gazeta do Povo

Alecio Rossi | Senac SP

Lula Freitas | Equipe 6D

Vicente Gil | Vicente Gil

Cláudio Strussman | NOVEDEADesign Proj. e Asses.

Hyrla Mariana | **Sebrae Nacional**

Jorge Muniz | Muniz Branding

Billy Bacon | Bold Design

Danilo CID | Ana Couto

Gustavo Billo | Billo Design Studio

Allyson Reis | **Abracadabra Design** Ericson Straub | **Straub Design**

Laura Amaral | Bendito Design

Leonardo Araújo | **GAD** André Senra | **Oz Design**

Marcelo Lopes | Merchan Design

Sônia Rodrigues | **Arjowiggins**

Ana Soter | Soter Design

Fred Gelli | **Tátil**

Suzana Ivanoto | Oz Design

Kiko Farkas | Kiko Farkas

Joana Alves | Oeste Design

Alencar Ferreira | Trio-tech

Cesar Pieri | **Jaguar Land Rover** Fabricio Texeira | **Work & Co**

Antônio Pina | **Uber**

Bruno Porto | **Designer** Cyntia Garcia | **BG Arquitetura**

Tiago Krusse | **Design Magazine**

Renan Lima

Renato Imbroisi

Leonardo Massareli | **Questto Nó** Patrick Speck | **Grohe**

Clarissa Biolchini | **Archipelago**

Celina Hissa Érico Gondim

BDA 2018 - 6 -

HOMENAGEADOS BDA 2018



PROFISSIONAL DE PROMOÇÃO AO DESIGN

Ana Brum

Possui graduação em Desenho Industrial

- Habilitação em Projeto de Produto pela
Pontifícia Universidade Católica - PUC Paraná
(1999), curso de Especialização em Engenharia
de Produto e Design e Metodologia no Ensino
Superior pela mesma instituição, mestrado em
Desenvolvimento e Organizações pela FAE (2012).

Atualmente é Diretora Técnica no Centro Brasil Design, Coordenadora Geral do Portal Design Brasil. Foi delegada representante do design no CNPC/Ministério da Cultura (2012).

Atualmente é coordenadora e professora universitária no Centro Universitário Unicuritiba e professora de cursos de Especialização em Business Design com as cadeiras de Políticas Públicas em Design e Cenários do Design na mesma instituição.

Possui experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase Projeto de Produtos, atuando principalmente nos temas: projeto, produto, gestão do design, política pública e design sustentável. Atua como consultora estratégica no Projeto ICD do Núcleo de Desenvolvimento de Produtos (NDP) da UFRGS.



INSTITUIÇÃO DE APOIO AO DESIGN

Museu da Casa Brasileira

O Museu da Casa Brasileira (MCB), instituição da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, dedica-se às questões da morada brasileira pelo viés da arquitetura e do design.

Ao longo de mais de quatro décadas de existência, tornou-se referência nacional e internacional nessas áreas por promover programas como o Prêmio Design MCB, concurso criado em 1986 com o objetivo de incentivar a produção brasileira no segmento, e o projeto Casas do Brasil, de resgate e preservação da memória sobre a diversidade de morar do brasileiro.



INSTITUIÇÃO DE ENSINO DE DESIGN

UEMG - Universidade do Estado de Minas Gero

Escola de Design da UEMG: pioneirismo e desenvolvimento do Design

Nossa homenagem desse ano é à Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED/ UEMG), que foi criada em 1955, com o nome de Escola de Artes Plásticas. Em 1956 a escola iniciou o curso preparatório e realizou o vestibular para sua primeira turma, de 1957. Os cursos da Escola de Artes Plásticas eram inéditos na época, e estruturados em quatro áreas: Artes Plásticas (Pintura/Escultura/ Gravura), Desenho Industrial e Comunicação Visual, Decoração e Licenciatura em Desenho.

A Escola de Design da UEMG (Universidade do Estado de Minas Gerais) é pioneira no ensino do design, sendo a primeira escola de design de Minas Gerais e a segunda do país. Pesquisa da professora Ana Luíza Cerqueira, aponta que o primeiro aluno com diploma de curso superior do Brasil foi formado pela ED/UEMG. Tanto a Escola de Design quanto seus exalunos ocupam posições de destaque nacional, com atuações e premiações nacionais e internacionais.

Em 2019 a ED/UEMG vai ganhar uma nova sede, na praça da Liberdade, coração da cidade de Belo Horizonte, integrando o Circuito Cultural mais importante de Minas Gerais. Por seu pioneirismo, por suas características diferenciadas em relação às outras Escolas de Design, por seu investimento em qualificação, pesquisa, inovação e sua importância para a história e o desenvolvimento do Design no Brasil, a ED/UEMG é a nossa homenageada no BDA 2018.



HALL DA FAMA

Jorge Zalszupin

Jorge Zalszupin é polonês, arquiteto e chegou ao Brasil em 1949. Uma vez construídos seus projetos de arquitetura considerou importante desenhar também o mobiliário, estabelecendo assim uma relação formal entre espaço e objeto.

O design de móveis passou a ser então uma consequência natural na sua carreira. O grande valor de Jorge Zalszupin ultrapassa, porém, a excelência altamente reconhecida de seu design.

Com uma visão de vanguarda, já na década de 60, entendeu que seria importante ir além do papel de designer e decidiu empreender criando a L'atelier, empresa de grande sucesso que acabou se tornando sinônimo de móveis de altíssima qualidade e design contemporâneo. L'atelier permitiu que tivesse em suas mãos o controle da produção de seus projetos, desde a pesquisa de materiais até o produto final acabado, garantindo dessa forma a qualidade e o resultado comercial.

Se empreender é hoje visto como um grande valor pode-se imaginar quão visionário foi um designer tomar essa atitude há quase 60 anos atrás.

O Hall da Fama do Brasil Design Award tem esse importante papel de preservar a história dos designers que, de forma pioneira, construiram a excelência do design brasileiro, servindo de exemplo para as novas gerações de profissionais. Jorge Zalszupin é com certeza um deles.



CLIENTE DO ANO

Latan

Levar sonhos e pessoas cada vez mais longe.

Um sonho difícil, um sonho louco, mas acima de tudo, um sonho de quem aprendeu fazendo desde que nasceu.

Duas empresas icônicas, queridas, que pra continuar crescendo e vivendo seu grande sonho, decidiram se unir em uma única grande marca.

Mas como assim uma marca que é Brasileira e Chilena ao mesmo tempo? Na verdade é muito mais do que isso. Latam é Argentina, Colombiana, Peruana, é sim de fato, a primeira marca genuinamente Latino Americana.

E isso vai muito além do seu nome ou do seu logo. Cada detalhe de seu avião, cada ícone, cada

revista, cada cor, cada letra, cada som, cada uniforme, cada sala vip, cada ponto de contato minuciosamente desenhado. Sim, desenhado, redesenhado, desenhado de novo, até ficar perfeito, e é isso que faz toda a diferença.

Latam Airlines mostra a todos a força do design Latino Americano, conectando nosso continente ao mundo e levando nossos sonhos de empreender cada vez mais longe.



EMPRESA DO ANO

Interbranc

A Interbrand acredita que o crescimento é alcançado quando uma organização possui uma estratégia clara, oferecendo aos seus clientes experiências excepcionais por meio de uma combinação de estratégia, criatividade e tecnologia.

Com uma rede de 18 escritórios em 14 países, a Interbrand é uma consultoria global de marca que ajuda a impulsionar o crescimento das marcas e negócios ao redor do mundo.

Publica anualmente os estudos Best Global Brands, Breakthrough Brands e Marcas Brasileiras Mais Valiosas, além do canal de branding com maior relevância mundial, o brandchannel. Internacionalmente, a Interbrand faz parte do Grupo Omnicom Inc.

BDA 2018 - 9 - BDA 2018

P R E M I A D O S 2 0 1 8

B R A N D I N G







LAN X







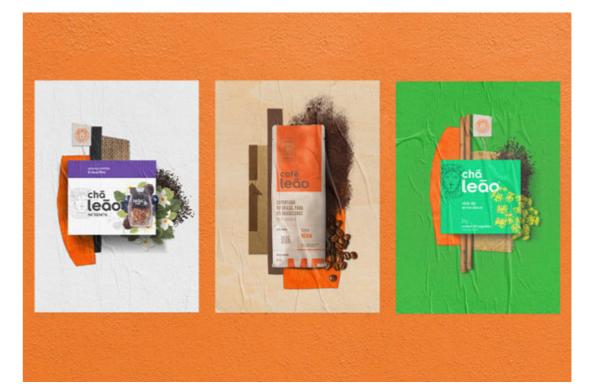






ARQUITETURA DE MARCA





PRATA

Descrição do Projeto

A Coca-Cola Brasil nos convidou para reinventar uma das marcas brasileiras mais queridas, à luz da nova estratégia de construir sob o guarda chuva de Leão™ um portfólio completo de infusões que revelem todo o Natural do Brasil.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue Líder de Projeto: Luca Bacchiocchi | Time Extendido: Estefan Richter, Henrique Lucio e Caroline Ohashi | Ilustrações: Welustras

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

Coca-Cola Brasil

GRAND PRIX

Descrição do Projeto

A criação da marca LATAM é um marco na história da aviação - é a primeira vez que duas grandes companhias aéreas se juntam e dão origem a uma nova marca. Quando a LAN e a TAM se uniram, descobrimos que, para crescer, a melhor estratégia seria construir uma marca única e ainda mais forte.

Ficha Técnica Interbrand

Interbrand | 2016

Latam

BDA 2018 - 13 -**BDA 2018** ARQUITETURA DE MARCA BRANDING BRANDING ARQUITETURA DE MARCA









PRATA

Descrição do Projeto

Criar uma nova marca de alimentação animal partindo de uma oportunidade de mercado, estratégia, inovação e portfólio, desenvolvida pela Alexandria, para, então, criar sua expressão através do naming e identidade visual, aterrissando nas embalagens.

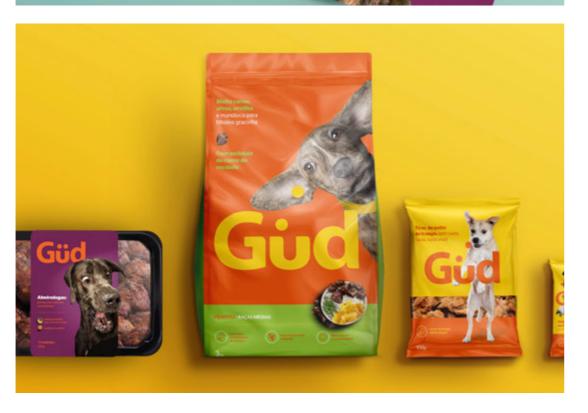
Ficha Técnica

Direção de Estratégia: Solange Ricoy | Estratégia: Renato Sutti, Ivo Costa e Fernando Sá | Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Designer Responsável: Ligia Nogueira | Time Extendido: Pedro Mattos, Camilla Mattos, Luca Bacchiochi e Camilla D'anuziata | Naming e Redação: Tatiana Rossi

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2016

Cliente BRF







BRONZE

Descrição do Projeto

Com 25 anos de história, a Uniagro, do segmento de alimentos saudáveis e saborosos, evolui sua marca, slogan e arquitetura de portfólio de produtos para organizar sua oferta e torná-la mais relevante e conectada ao estilo de vida de seus públicos. O consumidor identifica os produtos, mas não percebe que fazem parte de um mesmo universo, assinado por uma marca institucional. Percebem a marca como conservadora e carente de movimento e atualização. O logotipo se atualiza e o posicionamento de marketing evolui de "O sabor que faz bem" para "Te faz bem!", ampliando o conceito de bem-estar, antes restrito ao sabor do alimento, para o de estar de bem com a vida através do que traz energia vital. Os 180 produtos são agrupados em três mundos de acordo com seus benefícios e sensações: Equilíbrio, Gourmet e Monde. E todos os produtos recebem novas embalagens.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Mauricio Furlanetto | Designers: Alan Horn, Caroline Freire, Jessica Weimar e Janaira Araújo | Arte Finalista: Yuri Alexander | Planejamento: Renata Ferreira

Autoria | Ano UP Design | 2018

Cliente Uniagro

BDA 2018 - 14 -**BDA 2018** - 15 -

ARQUITETURA DE MARCA ARQUITETURA DE MARCA



BRONZE

Descrição do Projeto

A Pimpolho, marca brasileira de moda infantil presente em mais de 40 países, buscou a Pande para auxiliar nas decisões sobre as melhores estratégias de diferenciação. Através do BrandSpread, uma metodologia da Pande, iniciamos a construção de uma plataforma de marca, com as fortalezas e o posicionamento do negócio. Fizemos uma imersão que contemplou visitas a 6 estados, 93 pontos de venda, entrevistas com gerentes, representantes, lojistas e com a equipe interna da Pimpolho. O objetivo era entender os principais valores da empresa. O desenvolvimento infantil se tornou o posicionamento da marca, depois que entendemos a jornada da mãe e bebê e as fases relevantes para um desenvolvimento saudável. A divisão dos produtos em 3 fases (Bem-vindo ao mundo, Pequenas descobertas e Conhecendo o mundo) possibilita um diálogo dinâmico com as mães. Criou-se uma nova identidade a partir do posicionamento, retrabalhando a mascote da marca para acompanhar cada vez mais as fases do desenvolvimento da criança.

Ficha Técnica

Direção Estratégia: Gian Franco Rocchiccioli | Equipe de Estratégia: Alexandre Mori, Pablo Ladeira, Hugo Freitas e Alessandra Diniz | Gestão de Conta e Projeto: Alessandra Diniz | Direção de Criação: Hugo Freitas | Design: Thaís Damião e Amanda Louisi | Finalização: Fabio Gravina e Lucia Santos | Ilustrações: Thiago Heisel e Thaís Damião

Autoria | Ano

Pande | 2018

Cliente

Pimpolho

BRANDING BRANDING

SALUMERIA ROMANI

















BRONZE

Descrição do Projeto

A Labis Design desenvolveu um projeto para a Salumeria Romani com base no Brand Language Design, método que permitiu criar um conceito, uma estratégia de comunicação e escolher a tipografia, as cores e as ilustrações ideais para a marca, aplicando tudo isso em matérias on e offline. A estratégia era criar uma identidade que competisse com as marcas internacionais e se diferenciasse das nacionais.

Ficha Técnica

Designers: Henrique Catenacci e Nataly Luana Nodari | Fotógrafos: Antonio Mangili e Natali Nodari | Tipografia: Doo Type - Eduilson Coan

Autoria | Ano Labis Design | 2017

Cliente Salumeria Romani

O Selo desenvolvido tem como objetivo garantir a procedência da empresa Salumeria Romani, que é reconhecida pela produção de embutidos artesanais.

- 17 -**BDA 2018 BDA 2018** - 16 -

NAMING BRANDING BRANDING NAMING



VIRTUS: A VIRTUDE DE UM GRANDE CARRO



PRATA

Descrição do Projeto

Uma mercearia localizada em Porto Alegre (RS) com intuito de estar à disposição das pessoas e se tornar amiga da vizinhança. A ideia do nome centralizou-se na ambiguidade. Um jogo de palavras que daria margem à dupla interpretação. Um dos significados de estar à mercê é estar ao dispor do outro, portanto, o intuito foi expressar estar sempre disponível ao bairro e com o que se procura. Tornar-se aquilo que o bairro pedia, seja um local de compras, seja um ponto de encontro da vizinhança. Já a outra interpretação está relacionada a um apelido carinhoso dado à mercearia. ""Mercê"" reflete a proximidade que as pessoas desenvolveriam com o local, como uma amizade. Desperta sentimentos de pertencimento e identificação: ser a sua mercearia, a mercearia para o seu apetite, a mercearia do seu bairro.

Ficha Técnica

Naming: Felipe Bernardes Amaral, Gustavo Bernardes Amaral e Natália Athayde Porto

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2015

Cliente

A Sua Mercê









PRATA

Descrição do Projeto

A Volkswagen Alemanha e o Brasil tinham um desafio para enfrentar: a categoria de sedãs médios estava estabelecida no país. As principais concorrentes apresentavam bons resultados de venda para seus modelos. Era hora da Volkswagen também lançar o seu. O trabalho deveria equilibrar a essência alemã e as peculiaridades do consumidor brasileiro. Para isso, a Nording, consultoria alemã parceira da Volkswagen Alemanha chamou a Interbrand Brasil para participar do processo. A criação do nome do novo sedã médio da Volkswagen para o Brasil não poderia ser diferente: um verdadeiro processo de cocriação. Da virtuosidade alemã e da virtualidade dos novos tempos, nasceu "Virtus". Um nome fácil de ser pronunciado globalmente e que já nasce com todas as virtudes para conquistar os consumidores do Brasil.

> Ficha Técnica Interbrand

Nording

Autoria | Ano Interbrand | 2018

> Cliente Volkswagen

BDA 2018 - 19 - BDA 2018

NAMING BRANDING BRANDING NAMING



FOMERIA



MOTRIX





Chegou Motrix, o portificante desenvolvido pela Motrio para todas as marcas de carro. Inclusive o seu. Inclusive o seu

MOTRIO MO

BRONZE

Descrição do Projeto

Motrio/Renault tinha a necessidade premente de reposicionar seu lubrificante, um produto sem nome ou personalidade, que utilizava embalagem padronizada e igual a diversos concorrentes. Com esse objetivo, foram criados um nome e uma identidade visual condizente com a tecnologia do produto. A ideia foi uma derivação do próprio nome Motrio, acrescentando-se a letra X (Motrix), e com isso conferindo motricidade, velocidade e tecnologia, além de aproximar o nome dos produtos dos dois líderes de mercado, que também têm sua terminologia utilizando X: Lubrax e Shell Helix.

Ficha Técnica

Miguel Casagrande e José Luís Ripoll Stroher

Autoria | Ano

CDA Branding & Design for People | 2017

Cliente

Renault / Motrio

PRATA

Descrição do Projeto

Com a ideia de que um sorriso pode melhorar qualquer dia e com o intuito de abrir um mercado em Canoas (RS), a empreendedora, de origem italiana, gostava da ideia de proximidade e da reunião de pessoas ao redor da comida. Então surgiu a Fomeria, um mercado de bairro, padaria e espaço de convivência com o conceito de que "comer vai além de simplesmente comer". Entende-se que todos temos fome de alguma coisa: de sorrisos ou abraços, de doces ou salgados. A Fomeria é o local para saciar todos tipos de fome, onde a comida atua apenas como um pretexto dentro de um objetivo maior. Foi realizado um projeto de branding, no qual se traçou a estratégia de marca e suas expressões: naming, universo verbal, identidade visual e materiais de comunicação.

Ficha Técnica

Naming: Natália Athayde Porto

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2016

Cliente

Fomeria

BDA 2018 - 20 - BDA 2018

NAMING BRANDING BRANDING NAMING



HAUFORGE



BRONZE

Descrição do Projeto

A PAR Corretora passou por um intenso projeto de reestruturação. A companhia deixou de atuar como corretora exclusiva da Caixa Seguradora nas agências do banco para atuar livremente no mercado. A repaginação da PAR contemplou diagnóstico, diretrizes estratégicas, desenho de um ecossistema e posicionamento novos. A proposta era transformar uma corretora com marca despercebida e sem identidade em uma provedora de soluções que potencializa negócios, combinando serviços financeiros e de seguros ideais para cada cliente. Essa evolução foi base para a criação da personalidade e do propósito da marca: facilitar a Era do Encontro. Assim nasce a Wiz, cheia de significados, para simplificar o encontro entre empresas e pessoas, oportunidades e negócios, criando conexões relevantes no mundo.

Ficha Técnica

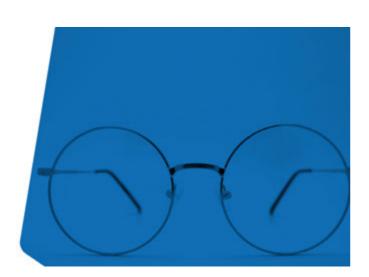
Ana Couto - CEO | Hugo Rafael Eleterio - Sócio-Diretor Executivo | Larissa Menocci - Gerente de Estratégia | Cecilia Lombardi -Executiva de Estratégia | Erika Pinheiro - Gerente de Conteúdo | Adilson Soares - Conteúdo | Lucas Waltenberg - Conteúdo | Rafael Torres - Coordenador de Design | Carolina Lins - Designer Gráfico | Iara Cunha - Designer Gráfico

Autoria | Ano

Ana Couto | 2017

Cliente

Par Corretora



MAGO

Que usa o arquétipo definido na estratégia para facilitar o encontro entre a inteligência de dados e as necessidades das pessoas.

WIZ

Um nome curto, ágil, cheio de significados, próximo ao universo tecnológico e que remete à sabedoria e transformação.

Que vem da adaptação de duas palavras inglesas:



Mago

Pessoa habilidosa e inteligente; mover de forma muito rápida.



Um nome cujas letras formam uma plataforma para a construção de uma Marca forte, que cria conexões relevantes.





BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de posicionamento, nome e identidade visual para marca de suplementos minerais para nutrição animal.

Ficha Técnica

Direção de Design: Rodrigo Francisco e Braz de Pina | Estratégia & Naming: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Murilo Pascoal e Verônica Sauthier | Coordenação: Andrea Montoro & Rodrigo Lopes

> Autoria | Ano Br/Bauen | 2017

> > -Cliente

Hauforge

BDA 2018 - 23 - BDA 2018

NAMING BRANDING BRANDING





NAMING

TEGRA: INTEGRAÇÃO E INTEGRIDADE



BRONZE

Descrição do Projeto

A Brookfield Incorporações vivia um novo momento. Novos valores, novas atitudes e novos objetivos nasciam de dentro para fora, juntos a um também novo jeito de agir e de se relacionar com as pessoas. Com uma história de quase 40 anos no Brasil e mais de 90 mil imóveis entregues em São Paulo, Campinas e Rio de Janeiro, essa mudança de atitude pedia também uma mudança de marca.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2017

Cliente Tegra







Descrição

Relevância e Adequação:





BRONZE

Descrição do Projeto

Olha! é uma clínica oftalmológica no segmento popular, mas nem parece. O objetivo era criar uma marca confiável, mas que desafiasse a linguagem fria frequente nesse ambiente e surpreendesse o seu público.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Gabriela Pavan, Diego Moreira, Gabriel Ramos e João Tiago Camargo

> Autoria | Ano Enredo | 2018

Cliente Olha! Clínica Oftalmológica

BDA 2018 BDA 2018 - 24 -- 25 -

NAMING NAMING BRANDING BRANDING



PRÊMIO WHEXT

NEXA: A MINERAÇÃO DO FUTURO





BRONZE

Descrição do Projeto

A APRO, Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais, queria exaltar a qualidade dos profissionais, reconhecer os trabalhos feitos e, principalmente, abrir mesas de debate para novos caminhos do mercado de comunicação no setor. Para isso criou um festival completo, com premiação, debates, palestras e oficinas. Coube à Tátil a criação do nome e da linguagem gráfica para o evento.

Ficha Técnica

Design Grafico: Luis Freitas, Caio Orio, Felipe Lekich e Renan Benvenuti | Design de Produto: Tomas Miller | Arte Final: Poliana Chagas | Executivo de Negócios: Karoline Lima

Autoria | Ano

Tátil Design | 2017

Cliente APRO







BRONZE

Descrição do Projeto

A mineração está por trás de tudo que move a sociedade para o futuro. Da indústria automobilística à nanotecnologia, da construção civil à agricultura. A união de duas grandes mineradoras latino americanas, Votorantim Metais e Milpo, era o momento perfeito para pensar uma marca que conectasse a mineração com a sociedade de um jeito ainda mais inteligente. A Votorantim Metais é uma das cinco maiores produtoras mundiais de zinco, com um portfólio que também inclui cobre, chumbo, prata e outros minérios. A compra de mais de 80% das ações da Milpo, no Peru, consolidava sua posição de liderança na América Latina, mas trazia um desafio de arquitetura de marca: qual o melhor cenário para a identidade da companhia que surgia a partir desta ampliação de controle acionário?

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2017

> Cliente Nexa

BDA 2018 - 26 -- 27 -**BDA 2018** NAMING BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS



A NOVA MARCA DA BOLSA DE VALORES







PRATA

Descrição do Projeto

Em 2016, a BM&FBOVESPA deu um grande passo no processo de consolidação, decidindo se fundir com a CETIP. Uma fusão de caráter mundial. A gigante da bolsa de valores combinada com sua grande rival, a maior controladora do mercado de capitais do país, conhecidos como mercado balcão. E novamente o desafio de uma marca resultante da fusão: uma das duas marcas atuais? As duas juntas? Ou uma terceira? Com a combinação desses dois gigantes dos negócios, havia o receio de monopólio por parte do mercado. Portanto era imprescindível mostrar que essa combinação poderia gerar algo de mais valor para todos, e somente um posicionamento forte, um novo nome e uma nova identidade poderia representar este momento.

Ficha Técnica

Direção Geral - Luciano Deos | Direção de Estratégia - Renato Sutti | Direção de Design - Grace Meurer | Identidade de Marca -Andrés Soler Bíderman e Adriano Snel | Projeto Gráfico do Manual - Gabriel Fagundes | Redação do Manual - Gabriela Elias | Revisão do Manual - Martha Steffens | Atendimento - Thais Basaglia

> Autoria | Ano GAD' | 2017

> > Cliente

B3 - Brasil, Bolsa, Balcão

BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de projeto de Naming, posicionamento e identidade visual para confeitaria especializada em bolos artesanais no pote. Comercializados com sabores exóticos regionais em vending machines.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Arthur Galvão

Autoria | Ano

DPI Comunicação | 2018

Cliente

Mirabolices Confeitaria

BDA 2018 BDA 2018 - 28 -- 29 -

POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS

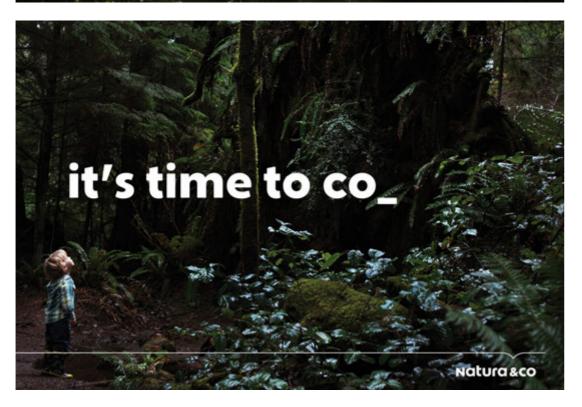


É TEMPO DE COEXISTIR











PRATA

Descrição do Projeto

A Suvinil, a marca de tintas mais tradicional do Brasil, apresentou seu novo posicionamento e identidade ao mercado em 2018. A marca que mais transformou salas, quartos e casas inteiras no Brasil, ganhava uma cara nova. O desafio da Interbrand foi definir a estratégia e identidade da marca a partir de uma pesquisa que entendeu e segmentou seus consumidores. Com este novo olhar, a revisão da estratégia de portfólio de produtos foi fundamental para definir como esse trabalho deveria impactar toda a experiência de compra e uso de tintas. A Interbrand também definiu as linhas de produtos, criou novos nomes e redesenhou as embalagens. O trabalho foi ativado em um plano de lançamento que envolvia os principais públicos: colaboradores, lojistas, imprensa, influenciadores, pintores e consumidores.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2018

> Cliente Suvinil

PRATA

Descrição do Projeto

Fundada em 1969, a Natura começou em 2013 a dar os primeiros passos em seu crescimento internacional, com a compra da australiana Aesop e em 2017 com a icônica marca inglesa The Body Shop. O desafio da Interbrand foi criar a estratégia de marca deste novo grupo, que já nascia com um faturamento de U\$6 bilhões, atuação em 70 países e mais de 18 mil colaboradores. Um grupo de cosméticos global, multicanal e multimarcas, movido por propósitos. O primeiro passo foi definir uma estratégia para o nome do novo grupo. Era preciso encontrar um fio condutor entre as três marcas, buscar uma essência em comum e expressá-la de forma inspiradora. Em seguida, foi definido um posicionamento abrangente o bastante para ser fiel às três marcas, mas também diferenciador e relevante para o mundo atual:

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2018

Cliente Natura &Co

BDA 2018 - 30 - BDA 2018

POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS BRANDING BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS



MCKINSEY & COMPANY





PRATA

Descrição do Projeto

Novo conceito da marca Tônica Antarctica, incluindo identidade visual, roadmap de inovação de produtos, experiências e guidelines de comunicação. Sob a lente do design sistêmico, traçamos uma nova estratégia para reposicionar uma marca centenária no mercado. Depois de um trabalho de pesquisa com consumidores e especialistas, elaboramos o novo propósito de Tônica Antarctica: revelar aos jovens adultos que momentos difíceis da vida são uma fonte de crescimento e aprendizado.

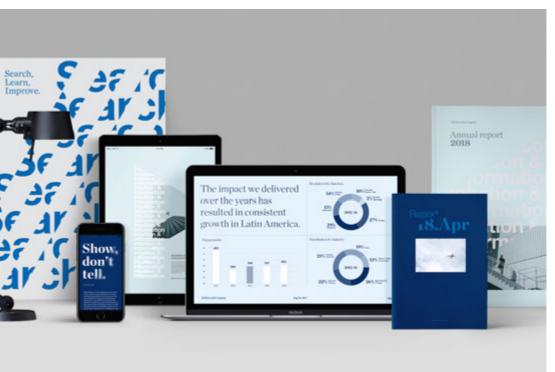
Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2017

Cliente Ambev





The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in consistent growth in Latin America. | The impact we delivered over the years has resulted in the impact of t

BRONZE

Descrição do Projeto

A McKinsey se encontra em um momento de transição para uma nova identidade visual e posicionamento global. Durante esse processo, surgiu a necessidade de modernizar a linguagem visual atual, de forma a trazer mais leveza, fluidez e inteligência ao sistema de identidade.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota | Direção de design: Cris Inoue | Líder de Projeto: Patricia Clarkson | Designers: Caio Reis e Pedro Veneziano

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

McKinsey & Company Brasil

BDA 2018 - 32 - BDA 2018

POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS



DR. CONSULTA. UM OLHAR HUMANO PARA A SAÚDE







dr.c dr.c Sua saúde em primeiro lug na nossa agenda. dr.c





BRONZE

Descrição do Projeto

A Torra, varejista de moda, oferece preço baixo e qualidade à classe C. Recentemente, se deparou com o desafio de criar uma conexão relevante e diferenciadora com seu consumidor. Para isto decidiu se reposicionar. Uma grande oportunidade foi identificada: a classe C vivia uma nova realidade com uma mudança de mindset de "se eu pudesse" para "eu posso", uma aspiração de poder ser protagonista da sua história. A marca precisava dar voz a essa representação, mostrar o poder do cliente ser quem ele é, revelar sua energia para conquistar, altoastral para seguir em frente e garra para se reinventar. A nova marca traz elementos que estimulam os clientes a acreditarem em si, nos seus estilos, corpos, vozes e atitudes, transformando capacidade em realização, potencial em poder.

> Ficha Técnica Interbrand

Fabio Haag Type

Autoria | Ano Interbrand | 2018

> Cliente Torra

BRONZE

Descrição do Projeto

Em um país em que cuidar da saúde pode ser caro ou ineficiente, o Dr. Consulta tem como público as pessoas que não se sentem atendidas pelas opções disponíveis, oferecendo um serviço rápido, prático e acessível. Com seu lançamento, rapidamente surgiram concorrentes tentando replicar o seu modelo. O desafio da marca era, portanto, se diferenciar das clínicas populares, vinculadas normalmente à baixa qualidade. Era preciso romper com a desconfiança no setor e comunicar a marca de forma relevante. O Dr. Consulta é uma empresa voltada para dados, resultados e performance. Por outro lado, também é muito preocupada com o atendimento humanizado e as relações. O novo posicionamento da marca visa integrar esses dois lados, provando que tecnologia e humanidade juntas levam a vida mais longe.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

Doutor Consulta

BDA 2018 - 34 -- 35 -**BDA 2018** POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS BRANDING BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS



DESCUBRA OUTRA VERSÃO DE VOCÊ





como carros-chefes de vendas e um cardápio que vai muito além da culinária italiana, o Ragazzo precisava repensar sua proposta de marca. O novo posicionamento torna a rede uma especialista em 'tudo o que é gostoso', como afirma seu tagline. Além dos pratos tradicionais, dá protagonismo a todos os outros snacks e oferece uma experiência diferenciada a seus clientes, preparando a marca para

Descrição do Projeto

Tendo a coxinha e as massas

Ficha Técnica

BRONZE

FutureBrand São Paulo: Arnaldo Bastos, Daniel Alencar, Ciro Geara, Tiago Cruz, Josei Nagayassu, Jonas Oliveira, Sara Oliveira, Roberto Fagaraz, Everton Silva e Mateus Prado | Diretoria Grupo Habib's: Bruna Saraiva | Motion: Papanapa

uma expansão mais consistente.

Autoria | Ano

FutureBrand São Paulo | 2018

Cliente

Grupo Habib's





MALIORY WALLORY Links Maxculia Lorder Ment Circles 1 Circles Lorder Ment Ci

BRONZE

Descrição do Projeto

Nos últimos 30 anos, a Mallory foi a marca de ventiladores mais vendida. Porém, o que era um mercado disputado por marcas nacionais foi invadido por gigantes internacionais. Com isso, ano a ano, a Mallory perdeu participação de mercado e, como resposta, decidiram que iriam ditar a tendência ao invés de seguir. Para isso, acrescentaram ainda mais design aos seus produtos e contrataram uma agência para fazer algo de inédito para marca: um projeto de branding.

Ficha Técnica

Rodne Torres, Rodrigo Santiago, Adriano Sombra, Myrtil Facó, Victor Rocha, Ana Celina, Luciana Junqueira e Everton Rocha

Autoria | Ano

Acesso Comunicação | 2017

Cliente Mallory

BDA 2018 - 37 - BDA 2018

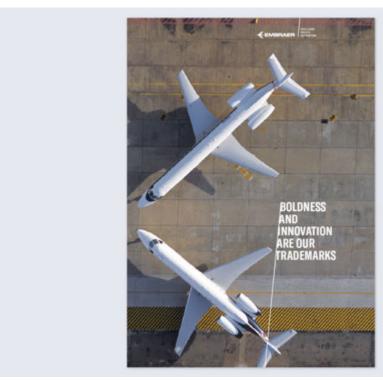
POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



DEVANEIO DO VELHACO













PRATA

Descrição do Projeto

A ideia do negócio começou, literalmente, em um sonho: durante uma imaginária conversa com o seu avô Salvador, um dos sócios recebe a missão de abrir uma cervejaria na antiga casa da família no Centro Histórico de Porto Alegre. Um sonho surge no inconsciente e nada mais é do que um devaneio fruto de nossa mente. Considerando que o avô Salvador era um senhor que, já naquela época, produzia sua própria cerveja e enterrava escondido no quintal de sua casa - coisa de um velho malandro e safado - a missão passada ao seu neto só pode ter sido um Devaneio do Velhaco. A partir desse enredo, realizou-se um projeto de branding para a cervejaria e bar (autêntico brew pub) em que foram desenvolvidos estratégia de marca, naming, identidade visual e pontos de contato - estes que se desdobram até hoje.

Ficha Técnica

Head of Design: Felipe Bernardes Amaral | Estratégia: Felipe Bernardes Amaral e Natália Athayde Porto | Naming: Felipe Bernardes Amaral e Natália Athayde Porto | Design Team: Gustavo Bernardes Amaral, Rafael Poloni, Ronald Zanardi | Fotografia: Eduardo Bussolin

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2018

Cliente

Devaneio do Velhaco

Construindo cultura de marca para a terceira maior fabricante de aviões do mundo.

BRONZE

Ficha Técnica

Fred Gelli, Renan Benvenuti e Julia Haiad

Descrição do Projeto

Autoria | Ano Tátil Design | 2017

Cliente Embraer

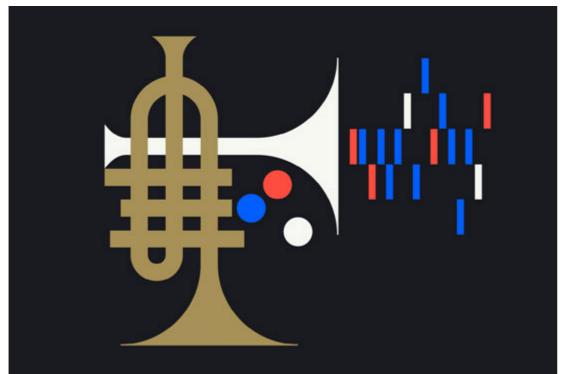
BDA 2018 BDA 2018 - 38 -- 39 -

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS





ECAD



PRATA

Descrição do Projeto

Como construir valor para a marca ECAD e torná-la relevante em um contexto em que a forma de produzir, distribuir e consumir música evolui a cada dia? Foi esse o desafio abraçado pela Tátil em um projeto desenvolvido ao longo de 12 meses, feito a muitas mãos.

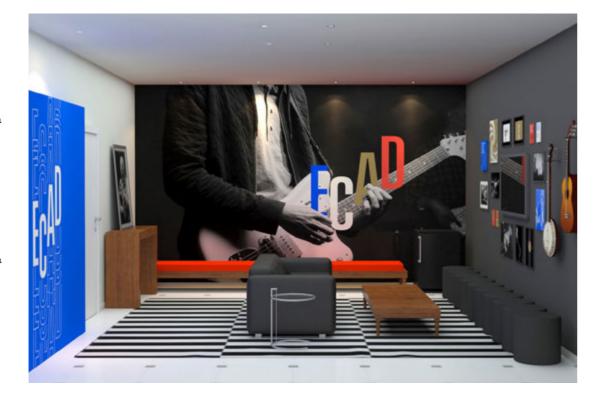
Ficha Técnica

Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Ilana Bandarovsky e Daniel Escudeiro

Autoria | Ano

Tátil Design | 2017

Cliente ECAD



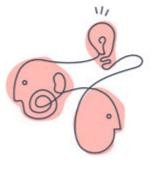
Facilita.

FACILITA



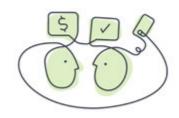
Ilustrações

Nosso negócio é conectar pessoas as pessoas certas na hora certa.





De forma próxima e colaborativa.



BRONZE

Descrição do Projeto

GoScore! era uma startup com um futuro promissor, mas enfrentava dificuldades de chegar no público correto. A empresa surgiu com o objetivo de ser um agente facilitador na vida de corretores de imóveis, vendedores e construtoras, simplificando processos através da plataforma. Algo que fosse fácil, acessível, simples e extremamente eficiente.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Diego Moreira e Nicolas Garcia

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente Facilita App

BDA 2018 BDA 2018 - 40 -- 41 -

BRANDING BRANDING POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



FOLKZ PIZZAS & SALADAS





















BRONZE

Descrição do Projeto

Nascida em Cascavel (PR), a Folkz é uma marca de pizzas e saladas customizáveis.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, João Tiago Camargo, Tiago Rodrigues e Gustavo Gontijo

Autoria | Ano

Enredo | 2017

Cliente Folkz

BRONZE

Descrição do Projeto

Uma história pessoal — a vontade de aliviar as dores de um familiar inspirou a Membracel, uma empresa de soluções médicas, a transformar a vida de muitos. Se preparando para uma nova fase, a empresa contatou a Saad para conduzir o projeto de lançamento de seus novos produtos e a expansão de seus negócios a nível nacional e internacional. Por meio de análises detalhadas, verificou-se novos desafios: o nome Membracel, referente a um de seus produtos, a membrana de celulose, não seria ideal para acomodar os novos lançamentos. Era preciso reposicionar a empresa de forma criativa, coerente e estruturada, trazendo para a nova marca a credibilidade e o caráter inovador presente em seus produtos.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Lucas Saad | Design: Cleber Rafael de Campos, Carlos Bauer e Guilherme Hobi

Autoria | Ano

Saad _ Impactful Tailored Brands | 2015

Cliente

Membracel

BDA 2018 - 42 -- 43 -**BDA 2018** TOM DE VOZ

BRANDING

BRANDING

TOM DE VOZ



NEOGRID: UM TOM DE VOZ NO RITMO DAS PESSOAS





BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de Expressão verbal para fortalecer a estratégia de comunicação da marca e seu posicionamento, com valorização das características diferenciais junto aos públicos.

Ficha Técnica

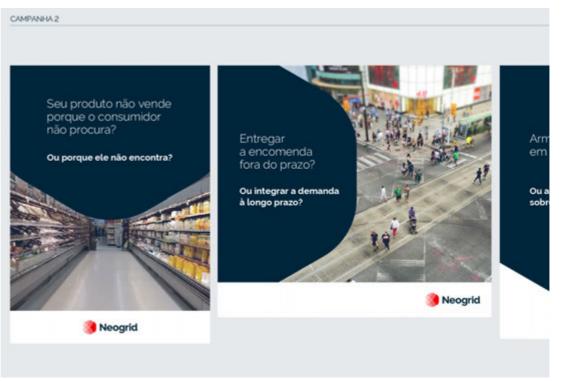
Afonso Fávero, Tereza Cristina Fraga Moreira, Julio Ghisloti, Amanda Freitas, Mariana Alves Fávero e Carolina Lopes

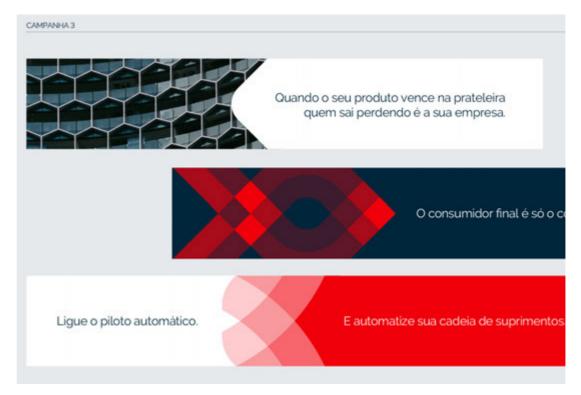
Autoria | Ano

Mobme | 2018

Cliente Atilatte







BRONZE

Descrição do Projeto

A Neogrid é uma das maiores empresas de gestão de cadeias de suprimentos do Brasil. Por meio da sua rede completa, ela conecta as informações e põe na conversa fabricantes, distribuidores, fornecedores, lojistas. Tudo em um só ritmo. Por isso, quando o assunto é o tom de voz da marca, o desafio estava claro: levar o ritmo do consumo, o ritmo das pessoas, para as palavras que a marca fala, escreve e comunica. Inspirado no ritmo do consumo que só a Neogrid enxerga, nasceu o ritmo das nossas palavras. Precisas. Ousadas. Fáceis de entender. Quando a Neogrid dialoga com as pessoas, ela segue um ritmo. Quando a Neogrid se expressa, ela encontra o ritmo certo seja qual for o assunto.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2017

> Cliente Neogrid

BDA 2018 - 44 - BDA 2018

TOM DE VOZ BRANDING BRANDING TOM DE VOZ



NEXO JORNAL: AS PERGUNTAS PRECISAM SER FEITAS









O que pensa quem pensa diferente de você?



BRONZE

Descrição do Projeto

O Nexo Jornal nasceu em 2015 com uma proposta diferente dos meios de comunicação tradicionais do Brasil: trazer aprofundamento, contexto e explicação para os fatos que acontecem no Brasil e no mundo. Três anos depois da sua fundação e de muito trabalho, o Nexo decidiu que era hora de, além de fazer, começar a falar. Era a hora do Nexo começar a comunicar sua marca. Através de uma análise profunda de um mercado jornalístico em crise de credibilidade, a marca Nexo foi posicionada e sua identidade repensada. Quando o assunto é identidade verbal, o desafio para a marca estava claro: como se dá a comunicação de uma marca que trabalha com comunicação, ainda que jornalística? Como a linguagem jornalística inspira a linguagem da marca e vice-versa?

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2018

> Cliente Nexo

BRONZE

Descrição do Projeto

Quando o assunto é internet, encontramos usuários de todos os níveis: desde os mais iniciantes até os mais experientes. Por isso, a jornada para renovar o tom de voz da Locaweb começou aí: criar uma linguagem que falasse com todo tipo de público. "Paixão por desenvolver": foi essa a ideia criativa que nasceu a partir da estratégia de marca da Locaweb. Se até hoje a Locaweb se mantém líder no mercado brasileiro de serviços de internet, é porque todos que trabalham na empresa são apaixonados pelo que fazem. De verdade. A Locaweb é feita por pessoas que amam desenvolver sonhos, ideias, negócios e o futuro da internet por meio dos códigos.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2016

Cliente Locaweb

- 47 -**BDA 2018 BDA 2018** - 46 -

P R E M I A D O S 2 0 1 8

G E S G N F





GRAND PRIX

Descrição do Projeto Criação de Identidade Visual para Bienal Sesc de Dança 2017. Desenvolvimento de toda linguagem visual utilizada nos mais variados meios de comunicação do evento. Desde os materiais impressos, como guia de programação, catálogo, convite, até vídeo conceitual, comunicação digital e material



BIENAL SESC DE DANÇA 2017



DESIGN GRÁFICO

publicitário. Este evento é um panorama da dança contemporânea, com espetáculos nacionais e internacionais. Nesta edição, o recorte curatorial tinha como ponto principal as fronteiras da dança com outras artes, ou seja, o diálogo entre a dança e arte performática; dança e artes cênicas; dança e artes plásticas; dança e moda. Outro ponto importante para a comunicação era reforçar a presença de Campinas, cidade sede da bienal nesta edição.

Conceito, Design e Direção de Arte: Jorge Romanos e Naíma Almeida | Fotografia: Érico Toscano | Filme - Direção de Arte: Jorge Romanos e Naíma Almeida; Direção: Aline Lata; Direção Fotografia: Érico Toscano; Produção

Jorge Romanos & Naíma Almeida | 2017

Executiva: Lipp Sant'angelo

Ficha Técnica

Sesc



QUERIDINHOS DA CIDADE





BRONZE

Descrição do Projeto

A Lanchonete da Cidade convidou a Elefante Project para desenvolver uma campanha dentro de suas lojas, a fim de divulgar os principais pratos da casa.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Daniel Araujo | Diretora de Atendimento: Debora Chiofolo | Impressão: Gráfica Fidalga | Papel: Couchê 90g | Impressão: Plotter Digital | Formato: A2 (42 x 59,4 cm)

Autoria | Ano

Elefante Project | 2017

Cliente

Lanchonete da Cidade

BDA 2018 BDA 2018 - 51 -

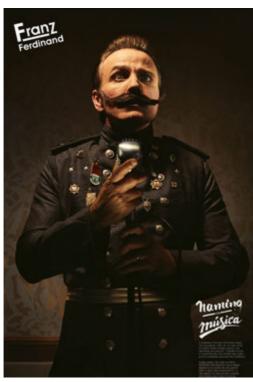
CARTAZES DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO CARTAZES



NAMING NA MÚSICA

KES SESSION: CORPORATE REBELS









Descrição do Projeto

BRONZE

O KES é uma plataforma de conteúdo de inovação baseada em tecnologia, comportamento e criatividade. Para um dos encontros promovidos em 2018 eles convidaram a dupla Freek Ronner e Joost Minnaar, sócios do Corporate Rebels, um projeto que tem como missão fazer com que o trabalho das pessoas seja o mais divertido possível. O estúdio foi então convidado para desenvolver a identidade visual do evento.

Ficha Técnica

Design: Gustavo Garcia e André Arruda. | Fotos: Eduardo Lopes | Texto: Freek Ronner e Joost Minnaar, Mariana Castro e Guilherme Tagiaroli

Autoria | Ano Papanapa | 2018

Cliente KES Knowledge Exchange Session





Belle and Sebastian



BRONZE

Descrição do Projeto

Produção de três retratos que representam, a partir de uma abordagem lúdica, a origem do nome de cada banda musical. Os pôsteres têm o formato final de 50x 73 cm e as primeiras reproduções foram feitas em papel de algodão, com impressão Fine Art.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2016

Cliente Interbrand

BDA 2018 BDA 2018 - 52 -- 53 -

CARTAZES DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO CARTAZES



DE 1 A 81





Descrição do Projeto

Cartaz no formato 1,80 x 1,20 m, em impressão digital, desenvolvido para a exposição "Design para Todos?", integrante da Bienal Brasileira de Design - Floripa 2015. O projeto inverte o conceito de "design PARA todos" e trabalha com a ideia de design POR todos ao incluir o público no processo de desenvolvimento, e posteriormente demonstrar o mesmo por meio de um website específico (www.tat. com.br/designparatodos). Uma rica interação designer/público que estimulou a criatividade e a participação, chamando a atenção da presença do design na vida das pessoas e comunicando diversidade em vários níveis.

Ficha Técnica

Conceito e desenvolvimento do projeto gráfico: Tatiana Sperhacke | Interferências gráficas: público com idades entre 1 e 81 anos | Curadoria: Bruno Porto e Rico Lins

Autoria | Ano TAT studio: Tatiana

Sperhacke | 2015

Cliente

Bienal Brasileira de Design/ Exposição de cartazes "Design para Todos?"

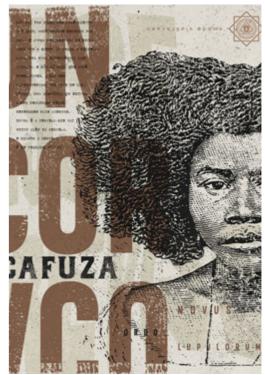








CERVEJARIA DOGMA



BRONZE

Descrição do Projeto

Série de pôsteres criados para divulgação da nova identidade visual da Cervejaria Dogma.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Vidu Sales | Diretor de Arte: Vidu Sales | Ilustrações: Caio Stolf | Agência: Form Brand | Clientes: Bruno Moreno | Leonardo Satt | Luciano Baldança

Autoria | Ano

Form Brand | 2018

Cliente Cervejaria Dogma

BDA 2018 - 55 - BDA 2018

CARTAZES DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS



PÁSSAROS









Você vai morrer e vai ficar sabendo de tudo. Ou vai parar de perguntar.

LATAM Nossas imagens inspiram sonhö



OURO

Descrição do Projeto

Duas marcas icônicas, líderes em seus mercados locais, com uma ampla base de consumidores leais e apaixonados, e com sonhos em comum: levar as pessoas cada vez mais longe e o melhor da América Latina para o mundo. Baseado nesse contexto e nessa visão de futuro, iniciou-se uma viagem de três anos envolvendo pesquisas em mais de 10 mercados. A definição do cenário de marca, nome e estratégia e, em seguida, a criação de um universo completo de experiências para dar vida à LATAM Airlines.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2016

> Cliente Latam

BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvido para o evento de cultura vegana "Move It", o conjunto de cartazes apresenta imagens ultrassintéticas: silhuetas de pássaros impressas em silkscreen cujos únicos traços de fisionomia - seus olhos e boca - são criados a partir de letras, impressas em letterpress. Três letras 'O', originalmente tipos de madeira, tornam-se aqui elementos que particularizam cada uma das espécies, deslocando-se de sua função original por meio de uma imagética um tanto incomum, que ao mesmo tempo que atrai, também incomoda, dando margem a diversas leituras.

Ficha Técnica Série de 03 cartazes

Autoria | Ano Casa Rex | 2015

Cliente

Evento de cultura vegana "Move It"

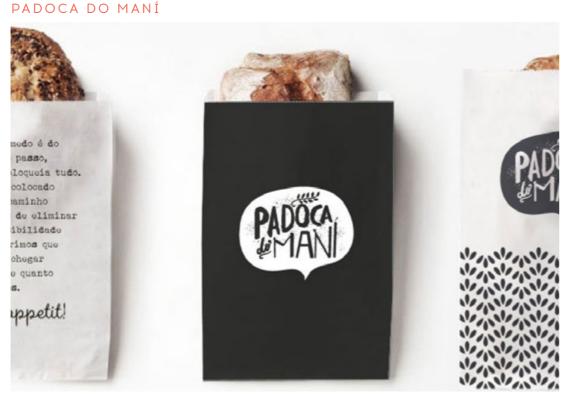
- 57 -**BDA 2018 BDA 2018** - 56 -

DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS



REDESIGN MARCA BRASKEM









BRONZE

Descrição do Projeto

Destacando seu jeito inovador, orientado para o ser humano e com um olhar para o futuro, a nova identidade Braskem reforça a sua orientação global enquanto fortalece seus valores e resgata sua origem. Dando início a um novo ciclo para a companhia, no ano que completa seus 15 anos.

Ficha Técnica

Estratégico: Alex Espinosa, Carolina Barruffini e Emerson Tanaka | Atendimento: Ludovic Dapoigny, Ana Biselli, Camila Botelho, Natalia Rezende e Rodrigo Ramirez | Criação: Luis Bartolomei, Ricardo Oliveira, Luciano Semeria, Carina Benitez, Felipe Takashi e Gabriela Costa | Operações: Rodrigo Ferreira e Bruna Andriotti | Produção: Raquel Carletti, Renato Storni, Thiago Tyska, Melissa Schiffini e Talita Weh

> Autoria | Ano CBA B+G | 2017

> > Cliente Braskem

BRONZE

Descrição do Projeto

Criar a identidade visual do novo empreendimento do Grupo Maní, Padoca do Maní

Ficha Técnica

Diretora de Criação: Márcia Faria | Criação: Camila Romais | Planejamento: Laura Amaral/ Carmela Brunelli | Atendimento: Marcelo Reche | Ilustrações: Ivone Bins | Cliente: Helena Rizzo / Giovana Baggio

Autoria | Ano

Bendito Design | 2015

Cliente

Grupo Mani

BDA 2018 - 58 -**BDA 2018** - 59 -

Braskem

DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS



LIVRAMENTO







BRONZE

Descrição do Projeto

Conceito da marca Livramento, incluindo identidade visual, roadmap de inovação de produtos, experiências e guidelines de comunicação. Mais do que uma nova bebida alcóolica saborizada voltada para o público no nordeste do Brasil, Livramento celebra a expressão cultural do Nordeste e trabalha para perpetuar ainda mais o orgulho da região.

Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2017

Cliente Ambev







BRONZE

Descrição do Projeto

A Mobly é uma empresa nativa digital que hoje ocupa o posto de maior e-commerce de móveis e decoração do país. Prontos para dar um passo adiante, trazendo mais valor e diferenciação para sua oferta, a empresa deseja se posicionar construindo uma marca forte, que gere reconhecimento e identificação junto aos consumidores. O trabalho começou a partir de um diagnóstico completo, sob uma perspectiva de negócio, de marca e de comunicação e uma análise aprofundada de benchmarks de mercado. Oportunidades de atuação foram encontradas, dada a sua trajetória como startup digital. Ao invés de entrar na guerra de preços do mercado, a Mobly deveria focar em excelência de serviço e experiência

Ficha Técnica

Danilo Cid – Sócio-Diretor Executivo | Gustavo Carvalho – Gerente de Estratégia | Giovanna Caboclo - Estratégia | Fernanda Salgado – Gerente de Design | Johnny Brito – Design | Erika Pinheiro – Gerente de Conteúdo | Adilson Soares – Conteúdo

com especial foco no consumidor.

Autoria | Ano Ana Couto | 2017

> Cliente Mobly

BDA 2018 - 60 -

DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS



CERVEJARIA BELLAVISTA















BRONZE

Descrição do Projeto Fundada em 1969, a Natura começou em 2013 a dar os primeiros passos em seu crescimento internacional, com a compra da australiana Aesop e em 2017 com a icônica marca inglesa The Body Shop. O desafio foi criar a estratégia de marca e identidade deste novo grupo, que já nascia com um faturamento de U\$6 bilhões, atuação em 70 países e mais de 18 mil colaboradores. Um grupo de cosméticos global, multicanal e multimarcas, movido por propósitos.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2018

> Cliente Natura &Co

BRONZE -

Descrição do Projeto O projeto consiste no

desenvolvimento da criação da identidade visual da Cervejaria Bellavista, que posteriormente é desdobrada em rótulos de garrafas, latas e demais peças e acessórios gráficos das linhas de cerveja. A Cervejaria Bellavista é uma marca que estava em hiato por mais de meio século. Fundada em 1924 por Emílio Kirst, esse sonho está sendo revivido pelas novas gerações da família. A identidade é inspirada na história da antiga Bellavista, que teve um livro, escrito em alemão gótico datado de 1875, como base para a produção de cervejas. A Identidade Visual se desdobra em 5 estilos de cerveja: Premium Lager, American IPA, Witbier, Weiss e Belgian Blond Ale. A Identidade foi criada com o intuito de contar a história verdadeira da retomada de um sonho: produzir cerveja.

Ficha Técnica

Matheus De Luca Moreira Pinto, Moises Hansen, Artur Cunha da Silva, Raphael de Luca Moreira Pinto e Priscila Czuka

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2018

Cliente Fruki

BDA 2018 - 62 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS



NSC - A IDENTIDADE DE UM ESTADO INTEIRO

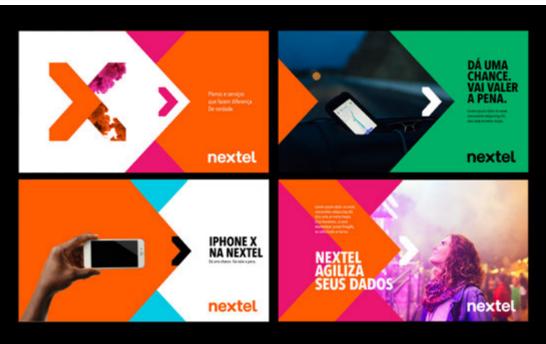






ua tradição, minha criatividade. Nossa Santa Catarina. move nosso canal.





BRONZE

Descrição do Projeto

Partindo da premissa estratégica de que as operadoras de celular precisam evoluir e fazer parte, de verdade, da vida das pessoas, o desafio era posicionar a Nextel na categoria, mostrando seus diferenciais, atualizando a marca e seus assets visuais e verbais para melhorar sua performance digital. A maior parte da base de seus assinantes são jovens da periferia do Rio e de São Paulo, que, entre suas particularidades, se trata de um segmento descrente junto às marcas desse mercado. Então, mais do que oferecer um plano de dados, a Nextel deveria ajudá-los a crescerem na vida.

Ficha Técnica

Marcio Beauclair - Diretor de Estratégia | Danilo Cid -Diretor de Criação | Fernanda Salgado - Gerente de Design | Stefano Arpassy - Estrategista | Igor Cardoso – Planner | Fernanda Casas - Designer | Camila Engel - Designer | Adilson Soares - Conteúdo

> Autoria | Ano Ana Couto | 2018

> > Cliente Nextel

BRONZE

Descrição do Projeto

O maior grupo de comunicação de Santa Catarina nascia com o desafio de informar, emocionar e conectar os cinco cantos do estado. Mas a NSC Comunicação acreditava que sua responsabilidade era ainda maior: dona da maior audiência em TV, jornais e rádios de Santa Catarina, sua marca precisava refletir a identidade de um estado inteiro, um estado, acima de tudo, rico em cultura. O objetivo foi criar uma estratégia de marca que respeitasse essa história, reforçasse as atitudes e a cultura de seus colaboradores e mostrasse para o mercado o compromisso de um grupo mais conectado com Santa Catarina. Diante de um novo cenário estratégico, era preciso desenvolver uma nova identidade visual e verbal.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2017

Cliente NSC

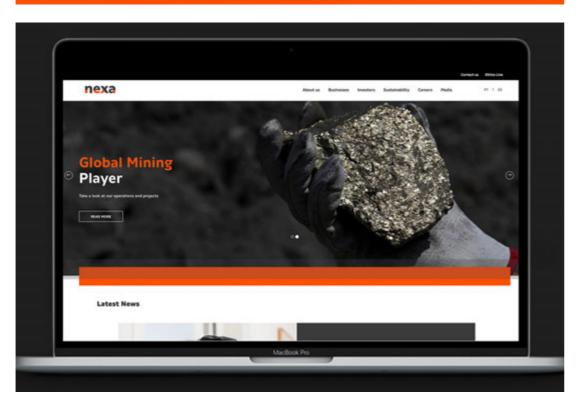
BDA 2018 - 64 -- 65 -**BDA 2018** DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS



BRONIE

DO MUNDO DA MINERAÇÃO PARA O MUNDO DAS PESSOAS





TELEPERFORMANCE: IDENTIDADE VISUAL Teleperformance Teleperformance Teleperformance Teleperformance



BRONZE

Descrição do Projeto

A Teleperformance, empresa líder global em Customer Experience, presente em 76 países e atuante em 160 mercados, precisava se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo e parecido. Ao mesmo tempo, era preciso reafirmar sua essência, seus principais diferenciais e criar seus próprios códigos de liderança. Para isso, foi criado um novo posicionamento – Each Interaction Matters – que se reflete na Marca e sua Identidade Visual.

Ficha Técnica

Danilo Cid - Sócio-Diretor Executivo | Napoleon Fujisawa - Diretor de Comunicação | Fernanda Salgado - Gerente de Design | Fernanda Casas -Designer | Camila Engel - Designer | Gustavo Botelho - Designer | Johnny Brito - Designer | Beatriz Guarezi - Estrategista

> Autoria | Ano Ana Couto | 2018

Cliente Teleperformance

BRONZE

Descrição do Projeto

A mineração está por trás de tudo que move a sociedade para o futuro. A união de duas grandes mineradoras latino americanas, Votorantim Metais e Milpo, era o momento perfeito para pensar uma marca que conectasse a mineração com a sociedade de um jeito ainda mais inteligente. A Votorantim Metais é uma das cinco maiores produtoras mundiais de zinco, com um portfólio que também inclui cobre, chumbo, prata e outros minérios. A compra de mais de 80% das ações da Milpo, no Peru, consolidava sua posição de liderança na América Latina. Diante desse cenário, foi concebido um novo posicionamento estratégico, acompanhado de uma nova identidade visual e verbal, com o objetivo de construir uma marca preparada para o atual momento da mineração e do mundo.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2017

-Cliente

Nexa

BDA 2018 - 67 - BDA 2018

DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • GRANDES EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

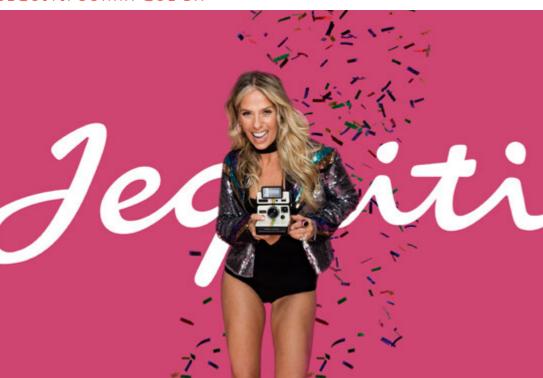


BRONZE

JEQUITI: SONHA QUE DÁ







Jequiti é uma Marca do Grupo Silvio Santos que oferece principalmente produtos de cosmética. Seu maior desafio era conseguir definir sua personalidade, seu jeito próprio de falar e um território claro que se diferenciasse da concorrência. Para isso, a estratégia da marca foi apoiada em 3 pilares: cosmética, entretenimento e propósito. Ficha Técnica

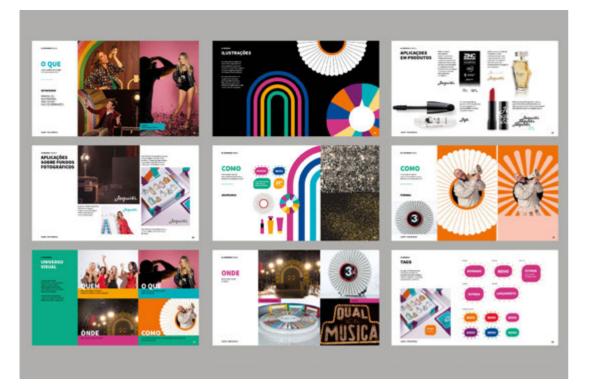
Descrição do Projeto

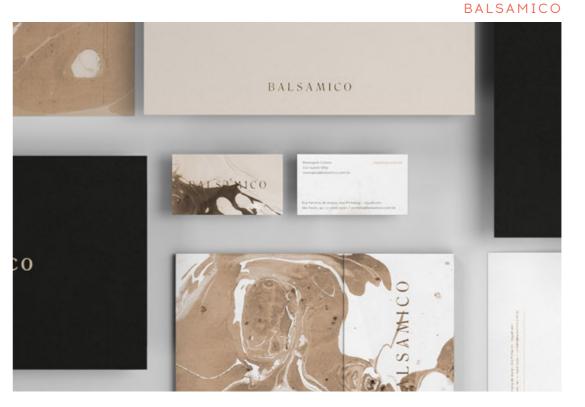
Ana Couto - CEO | Danilo Cid - Sócio-Diretor Executivo | Mônica Gregori – Diretora de Marketing e Comunicação / Jequiti | Fernanda Salgado – Gerente de Design | Lais Cobra - Gerente de Estratégia | Erika Pinheiro – Gerente de Conteúdo | Marina Riecken - Gestão de Contas | Fernanda Casas – Designer | Gustavo Botelho - Designer | Adilson Soares - Conteúdo

Autoria | Ano

Ana Couto | 2017

Cliente Jequiti





PRATA

Descrição do Projeto

Projeto de Identidade visual para buffet de alto padrão em São Paulo.

Ficha Técnica

Direção de Design: Braz de Pina e Rodrigo Francisco | Desenvolvimento: Murilo Pascoal e Verônica Sauthier | Produção Gráfica: Cirgráfica | Coordenação: Andrea Montoro & Rodrigo Lopes

Autoria | Ano

Br/Bauen | 2017

Cliente

Balsamico Buffet

BDA 2018 - 68 -- 69 -**BDA 2018** DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



TAKKØ CAFÉ





DEVANEIO DO VELHACO



PRATA

Descrição do Projeto

Localizado na área central da cidade de São Paulo, o Takkø Café (originalmente chamado Beluga) carrega com orgulho o nome da cidade em sua fachada. Em inspiração não apenas a estes links particulares do Takkø com São Paulo, mas, assim como os laços históricos que o café e a cidade $\operatorname{compartilham} - \operatorname{S\~{a}o} \operatorname{Paulo} \operatorname{tendo-se}$ tornado a metrópole que é hoje devido à rápida expansão no século XIX, alimentada pelo comércio de café — as embalagens criadas apresentam uma homenagem à cidade "construída pelo café".

Ficha Técnica

Identidade visual para café

Autoria | Ano Casa Rex | 2015

Cliente Takkø Café





PRATA

Descrição do Projeto

A ideia do negócio começou, literalmente, em um sonho: durante uma imaginária conversa com o seu avô Salvador, um dos sócios recebe a missão de abrir uma cervejaria na antiga casa da família no Centro Histórico de Porto Alegre. Um sonho surge no inconsciente e nada mais é do que um devaneio fruto de nossa mente. Considerando que o avô Salvador era um senhor que, já naquela época, produzia sua própria cerveja e enterrava escondido no quintal de sua casa - coisa de um velho malandro e safado - a missão passada ao seu neto só pode ter sido um Devaneio do Velhaco. A partir desse enredo, realizou-se um projeto de branding para a cervejaria e bar (autêntico brew pub) em que foram desenvolvidos estratégia de marca, naming, identidade visual e pontos de contato - estes que se desdobram até hoje.

Ficha Técnica

Head of Design: Felipe Bernardes Amaral | Design Team: Gustavo Bernardes Amaral, Rafael Poloni e Ronald Zanardi | Fotografia: Eduardo Bussolin

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2018

Cliente

Devaneio do Velhaco

BDA 2018 - 70 -- 71 -**BDA 2018** DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



SPAMFLIX







PRATA

Descrição do Projeto

SPAMFLIX é uma plataforma de VOD (video on demand), com sede em Portugal, que tem em sua linha editorial o foco em filmes cult. O projeto consistiu no desenvolvimento da identidade visual e todos elementos necessários para o lançamento e existência da plataforma.

Ficha Técnica

Design: Gustavo Garcia, André Arruda e Daniela Chun | Fotografia: Kaique Valente | Animação: Aline Bevilaqua e Gabriel Franco | Música: Conic Sections por Matheatre

Autoria | Ano

Papanapa | 2017



SPAMFLIX

SPAMFLIX

SPAMFLIX

SPAMFLIX





SPAMFLIX

SPAMFLIX

SPAMFLIX













SPAMFLIX





(

SPAMFLIX





BRONZE

Descrição do Projeto

O nome Light Panic foi criado pelos fundadores a partir da união entre "light painting" - técnica muito utilizada por eles, que consiste em pintar com a exposição de luz, deixando rastros nas fotos - e a ideia de "pânico" da luz do flash, tendo em vista que os fotógrafos da empresa são conhecidos por registrar os momentos mais inoportunos da sua noite. O projeto teve o objetivo de atualizar a identidade, criada há anos por um dos sócios, ajudando no novo momento da empresa, que, já consolidada no mercado noturno de Fortaleza, começou a atender clientes nacionais e grandes eventos, como, por exemplo, a cobertura do Carnaval de Fortaleza.

Ficha Técnica

Direção Criativa/Design: Rodrigo Gondim e Rebeca Prado | Design: José Victor Férrer e Lívia Perdigão | Ilustração: José Victor Férrer | Fotos: Light Panic (Arthur Henrique e Thyago Souza)

Autoria | Ano

Miligrama Design | 2017

Cliente Light Panic

Cliente Spamflix

- 72 -**BDA 2018 BDA 2018** - 73 -

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO



SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL - GOL BURGER







Descrição do Projeto

No mercado há seis anos e com um público estabelecido, a hamburgueria Gol Burger sentia a necessidade de fortalecer sua personalidade e corrigir problemas em sua marca por meio de um novo sistema de identidade visual. Conhecido por seu ambiente descontraído com temática de futebol e suas novidades constantes no cardápio, a nova marca precisava transmitir todo o dinamismo experienciado no restaurante. Para isso, foi criado um logotipo cambiante representando toda a espontaneidade do futebol e permitindo sua adequação de diferentes formas nas peças gráficas complementares produzidas para o projeto. Além do logotipo, houve o planejamento e execução manual da ambientação do restaurante e a criação de materiais como uniformes, jogo americano, copos, papéis para hambúrguer, embalagens de transporte, sinalização e website.

Ficha Técnica

Alexssandro Mello Furtado, Filipe Cock Motta, Giulliano Kenzo, Paulo Gustavo dos Santos Caldas e Thais Melotti Littig

Autoria | Ano

Locomotipo | 2017

Cliente

Gol Burger









BRONZE

Descrição do Projeto

O Vista é um complexo de bar, restaurante, café e eventos em São Paulo localizados no térreo e na cobertura do Museu de Arte Contemporânea da USP. Seu logotipo é uma espécie de "palíndromo visual" em referência à vista 360º da cidade de São Paulo - assim como uma alusão a quem vê as obras de arte que estão dentro do prédio, ou para quem está de fora vendo esse incrível prédio projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer. A identidade visual tem elementos inspirado na arquitetura do prédio e no parque Ibirapuera.

Ficha Técnica

Designer Gráfico - Vitor Brito Pereira | Designer Gráfico - Renato Brito Mamede | Planejamento e Redação - Alex Correa

Autoria | Ano Estúdio Caxa | 2017

Cliente Vista Ibirapuera

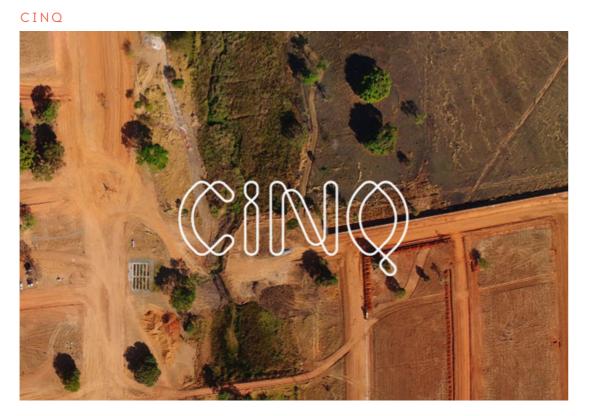
BDA 2018 - 75 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



IDENTIDADE VISUAL DA EDITORA MOL





BRONZE -

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de posicionamento estratégico e Identidade de marca (visual e verbal) para empresa de desenvolvimento imobiliário em Goiânia.

Ficha Técnica

Direção de Design: Rodrigo Francisco e Braz de Pina | Direção de Estratégia: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Murilo Pascoal e Verônica Sauthier | Coordenação: Andrea Montoro & Rodrigo Lopes

Autoria | Ano

Br/Bauen | 2017

Cliente

CINQ - Desenvolvimento Imobiliário







BRONZE

Descrição do Projeto

A Editora Mol se auto intitula
"um bicho diferente". A editora
desenvolve títulos sócio editoriais
(tais como revistas e guias) para
empresas parceiras e o valor
de capa dos títulos é sempre
parcialmente doado para apoiar
inúmeras ONG nacionais. Ao
completar 10 anos de existência,
a maior editora de impacto social
do mundo decidiu desenvolver
sua nova identidade visual.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Danilo Sassini | Conceituação e Design Gráfico: David Modesto | Webdesign: David Modesto | Programação: Anderson Boeira

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2017

Cliente Editora MOL

BDA 2018 - 77 - BDA 2018

Adros



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de nova marca e identidade visual em razão da comemoração dos 15 anos de aniversário da empresa. O processo criativo buscou explorar a tridimensionalidade, própria do universo da arquitetura, como

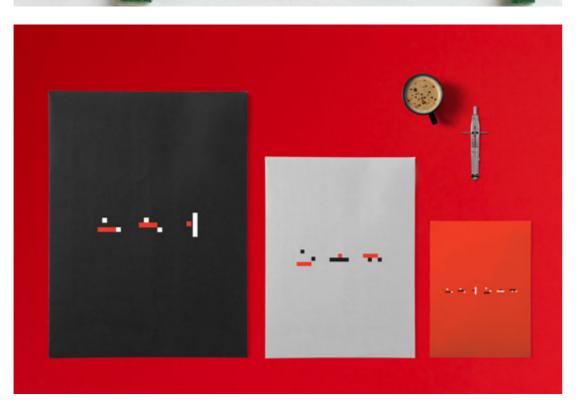
inspiração para o desenvolvimento do logotipo. A letra "H", construída como um volume arquitetônico, é apresentada nas peças em várias vistas e ângulos. O projeto ganha destaque pela simplicidade das formas e pela máxima síntese expressa nos grafismos que compõem a identidade visual,

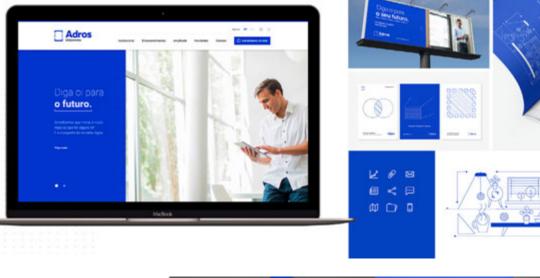
ADROS











>> POR FAVOR ASSISTA AO VIDEO



BRONZE

Descrição do Projeto

Adros é uma nova empresa do setor imobiliário que tem como princípio oferecer uma moradia digna para seus clientes, integrando uma rede de parceiros que compartilham do mesmo valor: dignidade para todos, principalmente no setor de loteamentos.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Diego Moreira, Igor Rocha e Tarik Hermano

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente Adros

Ficha Técnica

Direção de Arte: Mariana Misk | Design: Mariana Misk e Mariana Rena | Produção Gráfica: Joana Alves | Fotos: Rafael Motta

que podem ser extensivamente

para se renovar constantemente.

Os outros elementos que formam a

forma a garantir um sistema coeso,

eficaz e tecnicamente de qualidade.

identidade visual foram definidos de

ampliados, permitindo que o sistema de identidade tenha fôlego

Autoria | Ano

OESTE Design | 2017

Cliente

Horizontes arquitetura + urbanismo

BDA 2018 - 79 -**BDA 2018** - 78 -

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



ODYSSEA GALLERY - GALERIA DE ARTE E FOTOGRAFIA



BRONZE

Descrição do Projeto

Dentro do projeto de uma nova galeria de arte com projetos impressos em vidro, o trabalho de branding foi o ponto de partida para os passos de criação. Definiu-se que o propósito da marca era imprimir histórias – por meio das obras de arte – em pessoas e ambientes, sendo "O Explorador" o arquétipo.

Ficha Técnica

Estrategista de Marca:
FelipeSchmitt-Fleischer | Redação
/ Naming: Cícero de Cesero |
Design: Gilnei Silva | Refinamento
Tipográfico: Fabio Haag Type

Autoria | Ano

Gilnei Silva | 2017

Cliente

Odyssea Gallery



- 80 -

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DA CACHAÇA DE PARATY - RJ





BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento do conceito, marca, identidade visual e selo de certificação de origem para as cachaças produzidas na cidade de Paraty (RJ). O reconhecimento da indicação de origem (IG) confere exclusividade e notoriedade as cachaças da cidade além de agregar valor ao produto que já é mundialmente reconhecido por sua tradição, qualidade e manejo.

Ficha Técnica

Equipe Balaio Design + Estratégia

Autoria | Ano

Balaio Design + Estratégia | 2018

Cliente APACAP

- 81 - BDA 2018

BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



BRONZE

Descrição do Projeto

Acaso é um Bistrô, que nasceu

do resultado de duas amigas

que costumavam cozinhar e

que, por acaso, virou Bistrô.

Ciro Rocha, Tiago Rodrigues,

Gustavo Gontijo e Julie Vieira

Ficha Técnica

Autoria | Ano

Enredo | 2017

Cliente

Acaso Bistrô

bater papo juntas. Um encontro

ACASO - IDENTIDADE DE MARCA

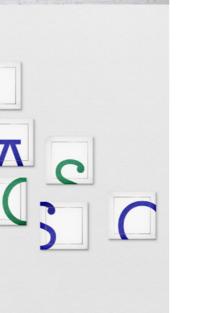
















BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de identidade visual e criação de estampas para a Freakstein. Freakstein é uma marca de roupas conectada com o urbano, o digital e o lifestyle da geração 18-24. Num universo de redes sociais, exposição e mídias, todos tentam vender o seu melhor lado, o simulacro da sua vida real, todos querendo ser personagens de si mesmos. A Freakstein vai ao encontro a esse pensamento e convida seu público a abraçar o seu lado mais estranho, o que os torna reais. Tudo possui falhas. Abrace sua estranheza.

Ficha Técnica

Direção Criativa/Design: Rodrigo Gondim e Rebeca Prado | Design: José Victor Férrer e Lívia Perdigão | Design de Estampas: Rodrigo Gondim e José Victor Férrer | Fotos: Felipe Toscano | Naming: Ellen Mesquita

Autoria | Ano

Miligrama Design | 2016

Cliente Freakstein

BDA 2018 - 82 -**BDA 2018** - 83 -

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



A SUA MERCÊ





Descrição do Projeto

Uma mercearia localizada em Porto Alegre (RS) com intuito de vender diversos produtos, feitos à mão e sempre frescos. A Sua Mercê está à disposição das pessoas e quer se tornar amiga da vizinhança, sendo um ponto de encontro das redondezas. Para a identidade visual, foram trazidos conceitos estabelecidos na estratégia. A cor laranja vibrante foi escolhida por conversar com um dos pilares da marca, o de intensidade; exaltação de sentidos na descoberta de cores, cheiros e sabores. A tipografia handmade e as pinturas em aquarela foram desenvolvidas na ótica de outro conceito do negócio: os produtos feitos à mão, frescos. Já os grafismos das faixas em diagonal conversam com a essência do local em ser uma mercearia de bairro; reviver tradições de pequenas feiras que existiam e eram frequentadas por moradores. As faixas fazem menção às antigas barraquinhas de feiras de rua.

Ficha Técnica

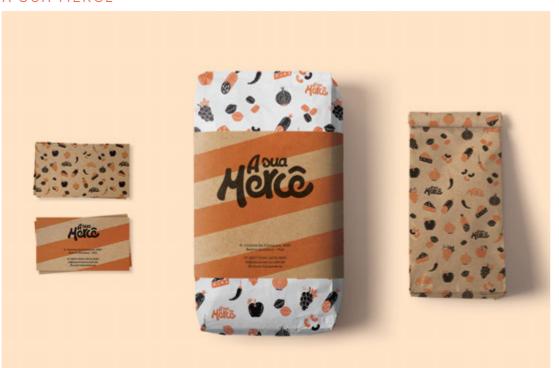
Head of Design: Felipe Bernardes Amaral e Gustavo Bernardes Amaral | Design Team: Camila Sanzi e Lara Rei | Ilustração: Alice de Castro

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2015

Cliente

A Sua Mercê









BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de Identidade
Visual para uma plataforma
de ensino e desenvolvimento
de profissionais no setor de
embalagem. O desafio da A10
para The Packaging Academy foi
transmitir toda a modernidade
que esta inovadora iniciativa
de cursos e treinamentos
oferece aos seus clientes.

Ficha Técnica

Criação: Pedro Araujo, Margot Doi Takeda e Rodrigo Brandão | Atendimento: Thamires Fabris | Produção de Arte: Edgar Marculino e Leonardo Boulos | Cliente: Marcos Palhares e Renato Larocca

Autoria | Ano

A10 - Ideias Que Transformam | 2016

Cliente

Embalagem e Marca -Marcos Palhares

BDA 2018 - 84 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



GRANO SQUARE







BRONZE

Descrição do Projeto

A marca passou por um redesenho motivado pela necessidade de a empresa se consolidar na categoria de alimentos saudáveis com uma granola premium de forma mais alinhada aos desejos do seu público alvo, que busca por alimentos saudáveis sem abrir mão do sabor. A linguagem e identidade visual da Granosquare não estavam alinhadas com os desejos desse público, sendo muitas vezes confundido com produtos focados em performance. A nova solução foi desenhada para acompanhar o novo posicionamento da marca e possibilitar o aumento do mix de produtos do portfólio da empresa. Assim, em 2018, foi lançada no mercado a nova identidade visual da Granosquare, mais condizente com a personalidade premium. Descomplicada, autêntica e contemporânea.

Ficha Técnica

Matheus De Luca Moreira Pinto, Moises Hansen, Artur Cunha da Silva e Priscila Czuka

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2018

Cliente

Grano Square









BRONZE

Descrição do Projeto

Paperbag é uma empresa que oferece o serviço de impressão de sacolas de papel customizadas. O estúdio foi responsável pelo desenvolvimento do projeto de identidade visual para o lançamento da marca.

Ficha Técnica

Design: Gustavo Garcia, André Arruda e Daniela Chun

Autoria | Ano

Papanapa | 2017

Cliente Grafica Rubayat

BDA 2018 - 87 -**BDA 2018** - 86 -

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO



PEPPINO BAR





BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de Identidade visual para o Peppino Bar, projeto criado para trazer a experiência autêntica de um bar italiano para São Paulo.

Ficha Técnica

Direção de Design: Rodrigo Francisco e Braz de Pina | Desenvolvimento: Murilo Pascoal e Verônica Sauthier | Coordenação: Andrea Montoro & Rodrigo Lopes | Produção: Cirgráfica

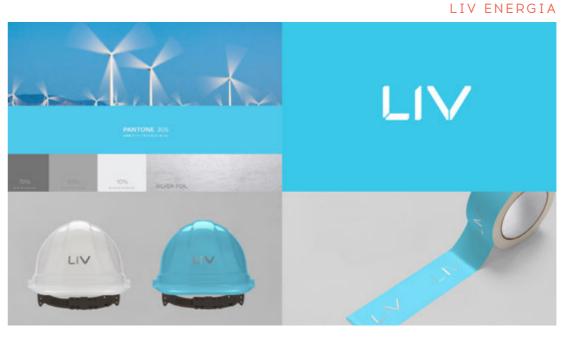
Autoria | Ano

Br/Bauen | 2017

Cliente

Peppino







BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de Nome e Identidade de marca (visual e verbal) para empresa de energia renovável.

Ficha Técnica

Direção de Design: Braz de Pina e Rodrigo Francisco | Estratégia & Naming: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Murilo Pascoal | Coordenação: Andrea Montoro & Rodrigo Lopes

Autoria | Ano

Br/Bauen | 2016

Cliente

Tecnomont / Marcelo Magalhães

BDA 2018 - 89 - BDA 2018

DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



BRONZE

Descrição do Projeto Fouta Harissa é uma marca

brasileira de toalhas tunisianas

- as foutas, peças tradicionais, de alta qualidade e durabilidade, são feitas em tear manual nos países de cultura árabe do Mar Mediterrâneo, tendo recentemente obtido popularidade na Europa e nos Estados Unidos. A proposta da Fouta Harissa é reinventar um produto tradicional dandolhe um novo contexto por meio do design, da comunicação e da moda sem gênero. Dinâmica

e jovem, foi criada uma marca experimental que representa

a pimenta Harissa, outro item indispensável da cultura tunisiana.

O logo é feito com a colagem de

presentes nas próprias toalhas:

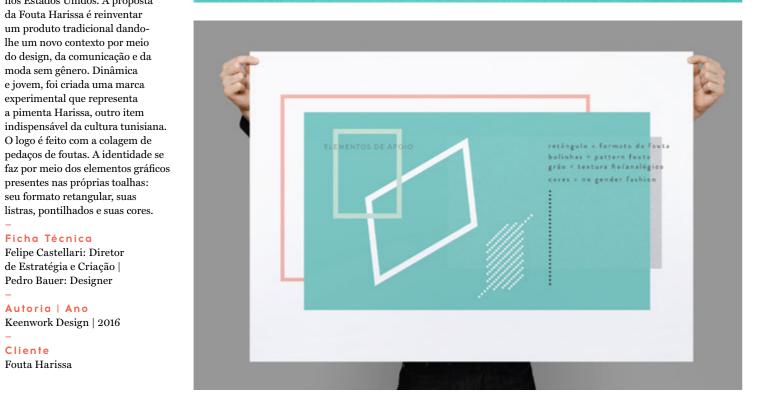
seu formato retangular, suas listras, pontilhados e suas cores.

pedaços de foutas. A identidade se

FOUTA HARISSA











Descrição do Projeto

Desenvolvimento de identidade de marca para indústria de impressão

Ficha Técnica

de Estratégia e Criação |

Cliente

Fouta Harissa

BRONZE

e publicação. A percepção da empresa era pouco clara e não tinha distinção em seu segmento.

Felipe Castellari: Diretor Pedro Bauer: Designer

Ficha Técnica

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2016

Direção de Design: Braz de Pina & Rodrigo Francisco | Estratégia: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Verônica Sauthier & Murilo Pascoal | Produção Gráfica: Cirgráfica

Autoria | Ano

Br/Bauen | 2015

Cliente Cirgráfica

BDA 2018 BDA 2018 - 90 -- 91 -

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

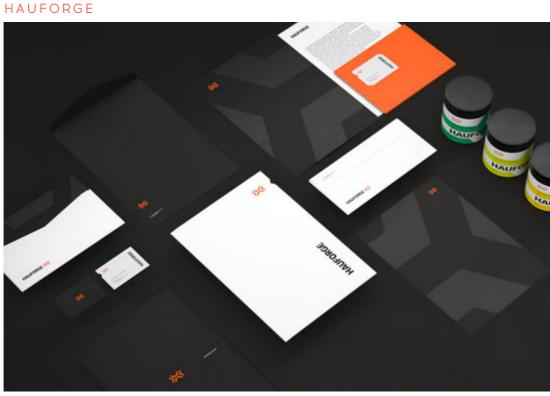
DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO



FACTÓRIO







BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de posicionamento, nome e identidade visual para marca de suplementos minerais para nutrição animal.

Ficha Técnica

Direção de Design: Rodrigo Francisco e Braz de Pina | Estratégia & Naming: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Murilo Pascoal e Verônica Sauthier | Coordenação: Andrea Montoro & Rodrigo Lopes

Autoria | Ano

Br/Bauen | 2017

Cliente

Hauforge





BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de nome e identidade de marca para Restaurante All Day em São Paulo - SP

Ficha Técnica

Direção de Design: Braz de Pina e Rodrigo Francisco | Estratégia/Naming: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Murilo Pascoal e Verônica Sauthier

Autoria | Ano

Br/Bauen | 2017

Cliente

Renato Calixto

BDA 2018 - 93 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO



MOCA ARQUITETURA



BAR CLANDESTINO





BRONZE

Descrição do Projeto

MOCA é um escritório de arquitetura e design que atua em São Luís (MA). Criação, para a MOCA arquitetura, é organizar possibilidades de espaço dentro de um ambiente. Cada projeto único gera uma composição diferente, unindo visualidade e resultados de forma funcional. Trabalhando o conceito de forma e contra-forma e uma estética modernista, o objetivo era criar um logotipo modular, em que cada combinação de espaços vazios gerasse uma composição diferente.

Ficha Técnica

Design: Rodrigo Gondim, Rebeca Prado e Victor Garcia | Motion Design: Rebeca Prado

Autoria | Ano

Miligrama Design | 2015

Cliente

MOCA





HOJE TEM! II O JOSÉ JILAR 3040 PRECISATRAZER DE CASA MAS A GENTE NÃO. MAS A GEN

BRONZE

Descrição do Projeto

O Bar Clandestino é um pub/bar/etc que funciona no subsolo/garagem da Miligrama Design. Inspirado na estética dos speakeasy pubs da época da Proibição Americana com uma boa injeção de design contemporâneo, a identidade do bar dialoga com o conceito de que o que é bom, para se manter bom, deve ser mantido em segredo, fora da vista do grande público, mesmo que o objeto em questão seja uma marca.

Ficha Técnica

Direção Criativa/Design: Rodrigo Gondim | Design: José Victor Férrer, Lívia Perdigão, Samuel Castor e Raíra Pinheiro | Motion Design: Rebeca Prado | Naming: Rodrigo Gondim, Eduardo Soares e Rebeca Prado | Fotos: Rebeca Prado, Light Panic e Danilo Lima

Autoria | Ano

Miligrama Design | 2018

Cliente

Bar Clandestino

BDA 2018 - 94 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN



PECORINO CUCINA MEDITERRANEA

















Descrição do Projeto

Com o objetivo de ampliar sua presença entre o público jovem, o restaurante italiano Pecorino Trattoria abriu uma nova unidade, Pecorino Cucina Mediterranea, com ambiente mais leve, moderno e com foco na gastronomia mediterrânea, necessitando assim de um novo projeto completo de identidade visual.

Ficha Técnica

Design: Gustavo Garcia e André Arruda | Ilustrações: Ian Homem de Mello | Impressão: Meli-Melo | Fotografia: Gabriela Tocci e Daniela Chun

Autoria | Ano

Papanapa | 2017

Cliente

Grupo Pecorino









BRONZE

Descrição do Projeto

A Icon é uma empresa de aviação executiva que nasceu da fusão da Global Aviation e da CB Air. Sua frota é composta de jatos e helicópteros. O desafio foi compreender como posicionar melhor essa nova empresa no mercado latinoamericano, potencializando suas principais forças e atributos, por meio do desenvolvimento do naming e da marca.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Giovanni Vannucchi | Branding: Ronald Kapaz, Suzana Ivamoto, Andrea Rozenbaum e Paula Vio | Gestora de Projeto: Gabriela Franco | Designer Senior: Alexandre Mazini | Assistente: Roberta Amorim

Autoria | Ano

OZ estratégia+desgin | 2017

Cliente CB Air

BDA 2018 - 97 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN GRÁFICO



BRONZE











BRONZE

Descrição do Projeto

Dizem que quanto mais antigo, melhor o vinho. Mas, isso não vale para o design de uma empresa que comercializa estas bebidas via web. Este era o caso da Vineria 9 e seu site, o www.vineria9.com. br. Antes conhecida como Coisas da Serra, o negócio recebeu um novo nome e identidade visual.

Ficha Técnica

Escritório: Estúdio Gilnei Silva | Naming: Cícero de Cesero | Design: Gilnei Silva | Site: www.gilneisilva.com

> Autoria | Ano Gilnei Silva | 2016

> > Cliente Vineria 9

Descrição do Projeto Além do nome similar (pura coincidência do destino), a Miligrão, loja de alimentos naturais à granel de São Luís (MA), tem muito a ver com a Miligrama Design: uma confiança no design como elemento diferenciador de marcas no mercado atual. A empresa investiu em um projeto de identidade gráfica proprietário, alinhado aos valores dos fundadores e que dialoga com o público-alvo, além de um projeto de arquitetura pensado nos mínimos detalhes para estar alinhado à marca e as definições de posicionamento do projeto de identidade.

Ficha Técnica

Direção Criativa/Design: Rodrigo Gondim e Rebeca Prado | Design: Lívia Perdigão, José Victor Férrer e Marina Rodrigues | Projeto de Arquitetura: Moca Arquitetura | Gerenciamento de Redes Sociais: Vinicius Gallotti (Post Machine)

Autoria | Ano

Miligrama Design | 2017

Cliente

Miligrão

BDA 2018 - 99 - BDA 2018

DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE MARCA • PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de uma nova

de pós-produção com ênfase em

de automatização de processos.

Design: Gustavo Garcia, André

Ficha Técnica

Autoria | Ano

Papanapa | 2017

Cliente

Arruda e Daniela Chun

Anti-Glitch Foundation

inovação com criatividade por meio

identidade visual para a Antiglitch Foundation, uma boutique

ANTI-GLITCH FOUNDATION











BRONZE

Descrição do Projeto

Num cenário de crescimento das cervejarias artesanais de pequena escala no Brasil, surge a Maniacs Brewing Co. Nome que expressa a ideia de ser feita por aficionados por cerveja, profundos conhecedores e obcecados pela perfeição. Uma cervejaria artesanal de verdade, mas fácil de beber, feita em grande escala, com ingredientes Premium e democrática. Para identificar tudo isso, era necessário criar uma marca forte e focada em solucionar a linha de embalagens de forma original. A solução, de tão complexa se tornou simples. Um M estilizado, pensado para permitir a melhor visualização com personalidade. O símbolo, de traços marcantes, remete à serpentina de Chopp, ao cumprimento com as mãos e às cores dos estilos. Na linha de embalagem o M se destaca tanto em latas quanto em garrafas, brindes ou caixas.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Joaquin Fernandez Presas | Diretora de Planejamento: Patricia Piana Presas | Design/Criação: Mozart Fernando de Brito e Joaquin Fernandez Presas | Aprovação: Iron Mendes e Fábio Rocha

Autoria | Ano

Pontodesign | 2016

Cliente Maniacs Brewing Co.

BDA 2018 BDA 2018 - 100 -- 101 -

DESIGN INFORMATIVO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN INFORMATIVO



SERGIO RODRIGUES TABLOIDE TRIBUTO



PRATA

Descrição do Projeto

A partir da temática abordada pela curadoria em 2017 - a pornochanchada - a identidade gráfica da mostra foi desenvolvida. As ilustrações frutais, cores e estilo compositivo deram o tom exuberante e tropical proposto para o projeto. O processo de impressão em risografia foi essencial para definir a estética. A granulação, cores vibrantes e deslocamentos de registro deram uma caráter mambembe presente no estilo cinematográfico exibido. A seleção dos papéis garantiu um balance entre sofisticação e cotidianidade, os papéis Marcato e Pólen Bold utilizados nos cadernos fizeram um contraponto com o papel Super Bonde Rosa utilizado para os folders. Foram desenvolvidos 3 cadernos de crítica e 3 folder/ cartaz, além de press kit, brindes, comunicação em redes sociais e material de ambientação.

Ficha Técnica

Design: Naraiana Peret |
Tipografia: Alegreya Sans 9/12
| Impressão em Risografia:
Entrecampo (3 cores: Medium
Blue, Yellow, Pink Fluor)
| Coordenação Editorial:
Daniela Fernandes | Fotos dos
Impressos: Registre Fotografia

Autoria | Ano

Naraiana Peret | 2017

Cliente

Curta Circuito – Mostra de Cinema Permanente









PRATA

Descrição do Projeto

A LinBrasil, empresa responsável pela produção de móveis Sergio Rodrigues, decidiu realizar um tributo ao mestre durante a Semana de Design de Milão por conta de sua morte no ano anterior. O espaço fazia parte da mostra Brazil S/A. A ideia era fazer uma grande divulgação da sua obra. Para isso foi criado o logo Sergio Rodrigues Tribute, e desenvolvido um tabloide que conta um pouco da sua história e passa por suas principais criações. O projeto utiliza fotos da linha de produtos e ilustrações feitas por ele e tem uma diagramação descontraída e bem-humorada, características marcantes do próprio Sergio. O formato tabloide foi escolhido pelo baixo custo de produção (impresso na Itália) e também para que fosse distribuído em grandes quantidades pela cidade durante a semana.

Ficha Técnica

Direção de arte e diagramação: Giovanni Dameto | Textos: Adélia Borges | Tratamento de imagens: Hay Graphiks | Impresso na Itália | Ilustrações originais de Sergio Rodrigues, gentilmente cedidas pelo Instituto Sergio Rodrigues

Autoria | Ano gedegato | 2015

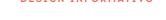
Cliente LinBrasil

BDA 2018 - 102 -

DESIGN INFORMATIVO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN INFORMATIVO



BLEKO 761 - CATÁLOGO







EXISTE UN DIA EN QUE PERCEBENCS QUE UNA CASA DEVE TER AS FORMAS, CS ESPAÇOS E AS CORES QUE NOS REPRESENTAN.





BRONZE

Descrição do Projeto

A Corgraf, uma das maiores gráficas do Brasil, precisava de um novo material para expressar sua qualidade gráfica e seus serviços. Ao mesmo tempo, a peça precisava mostrar a capacidade de transformar problemas de design em grandes impressos, mesmo em momento de crise. Inspirado pelo ditado popular "difícil como descascar um abacaxi", um abacaxi impresso foi criado, mostrando de maneira lúdica e divertida, que a Corgraf ajuda a transformar problemas complicados em grandes impressos. A fruta em papel é uma reprodução perfeita, com texturas, aroma, cortes e detalhes em escala real. Um conjunto de dobras e picotes ultracompletos permite que o material seja aberto de forma simples expressando a ideia de que a Corgraf ajuda os clientes a resolver grandes abacaxis

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Joaquin Fernandez Presas | Diretora de Planejamento: Patricia Piana Presas | Design/Criação: Mozart Fernando de Brito e Joaquin Fernandez Presas | Produção Gráfica: Corgraf | Aprovação: André Linares e Vicente Linares

de forma simples e eficiente.

Autoria | Ano

Pontodesign | 2017

Cliente

Corgraf - Gráfica e Editora

BRONZE

Descrição do Projeto

A Labis Design desenvolveu, através do Brand Language Design, a identidade visual do Bleko761, um novo empreendimento da Neolar incorporadora. A nova identidade visual contemplou o estudo e conceito gráfico da sinalização do edifício e do seu catálogo de vendas. Pensando nisso, a Labis Design desenvolveu o catálogo do empreendimento com 3 diferentes tipos de papéis para transmitir aos futuros moradores uma experiência nova ao passar cada página. A combinação de uma capa com corte especial e papéis de diferentes estilos e gramaturas gera um resultado final significativo em que não apenas o conteúdo será lembrado, mas também o material como peça gráfica.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Henrique Catenacci | Designers: Nataly Luana Nodari e Jean Wojciechowski | Conceito e Conteúdo: Bruna Castro

Autoria | Ano

LABIS DESIGN | 2017

Cliente

NEOLAR

BDA 2018 - 105 - BDA 2018

DESIGN INFORMATIVO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO GRÁFICA APLICADA



CATÁLOGOS BELGOTEX À LA CARTE







BRONZE

Descrição do Projeto

Dois Catálogos para Belgotex, projeto à la Carte. "À la Carte" é o carpete sob medida: o cliente escolhe um padrão de carpete, que será cortado conforme sua necessidade e entregue com acabamento. Um dos catálogos é para o cliente final e o outro, para o revendedor que fará o pedido à fábrica Belgotex.

Ficha Técnica

Criação: Karine Kawamura, Guido Dezordi e Silvio Silva Junior | Fotografia: Studio M e Salted Caramel | Imagens 3D: Estúdio Abruzzo | Aprovação: Emmanuel Furtado

Autoria | Ano

Lumen Design | 2018

Cliente

Belgotex do Brasil





OURO

Descrição do Projeto

O desafio, proposto pelo Google, era de criar um calendário de ativação de campanhas online direcionado às empresas de e-commerce e agências digitais que utilizam os serviços da plataforma. Era preciso encaixar um grande volume de informações de maneira que o resultado final ficasse limpo, funcional e personalizável. A solução criativa encontrada foi incentivar o uso e a organização do calendário físico para o cliente aproveitar ao máximo as ferramentas oferecidas e, assim, alavancar as vendas online.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Líder de projeto: Luca Bacchiocchi | Time extendido: Ana Lobo, Carol Ohashi

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2017

Cliente Google Brasil

BDA 2018 - 107 - BDA 2018

GRÁFICA APLICADA GRÁFICA APLICADA DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO



BRONZE

CARDÁPIO







Roça Capital é um armazém mineiro que vende produtos para quem procura a simplicidade da roça e a sofisticação de seus sabores na capital. O cardápio, que conta com pães de queijo recheados à vinhos importados, trabalha texturas e cores diferentes, que trazem um contraste entre a rusticidade e a elegância, a roça e a capital. A encadernação, com um formato mais simples, valoriza a ideia de armazém e ainda permite alterações constantes no cardápio, que possui um silk com símbolos de Minas em duas versões – a estátua do Juquinha e a Maria Fumaça.

Descrição do Projeto

Ficha Técnica

Direção de Criação: Edu Mendanha | Design: Edu Mendanha e César Henrique | Ilustração: André Persechini

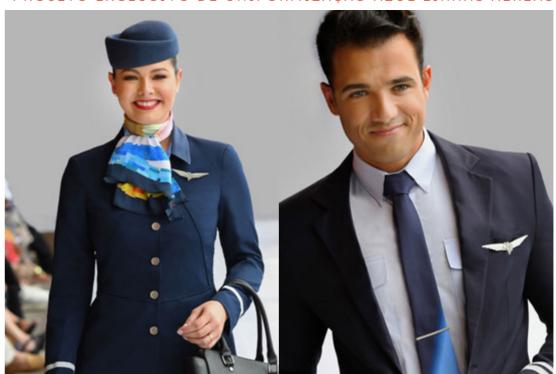
Autoria | Ano

Trina Branding Studio | 2018

Cliente

Roça Capital







BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto dos uniformes da Azul Linhas Aéreas marcou a união das empresas Azul e Trip, com base na alta-costura e relembrando o tempo de glamour da aviação. Profundo entendimento dos usuários pautou a criação dos uniformes. Com mínimos detalhes nas peças em variações de azul, reforçou-se a identidade da empresa: recortes remetem à letra "A" e a logotipia tem os tons da Azul e da Trip. Com uniformes e acessórios diferenciados para cada cargo e função, a identificação dos líderes foi facilitada. E há peças para cada clima, adaptáveis às estações do ano e às regiões do país. Para celebrar os 10 anos da Azul, deu-se continuidade a esse projeto de identidade com peças complementares, estampas exclusivas e novos detalhes, mantendo o design funcional que proporciona bem-estar aos funcionários.

Ficha Técnica

Diretora de Criação: Terezinha Santos | Diretora Comercial: Fabiana Palhares | Gestora de Design: Raquel Rabelo | Gestora de Desenvolvimento de Produto: Simone Gomes | Designer de Moda: Saide Nazar | Designer Gráfica: Letícia Araújo | Confecção: Duplo R

Autoria | Ano TS Studio | 2017

Cliente

Azul Linhas Aéreas Brasileiras

BDA 2018 BDA 2018 - 108 -- 109 -



BRONZE

Descrição do Projeto Um azeite único e original. Assim que nasceu o Primitivo. Com a

necessidade de se comunicar com

o novo consumidor, cada vez mais informado e atento às narrativas

YAS - O REFRI SENSACIONALMENTE NATURAL







das marcas que consome, o Azeite Primitivo resgata a origem, trazendo a oliveira como elemento principal na identidade da marca. Em um segmento conhecido pela sua tradicionalidade, o Azeite Primitivo quebra padrões, pois apresenta uma linguagem moderna, jovial e com uma paleta de cores contrastantes, criando, assim, uma personalidade singular, se destacando no mercado. Ficha Técnica Atendimento: Nelise Marques



BRONZE

Descrição do Projeto

A Coca-Cola lança no Brasil o seu primeiro refrigerante natural com potencial global. Veio então o convite para construir juntos essa história inovadora do começo ao fim. Da estratégia ao ponto de venda, foram definidas as premissas criativas, desenhados o naming, a marca, os rótulos e um sistema de identidade visual, tão simples quanto flexível, definindo os códigos visuais desta nova categoria. Tudo com muita atitude e bom-humor.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Líder de Projeto: Patricia Clarkson | Designer Responsável: Pedro Veneziano | Time Extendido: Caio Reis, Jade Aiello, LouiseHaas, Henrique Lucio, Andressa Trindade e Vivi Kano | 3D de Produto: Gabriel Bueno

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente Coca-Cola Brasil

Projeto desenvolvido pela Agência To Think. | Direção Arte: Rodrigo Tedim | Direção Criativa: Rodrigo Tedim e Edem Davanzzo | Direção Executiva: Edem Davanzzo | Designers: Ana Luisa Redda e Bruno Cieri |

Autoria | Ano

Agência To Think | 2018

Cliente

Oli Ma Alimentos

BDA 2018 BDA 2018 - 110 -- 111 -



SUVINIL, MUITA HISTÓRIA PRA CONTAR







BRONZE

Descrição do Projeto

A Suvinil, a marca de tintas mais tradicional do Brasil, acaba de apresentar ao mercado seu novo posicionamento estratégico e sua nova identidade. Sim, a marca que mais transformou salas, quartos e casas inteiras no Brasil, está de cara nova. Diante desse cenário, foi repensada toda a forma com que a nova marca da Suvinil se desdobra em seus pontos de contato, especialmente em suas linhas de produtos e embalagens. Foi desenvolvida uma linguagem forte, com mensagens, tom de voz e visual que carregam o poder do storytelling.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente Suvinil





FIQUE A VIVA A MUDANÇA DE UM TEMPO SPBRE C SEJ FUTURE LAR. BLE

BRONZE

Descrição do Projeto

A Labis Design desenvolveu, através do Brand Language Design, o logo do Bleko761, um novo empreendimento da Neolar. A nova identidade visual contemplou o estudo e conceito gráfico da sinalização do edifício (fachada, numeração dos apartamentos, garagens e identificação das áreas comuns), além do seu catálogo de vendas. A Neolar Incorporadora oferece imóveis diferenciados em localizações privilegiadas, sempre atenta às exigências de seus clientes e acompanhando as tendências de um mercado que está em constante evolução. Os projetos tem foco nestes três pilares: engenharia, arquitetura e design.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Henrique Catenacci | Designers: Nataly Luana Nodari e Jean Wojciechowski | Conceito e Conteúdo: Bruna Castro

> Autoria | Ano Labis Design | 2018

> > Cliente NEOLAR

BDA 2018 BDA 2018 - 112 -- 113 -



CRYSTAL SPARKLING





BRONZE

Descrição do Projeto

Hering já possuía - para a sua linha infantil - uma marca Hering Kids, mas a mesma tinha pouca personalidade e um aspecto muito corporativo, sem apelo junto ao público.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Danilo Sassini | Gestão do Projeto: Carolina Marques | Conceituação: Benoit Jeay | Design Gráfico: Benoit Jeay e Marcela Della Rocca | Webdesign: David Modesto | Programação: Anderson Boeira

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2015

Cliente

Hering



- 114 -



crystal sparkling cem limãe saber came mila para viver a vida cem graça.

BRONZE

Descrição do Projeto

Naming, shape, embalagem e identidade visual foram criadas para uma nova categoria de águas saborizadas da marca Crystal, pertencente à Coca-Cola, de forma que carregassem seus valores e princípios de design e explorassem as principais características dessas águas "com graça", ou seja, transparência, leveza e um toque de sabor.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Márcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Designer Responsável: Patricia Clarkson | Time Extendido: Henrique Lucio, Luca Bacchiocchi, Louise Haas, Fabricio Rodrigues e Viviana Kano

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2017

Cliente Coca-Cola Brasil

BDA 2018 - 115 -

BDA 2018



FESTIVAL MALOCA DRAGÃO 2017 E 2018



















BRONZE

Descrição do Projeto

Identidade visual e projeto editorial para a 44ª edição do Festival Sesc Melhores Filmes, mais antigo festival de cinema de São Paulo.

Ficha Técnica

Identidade visual e projeto editorial: Giovani Castelucci, Guilherme Vieira, Giulia Fagundes e Pedro Veneziano | Vinheta de abertura: Pedro Veneziano, Yantra Imagens e Musga

Autoria | Ano

Daó + Pedro Veneziano | 2018

CineSesc

BRONZE

Descrição do Projeto

Criação da marca definitiva do evento Maloca Dragão buscando materializar o desejo do Centro Cultural Dragão do Mar de adotar uma identidade mais forte e perene para a atividade, que, em 2017, teve a sua quarta edição. Nos três primeiros anos, o evento trabalhou com marcas diferentes a cada edição. A nova marca deveria estar alinhada à intenção do Maloca Dragão de, cada vez mais, alcançar reconhecimento nacional e internacional, a fim de divulgar a produção cultural cearense para todas as regiões do país e ao mundo. Entretanto, esse novo posicionamento do evento deveria levar em conta todo o conhecimento adquirido nesse percurso, desde a sua primeira edição.

Ficha Técnica

Criação: Ana Soter | Designers Assistentes: Raquel Bento, Adriana Fux, Rafaela Sarinho e Guilherme Kato

Autoria | Ano

Ana Soter | 2017

Cliente

Instituto Dragão do Mar

BDA 2018 - 117 -**BDA 2018** - 116 -

Cliente

> POWERADE. FUELING OLYMPIANS IN RIO 2016 8



OLHA! - IDENTIDADE VISUAL



Descrição:

Execução

Relevância e Adequação:







olha!



no segmento popular, mas nem parece. O objetivo era criar uma marca confiável, mas que desafiasse a linguagem normalmente fria nesse ambiente, surpreendendo o seu público.

Ficha Técnica

BRONZE

Ciro Rocha, Gabriela Pavan, Gabriel Ramos, João Tiago Camargo e Diego Moreira

Descrição do Projeto

Olha! é uma clínica oftalmológica

Autoria | Ano

Enredo | 2018

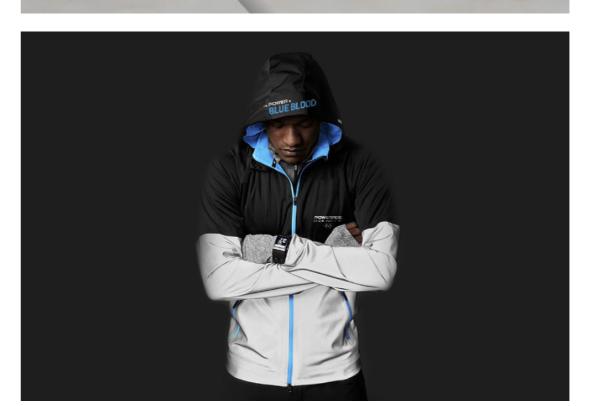
Cliente Olha!











THE POWER OF

POWERADE - VIS OLIMPICO

BRONZE

Descrição do Projeto

O isotônico oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016, queria estar presente de um jeito relevante e único no evento que é a expressão máxima da superação e da performance. Criamos o VIS Olímpico da marca, potencializando a identidade e os equities de Powerade, um desafio que abraçamos junto com o time de design da Coca-Cola global.

Ficha Técnica

Fred Gelli e Ricardo Bezerra

Autoria | Ano

Time de Design Global Coca-Cola em parceria com a Tátil | 2016

> Cliente Coca-Cola

BDA 2018 - 118 -- 119 -**BDA 2018**





DOG HERO







13 12 Cello Dance 24º Rio Cello The second of the second

BRONZE

Descrição do Projeto

Parceiros do evento internacional que acontece anualmente, o desafio foi integrar visualmente música, dança e arte, somando design e tecnologia a essa tríade. Após o ano em que a vibração do Cello gerou grafismos diversos, compondo a identidade, a opção foi retornar para o músico, que traduz sonoramente o que para muitos é ininteligível. Do seu movimento corporal, enquanto toca o instrumento, surge o desenho que embala o 24º Rio Cello.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Líder de Projeto: Patricia Clarkson | Time Extendido: Estefan Richter, Eleanor Greenleaf e processo coletivo com time Pharus

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

24° Rio Cello

BRONZE

Descrição do Projeto

Desenho da marca e identidade visual da comunidade Dog Hero.

Ficha Técnica

Direção: Mario Pallares | Design: Mario Pallares e Roger Donadell

Autoria | Ano

Matriz Desenho | 2018

Cliente

Dog Hero

BDA 2018 - 120 - BDA 2018

MATERIAIS DE AUTOPROMOÇÃO DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO MATERIAIS DE AUTOPROMOÇÃO



PRATA

CALENDÁRIO KEENWORK 2018

INCOMUM/IENE /// COMPOSIÇÕES





A Keenwork criou um calendário que traz como proposta uma reflexão sobre o próprio tempo: a evolução e a maneira como vemos o mundo. Vivemos um crescimento exponencial de informações, previsto há mais de 50 anos por Gordon Moore, co-fundador da Intel, na chamada "Lei de Moore". O tema do calendário 2018, "Um olhar sobre a evolução", propõe uma reflexão sobre as inovações disruptivas que transformam a economia, nosso modo de pensar e de nos relacionar com as pessoas e com as marcas. Formado por ilustrações na forma de infográficos, cada mês apresenta a evolução de itens do nosso cotidiano. O projeto é composto por uma base de MDF reaproveitado e de lâminas de papel, que na forma de refil, são repostas anualmente com novos temas.

Descrição do Projeto

Ficha Técnica

Luis Castellari: Diretor de Estratégia e Criação | Felipe Castellari: Designer | Gisela Dias: Designer Colaborador | Francisco Rosatelli – Motion Designer | Fabio Santanna – Designer

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2018

Cliente

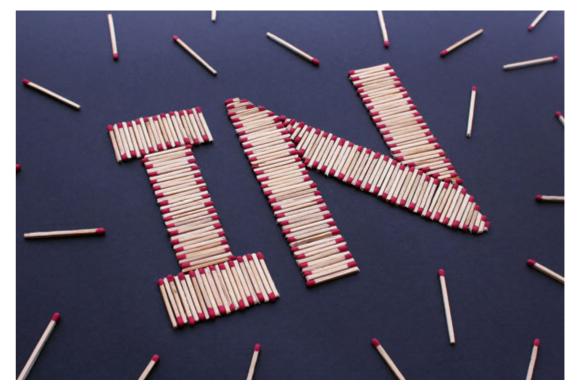
Keenwork Design











BRONZE

Descrição do Projeto

O Iene adota como prática periódica a reinterpretação de seu logotipo, experimentando materiais diversos. Mantêm-se a forma e o contorno, podendo o interior ser preenchido ou confeccionado com qualquer material que se queira. É dada aos integrantes do estúdio, a liberdade de proposição em todas as etapas, dentre elas a escolha dos objetos e texturas, a composição final e o registro em foto e vídeo. As montagens são sempre artesanais, expressando nosso entendimento da necessidade de pensar o design para além dos meios virtuais. Cada execução impõe desafios e aprendizados e - fora a fase de concepção - leva em média 12 horas. As experimentações exercitam a criatividade, aproximam os colaboradores e geram visibilidade e interação para a marca.

Ficha Técnica

Rafael Serpa, Mauricio Nunes, Tiago Oliver, Aurélio Júnior, Web Gabner e Raphael Borges

> Autoria | Ano Iene Design | 2018

> > Cliente Iene Design

BDA 2018 - 123 - BDA 2018

PREMIADOS 2018



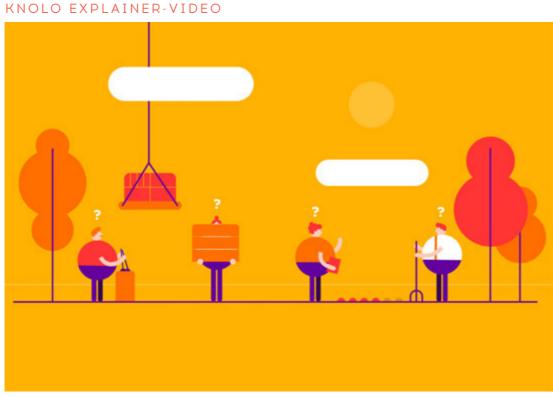
CRAFT FOR DESIGN

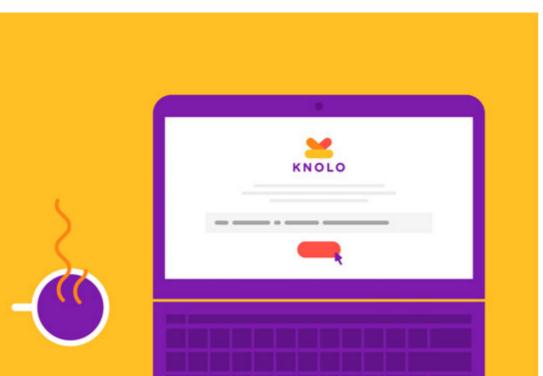
ANIMAÇÃO E ILUSTRAÇÃO PARA SITES E DESIGN DIGITAL CRAFT FOR DESIGN CRAFT FOR DESIGN FOTOGRAFIA PARA DESIGN



11° BIENAL DO MERCOSUL







PRATA

Descrição do Projeto

A Bienal do Mercosul é o maior evento de arte contemporânea do Rio Grande do Sul. A 11ª edição do evento, contou com a curadoria de Alfons Hug e Paula Borghi com o tema O Triângulo Atlântico explorando os pontos de contato que propiciam o encontro entre as culturas indígena, europeia e africana e formam um novo amálgama americano. Reunindo 70 artistas e coletivos de artistas a exposição aconteceu de 06 de abril a 03 de junho de 2018 em Porto Alegre e a identidade gráfica da mostra foi marcada por um conceito fotográfico onde farelos de lápis de cor envoltos em formas aquosas de água, representam as misturas culturais do triângulo desse oceano de miscigenação. As fotos são o principal elemento gráfico que criou a identidade das peças gráficas e de ambientação da mostra.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Paula Langie | Atendimento: Camila Grosser e Paula Langie | Design Gráfico: Monike Borsoi, Tauana D'Ambrosi, Jessica Jank, Eduardo Lanius e Valentina Peccin | Produção Gráfica: Camila Grosser e Paula Langie | Obtenção das Fotos: Viva Fotos (Fábio Del Re e Carlos Stein)

Autoria | Ano

Néktar Design | 2018

Cliente

Fundação Bienal Mercosul

BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de animação para apresentação de KNOLO, uma empresa de pesquisa, identificação e conexão de profissionais com empreendedores para atuarem como consultores pontuais em novos projetos.

Ficha Técnica

Roteiro e Ilustrações: Gustavo Garcia | Animação: André Arruda | Sound-Design e Trilha: Sala do Som | Locução: Petros Vassiliadis

Autoria | Ano

Papanapa | 2017

Cliente Knolo

BDA 2018 - 126 -**BDA 2018** - 127 -

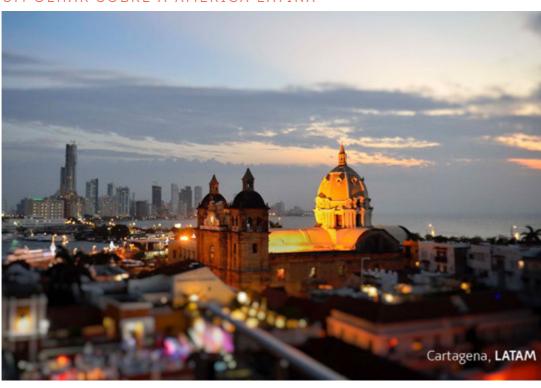
FOTOGRAFIA PARA DESIGN CRAFT FOR DESIGN ILUSTRAÇÃO PARA DESIGN



UM OLHAR SOBRE A AMERICA LATINA







BRONZE

Descrição do Projeto

Durante o desenvolvimento da nova identidade da Latam Airlines – um processo com dois anos de duração, optamos por produzir um extenso e exclusivo banco de imagens para marca. O acervo conta com mais de 350 imagens de autoria do renomado fotógrafo brasileiro Claudio Edinger.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2016

Cliente Latam





OURO

Descrição do Projeto

Com objetivo de chamar atenção para a falta de respeito das empresas com o tempo de espera nas centrais de atendimento ao cliente, o OnHold Music Festival foi o primeiro festival de música de espera telefônica - uma ação realizada pela Agência Grey para o site Reclame Aqui. O Projeto gráfico desse material tinha como objetivo remeter aos grandes festivais de rock, além de tentar passar um pouco do sofrimento que é ter que aguentar minutos de música de espera telefônica para ser atendido. A inspiração foram posters de shows de punk, hard core e quadrinhos de terror.

Ficha Técnica

Estúdio Caxa – Ilustração & Lettering: Vitor Brito Pereira e Renato Brito Mamede | Agência Grey Brasil – Direção Criativa: Adriano Matos, Rafael Gonzaga e Marcelo Bruzzesi | Direção de Arte: Eduardo Nosé e Pedro Rocha | Redação: Rainor Marinho

Autoria | Ano Estúdio Caxa | 2017

Cliente

Agência Grey Brasil / Reclame Aqui

BDA 2018 - 129 - BDA 2018

ILUSTRAÇÃO PARA DESIGN CRAFT FOR DESIGN ILUSTRAÇÃO PARA DESIGN



LEITORES PARA SEMPRE





BRONZE

Descrição do Projeto

Leitores Para Sempre é uma plataforma para formar leitores, despertar o desejo e o interesse pela leitura desde a primeira idade. Direcionado principalmente aos pais que devem formar os leitores. O projeto consta de um site, que é a plataforma para venda, e peças/ ferramentas que os pequenos leitores recebem junto com o livro, a fim de motivar e construir o hábito de leitura: um Kit com diário de leitura, lápis e marcador de livro. Para os pais, um impresso com instruções de como deve ser explorada a leitura. No site, mais vídeos complementares sobre cada livro, técnicas de leitura e temas afins. Todo o material, desde a embalagem e os carimbos foram feitos em diversas cores e com diversas ilustrações para causar uma surpresa e uma novidade a cada livro, e uma expectativa pelo próximo.

Ficha Técnica

Criação: Leticia Moura/Cj 31 | Ilustração: Anita Ljung | Texto: Kike Martins | Vinheta: Leticia Moura | Execução: Paula Janssen Moura | Trilha: Zezinho Mutarelli | Site: Milton Strassacappa e Kbook | Revisão: Paulo Levy

Autoria | Ano

Leticia Moura / Cj 31 | 2017

Cliente

Marta Pinto Ferraz e Clo Ferreira

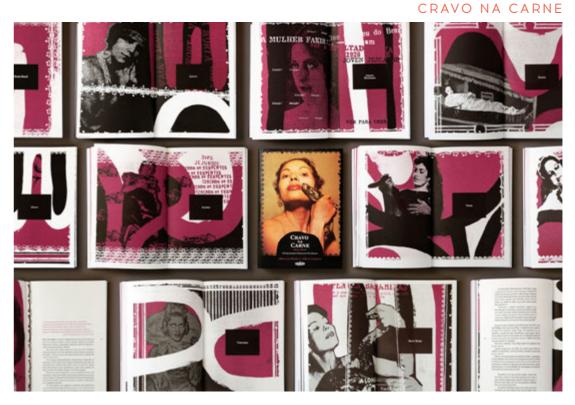














BRONZE

Descrição do Projeto

Ilustrações que combinam fotografias de anúncios antigos, imagens icônicas e grafismos que incorporam silhuetas das serpentes, em uma reinterpretação contemporânea dos antigos cartazes/anúncios que comunicavam seus shows, para, assim, apresentar ao leitor o intrigante e inesperado universo do faquirismo feminino no Brasil.

Ficha Técnica

Projeto gráfico e ilustrações para livro sobre o faquirismo feminino no Brasil

Autoria | Ano

Casa Rex | 2016

Cliente

Editora Veneta

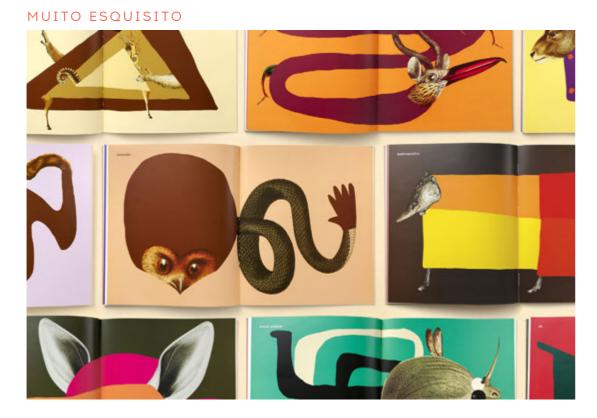
BDA 2018 - 130 -

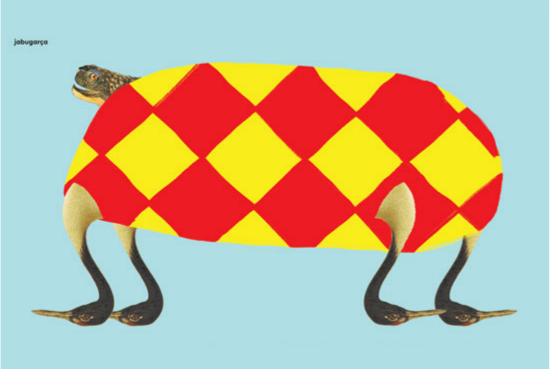
ILUSTRAÇÃO PARA DESIGN PICTOGRAMA CRAFT FOR DESIGN CRAFT FOR DESIGN



OS ÍCONES DE UMA REGIÃO







Nossos ícones Simples e diretos,



Um banco exclusivo com mais de 500 ícones para tornar a comunicação simples e flexível

PRATA

Descrição do Projeto

Uma das principais características que uma marca do setor aéreo precisa ter é uma grande flexibilidade para atender as diversas demandas de experiência. No caso de LATAM Airlines, uma família de ícones completa foi desenvolvida. As premissas partiram da necessidade de representar universalmente todas as demandas específicas do segmento aéreo e de toda a extensa comunicação da marca.

Ficha Técnica Interbrand

Estúdio Blackletra (Daniel Sabino)

Autoria | Ano Interbrand | 2016

> Cliente Latam

BRONZE

Descrição do Projeto Ilustrações para livro infantil

que criam animais fantásticos - alguns descritos verbalmente, outros visualmente.

Ficha Técnica Ilustrações para livro infantil

Autoria | Ano Casa Rex | 2017

Cliente

Pulo do Gato

BDA 2018 BDA 2018 - 132 -- 133 -

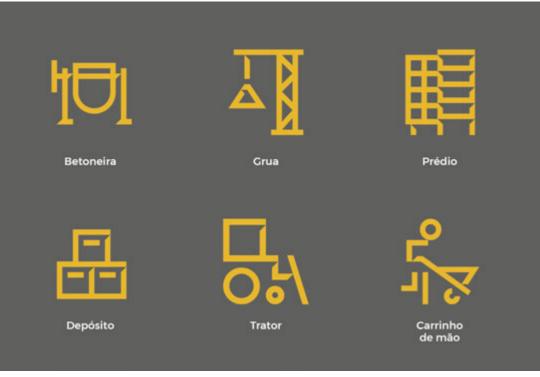
PICTOGRAMA CRAFT FOR DESIGN CRAFT FOR DESIGN PICTOGRAMA

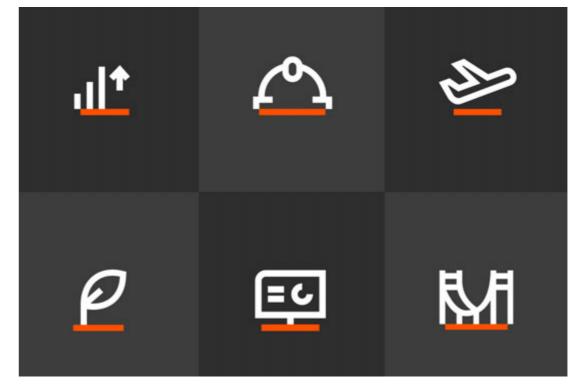


NEXA, UMA MARCA ICÔNICA









BRONZE

Descrição do Projeto

A mineração está por trás de tudo que move a sociedade para o futuro. Da indústria automobilística à nanotecnologia, da construção civil à agricultura. A união de duas grandes mineradoras latino americanas, Votorantim Metais e Milpo, era o momento perfeito para pensar uma marca que conectasse a mineração com a sociedade de um jeito ainda mais inteligente. Diante desse cenário, foi concebido um novo posicionamento estratégico, acompanhado de uma nova identidade visual, verbal e ambiental, com o objetivo de construir uma marca preparada para o atual momento da mineração e do mundo. Como parte do desdobramento dessa nova identidade, foi desenvolvida uma diretriz visual e conceitual para a construção de uma família completa de ícones proprietários, que se integram ao alfabeto visual da marca.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2017

> Cliente Nexa

BRONZE

Descrição do Projeto

Com a criação da nova identidade para a Tegra Incorporadora, antiga Brookfield Incorporações, foi solicitado também o desenvolvimento de um pacote de ícones que acompanhasse o conceito criativo concebido para a marca.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano

Interbrand | 2017

Cliente Tegra

BDA 2018 - 135 - BDA 2018

TIPOS DE LETRA/FAMÍLIA TIPOGRÁFICA CRAFT FOR DESIGN TIPOS DE LETRA/FAMÍLIA TIPOGRÁFICA



VOTORANTIM SANS





PRATA

Descrição do Projeto

Família tipográfica projetada para uso em títulos, com expressividade, em 7 pesos, the Thin à Black. Detalhes diferenciados - como as curvas que se estendem além das hastes nas letras 'a', 'g' e 'q' fazem esta tipografia brilhar em títulos e conferem um charme ao desenho. Enquanto isso, suas formas limpas garantem a legibilidade mesmo em textos curtos e em tamanhos menores. As proporções ligeiramente largas ditam uma velocidade de leitura calma - ela não deixa seu charme passar despercebido.

Ficha Técnica Fabio Haag

Autoria | Ano Fabio Haag Type | 2017

Cliente Fabio Haag Type



Legado Votorantim Sans

Q&©TM ÁÂÂÂÃ

PRATA

Descrição do Projeto

Família tipográfica corporativa exclusiva da Votorantim, em 6 pesos, de Thin à Black, com itálicos e um conjunto de 130 ícones proprietários. Este desenho tipográfico tem a funcionalidade de um estilo sem-serifas humanista, aliado a detalhes arredondados, distribuídos na medida certa para compor uma tipografia equilibrada, funcional e proprietária. A letra 'g' salta aos olhos com uma construção ousada, conferindo exclusividade ao design, enquanto as contra-formas amplas facilitam a legibilidade em tamanhos pequenos, especialmente em dispositivos digitais. Além disso, um conjunto de ícones proprietários foi desenvolvido, expandindo o conceito em 130 ícones alinhados ao universo visual da marca, disponíveis em diversos formatos de imagem assim como em uma fonte digital.

Ficha Técnica

Fabio Haag (Fabio Haag Type); Humberto Oliveira (Ícones); Leandro Strobel (Interbrand)

Autoria | Ano

Fabio Haag Type e Interbrand | 2017

Cliente

Votorantim

BDA 2018 - 137 - BDA 2018

TIPOS DE LETRA/FAMÍLIA TIPOGRÁFICA CRAFT FOR DESIGN TIPOS DE LETRA/FAMÍLIA TIPOGRÁFICA



SOU SPORTV NA COPA









PRATA

Descrição do Projeto

Tipografia exclusiva para que os canais SporTV adotassem um sotaque russo durante a Copa do Mundo de 2018. O alfabeto utilizado na Rússia tem muitas semelhanças com o nosso, afinal, o Cirílico - assim como o nosso Latino - descende do mesmo ancestral, o alfabeto Grego. Encontrar formas semelhantes aos dois foi o ponto de partida para expressar a integração destes dois mundos, com atenção para preservar a essência da linguagem visual própria da SporTV. Há ousadia nas formas geométricas simplificadas. Há irreverência nas letras espelhadas... há uma festa, afinal, há uma Copa do Mundo.

Ficha Técnica

Fabio Haag (Fabio Haag Type); Leon Vilhena (Globosat);

Autoria | Ano

Fabio Haag Type | 2018

Cliente

Globosat



Latam Sans é a voz tipográfica de LATAM Airlines

Hairline + italic ABCDEFghijklm1234(@)# Light + italic ABCDEFghijklm1234(@)# Regular + italic ABCDEFghijklm1234(@)# EXTENDED ABCDEFghijklm1234(@)# Bold + italic ABCDEFghijklm1234(@)# Black + italic ABCDEFghijklm1234(@)#

PRATA

Descrição do Projeto

A ideia de criar uma família proprietária para comunicar as mensagens e integrar todos os âmbitos de comunicação foi, desde o início, uma solução estratégica. A marca está intimamente identificada com o continente sul-americano, com seu clima ensolarado e o calor de seu povo. Portanto, o maior desafio deste projeto foi tentar capturar tais características no desenho de cada caractere. Além disso, conectar as formas das letras às do logotipo era algo imperativo para a equipe de design.

Ficha Técnica

Interbrand e Estúdio Blackletra (Daniel Sabino)

> Autoria | Ano Interbrand | 2016

> > -Cliente

> > > Latam

BDA 2018 - 139 - BDA 2018 - 139 -

TIPOS DE LETRA/FAMÍLIA TIPOGRÁFICA CRAFT FOR DESIGN TIPOS DE LETRA/FAMÍLIA TIPOGRÁFICA



NAVAJAS BRAILLE









Em tamanhos grandes, a fonte Lembra entrega uma expressiva personalidade.

Em tamanhos de texto, ela oferece uma confortável experiência de leitura; uma escolha ideal para projetos de branding, onde distinção e funcionalidade precisam andar lado a lado.

BRONZE

Descrição do Projeto

Família tipográfica sem-serifas, porém com sutis detalhes da pena caligráfica, projetada para uso flexível, tanto em textos como em títulos, com 14 estilos. Esta tipografia sugere o cruzamento entre formas contemporâneas e as origens caligráficas da escrita. Detalhes sutis da pena caligráfica quebram as limpas formas sem-serifas.

Ficha Técnica Fabio Haag

Autoria | Ano Fabio Haag Type | 2017

abio Haag Type | 2017 –

> Cliente Fabio Haag Type

BRONZE

Descrição do Projeto

Estilista especializada em moda inclusiva, em 2018 Robertha se propôs a trabalhar para o público deficiente visual. O primeiro desafio: como criar uma identidade visual para quem não responde a estímulos visuais?

Ficha Técnica

Designers: Ricardo Montes e Marcelo Seguti

Autoria | Ano

Studio Revolta | 2018

Cliente

Robertha Navajas

BDA 2018 - 141 - BDA 2018



MARGEM



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma família tipográfica versátil que une funcionalidade (legibilidade) com expressividade (diferenciação), para uma variedade de usos. Sua construção sem-serifas humanista é a base para a legibilidade até nos menores tamanhos, sobre esta base estável, aspectos geométricos dão vida à um design contemporâneo que se completa com variações estilísticas em letras específicas, ainda mais geométricas, ideal para brilhar em títulos. Além disso, uma versão Rounded coloca um sorriso em qualquer mensagem com suas simpáticas formas arredondadas. Itálicos verdadeiros acompanham todas estas variações totalizando 28 fontes, para qualquer situação.

Ficha Técnica Fabio Haag

Autoria | Ano

Fabio Haag Type | 2017

Cliente

Fabio Haag Type

1981234⁵
201789⁴/₂

P R E M I A D O S 2 0 1 8

DESIGNDE

AMBESIGNE









A HMF é uma ferramenta global da Coca-Cola sobre as nove principais motivações humanas de consumo. Ela se baseia em uma pesquisa feita a cada cinco anos e orienta a estratégia das marcas da companhia. O objetivo foi criar uma experiência em que toda equipe pudesse ter contato com o conteúdo da pesquisa e pudesse absorvê-lo de forma simples e intuitiva.

Ficha Técnica

GRAND PRIX

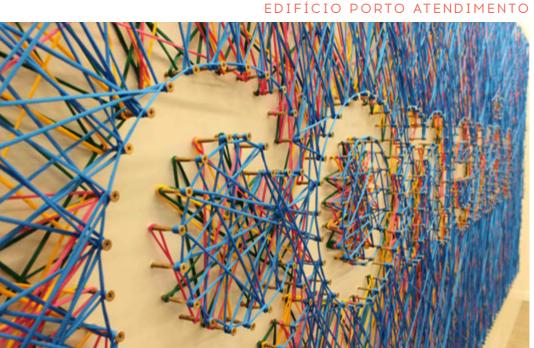
Direção de criação: Marcio Mota | Direção de Design e Imagem: Alex Libotte | Lider de Projeto: Vivi Kano | Designer Responsável: Patricia Clarkson e Gabriel Fernandes | Time Extendido: Estefan Richter, Marcela Scheid e Pedro Veneziano | Produção: Danielle Cavallon e Clara Mangabeira | Redação: Tatiana Rossi

Pharus Bright Design | 2016

BDA 2018

Coca-Cola Brasil





Descrição do Projeto

O projeto consiste na criação de um ambiente agradável, estimulante e que promovesse o bem-estar e engajamento para o novo prédio da área de atendimento telefônico ao cliente da Porto Seguro.

Ficha Técnica

PRATA

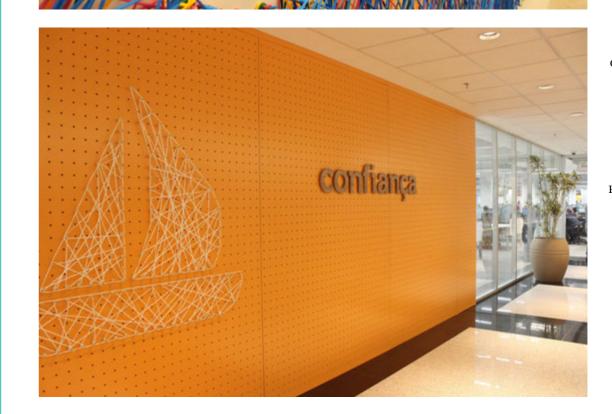
Direção de Criação: André Poppovic | Coordenação de Design: Roberta Leal | Design Gráfico: Marcela Della Rocca, Roberta Leal e Vitória Bezerra | Gestão de Projeto: Samanta Fonseca | Coordenadora de Produção: Sônia Pimentel | Instalação da String Art: Coletivo Meio Fio

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2018

Cliente

Porto Seguro





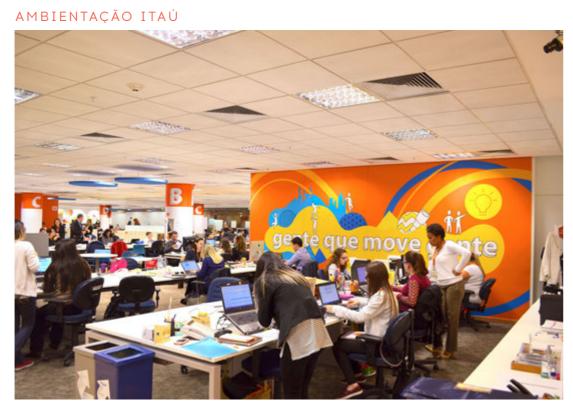


AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS CORPORATIVOS DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS CORPORATIVOS



UNIMED LAB





BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de ambientação, em parceria com o Itaú, com apresentação de uma solução visual que representasse e propagasse os novos propósitos institucionais, a fim de motivar os colaboradores.

Ficha Técnica

Bruno Scodeler, Cindy Nakashima, Thiago Reginato, Danilo Velez, Davi Hammer e Time Design Itaú

Autoria | Ano

Maquinário - Laboratório Criativo & Time Design Itaú | 2017

Cliente

Itaú







BRONZE

Descrição do Projeto

A Unimed, um dos maiores grupos de medicina e saúde do Brasil, estava para expandir seu próprio laboratório de análises clínicas, o LUC, para um negócio maior, a fim de se diferenciar e ampliar as operações no país, concorrendo com grandes marcas já consolidadas. Para isso a Unimed precisava de uma nova identidade visual e um sistema de sinalização extremamente inteligente e de implementação rápida, pois eram 17 unidades para serem colocadas de pé em apenas 6 meses. A nova marca leva o elemento tipográfico como símbolo principal. O sistema de sinalização foi criado de maneira modular e responsiva. Mais de 300 ícones foram criados. Assim uma grande rede ganhou vida de maneira rápida, eficiente, bem sinalizada e funcional. Mais do que sinalização e identidade, um design transcendente.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Joaquin Fernandez Presas | Diretora de Planejamento: Patricia Piana Presas | Design/Criação: Mozart Fernando de Brito e Joaquin Fernandez Presas | Criação, Desenvolvimento e Apoio: Eduardo Przybylski, Renata Henk, Luciano Mendes e Guilherme Kurz | Atendimento: Ana Carla Barros | Aprovação: Georgia Herrera

Autoria | Ano Pontodesign | 2016

Cliente

Unimed Lab - Unimed Curitiba

BDA 2018 - 148 -**BDA 2018** - 149 -

AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS CORPORATIVOS

DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS CORPORATIVOS



EXPERIÊNCIA DE MARCA BRASKEM FEIPLASTIC 2017



BRUTO E NATURAL



BRONZE

Descrição do Projeto

Design, arquitetura e experiência de marca foram a base do projeto de ambientação e arquitetura que contou com a participação de grupos multidisciplinares para propor soluções inovadoras que valorizassem a relação humana, a transparência e a proximidade da marca com seus clientes. A ideia de movimento foi trazida para o espaço por meio de uma "screenwall", parede construída com plástico da Braskem, que explorava efeitos ópticos infinitos, e que, a depender da posição, o visitante poderia ver formas e cores diferentes. As formas arquitetônicas contemporâneas, conectadas e anguladas, criavam um ambiente dinâmico, interativo e que aproximava as pessoas. A exposição foi um sucesso, com mais de 2.200 visitantes que interagiram com a exibição nos cinco dias do evento, gerando mais de 25 inserções espontâneas em mídias nacionais e internacionais, além de ter atingido 2,4 milhões de visualizações nas redes sociais.

Ficha Técnica

Diretor de Estratégia e Criação:
Luis Castellari | Gerente de Projeto:
Leandro Rychert | Atendimento:
Bárbara Schneider | Arquitetos:
Bruno Ferreira e Paola Sartoretto
| Arquiteto Colaborador: Luciano
Angelini | Designers: Pedro
Ortega, Fabio Watanabe e Felipe
Castellari | Designer Colaborador:
Iolanda Yassuda | Motion
Designer: Francisco Rosatell

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2017

Cliente

Braskem

BDA 2018









BRONZE

Descrição do Projeto

A marca Nexa surgiu a partir da união de Votarantim Metais e Milpo, duas grandes mineradoras latino-americanas. A partir do seu novo posicionamento e da sua identidade visual e verbal, o espaço físico do seu escritório, localizado em uma importante região empresarial de São Paulo (edifício Thera Berrini), foi repensado. Repensar toda a sua ambientação era crucial para engajar cada um dos colaboradores e parceiros em torno deste novo momento da marca.

Ficha Técnica

Interbrand, Keller Construtora e PEC Luminosos

> Autoria | Ano Interbrand | 2018

> > Cliente Nexa

- 150 - BDA 2018

CENOGRAFIA DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE CENOGRAFIA



MIMO FESTIVAL 2017

PRÊMIO NETFLIX



BRONZE

Descrição do Projeto

O MIMO (Mostra Internacional de Música em Olinda) é um festival internacional de música, cultura e cinema, sempre ligado a cidades com forte patrimônio histórico e que aposta na utilização de igrejas, praças e espaços públicos. O festival, que é inteiramente ${\it gratuito, ocorre\ regularmente\ desde}$ 2004, inicialmente em Olinda, e posteriormente em outras cidades como Ouro Preto, Tiradentes, Paraty e Rio de Janeiro, além de Amarante, em Portugal, e Glasgow, na Escócia. O projeto de cenografia para as edições de 2017 incluiu a implantação geral do festival, ambientação das áreas comuns e o cenário dos palcos. O desafio foi criar uma identidade modular e adaptável não só às diferentes locações e palcos do festival, mas também aos shows de diferentes artistas, e que diminuísse ao máximo as implicações ambientais.

Ficha Técnica

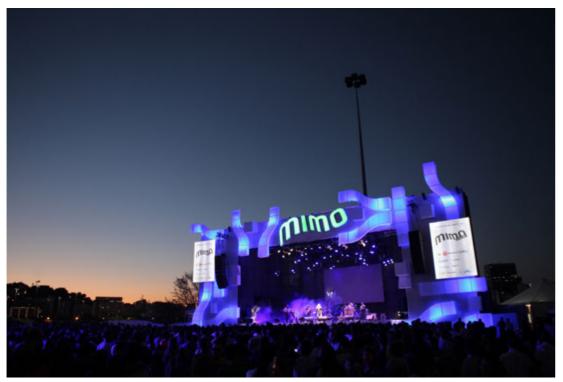
Autores: Gilberto Borges e Giordana Pacini | Co-autor: Alexandre Pessoa | Colaboradores: Victoria Hrihorowitsch e Heloisa Pisa

Autoria | Ano

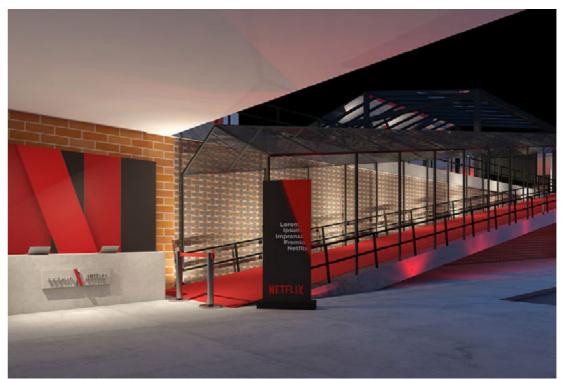
Sumaré AUD | 2017

Cliente

MIMO Festival









BRONZE

Descrição do Projeto

A premiação que levou grandes histórias para o mundo ver. Após três anos da última edição, a Netflix iria relançar sua premiação para cinema no Brasil. A intenção era dar maior visibilidade às produções nacionais e fortalecer a aproximação do público às obras e aos talentos do cinema brasileiro. Os dois filmes vencedores ganhariam a oportunidade de entrar no catálogo global e serem vistos por milhões de pessoas no mundo todo. Diretrizes dadas, o desafio foi criar um conceito criativo, alinhado à estratégia da marca, que traduzisse o propósito do prêmio e que inspirasse a criação de uma linguagem visual para a premiação. Linguagem que seria materializada em uma assinatura, em um site, um troféu e uma cenografia para eventos. Ela também deveria ajudar a consolidar o novo símbolo da marca Netflix, o novo "N", recém-lançado no Brasil.

Ficha Técnica

Tomas Miller, Gisele Camera e Luis Freitas

> Autoria | Ano Tátil Design | 2016

> > Cliente Netflix

BDA 2018 - 153 - BDA 2018

CENOGRAFIA DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE COMUNICAÇÃO VISUAL



EXPERIÊNCIA DE MARCA BRASKEM FEIPLASTIC 2017





BRONZE

Descrição do Projeto

Design, arquitetura e experiência de marca foram a base do projeto de ambientação e arquitetura que contou com a participação de grupos multidisciplinares para propor soluções inovadoras que valorizassem a relação humana, a transparência e a proximidade da marca com seus clientes. A ideia de movimento foi trazida para o espaço por meio de uma "screenwall", parede construída com plástico da Braskem, que explorava efeitos ópticos infinitos, e que, a depender da posição, o visitante poderia ver formas e cores diferentes. As formas arquitetônicas contemporâneas, conectadas e anguladas, criavam um ambiente dinâmico, interativo e que aproximava as pessoas. A exposição foi um sucesso, com mais de 2.200 visitantes que interagiram com a exibição nos cinco dias do evento, gerando mais de 25 inserções espontâneas em mídias nacionais e internacionais, além de ter atingido 2,4 milhões de visualizações nas redes sociais.

Ficha Técnica

Diretor de Estratégia e Criação: Luis Castellari | Gerente de Projeto: Leandro Rychert | Atendimento: Bárbara Schneider | Arquitetos: Bruno Ferreira e Paola Sartoretto | Arquiteto Colaborador: Luciano Angelini | Designers: Pedro Ortega, Fabio Watanabe e Felipe Castellari | Designers Colaboradores: Iolanda Yassuda e Francisco Rosatell

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2017

Cliente

Braskem









BRONZE

Descrição do Projeto

A BP - A Beneficência Portuguesa de São Paulo passava por uma renovação de marca e precisava de um novo projeto de comunicação visual, que transmitisse sua personalidade vivaz, alegre e acolhedora. O projeto criou uma linguagem ousada e disruptiva, com adoção de cores vivas e grafismos que envolvem a arquitetura, informações claras e contundentes baseadas em pictos e números, que convidam o usuário e organizam o alto fluxo. O momento era de reapresentar e reaproximar a BP da sociedade e torná-la uma referência. Foram inseridos logos em pontos de alta visibilidade e projetou-se um muro de vidro em substituição ao gradil, tornando o hospital mais visível e requalificando o espaço. Uma versão de linguagem mais sofisticada e discreta foi adatada no BP Mirante, hospital premium do grupo.

Ficha Técnica

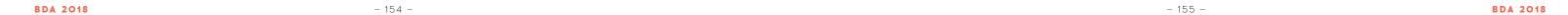
Claudio Habara, Gustavo Negreira Barbosa, Yuji Kawasaki, Aline Tiemi Nagano, Bruna Watanabe Murakami, Daiana Nohana Takara, Daniela Narumi Watanabe Nasaha, Letícia Sue Taminato Kato e Taísa Oyamada Nishikiori

Autoria | Ano

Estúdio 196 Branding & Design | 2017

Cliente

BP A Beneficência Portuguesa de São Paulo



COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE COMUNICAÇÃO VISUAL

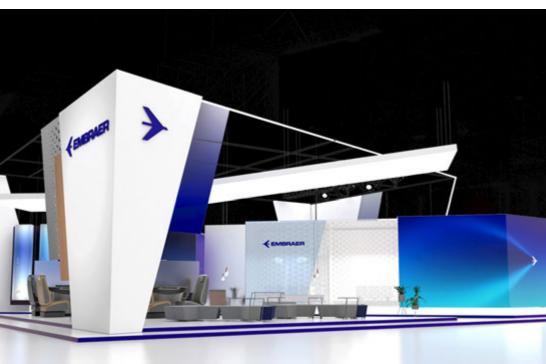


DESIGN LANGUAGE EMBRAER





OLHA!







BRONZE

Descrição do Projeto

Olha! é uma clínica oftalmológica do segmento popular, mas nem parece. O objetivo era criar uma marca confiável, mas que desafiasse a linguagem fria normalmente frequente nesse ambiente e surpreendesse o seu público.

Ficha Técnica

Gabriela Pavan e João Tiago Camargo

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente

Olha! Clínica Oftalmológica

BRONZE

Descrição do Projeto

Design da expressão visual da Embraer para ambientes e espaços, trazendo a nova identidade para o mundo tridimensional e multisensorial.

Ficha Técnica

Julia Haiad, Lucas Mayer, Renan Benvenuti, Tomas Miller, Gisele Camera, Paula Chagas e Lara Lima

Autoria | Ano

Tátil Design | 2018

Cliente

Embraer

BDA 2018 - 156 -**BDA 2018** - 157 -

COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES



ANACÃ ESTÚDIO DE DANÇA







BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de comunicação visual e cenográfico explorou o núcleo de atuação da escola de Dança ANACÃ Corpo e Movimento. A marca, criada em 2013, recebeu evoluções e teve a cenografia e sinalização desenhada com tipologia criada exclusivamente para Anacã. Fusão entre imagens de dança com textos sobre a arte de dançar foram os elementos cenográficos. A tipologia exclusiva desenhou a sinalização.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcos Pereira de Almeida | Direção de Arte: Marcos Pereira de Almeida, João Heleno e Douglas Watanabe | Produção: Aeté Produção Visual | Projeto de Arquitetura: Estúdio Lina

Autoria | Ano

Marcos Pereira de Almeida/CJ31 Design e Comunicação | 2016

Cliente

ANACÃ Corpo e Movimento





PRATA

Descrição do Projeto

Peça imersiva para Venice Design, a maior exposição internacional de Design, que acontece no Centro Cultural Europeu, Palazzo Michiel, junto à Bienal de Veneza.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Líder de Projeto: Cris Inoue | Designers: Camila Mattos, Eleanor Greenleaf, Caio Reis, Fabricio Rodrigues e Cris Inoue | Agradecimento especial para: Wes Lee e Ricardo Bizafra

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente Venice Design

- 159 - BDA 2018

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES







BRONZE



Descrição do Projeto

Comemorar os 60 anos da poltrona Mole, ícone da criação de Sergio Rodrigues. Esse foi o principal conceito da LinBrasil para seu showroom durante a semana de Design de Milão em 2017. Uma parte do espaço foi dedicada a ela, além de uma série especial comemorativa da poltrona que foi lançada lá. O Espaço era amplo, sendo possível montar diversos nichos e explorar a diversidade dos móveis do Sergio Rodrigues. Foi feita uma seleção a partir de desenhos originais dele, como o processo de criação da Mole, que foram cuidadosamente vetorizados e adesivados às paredes. Também foi dado destaque à brasilidade e ao Rio de Janeiro que sempre esteve presente, como inspiração e pano de fundo para suas peças. Um selo e um vídeo comemorativo foram criados para os 60 anos da poltrona Mole.

Ficha Técnica

Direção de arte: Giovanni Dameto | Equipe: Giuliana Giarola, Kaio Fialho e Isis Leonardo. | Ilustrações Originais: Sergio Rodrigues gentilmente cedidas pelo Instituto Sergio Rodrigues | Recorte dos adesivos: Signo Adesivos | Fotografias: Brando Cimarosti e Ruy Teixeira. | Agradecimento: Gisèle Schwartsburd

Autoria | Ano gedegato | 2017

Cliente LinBrasil





INSTALAÇÃO BRASKEM SPFW - SÃO PAULO FASHION WEEK







Exposição e ação interativa, para mostrar que a sofisticação e a exclusividade na moda podem caminhar ao lado da sustentabilidade. Com o tema "O plástico está na moda", a parceria entre a Braskem e a marca La Garçonne, dos estilistas Alexandre Herchcovitch e Fábio Souza, desenvolveu acessórios exclusivos produzidos em impressão 3D com Plástico Verde. Para travar este diálogo com os criadores da moda, foi pensado um espaço que valorizasse interação e participação: as paredes do stand foram formadas por tags colecionáveis de plástico, com frases inspiradoras sobre moda e sustentabilidade. À medida que os visitantes levavam os tags, eles intervinham no



Ficha Técnica

Diretor de Estratégia e Criação: Luis Castellari | Gerente de Projeto: Leandro Rychert | Arquiteto: Bruno Ferreira | Designer: Felipe Castellari | Designer Assistente: Gabriela Costa

espaço criando infinitos mosaicos

com diversas combinações de

cores, reforçando a plasticidade presente no universo da moda.

> Autoria | Ano Keenwork Design | 2017

> > Cliente Braskem



DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES



PROJETO EXPOSITIVO DA EXPOSIÇÃO PROCESSO EVOLUTIVO



BRONZE

Descrição do Projeto

Criação de projeto expositivo para a exposição Processo Evolutivo que conta a história do Solo Sagrado de Guarapiranga, o protótipo do paraíso terrestre idealizado por Mokiti Okada (1882-1955) e pela Igreja Messiânica Mundial do Brasil. Com uma área de 327.500 metros quadrados, o Solo Sagrado de Guarapiranga é caracterizado pela harmonia entre a beleza natural e a de criação humana, sendo considerado hoje um dos maiores espaços para a contemplação da natureza do Brasil. A exposição "Processo Evolutivo" foi idealizada pelo setor de Cultura e Arte da Fundação Mokiti Okada realizada no Centro Cultural do próprio Solo Sagrado.

Ficha Técnica

Claudio Habara, Gustavo Negreira Barbosa, Yuji Kawasaki, Aline Tiemi Nagano, Daniela Narumi Watanabe Nasaha, Taisa Oyamada Nishikiori e Tamy Morimoto

Autoria | Ano

Estúdio 196 Branding e Design | 2015

Cliente

Fundação Mokiti Okada

SAQUE E PAGUE - INSTALAÇÃO PARA ATM EM ESPACO TEMPORÁRIO NO PIER X





BRONZE

Descrição do Projeto

O Pier X, espaço temporário localizado no Shopping Iguatemi Porto Alegre, foi o primeiro marketplace phigital no Brasil. O conceito phigital (integração dos ambientes físico e digital) e a jornada de consumo sem fricção são os pontos de ancoragem desse espaço. Para possibilitar essa experiência, o PierX não possui vendedores nem caixa de pagamento, todo consumo ocorre através de um APP. Além disso, a entrada para esse ambiente digital se dá através de um ATM da Saque e Pague. O desafio da CDA foi criar um equipamento temporário que, ao mesmo tempo, integre o ATM Saque e Pague à ambientação do Pier X, criando um espaço receptivo em que as pessoas têm um primeiro contato com a marca e com o conceito, permanecendo no espaço para acessar wifi e o APP e iniciar sua experiência.

Ficha Técnica

Átila Franco, Daiana Tussi, Daniel Weber, Douglas D'Agostini, Lis Lagoas de Paula, Lucas Rocha e Ricardo Lompa Nunes

Autoria | Ano

CDA Branding & Design for People, MSR Engenharia e METAF | 2017

Cliente

Saque e Pague

BDA 2018 BDA 2018 - 162 -- 163 -

DESIGN DE REDES DE VAREJO DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE REDES DE VAREJO



VIVO: ICONIC STORES







Descrição do Projeto

Buscando novas formas de se relacionar com os clientes, a Vivo desenvolveu um novo conceito de Iconic Store, que primeiramente foi implantado no Shopping JK Iguatemi (SP) e no Barra Shopping (RJ). Inspiradas na proposta coworking, as lojas foram pensadas para oferecer ao consumidor um ambiente conectado, flexível e tecnológico, com atmosfera colaborativa e integrada. As lojas se tornaram uma interface/hub que mescla comunicação digital e vivência real, conectando os clientes com o portfólio de produtos e serviços da marca (5 Play), gerando uma experiência de valor e reforçando o atual posicionamento da marca: "Viva Tudo".

Ficha Técnica

Direção Criativa: Leonardo
Koboldt de Araujo | Coordenação
Projeto: Rodrigo Rosa da Costa
| Coordenação Atendimento:
Letícia Falcão, Gisele Rouvier
e Cecilia Cordeiro | Equipe:
Roberta de Alencastro, Luciana
Tissot, Roberta Muller,
Fernanda Junges, Guilherme
Pioner, Marcio Lopez, Leandro
Menghetti e Fátima Bogado

Autoria | Ano GAD' | 2017

Cliente

Telefonica / Vivo









BRONZE

Descrição do Projeto

Fomos chamados pela Natura para ressignificar as lojas multimarcas de revendedoras de cosméticos, adotando um modelo de franquias. O processo teve início com a criação do naming "Aqui tem Natura" e identidade visual da marca, pensados estrategicamente para conviver de forma equilibrada com os nomes proprietários de cada estabelecimento na fachada. Passada esta etapa, desenvolvemos o projeto de ambientação da loja, adaptando as diferentes variações de plantas arquitetônicas - de galerias até as lojas de rua, e produzimos o enxoval de peças de PDV e Visual Merchandising, pensando na sazonalidade de campanhas e na facilidade de atualização destes materiais nos estabelecimentos.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: André Poppovic | Coordenadora de Design: Roberta | Leal | Designers Senior: Roberta | Leal, André Senra e Vicente Rossi | Gestora de Projeto: Lidia Felix | Arquiteta: Lilian Parrado

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2017

Cliente Natura

BDA 2018 - 165 - BDA 2018

DESIGN DE REDES DE VAREJO DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE REDES DE VAREJO



PANVEL: CONCEPT DESIGN 2016

DROGARIA SÃO PAULO



BRONZE

Descrição do Projeto

A fim de manter sua liderança, a Panvel viu a necessidade de evoluir os conceitos e design dos PDVs de forma a torná-los mais adequados aos consumidores e às novas realidades do varejo contemporâneo (em que meio físico e digital se fundem), e que também visasse a expansão e atualização das lojas. Um projeto, que revisitava os modelos existentes de lojas, foi desenvolvido sob duas abordagens. A primeira, buscando entender esses ambientes sob a ótica dos usuários - a partir de pesquisa profunda da jornada do consumidor e sobre as tendências do mercado no segmento. E a segunda, redefinindo a hierarquia e os conceitos de design e experiência dos PDVs. A expectativa era entregar uma evolução consistente do modelo sem perder as características positivas consagradas nos padrões anteriores.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Leonardo
Koboldt de Araújo | Coordenação
do Projeto: Márcio Lopes |
Coordenação de Atendimento:
Roberta Devilla | Coordenação
de Pesquisa/Estratégia:
Rodrigo Levenzon | Equipe:
Alejandro, Leandro e Rafael
Tesser (renderizações).

Autoria | Ano GAD' | 2017

Cliente

Grupo Dimed/PanVel















BRONZE

Descrição do Projeto

A Drogaria São Paulo, uma Marca do Grupo DPSP com mais de 70 anos de história, precisava se manter contemporânea e relevante para seus públicos. A renovação da concorrência e a entrada de novos players deixaram claro que uma Marca sinônimo de categoria precisa estar sempre atenta às necessidades das pessoas e das mudanças do mercado. Para o desafio, o conceito de bem-estar foi trazido para a Drogaria São Paulo, refletido na nova Marca e na arquitetura da loja.

Ficha Técnica

Diretor de Design: Filipe Ozelin | Atendimento: Marina Riecken | Designers Gráfico: Bruno Chung, Chistiane Lynn, Gustavo Botelho, Johnny Brito e Rafael Torres | Designers de Produto: Bruna Savino e Tomas Miller

> Autoria | Ano Ana Couto | 2017

Cliente

Drogaria São Paulo/Grupo DPSP

BDA 2018 - 167 - BDA 2018

DESIGN DE REDES DE VAREJO

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE AMBIENTE



LOJA ARENA CORINTHIANS





Descrição do Projeto

O Sicredi é umas das maiores e mais antigas instituições financeiras cooperativas do Brasil. Nos últimos anos sofreu um intenso crescimento e expansão, o que levou à necessidade de uma evolução na marca. Como parte desse trabalho, foi preciso refletir sobre seu principal ponto de contato: as agências. Ir ao banco não é uma experiência agradável para a maioria dos brasileiros. Por isso, a ideia foi repensar toda a estrutura, a fim de criar um ambiente que fosse além de oferecer serviços bancários, e que promovesse o relacionamento, se conectasse com o entorno e transpirasse a essência cooperativa da marca. Com mais de 1500 pontos por todo o país, foi preciso desenvolver um modelo facilmente replicável e que se adaptasse às diferentes realidades regionais brasileiras.

Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2016

Cliente Sicredi









BRONZE

Descrição do Projeto

Nos seus 108 anos de história, o maior e mais importante patrimônio do Corinthians é a sua Fiel torcida. E é esse bando de loucos, uma nação de mais de 30 milhões de pessoas, o público a ser impactado pela nova loja da Arena Corinthians. No projeto para o Poderoso Timão, o objetivo foi criar uma experiência para os loucos por futebol. Os espaços, com suas cores e expressões criam um conceito forte e imersivo. As faixas de torcida em forma de luminárias, distribuídas por todo o percurso, evidenciam a devoção, o orgulho e a loucura da Fiel.

Ficha Técnica

Atila Franco, Daiana Tussi, Leandro Meneghetti, Lis Lagoas de Paula, Mariana Cassab, Desirée Kuhn, Roger Monteiro, Wylla Tsutsui e Rafael Rodrigues

Autoria | Ano

CDA Branding & Design for People | 2015

> Cliente Nike

BDA 2018 - 169 - BDA 2018

DESIGN DE VAREJO DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS



WE ARE THE FUTURE - GUIDE SHOP AMARO SHOPPING HIGIENÓPOLIS





BRONZE

Descrição do Projeto

A AMARO é uma marca digital que está propondo uma nova forma de consumir ao construir espaços físicos com o único objetivo de interação com o cliente. Chamados de Guide Shops, esses espaços são "lojas conceito" ou "showrooms", onde é possível experimentar as peças da marca. Diferente de uma loja física comum, as compras no Guide Shop são feitas online, por meio de um dos computadores ou tablets disponíveis no espaço, e a entrega do produto vai diretamente para a casa da cliente. O último espaço a ser inaugurado no Shopping Pátio Higienópolis é fruto da parceria da marca AMARO com o escritório SuperLimão, em que eles tiveram liberdade criativa para propor um conceito totalmente original, onde a arquitetura é considerada como ferramenta para influenciar o comportamento do consumidor.

Ficha Técnica

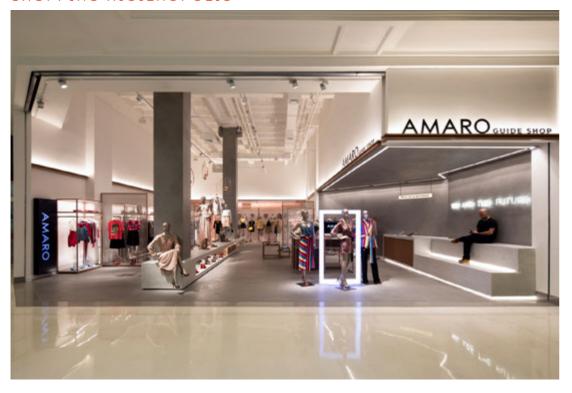
Arquitetura: SuperLimão Studio (Brasil) | Equipe de Projeto: Lula Gouveia, Thiago Rodrigues, Antonio Carlos Figueira de Mello e Catarina Cecchini | Local: São Paulo, Brasil | Ano: 2018 | Área: 240m² | Fotografias: Maíra Acayaba | Endereço: Shopping Pátio Higienópolis, Piso Higienópolis

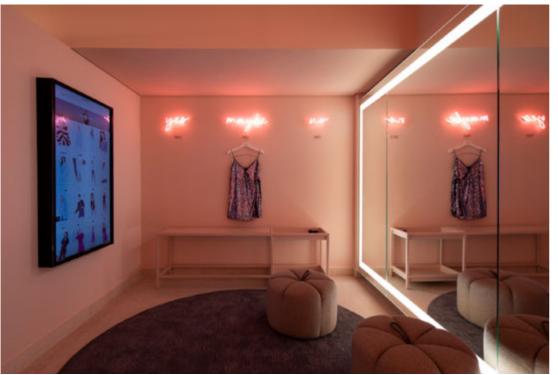
Autoria | Ano

SuperLimão Studio para Amaro | 2018

Cliente

AMARO









Descrição do Projeto

PRATA

Organizar de forma inspiradora e funcional 1.200 embalagens diferentes em displays com fácil adaptação a diversas tipologias de lojas. Para criar o display Teste Fácil da Coral, foi necessário entender o comportamento do consumidor na hora de escolher e combinar cores para que o expositor, além de funcional, pudesse proporcionar uma real experiência de marca. Uma solução simples e minimalista que inspira as pessoas a criar, em suas casas, novos ambientes por meio das cores. O resultado foi uma sistema modular, adaptável aos diversos cenários de venda, um projeto que superou as expectativas, com grande aceitação junto aos lojistas e consumidores.

Ficha Técnica

Diretor de Estratégia e Criação: Luis Castellari | Gerente de Projeto: Leandro Rychert | Arquiteto: Bruno Ferreira | Designers: Fabio Santanna e Pedro Ortega

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2018

Cliente AkzoNobel

9.90

BDA 2018 BDA 2018 - 170 -- 171 -

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO DESIGN DE AMBIENTE DESIGN DE AMBIENTE SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO

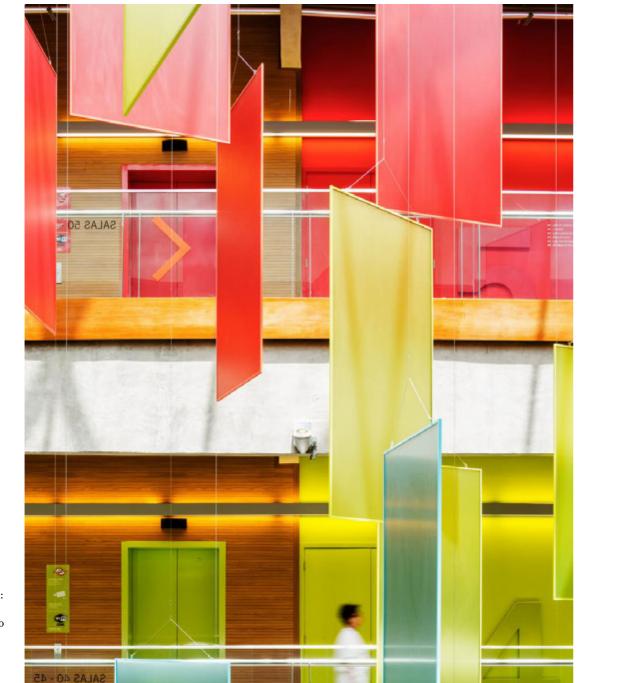


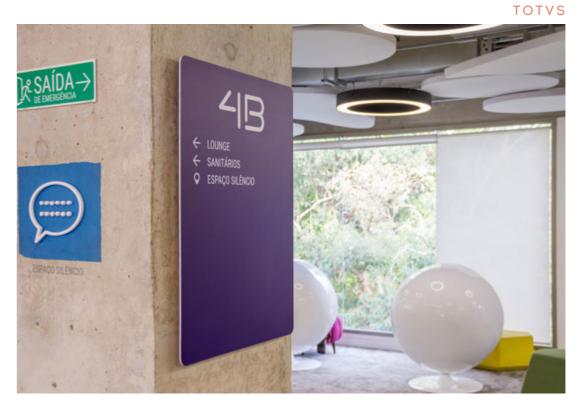
SENAC SÃO MIGUEL













BRONZE

Descrição do Projeto

A TOTVS, empresa brasileira de tecnologia e soluções integradas, líder no mercado de recursos corporativos, estava de mudança para um novo endereço em São Paulo. Essa mudança não era apenas física, já que o novo endereço, no modelo "built to suit", apresentava uma nova dinâmica e uma mudança de cultura também.

Ficha Técnica

Diretor de Design: Filipe Ozelin | Atendimento: Marina Riecken | Designers Gráfico: Camila Engel, Johnny Brito e Michel Farah | Designers de Produto: Bruna Savino e Tomas Miller | Produtor: Flavio Souza

> Autoria | Ano Ana Couto | 2017

> > Cliente TOTVS

PRATA

Descrição do Projeto Projeto de sinalização e

ambientação da nova unidade em São Miguel Paulista, do Senac, uma instituição de ensino emblemática no país.

Ficha Técnica

Direção de Criação: André Poppovic | Coordenação de Design: Roberta Leal | Design Gráfico: Roberta Leal e Rafael Sola | Gestão de Projeto: Fernanda Barros | Arquitetura: Levisky Arquitetos

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2017

Cliente

SENAC

- 173 -**BDA 2018 BDA 2018** - 172 -

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO DESIGN DE AMBIENTE



FOLKZ PIZZAS & SALADAS



BRONZE

Descrição do Projeto

Folkz é uma loja de pizzas e saladas customizadas. Um ano depois da sua abertura da sua primeira loja de rua, em Cascavel (PR), a empresa foi convidada para expandir sua operação para o maior shopping de Foz do Iguaçú. Um novo formato de loja que precisava ser rentável e validado.

Ficha Técnica

Gabriela Pavan e João Tiago Camargo

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente

Folkz













P R E M I A D O S 2 0 1 8

DESIGNDE

EMBALLAGEM















Descrição do Projeto

Trata-se do desenvolvimento das embalagens de um kit de limpeza composto por um recipiente-borrifador retornável e cápsulas de química verde concentrada. O funcionamento acontece por meio do encaixe das cápsulas no borrifador, seguido da mistura entre água e química que é feita pelo consumidor já em casa, resultando em desengordurantes, bactericidas, lava-roupas e outros materiais de limpeza multiuso, com aromas, cores e funções similares aos comprados hoje no mercado. Ou seja, o consumidor compra o kit somente uma vez e depois passa a adquirir o refil da química conforme a necessidade. Ele ganha no custo e na praticidade, pois o borrifador é reutilizável durante muito tempo e, ao fazer as compras do refil, vai adquirir apenas uma caixinha de cápsulas ao invés de embalagens enormes.

Ficha Técnica

Agência de design: Rodrigo Dangelo (DDID - Evolution Through Design) | Identidade Visual da marca: Roberto Ferreira (RAF Design) | Naming, branding e posicionamento da marca: Leticia Cappobianco (Provokers) | Serigrafia: Darci Gutierrez (Miligraf) | Selo de vedação: Erica (Emproplas) | Brand Owner: Marcelo Ebert (YVY Brasil | Terpenoil)

DDID - Evolution Through Design | 2018

TerpenOil



DESIGN DE EMBALAGEM





PRATA

Descrição do Projeto

Roça Capital é um armazém mineiro que vende produtos oriundos de todas as regiões do Estado e tem como carro chefe o queijo - um dos grandes símbolos de Minas. Por isso, sua embalagem deveria servir como um presente. Um presente com a alma de Minas Gerais. O papelão resgata a simplicidade, característica das pessoas e produtores do estado, e também funciona como uma das cores da peça, contrastando com o verde e o amarelo que trazem elegância e evidenciam toda a riqueza de Minas.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Edu Mendanha | Design: Edu Mendanha e César Henrique | Ilustração: André Persechini

Autoria | Ano

Trina Branding Studio | 2018

Cliente Roça Capital

BDA 2018 - 179 -**BDA 2018**



PATISSERIE PARIS SWEETS









PRATA

Descrição do Projeto

A Paris Sweets é uma Patisserie paulistana inspirada na magia e sabores da cidade luz. Com este conceito, criam e produzem chocolates, macarons e outros doces finos para eventos em geral. Sendo Paris uma cidade apaixonante por sua beleza e com uma forte ligação com a arte, decidimos trabalhar com duas técnicas que juntas produzissem uma linguagem visual delicada e espontânea: A aquarela e o nanquim. As ilustrações temáticas com traços e linguagem sofisticados somados ao uso de frases típicas do idioma francês criam diferenciação no mercado, dão luz ao posicionamento da marca e enfatizam a inspiração que a Paris Sweets utiliza na criação e fabricação de seus produtos.

Ficha Técnica

Claudio Habara, Gustavo Negreira Barbosa, Yuji Kawasaki, Antonio Carlos Souza Brandão, Aline Tiemi Nagano, Érica Yumi Nagai (ilustrações), Letícia Sue Taminato Kato, Natália Gagliardi, Rafael Jun Abe e Ricardo Kenji Kunitake Yamamoto

Autoria | Ano

Estúdio 196 Branding e Design | 2015

Cliente

Paris Sweets - Patisserie

PRATA

Descrição do Projeto

Nova identidade visual para a linha de produtos congelados Merci Chef.

Ficha Técnica

Luis Freitas e Paloma Valls

Autoria | Ano

Tátil Design | 2016

Cliente

Merci Chef

BDA 2018 - 180 - BDA 2018



PETYBON - FESTA DOS INGREDIENTES





PRATA

Descrição do Projeto

A Labis Design em parceria com a ArteficeGroup desenvolveu, a partir do Brand Language Design, 4 novas embalagens para os chocolates da marca Lindt, empresa suíça especializada na fabricação e venda de chocolates. As embalagens seriam sazonais da linha Connaisseurs, cada uma para uma época do ano. Ou seja, a criação da embalagem deveria remeter à época do ano em que ela seria vendida.

Ficha Técnica

Atendimento: Luca Cavallini | Diretores de Criação: Henrique Catenacci | Designers: Diego Carneiro e Nataly Luana Nodari

Autoria | Ano

Labis Design & Artefice Group | 2017

Cliente

Lindt & Sprüngli AG





paghettini Petybon Penne But Con Bu

PRATA

Descrição do Projeto

A Petybon ficou alguns anos sem investir em mudanças na sua identidade gráfica, novos participantes apareceram e por causa disso a marca foi perdendo a diferenciação na categoria.

Como consequência desses fatores, a marca passou a ser considerada tradicional e sem atributos emocionais na mente do consumidor. O nosso desafio era redesenhar e modernizar a embalagem, alinhando-a ao novo posicionamento da marca – inspirar a criatividade na cozinha.

Ficha Técnica

Fernando Quintas, Lucas Frauendorf, Laila Pereira e Marina Pinheiro

Autoria | Ano

Narita Design | 2017

Cliente J.Macêdo

BDA 2018 - 183 - BDA 2018

ALIMENTOS ALIMENTOS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



CASA DE FARINHA













BRONZE

Descrição do Projeto

Oriundo das operações da NAT que abatem frangos tipo "griller" (menores) para exportação ao Oriente Médio, que consome o frango de forma unitária, o coração de frango de tamanho menor, dito coração P, era visto como um subproduto da indústria. Entendendo que não existe alimento de segunda categoria, e que em um mundo onde algumas pessoas possuem privações nutricionais, todo alimento deve ser respeitado como nutriente, o desafio foi de "embalar" esse produto com uma nova abordagem para o mercado. A valorização das propriedades únicas desse produto foram traduzidas na sua embalagem em nome, ilustração, formas e cores que ao mesmo tempo posicionaram o produto em seu segmento, e o diferenciou de toda concorrência, transformando esse em um produto inovador como é o propósito da NAT Alimentos.

Ficha Técnica

Daniela Lompa Nunes, Douglas D'Agostini, Ismael Bertamoni, Ricardo Lompa Nunes e Richard Koubik

Autoria | Ano

CDA Branding & Design for People | 2017

Cliente

NAT Alimentos - Grupo Vibra

BRONZE

Descrição do Projeto

A Dendê Brands foi convidada pela Tia Lu Alimentos, empresa baiana com mais de 20 anos de tradição, para desenvolver uma nova embalagem para o seu principal produto: a Farinha de Copioba Especial. O trabalho envolveu algumas etapas como estudo de mercado, análise da concorrência e pesquisa sobre origem e produção do produto. Foram definidos 3 desafios: destacar a qualidade superior da marca, driblar um cenário "comoditizado" e agregar valor através de um conceito. E foi a forma de fabricação, única no mundo, que inspirou o projeto. O resultado foi uma embalagem que traz uma típica "Casa de Farinha" do Vale do Copioba, representada através de uma linguagem regional, inspirada na literatura de cordel e em estilo xilogravura. Arte, tradição e design estampados em embalagem de farinha.

Ficha Técnica

Cristian Jungwirth, Igor Ferreira e Marina Rezende

Autoria | Ano

Dendê Brands | 2018

Cliente

Tia Lu Alimentos

BDA 2018 BDA 2018 - 184 -- 185 -

ALIMENTOS ALIMENTOS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



LINHA COOKIES NATIVE







orgânicos, renovou sua linha de cookies incluindo novos produtos com grãos integrais em sua composição. A Pande criou um layout que aproveita a imagem dos biscoitos na palavra cookie, compondo uma submarca para os cookies e os minicookies Native, de forma clean e direta. Essa composição garantiu personalidade e destaque para a nova linha. O resultado são produtos impactantes, transmissores dos valores da marca: de como uma produção orgânica contribui com a preservação da biodiversidade. Tudo saudável e adequado à praticidade do dia a dia, beneficiando o indivíduo e o planeta.

Ficha Técnica

Gestão de Conta e Projeto: Alexandre Colin | Direção de Criação: Thiago Belas e Marta Cardoso | Design: Waldir Boaretto e Camila Ferreira | Finalização: Fábio Gravina | Fotografía: Oeste Imagem

Autoria | Ano

Pande | 2017

Cliente

Native









BRONZE

Descrição do Projeto

Design gráfico de embalagens da nova linha de biscoitos integrais Kellogg's

Ficha Técnica

Direção de Criação: Márcia Faria | Planejamento: Laura Amaral e Carmela Brunelli | Atendimento: Denise Moreira | Cliente: Eduardo Lemos e Marcelo Laks

Autoria | Ano

Bendito Design | 2017

Cliente Kellogg's

BDA 2018 - 186 -- 187 -**BDA 2018**

NATURALMENTE DELICIOSO PARA VO

Maca com Canela

Mistura para Bolo Integral Sabor Maçã o



MISTURA PARA BOLO UNIÃO

DA NOSSA CONFEITARIA PARA SUA CASA

união

Chocolate

Mistura para Bolo de Chocolate





BRONZE

Descrição do Projeto

Na mesa dos brasileiros há 107 anos e líder na categoria de açúcares, União tem uma história consistente de construção de marca, com contínua inovação de produtos e investimento em visibilidade. Após um diagnóstico em mais de 50 categorias foi identificada uma oportunidade para a marca no segmento de mistura para bolos, capaz de congregar diferentes forças. Com um posicionamento que transcende o universo de açúcar, União já está posicionado como "agente" para tornar o mundo mais doce, o que viabilizava a expansão para o novo Mercado e grande potencial. O desafio foi desenvolver o posicionamento e criar as embalagens para os 10 sabores das Misturas para Bolo União. O resultado deveria destacar benefícios como rapidez, praticidade e sabor e assegurar às consumidoras o sucesso no resultado.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Maria Luz Schneider | Direção de Arte: Pablo Baars | Design Gráfico | Conceito: Ana Carolina Giuzi | Design Gráfico: Karen França | Planejamento: Karin Schneider | Redação: Beatriz Jorge e Fernanda Baroni | Atendimento: Mariana Oliveira | Estúdio de Fotografia: Fresh | Aprovação: Andrea Martins e Viviana Moreira Teran

Autoria | Ano

Packaging Brands | 2018

Cliente

Camil Alimentos









BRONZE

Descrição do Projeto

A Fhom é pioneira na produção de biscoitos sem glúten à base de tapioca. Seu mais recente lançamento nessa linha são pequenos biscoitos saborizados, em embalagens individuais, para atender à crescente demanda on the go, de produtos práticos para consumo rápido. As embalagens dessa nova linha combinam a identidade predominantemente branca da marca Fhom com elementos modernos e cores vibrantes, junto a uma composição inusitada entre a imagem do produto e a ilustração do sabor.

Ficha Técnica

Designer Responsável: Renato Melaré | Fotografia: Renato Melaré | Equipe Criativa: Caio Cesar e Kadu Nunes | Atendimento: Matheus Vial | Gráfica: Sigmaplast do Brasil

Autoria | Ano

Zoom Mais Comunicação Design | 2018

Cliente

Fhom Alimentos

BDA 2018 - 189 - BDA 2018



NUTRELLA VIVA





DANONE DANO Fonte de proteína



nutrella VSVA DIVERIRADO QUE MARCHA MORRIA PROCESSOR PROCESSOR

BRONZE

Descrição do Projeto

Criação de nome e embalagem para a nova linha de pães feitos com grãos germinados que tinha como premissa o conceito de clean label a partir da naturalidade e da simplicidade de ingredientes.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Márcia
Faria | Direção de Atendimento:
Adriane Kampff | Designer:
Lucas Fagundes | Atendimento:
Aline Reis | Planejamento: Laura
Amaral e Carmela Brunelli
| Produção: Jeffferson Porto
| Produção Appetites: Celia
Kofuji | Cliente: Bruno Pastou
Bertin e Bruna Tedesco

Autoria | Ano

Bendito Design | 2018

Cliente Bimbo do Brasil

BRONZE

Descrição do Projeto

Redesign da marca e do conceito gráfico de Danio, da Danone.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Márcia Faria | Criação: Márcia Faria | Planejamento: Laura Amaral | Atendimento: Marcelo Reche e Adriane Kampf | Cliente: Lucca Mello

Autoria | Ano

Bendito Design | 2017

Cliente

Danone

BDA 2018 - 190 - BDA 2018



PINGO DO MULA





Descrição do Projeto

A Chef Tereza Paim, uma baiana, apaixonada pelos saberes e sabores da Bahia e que tem como missão levar a culinária baiana para o mundo convidou a Dendê Brands para assinar o design da sua linha de farofas especiais intituladas "Farofa de Tereza". As farofas produzidas artesanalmente trazem 7 sabores em receitas exclusivas formadas por blends de farinhas combinados a ingredientes regionais. Com alto valor agregado, o trabalho demandou um mergulho no exigente mercado gourmet. Além de atraentes, as embalagens deveriam trazer um pouco do tempero e clima baianos e, em paralelo, fortalecer a imagem da Chef associada à Bahia. Os grafismos dos ingredientes garantiram movimento e vida numa textura original, mesclando o rústico com o requintado num verdadeiro convite ao deleite.

Ficha Técnica

Izabel Suzart, Igor Ferreira e Marina Rezende

Autoria | Ano

Dendê Brands | 2018

Cliente

Tereza Paim









BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de naming, marca e embalagem para um produtor de queijo artesanal da Região da Serra da Canastra, em Minas Gerais. O design se apropria do humor para, a partir da imagem da mula (inspiração que tem origem no apelido do produtor na região) e dos outros elementos estéticos que compõem o rótulo, configurar uma imagem divertida, regional e contemporânea ao mesmo tempo.

Ficha Técnica

Direção de Arte: Mariana Misk e Joana Alves | Design: Aline Ribeiro e Mariana Misk | Produção Gráfica: Joana Alves | Fotos: Rafael Motta

Autoria | Ano

OESTE Design | 2015

Cliente Paulo Henrique Matos

BDA 2018 - 193 - BDA 2018



PRIMITIVO - AZEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEM





BRONZE

Descrição do Projeto

Um azeite único e original. Assim que nasceu o Primitivo. Com a necessidade de se comunicar com o novo consumidor, cada vez mais informado e atento às narrativas das marcas que consome, o Azeite Primitivo resgata a origem, trazendo a oliveira como elemento principal na identidade da marca. Em um segmento conhecido pela sua tradicionalidade, o Azeite Primitivo quebra padrões, pois apresenta uma linguagem moderna, jovial e com uma paleta de cores contrastantes, criando, assim, uma personalidade singular que se destaca no mercado.

Ficha Técnica

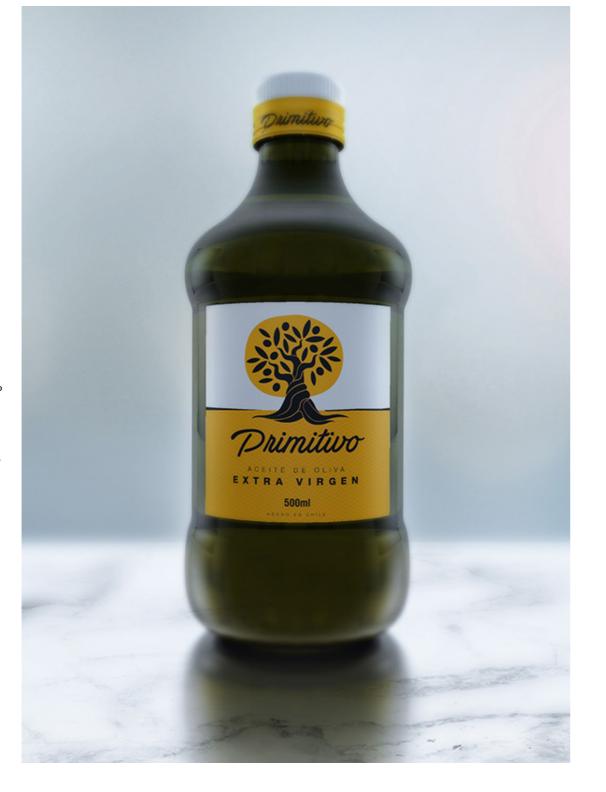
Projeto desenvolvido pela Agência To Think | Direção Arte: Rodrigo Tedim | Direção Criativa: Rodrigo Tedim e Edem Davanzzo | Direção Executiva: Edem Davanzzo | Designers: Ana Luisa Redda e Bruno Cieri | Atendimento: Nelise Marques

Autoria | Ano

Agência To Think | 2018

Cliente

Oli Ma Alimentos





KETCHUP ORGANICO ORGANICO OM ESPECIARIAS SWEET CHILLI ORGANICO OM ESPECIARIAS FINANCIA FINA

BRONZE

Descrição do Projeto

Elementos como cores naturais, faca especial, textura de papel pautado e informações manuscritas/ carimbadas introduzem toques humanos que reforçam a qualidade artesanal dos produtos da linha, podendo ser articuladas de diferentes maneiras para se criar a identidade de cada sublinha sem que isso enfraqueça a percepção da marca como um todo.

Ficha Técnica

Criação de embalagem para linhas de molhos, antepastos e condimentos orgânicos

> Autoria | Ano Casa Rex | 2017

> > Cliente Legurmê

BDA 2018 - 195 - BDA 2018

ALIMENTOS ALIMENTOS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



WESSEL (NEW PACKS)







BRONZE

Descrição do Projeto

Novo posicionamento e conceito gráfico para os new packs de diversas linhas de produtos da Wessel - hambúrgueres, temperados, linguiças e carnes. Histórias que dialogam com as pessoas e humanizam o propósito das marcas são atributos fundamentais para acompanhar a lógica de mercado atual.

Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2018

Cliente

Wessel







BRONZE

Descrição do Projeto

Chef n' Boss é uma marca de molhos e temperos nada convencional que traz em sua essência a culinária fusion, sabores surpreendentes e inusitados. Para criar o nome e embalagem do seu primeiro molho de pimentas, buscamos inspiração no México: um país com uma cultura e gastronomia riquíssimas, mundialmente conhecido por seu sincretismo religioso e seus sabores picantes. "Salsa Muerte" faz referência à Santa Muerte e a bandana é um adorno bastante utilizado por seus adoradores no país. Desenvolvemos uma tipografia que lembram ossos, complementadas por flores, estrelas e ilustrações de caveiras, que são elementos sempre presentes durante o "Dia de Los Muertos".

Ficha Técnica

Direção de Criação: Edu Mendanha | Design: Edu Mendanha e César Henrique

Autoria | Ano

Trina Branding Studio | 2016

Cliente Chef n'Boss

BDA 2018 BDA 2018 - 196 -- 197 -



GRANO SQUARE



BOA TERRA CHIPS









Boa Tetra INTEGRAÇÃO DE LIVIHA SALA PULTRA SALA PULTRA

BRONZE

Descrição do Projeto

Boa Terra Chips é uma linha de chips de banana em dois sabores: doce com canela e salgada. Produzido orgulhosamente na Bahia, o produto ganhou um projeto gráfico que carrega a diversidade e irreverência da rica cultura baiana de forma moderna e cosmopolita, sem se render a estereótipos redutores. A marca mistura tipografia do design clássico com acabamento popularesco, apoiada na embalagem por caligrafia vernacular e adornos feitos à mão cujos traços e cores remetem ao artesanato de rua. O substrato BOPP Matte e o fundo preto dão um toque premium às embalagens e ressaltam a foto de forte appetite appeal.

Ficha Técnica

Designer Responsável: Kadu Nunes | Fotografia: Renato Melaré | Equipe Criativa: Caio Cesar e Renato Melaré | Atendimento: Matheus Vial | Gráfica: Sigmaplast do Brasil

Autoria | Ano

Zoom Mais Comunicação Design | 2018

> Cliente Boa Terra

BRONZE

Descrição do Projeto

A embalagem da Grano Square foi desenhada para acompanhar a nova identidade visual da marca e possibilitar o aumento do mix de produtos do portfólio da empresa. A embalagem passou por um redesenho que foi motivado pela necessidade da empresa se consolidar na categoria de alimentos saudáveis com uma granola premium, além de estar mais alinhado com os desejos do seu público alvo, que busca por alimentos saudáveis sem abrir mão do sabor. A nova versão resolveu problemas técnicos e priorizou as informações mais relevantes para a decisão de compra dos seus consumidores, que confundiam o produto como sendo da categoria de suplementos alimentares. Em 2018 foi lançada a nova embalagem do sabor tradicional e a embalagem zero açúcar, ambas nos tamanhos 200 e 400g.

Ficha Técnica

Matheus De Luca Moreira Pinto, Moises Hansen, Artur Cunha da Silva e Priscila Czuka

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2018

Cliente

Grano Square

BDA 2018 - 199 - BDA 2018

BEBIDAS BEBIDAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



OS VESTIDOS DA CONDESSA







OURO

Descrição do Projeto

O Café da Condessa é um dos poucos produtos que possui o cheiro como identidade. Tradicional e misterioso, ele é caracterizado por sua densidade, acidez e nuances adocicadas. O trabalho da Casa Rex foi desenvolver "vestidos" para as embalagens, que ajudassem a marca a avançar em direção ao futuro. Seis "vestidos" serigráficos, como a Pop Art de Andy Warhol, foram desenvolvidos nos tamanhos P, M e G (250 g, 500 g e 1 kg) para os cafés da marca.

Ficha Técnica

Design: Gustavo Piqueira e Samia Jacintho | Time: Marcela Souza

Autoria | Ano

Casa Rex | 2018

Cliente

Café da Condessa





-MAR GIN TERRA AR

PRATA

Descrição do Projeto

O nome da Destilaria YYV vem do tupi-guarani e significa território, o chão que pisamos. Por isso, com uma proposta ousada, a YYV lança seu primeiro gin, parte da trilogia Mar | Terra | Ar. O YYV Mar é elaborado com os ingredientes mais interessantes que os imigrantes trouxeram para o Brasil. Foi criado então, o conceito e um repertório gráfico único para a marca YVY com grande potencial de aplicação e desdobramentos. A Destilaria YVY propõe uma embalagem de gin nacional de alta qualidade que tem por objetivo refletir as influências da cultura brasileira e se tornar um objeto de desejo entre os consumidores.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Paula Cotta e Renata Polastri | Criação: Gabriel Figueiredo, Luiz Eduardo Araújo e Renata Polastri | Ilustração: Helena Cintra | Texto: Marcela Dantés | Foto: Rafael Motta

Autoria | Ano

Estúdio Bogotá | 2018

Cliente Destilaria YVY

BDA 2018 BDA 2018 - 200 -- 201 -

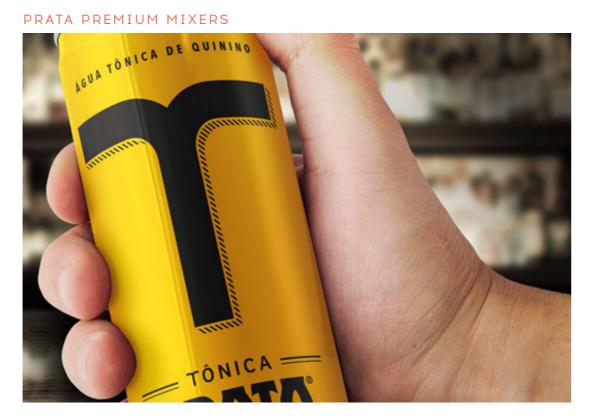
BEBIDAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



PURO +



BEBIDAS



PRATA

Descrição do Projeto

A Água Prata decidiu desenvolver uma nova identidade visual e linha de embalagens para o relançamento da Água Tônica Prata, um produto reconhecido por mixologistas como tendo uma pureza e leveza que o tornam ideal para combinação com drinks.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Giovanni Vannucchi | Gestora de Projeto: Gabriela Franco | Designer Senior: Alexandre Mazini | Designer de Produto: Jacob Breuer | Arte Finalistas: Marcelo Garcia e Allessandra Dias | Assistente: Roberta Amorim

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2017

Cliente

Água Prata





RO+ A FRIO AMIE MUSUPI MUSUPI







BRONZE

Descrição do Projeto

Criação de embalagens para os sucos prensados a frio da marca Puro + que teve como desafio criar um universo visual que equilibrasse os códigos da categoria de sucos com elementos próprios de Puro+.

Ficha Técnica

Criação: Bruno Didário, Margot Doi Takeda e Rodrigo Brandão | Ilustração: Eudes Correia | Atendimento: Juliana Gonzales | Produção de arte: Edgar Marculino e Priscila Marques | Cliente: Aline Girardi e Cristina Partel

Autoria | Ano

A10 - Ideias que transformam | 2016

Cliente

Fazenda Amazonas - Puro +

BDA 2018 - 203 - BDA 2018

BEBIDAS BEBIDAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



BRONZE

Descrição do Projeto A Suricato é uma cervejaria cigana que busca se desafiar constantemente sem medo de

SURICATO







experimentar para produzir as melhores cervejas possíveis a partir das inspirações mais variadas, desde ingredientes inusitados, estilos e até mesmo sensações. A marca visa quebrar paradigmas, entregando qualidade e inovação em forma de cervejas fora do comum, contribuindo para modificar o cenário atual do mercado cervejeiro artesanal. As embalagens - principal ponto de contato da cervejaria com o público - representam e passam adiante o propósito da marca. Considerando o conceito de "fora do centro", todas as latas perderam o centro do rótulo, fazendo com que uma história aconteça fora dele. Ficha Técnica

Head of Design: Felipe Bernardes Amaral | Redação: Natália Athayde Porto | Design Team: Gustavo Bernardes Amaral, Rafael Poloni, Rafael Farias Leão, Ronald Zanardi e Alice de Castro | Fotografia: Eduardo Bussolin

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2017

Cliente

Suricato





















Cliente Mondelez

















Descrição do Projeto

Tang é a 3ª marca mais consumida nos lares brasileiros, segundo o Brand Footprint 2016 - Kantar Worldpanel, e líder na categoria de bebida em pó há muitos anos. Com isso, tornou-se benchmark de inovação e de identidade visual para outras marcas do mesmo segmento. Com o objetivo de manter a

liderança e cumprir sua missão de constante inovação, Tang lançou em 2018 novas formulações para todo seu portfólio, trazendo mais sabor de fruta e qualidade para sua linha. O desafio entregue à Narita D&S pela Mondelez foi destacar a identidade visual de Tang frente aos concorrentes, transmitindo a sua qualidade e inovação em uma gôndola repleta de seguidores.

Ficha Técnica

Fernando Quintas, Lucas Frauendorf e Tayrine Cruz

BDA 2018 - 204 -- 205 -**BDA 2018** BEBIDAS BEBIDAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



AL CAPONE CERVEJA ARTESANAL - LINHA ESPECIAL







EDICAO LIMITADA HOP LAGI

BRONZE

Descrição do Projeto

Al Capone é uma marca de cervejas artesanais de Porto Alegre/RS criada por jovens empreendedores. Com a expansão do negócio e a necessidade constante de trazer novidades, a cervejaria Al Capone decidiu iniciar a produção de cervejas especiais, com edições limitadas lançadas a cada mês. Portanto, foi necessário criar uma linha de rótulos diferentes da linha tradicional fixa da marca. A ideia do lançamento mensal de diferentes cervejas implica na criação constante de novos rótulos. Por isso era necessário criar um padrão visual para as embalagens conversarem entre si, mas que fosse possível haver variações entre cada lançamento.

Design: Rodrigo Francisco, Braz de Pina | Estratégia & Naming: Luís Feitoza | Desenvolvimento: Murilo Pascoal | Coordenação: Andrea Montoro e Rodrigo Lopes

Autoria | Ano

Ficha Técnica

Br/Bauen | 2016

Cliente

Nake Juice

BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de Nome,

Identidade de marca (visual e

verbal) e embalagem para marca de sucos prensados a frio.

Ficha Técnica

Head of Design: Felipe Bernardes

Amaral | Design Team: Rafael Poloni e Ronald Zanardi | Ilustração: Alberto Salinas

Autoria | Ano

StudioBah Branding e Design | 2018

Cliente

Al Capone Cerveja Artesanal

BDA 2018 BDA 2018 - 206 -- 207 -

BEBIDAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM BEBIDAS



UMA SÓ PAIXÃO







BRONZE

Descrição do Projeto

O Grupo Cepas, da Argentina, nos convidou a interpretar a narrativa de sua linha de vinhos de forma a transcender o lugarcomum das marcas, que se inspiram puramente no tipo de uva e na origem da produção.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Cris Inoue | Designer Responsável: Gabriel Fernandes | Time Extendido: Camila Mattos, Louise Haas e Pedro Veneziano

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

Cepas Argentina



BRONZE

Descrição do Projeto

Campanha para promover a imersão da marca na cultura local, com o foco nas embalagens de cerveja da empresa.

Ficha Técnica

Dir. de Criação: Matson Kelly | Redator: Daniel Porto | Dir. de Arte: Daniel Figueira

Autoria | Ano

The White Publicidade | 2015

Cliente

Brahma

BDA 2018 - 209 - BDA 2018

COSMÉTICOS, HIGIENE PESSOAL E LIMPEZA DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM COSMÉTICOS, HIGIENE PESSOAL E LIMPEZA



LINHA UAU ACTIVE



BRONZE

Descrição do Projeto

A Profarma é uma distribuidora de Medicamentos do Rio de Janeiro que em 2014 entrou no ramo do varejo, adquirindo, a partir daí, quatro redes de farmácias. A UP Design foi responsável pela criação da estratégia de marca própria das redes. Essa foi a proposta de identidade de marca idealizada para a linha de produtos de higiene pessoal e primeiros socorros, que são produtos de alto giro em farmácias. A criação conceitual do seu nome e personalidade gráfica permitiu a ressignificação de um produto commoditie em um bem necessário. O simples que ganhou a força do essencial e se tornou relevante. Ou seja, a marca Bem Básico passa a ser percebida como democrática, acessível e desejada. A segmentação dos diversos produtos que compõem a linha foi estabelecida através de uma paleta cromática marcante e fontes de fácil identificação, facilitando a vida do consumidor tanto na hora da compra quanto na sua usabilidade. A marca assina seus produtos com personalidade e autoridade: Bem Básico e ponto. A marca tem um ponto final para reforçar a compreensão de que o

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Mauricio Furlanetto | Atendimento: Rosi Germann | Designers: Alan Horn, Caroline Freire | Arte finalização: Yuri Alexader e Tamires Lima

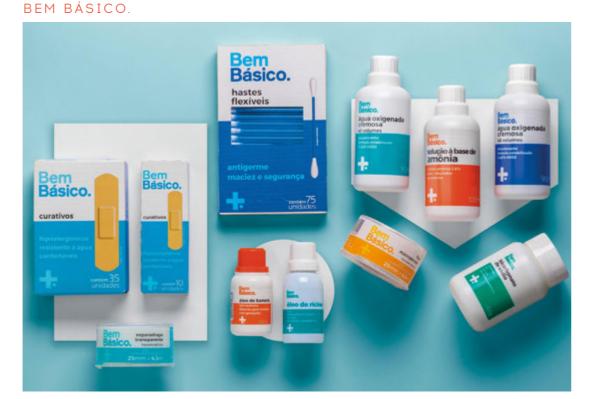
consumidor encontrará nela tudo o que precisa para o seu dia a dia.

Autoria | Ano

UP Design | 2016

Cliente

Profarma







BRONZE

Descrição do Projeto

Para o lançamento da linha de Sabão de lavar roupas Líquido Uau Active foi necessário o trabalho conjunto de agência, equipe interna da empresa e fornecedores ao longo de 2 anos para se chegar ao resultado esperado. A palavra de ordem neste projeto foi performance. E tanto o shape como o rótulo evidenciam este conceito que, além de limpeza, vende um visual moderno e atual, como são as escolhas dos consumidores ao adquirirem eletrodomésticos e utensílios de cozinha.

Ficha Técnica

Design de Embalagem da Linha UAU ACTIVE

Autoria | Ano

Spice Design e INLAB da INGLEZA | 2016

> Cliente INGLEZA

BDA 2018 - 210 - BDA 2018

EDIÇÕES LIMITADAS EDIÇÕES LIMITADAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM



CAMPARI GIFTBOX













PRATA

Descrição do Projeto

Para reforçar suas raízes nordestinas, a Ypióca, cachaça mais antiga do Brasil e uma das principais marcas da DIAGEO, líder mundial em bebidas alcoólicas premium, não poderia deixar de prestigiar o lado artístico do festival mais tradicional do Nordeste: o São João. Ypióca lançou quatro latas colecionáveis de cachaça e uma nova campanha, em que a assinatura habitual "Se tem Ypióca, tem história" foi temporariamente adaptada para "Se tem São João, tem Ypióca". Entender as particularidades das comemorações em cada estado foi a chave para ganhar o respeito do público e ressaltar o orgulho que a marca tem de suas origens. As latas foram ilustradas por artistas regionais, despertando no público o desejo de colecioná-las.

Ficha Técnica

Marketing DIAGEO: Leopoldo Ferreira | Impressão: Ardagh Group - Ryozo Kuroda | Design - Equipe FutureBrand: Karen Fontana, Rafael Souza, Henrique Tessitore, Alexandre Rizzuti, Marcelo Frankelin

Autoria | Ano

FutureBrand São Paulo | 2018

Cliente DIAGEO

Autoria | Ano

Ficha Técnica

Casa Rex | 2015

Cliente

PRATA

Descrição do Projeto

comemorativo celebrando o lançamento da nova garrafa

Criação de um giftbox

de Campari no Brasil.

Embalagem para edição

especial de Campari

Gruppo Campari

BDA 2018 BDA 2018 - 212 -- 213 -

EDIÇÕES LIMITADAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM EDIÇÕES LIMITADAS



COCA COLA - VIS OLIMPICO

NESTLÉ MOÇA LIGHT







PRATA

Descrição do Projeto

Criação de um sistema de identidade visual capaz de unir duas das marcas mais icônicas do planeta e celebrar o movimento olímpico de um jeito global.

Ficha Técnica

Fred Gelli e Ricardo Bezerra

Autoria | Ano

Time de Design Global Coca-Cola em parceria com a Tátil e o Cravo | 2015

Cliente

Coca Cola





BRONZE

Descrição do Projeto

O objetivo principal do projeto das latas colecionáveis do Leite Moça Light Nestlé é criar um vínculo emocional ainda maior com o cliente, fazendo com que a marca pudesse se envolver no cotidiano das pessoas, aumentando ainda mais o brand awareness do produto, que é líder de mercado.

Ficha Técnica

Bruno Scodeler, Cindy Aline Nakashima, Thiago Sinisgalli Reginato, Davi Hammer, Jane Choi e Arthur Franco

Autoria | Ano

Maquinário | 2018

Cliente Nestlé

BDA 2018 - 215 - BDA 2018

EDIÇÕES LIMITADAS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM PRODUTOS E EQUIPAMENTOS



OXFORD PORCELANAS







ERE CALL DE PROPERTIES DE PROP

PRATA

Descrição do Projeto

Para refletir e reforçar o posicionamento da marca, sintetizado na expressão "Oxford: A nova geração da porcelana", o baú de madeira foi redesenhado e transformado em um caixote contemporâneo e versátil, com inúmeras possibilidades no pósuso. As linhas de porcelanas e cerâmicas foram diferenciadas por cor e ícone. As caixas de papelão foram padronizadas, sendo agregadas etiquetas com dados variáveis para ganho de escala, produtividade e logística. Houve uma redução de 10% no custo do rótulo e redução de 50% no tempo de montagem das embalagens em relação às anteriores.

Ficha Técnica

Criação: Silvio Silva Junior, Karine Kawamura, Guido Dezordi e Renato Pontual | Finalização: Fabiane C. da Silva, Amanda Miiler e Deborah Maeda | Aprovação: Zaira da Silva

Autoria | Ano

Lumen Design | 2016

Cliente

Oxford Porcelanas

BRONZE

Descrição do Projeto

Criar um produto com relevância para o público infantil em tempos de Copa do Mundo.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Márcia Faria | Planejamento: Carmela Brunelli e Gian Pedro Dotto | Direção de Atendimento: Adriane Kampff | Atendimento: Juliana Jobim | Ilustração: Ângelo Bonito | Cliente: Andréa Gaeta e Pedro Campos

Autoria | Ano

Bendito Design | 2018

Cliente

Danone

BDA 2018 - 217 - BDA 2018

PRODUTOS E EQUIPAMENTOS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM PRODUTOS E EQUIPAMENTOS



PANELA LYON



LINHA DE EMBALAGENS TOSHIBA





TRAMONTINA CACARBOLA CASSEROLE - CACEROLA VOVAIGNOS VIDAS SINOS VOLANA CONTRA CACARBOLA CACARBOLA CACARBOLA CACARBOLA VOVAIGNOS VIDAS SINOS VOVAIGNOS VIDAS SINOS CACARBOLA CACARB

TOSHIBA ROCHTEROW MINE COUNTERTON TOSHIBA ROCHTEROW MINE COUNTERTON TOSHIBA ROCHTEROW ROCHTERO

TOSHIBA TOSHIBA TOSHIBA TOSHIBA TOSHIBA

BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento global da família de embalagens para a marca Toshiba. O novo conceito de embalagens capta a essência da marca e unifica a identidade com a herança cultural japonesa, alinhada com a tecnologia e limpeza visual, além de se conectar emocionalmente com o consumidor. Suas faces permitem diversas composições no ponto de venda, permitindo sua autopromoção. A embalagem ainda possibilita inclusão social, uma vez que prevê o uso de impressão simultânea de texto impresso tradicional com o relevo tátil, em Braille. Ainda prima pela atenção meticulosa aos detalhes - desde papel de alta gramatura, acabamentos especiais de verniz UV localizado brilhante em fundo acetinado - oferecendo uma embalagem que honra com a qualidade, com a tradição da marca e com os produtos ali contidos.

Ficha Técnica

Designers: Daniel Kroker e Valkiria Pedri Fialkowski

> Autoria | Ano ARBO design | 2018

-Cliente

Toshiba Home Appliances

BRONZE

Descrição do Projeto

As panelas Lyon são produtos inovadores, com uma tecnologia diferenciada e que promovem uma experiência completamente diferente na cozinha. Direcionadas para um público que aprecia inovação, performance e o prazer de cozinhar. Dessa forma, a embalagem do produto não poderia ser diferente: é única e traz um diferencial surpreendente nos materiais e processos de impressão: kraft + hot stamping. É a união perfeita de robustez e refinamento. Esses dois adjetivos definem perfeitamente o produto Lyon. Existe uma sinergia entre embalagem e produto. Um valoriza o outro, e como as panelas permitem uma nova forma de cozinhar, essa experiência já começa na embalagem.

Ficha Técnica

Marina Metz e Fernanda Smaniotto Netto

Autoria | Ano

Design Único | 2018

Cliente

Tramontina

BDA 2018 - 219 - BDA 2018

PRODUTOS E EQUIPAMENTOS DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM PRODUTOS E EQUIPAMENTOS



TETRIS EMBALAGEM







COMPANDED TO THE PRODUCTION ON THE PRODUCTION OF THE PRODUCTION OF

Exterior/Interior Exterior/Interior Suvinit PISOS VERNIZ ACRÍLICO GESSO & DRYWALL Dispensa Alia Resistância congressáa VERNIZ ACRÍLICO Dispensa fundo preparador Negerma Alia para lójn Suvinit MANTA LÍQUIDA Planedes forcas TINTA ACRÍLICA CONTELIOO 18 L CONTELIOO 18 L



BRONZE

Descrição do Projeto

A Suvinil, a marca de tintas mais tradicional do Brasil, acaba de apresentar ao mercado seu novo posicionamento estratégico e sua nova identidade. Sim, a marca que mais transformou salas, quartos e casas inteiras no Brasil, está de cara nova. Diante desse cenário, foi repensada toda a forma com que a nova marca da Suvinil se desdobra em seus pontos de contato, especialmente em suas linhas de produtos e embalagens. Seu portfolio de linhas e produtos foi repensado em conjunto com o desenvolvimento de uma linguagem forte, com mensagens, tom de voz e visual que manifestam o poder do storytelling nos mais variados produtos, como latas, baldes, sprays, entre outros.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2018

> Cliente Suvinil

BRONZE

Descrição do Projeto

Embalagem para dinossauros de montar Tetris. São 5 modelos de dinossauros em chapas recortadas de 6mm de espessura, com 54 x 45cm. Cada dinossauro é composto por 3 a 5 chapas, com peso final de 3 kg a 6,5g. O público é tanto crianças quanto adolescentes, além dos pais, que ajudam na montagem. Considerando que a tiragem inicial do produto é pequena e o processo de produção é sob demanda, o desafio era desenvolver embalagens robustas, inteligentes e descomplicadas, que otimizassem recursos e agregassem valor ao produto, ressaltando seu vetor sustentável, mas com linguagem contemporânea para diferenciá-lo de produtos "artesanais" do mercado.

Ficha Técnica

Criação: Silvio Silva Junior, Karine Kawamura, Guido Dezordi e Renato Pontual | Finalização: Deborah Maeda Brasil

Autoria | Ano

Lumen Design | 2015

Cliente

Ronimar

BDA 2018 - 221 - BDA 2018

PROJETO ESTRUTURAL DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM PROJETO ESTRUTURAL



SHAPE: PRATA PREMIUM MIXERS







OURO

Descrição do Projeto

Nova identidade visual e linha de embalagens para o relançamento da Água Tônica Prata, um produto reconhecido por mixologistas pela pureza e leveza ideais para combinação com drinks.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Giovanni
Vannucchi | Gestora de Projeto:
Gabriela Franco | Designer Senior:
Alexandre Mazini | Designer
de Produto: Jacob Breuer | Arte
Finalistas: Marcelo Garcia e
Allessandra Dias | Assistente:
Roberta Amorim | Produção e
Desenvolvimento: Owens Illinois

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2017

Cliente

Água Prata







BRONZE

Descrição do Projeto

O PrimoPort é um cateter totalmente implantável de longa permanência, ele é colocado em veias profundas de pacientes com câncer para administrar medicamentos quimioterápicos diretamente no coração, aumentando a eficácia do tratamento. Além do cateter, o produto PrimoPort contém um kit com todos os instrumentos necessários para a sua implantação no paciente. Produtos implantáveis são considerados de alto risco, por isso a embalagem do PrimoPort é totalmente técnica e funcional. Foi desenvolvida com uma abordagem centrada no usuário e seu projeto considera aspectos como fabricação, montagem, transporte, esterilização e principalmente o manuseio dos enfermeiros e médicos, pois além de conter e proteger os componentes ela é utilizada durante o procedimento cirúrgico como um elemento de auxílio e suporte.

Ficha Técnica

Caetano Lobo e Rafael Martinelli

Autoria | Ano BMR Medical | 2018

> Cliente BMR Medical

BDA 2018 - 223 - BDA 2018

PROJETO ESTRUTURAL DESIGN DE EMBALAGEM DESIGN DE EMBALAGEM PROJETO ESTRUTURAL



PER-Q-CATH NEOKIT











BRONZE

Descrição do Projeto

Renovar totalmente a linha de embalagens Boti Baby buscando maior conexão com o público e aumentando sua representatividade no segmento.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Márcia Faria
e Titha Kraemer | Atendimento:
Adriane Kampff e Aline Reis |
Planejamento: Laura Amaral
e Carmela Brunelli | Execução
Técnica / Engenharia: Valkiria
| Cliente: Patrícia Lourenço
Angelucci e Aline Cristine Dias

Autoria | Ano

Bendito Design | 2018

Cliente O Boticário

BRONZE -

Descrição do Projeto

O Per-Q-Cath NeoKit é um cateter de acesso periférico que é inserido por dentro das veias para permitir a administração de drogas diretamente no sistema vascular de pacientes neonatais. A sua embalagem consegue acomodar três variações do produto, que se compõem por componentes diferentes para formar kits que permitem a inserção do cateter com técnicas médicas distintas. Trata-se de uma embalagem totalmente funcional, que foi desenvolvida com uma abordagem centrada no usuário, e além de conter e proteger os componentes ela os organiza e os dispõe de acordo com o procedimento, sendo assim é utilizada como um elemento de auxílio e suporte pelos os médicos e enfermeiros.

Ficha Técnica

Caetano Lobo e Rafael Martinelli

Autoria | Ano

BMR Medical | 2018

Cliente

Bard Medical e Becton Dickinson Medical

BDA 2018 - 225 - BDA 2018

PREMIADOS 2018

DESIGN DE IMPACTO
P O S I







CONFETE



_

Descrição do Projeto

A linha Confete é a primeira de capas adaptáveis e coloridas de prótese de perna, produzidas em massa no mundo. Em 2016, surgiu o modelo transfemural (acima do joelho) e, em 2018, surge a Confete TT, projetada pensando em quem tem amputação transtibial (abaixo do joelho). Seu propósito é funcional (devolver o volume da perna) e especialmente emocional, por incentivar a reabilitação e autoestima do amputado a um custo bastante acessível. Confete é a democratização da autoestima.

icha Técnica

Mauricio Noronha, Rodrigo Brenner, Riorgior Ranger, Fernando Costa Jr., Jean Cordeiro e Lucas Mascarenhas

Autoria | Anc

Furf Design Studio | 2018

Cliente

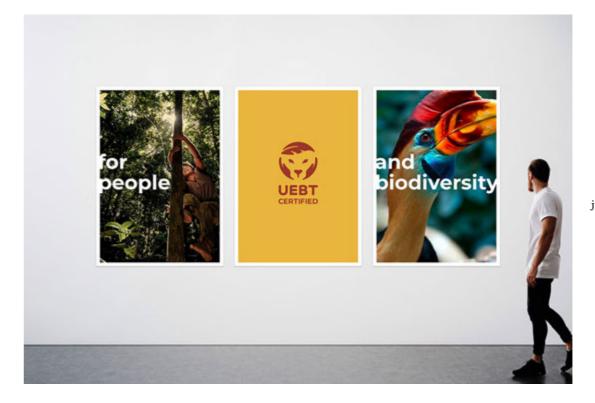
ID Ethnos



DESIGN DE IMPACTO POSITIVO

SELO UEBT





PRATA

Descrição do Projeto

Criar um selo global de sustentabilidade para produtos com biocomércio ético, certificando ingredientes naturais e refletindo os princípios UEBT. O novo selo reforça os três pilares que norteiam os negócios da empresa: comércio justo, conservação da biodiversidade brasileira e relacionamento de confiança com a comunidade.

Ficha Técnica

Luis Freitas e Camila Cannavale

Autoria | Ano Tátil Design | 2018

Cliente Union for Ethical Biotrade

DA 2018 - 229 - BDA 2018

BRANDING DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO BRANDING



BRANDING WECYCLE



BRONZE

Descrição do Projeto

As explorações espaciais resultaram em avanços tecnológicos e científicos que impactaram toda a humanidade. Imprimir e reciclar plástico no espaço, com tecnologia brasileira, será o próximo grande passo. Nada poderia ser mais desafiador: criar a marca e a estratégia para a parceria entre a Braskem e a Made In Space, startup que nasceu no Vale do Silício para apoiar a Nasa e os astronautas da International Space Station (ISS) a imprimir e reciclar peças de reposição em gravidade ZERO utilizando o plástico verde, ampliando assim a sustentabilidade e a autonomia das missões espaciais. Uma marca criada para representar as novas fronteiras da tecnologia em impressão 3D. Seu símbolo é inspirado na fita de Moebius, forma geométrica complexa, onde não há lado de dentro ou de fora, não há começo e nem fim, convidando o observador a desafiar o olhar e entender o movimento da forma. A identidade cria um ambiente virtual que simboliza justamente o maior desafio da impressora 3D: a impressão em gravidade zero.

Ficha Técnica

Luis Castellari - Diretor de Estratégia e Criação | Felipe Castellari - Designer | Bruno Ferreira - Arquiteto | Felipe Vendramini - Designer

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2016

Cliente

Braskem









BRONZE

Descrição do Projeto

A sociedade já tem consciência da necessidade da reciclagem do plástico, porém ainda vê como inferiores os produtos fabricados com plástico reciclado. Para avançar na reciclagem é preciso mudar esta ideia, gerando um processo de transformação na sociedade e na cadeia produtiva. No intuito de criar transformações positivas no Brasil e no mundo, a Keenwork Design e a Braskem buscaram entender estas dinâmicas e, em um processo de cocriação junto ao cliente, chegaram ao conceito do Wecycle, uma plataforma que engaja sociedade, indústria e varejo. O selo Wecycle, inspirado em dois semicírculos que representam o ciclo em equilíbrio e a constante evolução, ajuda os consumidores a identificar produtos elaborados com plástico reciclado de qualidade e responsabilidade social. Além da questão ambiental, a plataforma ainda promove a inclusão e o desenvolvimento socioeconômico para catadores de materiais recicláveis.

Ficha Técnica

Luis Castellari - Diretor de Estratégia e Criação | Leandro Rychert - Gerente de Projeto | Renato Nishimura: Coordenador | Pedro Ortega - Designer | Felipe Castellari - Designer | Guillermo Zetek - Designer Assistente

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2015

Cliente Braskem

BDA 2018 BDA 2018 - 230 -- 231 -

BRANDING DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO



NOSSA DE PERNAMBUCO



BRANDING







BRONZE

Descrição do Projeto

Conceito da marca Nossa, incluindo identidade visual e guidelines de comunicação. Nossa de Pernambuco é uma cerveja que nasceu para exaltar e incentivar o orgulho de ser pernambucano. Produzida localmente, Nossa utiliza em sua receita a mandioca, ingrediente típico da região.

> Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano Questtonó | 2018

> Cliente Ambev

BRONZE

Descrição do Projeto

Conceito de marca, naming, linguagem e diretrizes de comunicação ajudam a estabelecer a Peer2Beer como uma plataforma (startup) dedicada à formação e profissionalização de cervejeiros artesanais.

Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2018

Cliente

PEER2BEER



BDA 2018 BDA 2018 - 232 -- 233 -

CRAFTS FOR DESIGN DESIGN DESIGN DESIGN DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO CRAFTS FOR DESIGN



PÓLO DA PALHA DO LICURÍ: UM PROJETO DE DESIGN TERRITORIAL







BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto tem como objetivo principal fortalecer as comunidades que fazem parte do Polo da Palha do Licuri (Morada Velha, em Santa Brígida; Chuquê, em Jeremoabo; e Serra da Chapada, em Euclides da Cunha), através de um processo de inovação social, com a junção do Design Social e da Autogestão, e ênfase nos fundamentos da economia solidária, do comércio justo, empreendedorismo social e no manejo ecológico e sustentável da sua matéria-prima, o licuri.

Ficha Técnica

Mario Bestetti, George Maurício, Rodrigo Lyra e Luciano Copello

Autoria | Ano

Instituto de Design Social e Sustentável (IDSS) | 2017

Cliente

Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (Setre) / Movimento João de Barro (MJB)





Hacker do Paris do Pa

BRONZE

Descrição do Projeto

O Hackatown é um projeto criado a partir da vontade de impactar positivamente as cidades. Em um formato imersivo, dividido entre momentos de compartilhamento de ideias e cocriação, moradores, comerciantes, empresas, ONGs e órgãos públicos juntam-se para entender os problemas de um bairro específico e prototipar soluções para a comunidade.

Ficha Técnica

Gabriela Martins Rodrigues
- Design Gráfico | Rafael
Perez - Facilitação | Bruno
Deos - Facilitação | Fernanda
Verdi - Facilitação | Renata
Rodeghiero - Organização

Autoria | Ano

Point - Facilitação Criativa | 2018

Cliente

BDA 2018 - 235 - BDA 2018

CRAFTS FOR DESIGN DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE EDITORIAL



SOUCURITIBA SOUVENIRS



BRONZE

Descrição do Projeto O Projeto Souvenir Curitiba, ou apenas SouCuritiba, é uma ação de economia criativa que fomenta o desenvolvimento de souvenirs inovadores, em busca de novas oportunidades de negócios para produtores locais. Considerando que um souvenir é todo objeto que remete a uma experiência de viagem, o turista, ao adquirir ou coletar um objeto/ artefato, atribui a este significados e memórias. Ao presentear ou guardar para si este objeto o turista tem a oportunidade de rememorar, compreender e se apropriar da cultura do local visitado. Por este motivo o tema souvenir envolve tanto aspectos relacionadas à cultura, quanto às questões próprias do turismo. O SouCuritiba vê além destas duas vertentes, cultura e turismo, e considera que o souvenir pode também agregar o design como meio de oferecer ao turista opções inovadoras e criativas de lembrar de Curitiba. Diversificando as opções de souvenirs disponíveis atualmente no mercado, gerando negócios e colaborando para a consolidação de Curitiba como

Ficha Técnica

uma cidade do Design.

Soucuritiba é uma ação em parceria com: SEBRAE/PR; Instituto Municipal de Turismo; Curitiba Convention e Visitors Bureau; Fundação Cultural de Curitiba; Universidade Federal do Paraná; Centro Brasil Design | Criação da Marca: SEBRAE/PR

Autoria | Ano

Fabbro Design + Consultoria | 2018

Cliente

SEBRAE/PR





ESCRITO POR MATEUS O A ZEM

ILUSTRADO POR VINÍCIUS STEPS

Descrição do Projeto Na França, no Brasil e em tantos

Ficha Técnica

Escritor e Diretor Criativo: Mateus

Mateus Oazem Maia | 2017

Cliente Gira.

BDA 2018 - 236 -- 237 -**BDA 2018**

BRONZE

outros países do mundo, alguns homens se levantaram contra uma das marcas culturais do sexismo na sociedade: a saia. Dessa luta saiu o Saulo e sua história. Saulo encontra uma saia e é repreendido pelo seu pai. Com um monte de dúvidas na cabeça e a saia nas mãos, aventura-se em busca de respostas de vários homens que usam ou usaram saias: um juiz, um padre, o Rei da Selva, um grego, um estilista e até um cartunista. Saulo representa uma visão inocente do mundo e um questionamento sobre a intolerância e a violência. Se pensarmos na construção da sociedade e da cultura veremos como o sexismo está presente na educação de nossas crianças e nas repetições que fazemos sem nos questionar. "Menino de rosa? Não pode", "Mas esse desenho é de menina", "Quando crescer, ele vai dar um trabalho com as meninas...": estas e outras frases perpetuam estereótipos e preconceitos.

Oazem | Ilustrador: Vinicius Steps

Autoria | Ano

DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE SERVIÇO

No.

COMPOSTEIRA HUMI





PRATA

Descrição do Projeto

A Composteira Humi é um equipamento compacto, eficiente e higiênico para transformar os resíduos orgânicos de uma família em adubo de excelente qualidade. Os resíduos orgânicos da cozinha são depositados na Humi e as minhocas os transformam em húmus. Quando a caixa de cima enche, ela é trocada por outra caixa, que passa a receber os próximos resíduos. Depois que essa segunda caixa enche, ela também é trocada e o conteúdo da mais antiga é retirado e usado no plantio. O excesso de líquido é armazenado na base coletora e extraído pela torneira. O composto líquido é um adubo maravilhoso! A Humi não produz cheiro, é fácil de utilizar e entregue pronta para uso. Possui capacidade para compostar 2 kg/ dia de resíduos orgânicos, volume ideal para uma família de 4 pessoas.

Ficha Técnica

Produto desenvolvido por Cláudio Spínola em parceria com Larissa Cruz

Autoria | Ano

Morada Da Floresta | 2017

Cliente

Morada da Floresta









PRATA

Descrição do Projeto

MyCitySmart é um sistema de mobiliários inteligentes que, quando bem distribuídos pela cidade e integrados entre si, atuam como uma eficiente rede de coleta de dados e de comunicação, produzindo informações em tempo real. Através de câmeras de vigilância, múltiplos sensores, monitores interativos e rede Wi-Fi, entre outros recursos, a família de mobiliário urbano – aliada a um eficiente e customizável software de gestão das informações - passa a atuar de forma preventiva e responsiva, atendendo a diversas necessidades dos cidadãos, agentes de segurança e gestores. Esta rede, munida pelo mobiliário urbano, é capaz de fornecer às pessoas uma ampla gama de informações e serviços públicos, sendo uma potente promotora de qualidade de vida na cidade.

Ficha Técnica

Autor: Guto Indio da Costa | Co-autores: Guilherme de Baère, Pedro Antunes, Marcus Ribeiro, Tatiana Ferrucio, Fernanda Queiroz e Victor Correa

Autoria | Ano

Indio da Costa A.U.D.T | 2018

Cliente Metalco

BDA 2018 - 239 - BDA 2018

DESIGN DE SERVIÇO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE SERVIÇO



LELLOLAB

Te4ouros

do bairro

Ativar e conectar essas ofertas às

Essa ferramenta tem como pilares

do Tesouros do Bairro.

demandas da vizinhança é a essência

revelar o produtor que existe em cada

um, incentivar o reconhecimento entre

vizinhos a partir de suas habilidades e

talentos, fortalecer a economia local e

recuperar nas cidades a função de criar

encontros e conexões entre as pessoas.

BROM

INGRESSO SOCIAL

→ lellolab é um laboratório de soluções para melhorar a experiência de viver em condomínios e o impacto dos condomínios na cidades.

> Nosso propósito é dissolver os muros simbólicos que impedem as pessoas de conviverem, de forma a despertar vizinhanças mais saudáveis e prósperas.



Descrição do Projeto

Depois de um processo de inovação disruptivo, um laboratório de inovação foi montado para fazer a transição da Lello de administradora de condomínios para gestora da vida em comum. O laboratório foi pensado a partir de um processo estruturado, com gestão compartilhada entre o time da Oz. a Lello e uma equipe especialista dedicada, com o objetivo de melhorar a experiência de viver em condomínios e o impacto dos condomínios nas cidades. O Lellolab tem como norte dissolver os muros simbólicos que impedem as pessoas de conviverem, de forma a despertar vizinhanças mais saudáveis e prósperas.

Ficha Técnica

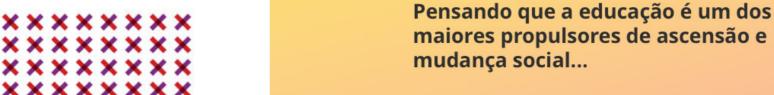
Concepcão & Estratégia: Ronald Kapaz, Suzana Ivamoto e Angélica Arbex (Lello) | Especialista e Gestora de Projeto: Natalia Garcia | Co-Gestora de Projeto: Livia Araújo | Design Gráfico: Ralph Mayer

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2018

Cliente Lello





recebem, em média, salários diferentes pudessem também pagar ingressos diferentes para eventos e cursos?



BRONZE

Descrição do Projeto

A ideia do ingresso social surgiu como uma alternativa para facilitar o acesso a eventos culturais e educacionais. Se há diversos estudos econômicos indicando o porcentual da sua renda que deve ser investido em lazer ou educação, nada mais justo do que pensar os valores das entradas também por esta ótica da porcentagem. O ingresso social é uma forma de pagamento que entende que situações sociais, diferentes estatisticamente, estão relacionadas a possibilidades diferentes de investimento. Em nenhum momento queremos solidificar essas diferenças, mas dar oportunidades mais igualitárias de acesso. O mesmo local, pessoas diferentes. Observação: o ingresso social não é apresentado como obrigação, mas como possibilidade para quem precisaria de um desconto para poder atender ao curso.

Ficha Técnica

Planejamento, Execução: Mateus Oazem

Autoria | Ano

Mateus Oazem | 2018

Cliente Gira.

BDA 2018 - 240 - BDA 2018

DESIGN DE SERVICO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE SERVIÇO



BRONZE

Descrição do Projeto

Em um momento de reposicionamento, a TeamWorker precisava mostrar-se ao público - algo nunca feito de forma estruturada nos últimos 9 anos - e deixar de ser percebida, pelos clientes, como apenas uma agência de endomarketing para ser entendida, pelo mercado, como uma consultoria de cultura corporativa. Esperava-se mostrar e divulgar o potencial estratégico, de pesquisa e de construção de conceito criativo para as marcas. Trazer um discurso de transformação da cultura corporativa, deixando de ser um produto proprietário e interno, mas usá-la como forma de atrair colaboradores e melhorar a percepção entre os clientes e a sociedade. A estratégia proposta trouxe justamente isso: uma prática, e não um discurso. Conseguimos transformar uma das datas mais fáceis de se cair no endomarketing 101 do mercado, o Dia das Mães, em uma plataforma de exposição de uma nova cultura corporativa. Apresentamos ao mercado uma agência capaz de trazer o design de serviço para dentro das empresas. Realizar pesquisas. Facilitar cocriações e gerar valor para os mais diversos tipos de portais. A agência que ainda engatinhava nas redes sociais e questionava se "valia ou não investir em PR?", viu seu nome na TV, portais internacionais e disputando pauta com gigantes do mercado. O telefone tocou muito mais.

Ficha Técnica

Produção e Desenvolvimento: Agência TeamWorker | Direção Criativa e Estratégica: Mateus Oazem

Autoria | Ano

TeamWorker / Gira. | 2018

Cliente

TeamWorker

VISIONÁRIOS DA CIDADE - UMA METODOLOGIA PARA AUXILIAR JOVENS DE PERIFERIA NA CRIAÇÃO DE PROJETOS TRANSFORMADORES







BRONZE

Descrição do Projeto

Visionários da Cidade é uma ferramenta modulável e acessível, que instrumentaliza jovens para serem protagonistas de transformações em seus territórios, através do estímulo à atitude empreendedora. Com um conjunto de 28 atividades (toolkit) baseadas no design estratégico e codesign, a ferramenta orienta e facilita o desenvolvimento de projetos de impacto. A iniciativa foi cocriada durante 6 meses junto a um grupo de jovens dos bairros Bom Jesus, Restinga e Vila Pinto, de Porto Alegre, com a colaboração de pesquisadores da Brunel University (Londres/UK).

Ficha Técnica

Concepção e coordenação: Aron Krause Litvin, Daniel Müller Caminha e Liliane Basso | Mentoria: Chiara del Gaudio, Fabrizio Ceschin e Lam Busayawan | Identidade Visual: Eduardo Ries | Vídeos: Querosene Filmes | Digital App: Hammer | PR: FlowLAB | Parceiro Institucional: Instituto Murialdo e Google Campus

Autoria | Ano

TransLAB. Co-autoria da Brunel University | 2017

Cliente

CONTRATE UMA MÃE



Olá, nós da TeamWorker e do Grupo TW temos um projeto lindo, saindo das fraldas para apresentar pra você. É rápido, oito slides



contrate uma mãe.com.br

Vamos mostrar como você e sua empresa podem ganhar muito ao dar um presente especial e raro para muitas mães brasileiras: a chance de retornar ao mercado de trabalho. Vem com a gente?

British Council

BDA 2018 - 242 -- 243 -**BDA 2018** DESIGN DIGITAL DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DIGITAL





PRATA

Descrição do Projeto

Os dados de segurança pública no Brasil são um assunto difícil. Eles estão espalhados por diferentes órgãos governamentais e, na maioria das vezes, apresentam números diferentes entre si, tornando praticamente impossível para uma pessoa comum entendêlos. O DataCrime é uma ferramenta interativa de visualização de dados que, através de uma estrutura de interpretação guiada, mostra os principais dados de segurança pública do Brasil. Valendo-se de visualizações de fácil compreensão, o DataCrime apresenta um panorama da segurança no país, revelando de forma quase lúdica a realidade brasileira, com números oficiais declarados pelo IBGE, SIM/ DATASUS, INFOPEN e Anuário Brasileiro de Segurança Pública.

Ficha Técnica

Concepção: Marco Aurelio Ruediger (FGV DAPP) e Café.art.br | Diretor de Criação: Leandro Amorim Designers Líderes: Gabriel Lira e Henrique Ilidio | Designer: Erlan Carvalho Programador: Erico Rosa

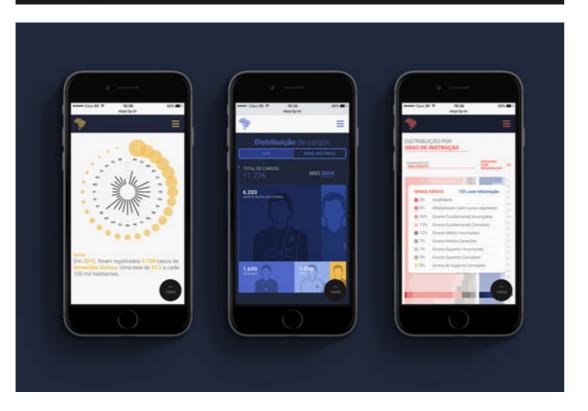
Autoria | Ano

Café.art.br | 2017

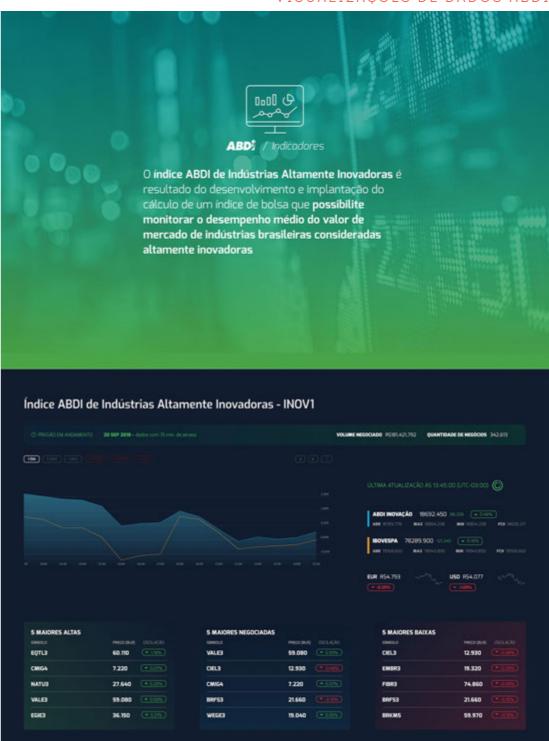
Cliente FGV DAPP

DATACRIME - DECODIFICANDO A SEGURANÇA PÚBLICA NO BRASIL FGV DAPP + SECURANÇA E CIDADANU





VISUALIZAÇÕES DE DADOS ABDI



BRONZE

Descrição do Projeto

Ao longo de 2017, a ABDI e a FGV realizaram uma série de estudos para subsidiar a elaboração de políticas públicas, projetos de desenvolvimento e inovação nacionais, e ações de fomento ao desenvolvimento tecnológico regional no Brasil. O resultado rendeu inúmeras publicações com conteúdo denso, tanto em dados quanto nas recomendações de políticas que guiarão o país pelos próximos anos. Com o intuito de tornar o conteúdo mais acessível para os legisladores, as indústrias e especialistas, toda a base de dados foi transformada em uma série de visualizações interativas de dados. Abrangendo os temas de Energias Renováveis, Smart Cities, Índices de Inovação, Sondagem da Inovação, Indústria 4.0 e Serviços Industriais, as visualizações ABDI cruzam dados, transformando planilhas em um conteúdo intuitivo.

Ficha Técnica

Concepção: FGV Projetos, ABDI e Café.art.br | Diretor de Criação: Leandro Amorim | Designers líderes: Erlan Carvalho e Henrique Ilidio | Designer: Gabriel Lira Assistentes de Design: Rayssa Melo e Renata Guterres | Programador Líder: Erico Rosa Programador: Guilherme Lobo

> Autoria | Ano Café.art.br | 2018

> > Cliente FGV Projetos

BDA 2018 BDA 2018 - 244 -- 245 -

DESIGN DIGITAL DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DIGITAL



BRONZE

Descrição do Projeto

PLATAFORMA ONLINE DA "OLIMPÍADA NACIONAL EM HISTÓRIA DO BRASIL"



BRONZE

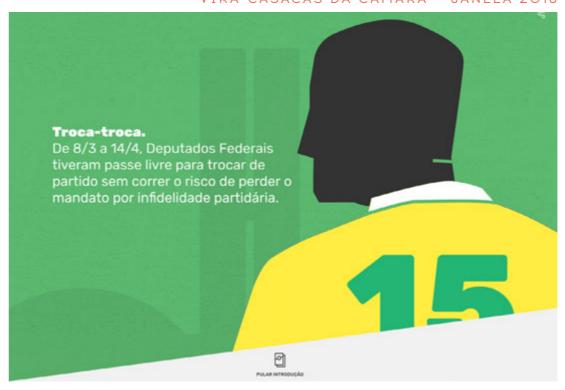
Descrição do Projeto

Deputados Federais tiveram passe

VIRA-CASACAS DA CÂMARA - JANELA 2018

Alternativas por meio de suas lentes, a quadro já ciliebre







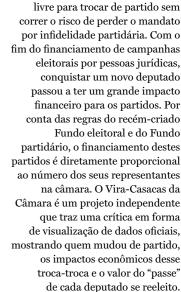




SERFIOTIS

HDB →S/PART→ PSD

R\$ 3,53 MILHÕES



Ficha Técnica

Concepção: Café.art.br | Diretor de Criação: Leandro Amorim | Designers Líderes: Erlan Carvalho e Henrique Ilidio | Assistentes de Design: Gabriel Lira e Gabriela Alcoar | Estagiários: Rayssa Melo, Renata Guterres e William Frésia | Programação: Edson Medeiros - Grama.cc | Assistente de Programação: Guilherme Lobo | Parceiros: Kenzo Mayama (KMK Studio) e Patrícia Gomes

> Autoria | Ano Café.art.br | 2018

Cliente Projeto independente

A Preface criou a plataforma online que acolhe, ano após ano, a Olimpíada Nacional em História do Brasil (ONHB), evento que promove o ensino de história para jovens estudantes de todo o país. Lançando uma visão da história como atividade plural e aberta à ambiguidade de fontes discordantes, a ONHB se apresenta na forma de uma gincana on-line na qual as mais de 10.000 equipes participantes se deparam com atividades que vão além do preto no branco: transcrição de manuscritos antigos, catalogação cronológica de documentos históricos, perguntas com múltiplas respostas possíveis, dissecção de imagens e, nas etapas finais, a produção de documentos originais (jornais, pôsteres, folhetos turísticos etc.) e sua avaliação, em um 'peer-review' de escala nacional.

Ficha Técnica

Projeto de Design & Software: Caluã Pataca, Daniel Abrahão e Lucas Reis

Autoria | Ano

Preface | 2017

Cliente

Olimpíada Nacional em História do Brasil







BDA 2018 BDA 2018 - 246 -- 247 -

DESIGN GRÁFICO DESIGN DIGITAL DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO



PROJETEEE



DESIGN WECYCLE



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvido em parceria com o PROCEL/Eletrobrás, LabEEE/ UFSC e Creato Arquitetura, e financiado com recursos do Programa Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD, o Projeteee é a primeira plataforma nacional pública que agrupa dados e ferramentas de arquitetura bioclimática para colaborar com projetos de edificações energeticamente eficientes.

Ficha Técnica

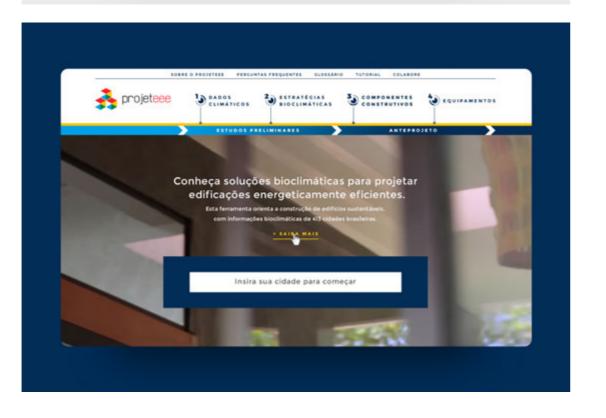
Usabilidade: Calebe Bezerra | Design de Interface: Thais Bara e Matheus Maciel | Front-end: Elton Silveira | Back-end: Henderson Torres e Leandro Hindu

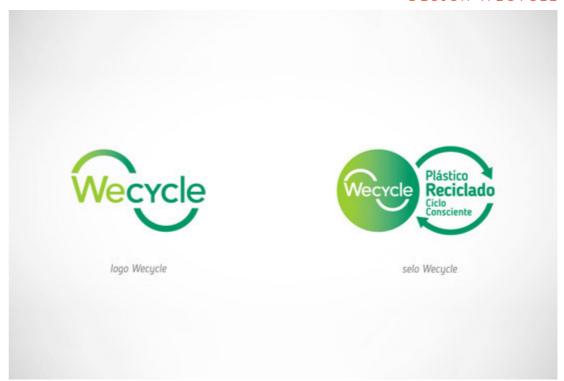
Autoria | Ano

Calebe Design | 2018

Cliente

Ministério do Meio Ambiente







BRONZE

Descrição do Projeto

A sociedade já tem consciência da necessidade da reciclagem do plástico, porém ainda vê como inferiores os produtos fabricados com plástico reciclado. Para avançar na reciclagem é preciso mudar esta ideia, gerando um processo de transformação na sociedade e na cadeia produtiva. No intuito de criar transformações positivas no Brasil e no mundo, a Keenwork Design e a Braskem buscaram entender estas dinâmicas e, em um processo de cocriação, chegaram ao conceito do Wecycle, uma plataforma que engaja sociedade, indústria e varejo. O selo Wecycle, inspirado em dois semicírculos que representam o ciclo em equilíbrio e a constante evolução, ajuda os consumidores a identificarem produtos elaborados com plástico reciclado de qualidade e responsabilidade social. Além da questão ambiental, a plataforma ainda promove a inclusão e o desenvolvimento socioeconômico para catadores de materiais recicláveis.

Ficha Técnica

Luis Castellari - Diretor de Estratégia e Criação | Leandro Rychert - Gerente de Projeto | Pedro Ortega - Designer | Felipe Castellari - Designer | Guillermo Zetek - Designer Assistente

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2015

Cliente Braskem

BDA 2018 BDA 2018 - 248 -- 249 -

DESIGN GRÁFICO DESIGN GRÁFICO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO



1. DEUTSCH-BRASILIANISCHES INKLUSIONSHANDBUCH - VIELFALT LEBEN! (1° GUIA BRASIL-ALEMANHA DE INCLUSÃO - VIVER DIVERSIDADE!)







BRONZE

Descrição do Projeto

Diversidade e Inclusão são temas pilares para a Câmara Brasil-Alemanha. Tendo isso em vista, a instituição desenvolveu uma publicação com o objetivo de ilustrar a Inclusão de Pessoas com Deficiência (PcDs) no Brasil e na Alemanha. Desta forma, foi possível que ambos os países pudessem refletir sobre a sua situação atual em relação ao tema e aprendessem com as ações do outro. O conteúdo do Guia traz a discussão de especialistas em relação à inclusão de PcDs nas mais variadas áreas como Cultura, Trabalho, Educação, Mobilidade, Esporte, Reabilitação, entre outras.

Ficha Técnica

Equipe de Criação: Flávia Viana, Juliana Nogueira e Stella Braga

Autoria | Ano

Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha - São Paulo | 2015

Cliente

Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha - São Paulo











BRONZE

Descrição do Projeto

Como o desenho de um logo pode contribuir para o empoderamento e a desconstrução de estereótipos da mulher? Esse foi o desafio enfrentado no rebranding da marca Longarina, uma "purposedriven company" que tem como objetivo transformar mulheres por meio de experiências do surf e do autoconhecimento. A solução foi criar um sistema de logo que mantivesse a representação da mulher como elemento principal da marca, porém agora caracterizada pela diversidade, empoderamento e engajamento. Como parte da solução, decidimos não ter uma versão principal da marca, e sim TODAS. O resultado: uma marca vibrante, positiva e engajadora

Ficha Técnica

Felipe Castellari: Diretor de Estratégia e Criação | Tomás Susemihl: Designer e Ilustrador | Pedro Ortega: Designer

que permite a replicação em

diversos formatos e plataformas.

Autoria | Ano

Keenwork Design | 2016

Cliente Longarina

sistema de logo



BDA 2018 BDA 2018 - 250 -- 251 -

DESIGN GRÁFICO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN GRÁFICO



MEMÓRIAS E DESAFIOS

SOMOS CAPIXABAS



BRONZE

Descrição do Projeto

Memórias e Desafios é um jogo psicoterapêutico voltado para melhorar a qualidade de vida de pacientes da terceira idade. O jogo foi criado por uma psicóloga cuja pesquisa analisou aspectos importantes do dia a dia dos idosos, como saúde, segurança, lembranças e adaptações ao novo ciclo da vida. De forma a facilitar e estimular a interação entre o terapeuta e os pacientes, o jogo acontece através de perguntas retiradas de cartas que são sorteadas em uma roleta. O jogo é composto por uma caixa contendo: conjunto de cerca de 200 cartas divididas em 8 caixas, roleta, livro sobre a história da autora e manual para o terapeuta. Reforçando o propósito terapêutico de estimular a memória, a caixa foi trabalhada como uma cômoda de madeira, onde objetos atuais e de antigamente aparecem lado a lado. As cartas, a roleta e os livros que compõem o jogo foram trabalhados com ícones e cores que facilitam a aplicação das 6 temáticas a serem abordadas pelos terapeutas.

Ficha Técnica

Consultora do Centro Brasil Design: Fabiane Conselvan | Concepção e Conteúdos do Jogo: Maria Salete Arenales Direção Criativa: Paula Langie | Atendimento: Camila Grosser e Paula Langie | Design: Monike Borsoi e Eduardo Lanius | Ilustrações: Monike Borsoi | Produção Gráfica: Algazarra Brinquedos

Autoria | Ano

Néktar Design | 2018

Cliente

Arenales Books









BRONZE

Descrição do Projeto

Na data que completa 90 anos, a Rede Gazeta, grupo de comunicação do ES, construiu um movimento dedicado a reafirmar seu compromisso perante o povo que a acolhe ao longo de tantos tempo. Adjacente aos gigantes RJ, MG e BA, o povo capixaba absorve a influência positiva de seus vizinhos. Contudo, mantinha-se carente de um manifesto próprio, dedicado a si e à sua relevância. Neste contexto, o projeto em questão elevou o povo capixaba à protagonista de sua própria terra, homenageando tudo aquilo que o faz autêntico e especial à sua maneira. A criação da representação visual deste trabalho retratou o capixaba não apenas pelo que ele é, mas também pela forma como ele se expressa através de um conjunto de fatores que o caracterizam como povo único,

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Igor Mendonça Franzotti | Designers: Igor Mendonca Franzotti, Ana Bárbara Mirinha Amaral e Pedro Igor Simões De Angeli | Gestão de Projetos: Caroline Serzedello Chisté | Estratégia de Marca: Hugo dos Santos Mansur | Relacionamento e Negócios: Felipe José Silva Loureiro

> Autoria | Ano Lifebrand | 2018

> > Cliente Rede Gazeta

BDA 2018 - 252 -- 253 -**BDA 2018** DESIGN GRÁFICO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN DE IMPACTO POSITIVO DESIGN GRÁFICO



B CORP









BRONZE

Descrição do Projeto

A identidade visual de uma organização impulsiona a construção de uma nova economia.

Ficha Técnica

Helena Hennemann e Renan Benvenuti

Autoria | Ano

Tátil Design | 2017

Cliente B Corp







BRONZE

Descrição do Projeto

O Believe Earth é um movimento que pretende unir, reconhecer e incentivar micro ou macro ações que estão contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Ele inspira a transformação efetiva no momento para termos o resultado desejado no futuro.

A Oz estratégia+design ficou responsável por dar forma e construir a identidade desse movimento, lançado em 2017, durante o Rock in Rio.

Ficha Técnica

Direção de Criação: André
Poppovic | Coordenação:
Danilo Sassini | Gestão do
Projeto: Samanta Fonseca |
Conceituação: David Modesto |
Design Gráfico: David Modesto

Autoria | Ano

OZ estratégia+design | 2017

Cliente Instituto Alana

BDA 2018 - 255 - BDA 2018

P R E M I A D O S 2 0 1 8 DESIGNDE CONSTRUÇÃO DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO CONSTRUÇÃO



SISTEMA DESLIZANTE EVO



BRONZE

Descrição do Projeto

O Revestimento Liveli é um revestimento de concreto e tem como função revestir paredes, promovendo efeito decorativo tridimensional, isolamento acústico e térmico aos ambientes. É produzido dentro de um processo sustentável de fabricação, possibilitando economia de água e reutilização de resíduos. Permite a personalização de cores através de 1500 cores da Paleta Suvinil, sendo possível repintar as peças com o passar dos anos, renovando o ambiente sem necessidade de demolição. Seu design permite criar muitas paginações com a mesma peça. Foi premiado no 31º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira com Menção Honrosa.

Ficha Técnica

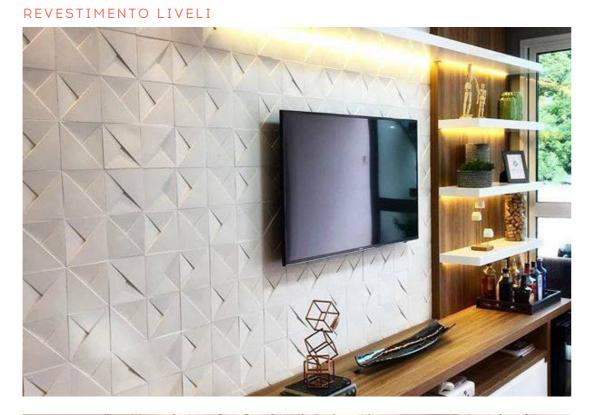
Revestimento Liveli | Aplicação: Paredes de ambientes internos e externos | Composição: Concreto de Alto Desempenho | Medidas: 15 x 15 x 1 cm | Cores Disponíveis: Paleta SelfColor Suvinil, podendo a peça ter uma ou duas cores

Autoria | Ano

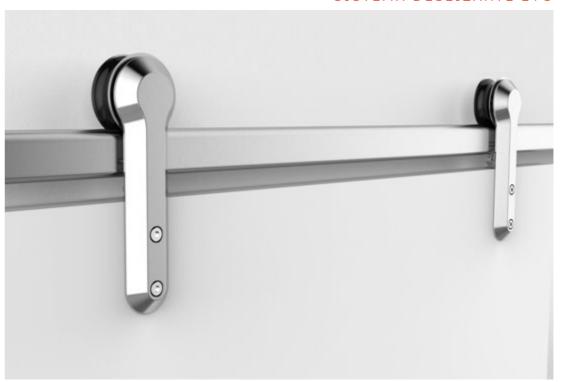
Aline Siemenskoski Delgado | 2017

Cliente

Maski Revestimentos







BRONZE

Descrição do Projeto

A roldana EVO apresenta o estilo "barn door" com estética revisitada, sendo a única do mercado nacional com amortecimento. Peça em zamak e sistema todo em alumínio, prima pela facilidade de uso e pela facilidade de instalação, considerando ainda que se aplica para portas com espessuras variadas, incluindo vidro. Silêncio, conforto e design são as características da Roldana Evo em 3 acabamentos – preto, champagne e titânio.

Ficha Técnica

Design: Rodrigo Leme, Juliano Gheno, Thiago Viana, Lucas Couto e Renata Guedes | Engenharia: Anderson Antonioli | Direção: Marcus Rigo

Autoria | Ano

Grupo Criativo | 2018

Cliente

Rometal Componentes

BDA 2018 - 259 - BDA 2018



PLATAFORMA PARA PRODUTOS DE FISIOTERAPIA E ESTÉTICA







Stembay Fac.

PRATA

Descrição do Projeto

A Plataforma para produtos de Fisioterapia e Estética da HTM é um projeto de design de produto e estratégia para permitir à empresa se reposicionar como fornecedora de soluções de qualidade e adequadas às tendências tecnológicas e estéticas do setor. O mercado é competitivo, com produtos de alto preço e baixa qualidade percebida. Isso se dá em função da baixa seriação dos produtos - tipicamente em torno 300 unidades por mês, limitando investimentos em processos de massa e possibilidades de design, por não permtir amortizações rápidas. O projeto propõe uma solução técnica racional, com identidade atual, limpa e objetiva, tornando o usuário o real protagonista do tratamento.

Ficha Técnica

Dimensional básico: 400 (l) x 240(a) x 300 (p) | Material predominante: ABS | Processo predominante: Injeção

Autoria | Ano

Chelles & Hayashi Design | 2018

Cliente

Chelles & Hayashi Design



ACCURE EXAME Control of the state condicions growing condicions

PRATA

Descrição do Projeto

Biologix é uma solução integrada de produto e serviço para ajudar o profissional de saúde no diagnóstico da apnéia do sono. Consiste em um hardware vestível (O Oxistar, um wearable IoT), que se conecta a uma plataforma em nuvem através de um App que roda em Smartphones.

> Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano Questtonó | 2018

> Cliente Biologix

BDA 2018 - 261 - BDA 2018



LINHA DE FORNOS ELÉTRICOS







Descrição do Projeto

Ventilador de teto projetado para o mercado americano, com duas pás esculturais e aerodinâmicas. Feitos em material de altíssima qualidade e integrando o mais recente motor DC de seis velocidades ele é oferecido em sua versão padrão ou com kit de LED com iluminação regulável, ambos são personalizáveis, com um enorme leque de acabamentos e combinações.

Ficha Técnica

Autor: Guto Indio da Costa | Co-autores: Felippe Moraes Bicudo e Guilherme de Baère

Autoria | Ano

Indio da Costa A.U.D.T. | 2017

Cliente

The Modern Fan Company







BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de cinco novas linhas de fornos elétricos da Mueller - Questo, Soneto, Sapore, Decorato e Decorato Gourmet, com o desafio de atualizar o design anterior de um deles, já consagrado no histórico da marca (Soneto). O projeto incluiu pesquisa, estratégia de marca e posicionamento de produtos, roadmap de inovação, design de produtos e engenharia.

Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano Questtonó | 2018

> Cliente Mueller

BDA 2018 - 263 - BDA 2018



TC508 ANDROID







BRONZE

Descrição do Projeto

O Tc508 Android é um terminal de consulta baseado em plataforma Android. Por meio da leitura de códigos de barras e apresentação de resultados numa tela colorida, o equipamento tem uma grande versatilidade de usos, como por exemplo, apresentação de preços ao consumidor no ponto de venda. Mas graças à flexibilidade da plataforma Android, uma infinidade de aplicações pode ser criada, como controle de ponto, controle de frequência, pesquisa de opinião etc.

Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2018

Cliente Gertec





Ligundiscador Personal Bender Doc. 01 R9 199, 90

BRONZE

Descrição do Projeto

O TC406 é um terminal de verificação de preços no ponto de venda através da leitura de código de barras presente nos produtos. O equipamento é o produto de entrada de uma linha maior de verificadores da marca, que se apresenta como uma solução de baixo custo e alta performance.

> Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano Questtonó | 2018

Cliente

Gertec

BDA 2018 - 265 - BDA 2018



INVERSOR DE FREQUÊNCIA PROVOLT







BRONZE

Descrição do Projeto

Este projeto foi desenvolvido em parceria com a DDID no surgimento da necessidade de redesenhar o inversor de frequência que há algum tempo apresentava problemas de usabilidade e alto custo de produção. Com este novo projeto foi possível propor novas soluções formais e estudos de usabilidade aliados a processos produtivos de menor custo.

Ficha Técnica

Produto fabricado tampas em plástico injetado, dissipador de alumínio, chapa metálica de fechamento superior e componentes travantes padrão de mercado, como parafusos, insertos, etc.

Autoria | Ano

Rodrigo Dangelo, Carlos Alberto e Guilherme Oliveira | 2017

Cliente

Provolt Tecnologia Eletronica Ltda





Solar College College

BRONZE

Descrição do Projeto

A AKYS CAM é a evolução de uma câmera que integra o KitBio, conjunto de equipamentos de cadastramento biométrico dos eleitores brasileiros utilizado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral).

A AKYS CAM foi desenvolvida pela DDID em parceria com a empresa Akyama para suprir a necessidade de um equipamento específico para esta função, com menor custo, tamanho compacto e facilidade de logística de transporte, uma vez que é enviada para todo o território nacional.

Ficha Técnica

Rodrigo Dangelo (CEO da DDID) | Guilherme Oliveira (Designer de Produtos/ Gestor de Projetos da DDID) | Carlos Alberto (Designer de Produtos/ Gestor de Projetos da DDID)

Autoria | Ano

DDID – Evolution Through Design | 2018

> Cliente Akiyama

BDA 2018 - 267 - BDA 2018

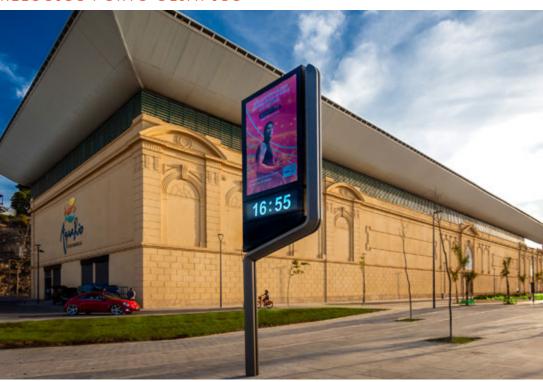
EQUIPAMENTO URBANO DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO EQUIPAMENTO URBANO



RELÓGIOS PORTO OLÍMPICO







BRONZE

Descrição do Projeto

Os Relógios Porto Olímpico foram criados especificamente para a região do Porto Maravilha, Rio de Janeiro, fazendo parte de uma família de mobiliário urbano desenvolvida para esta região. São equipamentos publicitários com iluminação interna, destinados à orientação do público em geral, fornecendo horário e temperatura. Os relógios podem ser instalados em vias públicas, canteiros centrais, praças e ilhas de travessia de avenidas, acessíveis ao público transeunte, e eventualmente aos usuários de veículos passantes.

Ficha Técnica

Autor: Guto Indio da Costa | Coautor: Indio da Costa A.U.D.T.

Autoria | Ano

Indio da Costa A.U.D.T. | 2015

Cliente Otima





BRONZE

Descrição do Projeto

O Banco Porto Olímpico foi criado especificamente para a região do Porto Maravilha, Rio de Janeiro, fazendo parte de uma família de mobiliário urbano desenvolvida para esta região. Destinado ao descanso e contemplação da população, os bancos estão instalados em praças, sem prejuízo do tráfego de pedestres ou de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

Ficha Técnica

Autor: Guto Indio da Costa | Coautor: Indio da Costa A.U.D.T.

Autoria | Ano

Indio da Costa A.U.D.T | 2015

Cliente Otima

BDA 2018 - 269 - BDA 2018

LIFESTYLE DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO



CAIXA TÉRMICA 32L MEMÓRIAS



LIFESTYLE



Descrição do Projeto

O produto consiste em uma caixa térmica de 32 litros, concebido para atender às necessidades e desejos de uma ampla gama de usuários, que podem ser divididos em dois grupos: os que o utilizam para lazer (praia, camping) e os que o utilizam para trabalhar (comércio, ambulantes). A caixa possui um desenho robusto para conferir maior resistência aos componentes e durabilidade ao produto. Possui alças laterais que facilitam o manuseio, locais específicos para prender sacolas e elásticos, e uma alça de transporte com formato ergonômico. Destacase a escotilha, que fornece acesso rápido ao conteúdo da caixa e funciona como estojo para guardar pequenos objetos. O produto também se destaca pela quebra do padrão cromático para o segmento, trazendo em sua versão principal as cores laranja e cinza.

Ficha Técnica

Matheus De Luca Moreira Pinto, Moises Hansen, Henrique Azevedo, Bruna Haesbaert Dipp, Geovana Dalarosa Montagna, José Carlos Broch e Samuel Lengler Abentroth

Autoria | Ano

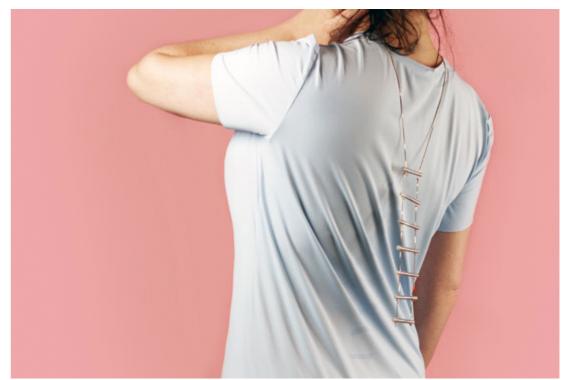
Valkiria Inteligência Criativa | 2017

Cliente

Termolar









BRONZE

Descrição do Projeto

Coleção de joias produzidas industrialmente no interior do Rio Grande do Sul, que questiona a percepção do conceito de preciosidade. A coleção utiliza resíduos de pedras brasileiras na sua fabricação.

Ficha Técnica

Mauricio Noronha e Rodrigo Brenner

Autoria | Ano

Furf Design Studio | 2017

Cliente New Byzance

BDA 2018 - 270 -

LIFESTYLE LIFESTYLE DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO



PRESILHAS PARA BARRA DE GINÁSTICA

DENTAL ALBUM PREMIUM



BRONZE

Descrição do Projeto

Design desenvolvido em softwares 3D de design e engenharia para melhor estudo de encaixes e simulações de funcionamento. Utiliza plástico de alta resistência e compósito flexível na área de contato com a barra para maior aderência e travamento. Linha de produto desenvolvido compartilhando componentes para barra olímpica, standard e body pump. Após congelamento de design das peças, foi criado modelo por impressão 3D onde pudemos avaliar a forma e ergonomia. Alguns detalhes foram revisados e o 3D atualizado para uma nova impressão, chegando ao design final. O próprio protótipo 3D possibilitou testes reais, e mesmo não utilizando o material final do produto, uma grande qualidade nos testes foi atingida. Projeto desenvolvido em parceria com a empresa Magnaplast. Produzido em Caxias do Sul (RS).

Ficha Técnica

Corpo em termo plástico de alta resistência com PVC para área de contato com a barra. Travas com eixo em metal. Encaixes espelhados para compor a peça e travamento por parafusos. Peso: 135 gramas - Modelo Olímpica / 88 gramas - Modelo Standard e Pump. Cores: Pode ser fabricado na cor que o cliente desejar.

Autoria | Ano

João Paulo Cunha Melo | 2018

Cliente

Lock Press ONE







BRONZE

Descrição do Projeto

O Dental Album Premium é um álbum plástico com a finalidade de guardar todos os dentes de leite da criança. Na parte interna há espaço para preenchimento dos dados, da data do primeiro dentinho caído, assim como de todos os outros dentes, e ainda há um nicho para adicionar uma foto da criança e sua nova "janelinha". Os dentes são armazenados dentro de um estojo com formato de um dos personagens "Dental Friends". Eles são dispostos em forma de arco, similar a uma boca, o que torna a atividade mais didática para as crianças. O Dental Album Premium é um produto mundial e com linguagem infográfica, podendo ser utilizado em qualquer idioma. Ele tem o objetivo de tornar este momento especial da queda dos dentinhos em uma agradável e lúdica lembrança, tanto para os pais quanto para os filhos.

Ficha Técnica

Wagner Carta Nono, Afonso Kloss, Roberto Alcântara, Lincoln Castro, Lygia Madi e Pedro Madi

Autoria | Ano

Nono Design | 2017

Cliente

Angie Oral Care

BDA 2018 BDA 2018 - 272 -- 273 -

LIFESTYLE DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO MOBILIÁRIO COMERCIAL OU CORPORATIVO



NG BAG | GRID - RET



BRONZE

Descrição do Projeto

Inspirada na arquitetura, em estruturas e no simples desenho quadriculado a bolsa surgiu. Tridimensional, a cada ângulo um novo desenho surge em suas linhas simples e ao mesmo tempo complexas. Atemporal, pode ser usada com look casual até um mais formal, se adequando ao seu estilo. Primeira bolsa por impressão 3D SLS Brasileira. NG BAG | GRID - RET carrega em suas linhas minimalistas design e tecnologia. Criada para quem busca o novo é atemporal e para todos os momentos. Feita através de processo de impressão 3D SLS, uma das tecnologias mais avançadas no campo de impressão 3D, a bolsa GRID é produzida em nylon, com alças em couro e peças em metal para regulagem da altura da alça, permitindo seja de ombro ou de mão. Extremamente leve, é rígida e resistente ao tempo e uso.

Ficha Técnica

NG BAG | GRID - RET carrega em suas linhas minimalistas design e tecnologia. Podendo ser de mão ou de ombro | Cores: Preto | Composição: Nylon + extensor de alça em metal + alças em couro | Processos Produtivos: Impressão 3D SLS + processos hand made de montagem | Características: Leve, fosca, rígida, resistente (mecanicamente e a calor)

Autoria | Ano

Renata Trevisan | 2017

Cliente

Noiga





O SICREDI NOS MÍNIMOS DETALHES



PRATA

Descrição do Projeto

Para o novo modelo de agências do Sicredi, uma das maiores instituições financeiras cooperativas do Brasil, foi criada uma extensa linha de mobiliário, desde assentos de espera a postos de atendimento, incorporando ao espaço a nova identidade da marca, e, sobretudo, promovendo uma nova experiência no segmento de serviço bancário. A proposta aproxima colaboradores e clientes, modernizando o ambiente através de um mobiliário de linhas suaves e cantos arredondados, com a leveza da estrutura metálica em barra chata e acabamentos amadeirados.

> Ficha Técnica Interbrand

Autoria | Ano Interbrand | 2016

> Cliente Sicredi

BDA 2018 BDA 2018 - 274 -- 275 -

MOBILIÁRIO RESIDENCIAL MOBILIÁRIO RESIDENCIAL DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO



COLEÇÃO TRAÇO&TRAMA











BRONZE

Descrição do Projeto

A mesa de centro Cob foi inspirada nos cobogós, elementos vazados muito difundidos na arquitetura nacional, e tira partido dos vazios e dos planos inclinados para criar uma superfície dinâmica, com forte impacto visual e resultado original.

Ficha Técnica

Mesa de centro em madeira, com acabamento em diversas lâminas e tampo em vidro incolor 10mm, executada em diversos tamanhos: L=1140 P= 1140 A=250 | L=1140 P= 1420 A=250 | L=1420 P= 1420 A=250 | L=1140 P= 1700 A=250 | L=1140 P= 1980 A=250

Autoria | Ano

Frederico Cruz | 2017

Cliente

Schuster Móveis & Design

PRATA

Descrição do Projeto Fluida, orgânica, sensual, multissensorial: A coleção Traço&Trama transforma tubos e

tramas em verdadeiras esculturas em forma de mobiliário para área externa. A coleção é composta por 7 produtos: espreguiçadeira, sofás e poltronas que dialogam entre si, podendo ser utilizados como peças únicas ou em composição harmoniosa. A inovação dessa nova coleção vai além: ao utilizar matérias primas inovadoras, percintas elásticas e outras

técnicas e artimanhas, gera conforto através de superfícies $a colchoad as, com \, curvaturas$ complexas e texturas diversas.

Ficha Técnica

Autor: Guto Indio da Costa | Co-autores: Guilherme de Baère, Marcus Ribeiro, Raphael Crespo, Pamella Fógos e Tatiana Ferrucio

Autoria | Ano

Indio da Costa A.U.D.T. | 2018

Cliente Lovato



BDA 2018 - 277 -**BDA 2018** - 276 -

MOBILIÁRIO RESIDENCIAL DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO MOBILIÁRIO RESIDENCIAL



MANCEBO MANDACARU







Crescer na caatinga é sinal de força, de persistência, de adaptação. Assim é Mandacaru, um mancebo que cresce e se desdobra de acordo com a necessidade do usuário. Os braços do mancebo, em formato de pequenos brotos, podem ser relocados, ajustando-se a cada situação. Com os opcionais de mesa, banco ou luminária, torna-se capaz de florescer nos mais variados espaços, agregando estética e funcionalidade. Uma peça que responde à necessidade contemporânea de customização sem abrir mão da poética ao fazê-lo.

Ficha Técnica

BRONZE

Descrição do Projeto

Design: Rafael Studart Alencar | Produção e Comercialização: Arte em Cadeiras | Produção Gráfica e Coordenação: O Coletivo Comunica | Estagiário: Silas Vasques

Autoria | Ano

Rafael Studart Alencar | 2018

Cliente

Arte em Cadeiras







BRONZE

Descrição do Projeto

N Coisas é um módulo que quando junto a outros análogos, de variadas maneiras, forma um objeto homogêneo e funcional. Versátil, se transforma em diversos objetos, seja uma peça decorativa ou de mobiliário. Multifuncional, pode ser desconstruído e recriado com nova padronagem e nova função. Ele pode deixar de ser uma base de mesa com uma forma fechada e se transformar em um grande painel. Ele pode deixar de ser uma rede para descanso e se transformar em uma coluna para luminária. A sua livre criação é eterna. São N COISAS.

Ficha Técnica

Projeto desenvolvido pelo designer Sergio Stark

> Autoria | Ano Stark Studio | 2018

Cliente

Mobi Industrial Ltda

BDA 2018 - 279 - BDA 2018

MOBILIÁRIO RESIDENCIAL DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO TRANSPORTE



COLEÇÃO MACHINA&MANUS



BRONZE -

Descrição do Projeto

Trata-se de uma linha de assentos que explora a madeira como principal matéria prima e que aborda as relações da criação humana, autoral e artesanal, somadas aos processos fabris permitidos pela tecnologia digital. São cadeiras e poltronas esculpidas ao extremo, com apurada ergonomia e uma linguagem de design tecno-orgânica. A coleção Machina&Manus encaixa-se com facilidade em residências, restaurantes sofisticados, lobbys de hotéis, lojas e galerias, entre outros.

Ficha Técnica

Autor: Guto Indio da Costa | Co-autores: Guilherme de Baère, Marcus Ribeiro e Raphael Crespo

Autoria | Ano

Indio da Costa A.U.D.T. | 2018

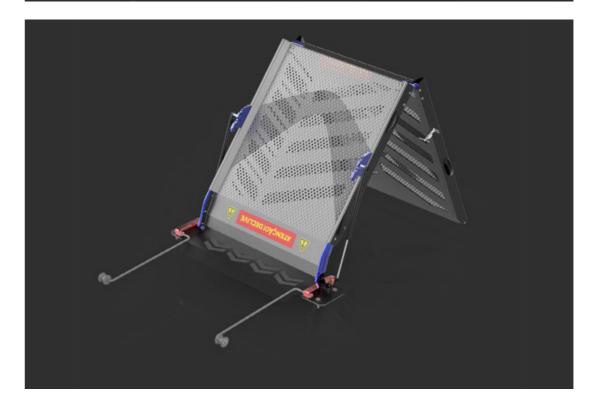
Cliente

San German



ADAPTER PRO - RAMPA DE ACESSIBILIDADE AUTOMOTIVA





BRONZE

Descrição do Projeto

A Rampa de Acessibilidade Automotiva Adapter Pro faz parte de uma linha de produtos especialmente desenvolvida para pessoas com deficiência física. É adaptável a diversas marcas e modelos de veículos, funcionando por meio de um sistema telescópico com abas retráteis que facilitam o manuseio e transporte. Um diferencial da Rampa de Acessibilidade Automotiva Adapter Pro é a possibilidade de atender a outras necessidades de carga e descarga. A linha é fornecida pela Mecânica Beto, cliente e parceira da DDID.

Ficha Técnica

CEO: Rodrigo Dangelo | Designers de Produtos / Gestores de Projetos: Guilherme Oliveira e Carlos Alberto

Autoria | Ano

DDID – Evolution Through Design | 2017

Cliente

Mecânica Beto

BDA 2018 - 280 - BDA 2018

TRANSPORTE DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO TRANSPORTE



FIAT CRONOS





Descrição do Projeto

O Fiat Cronos traz a imponência e a sensualidade do design italiano. O capô longo e esculpido traz a força dos sedans premium, aliada a uma sensação de velocidade, contornados pelos faróis com LED que revelam o olhar provocador e confiante. Sua silhueta esportiva e elegante, possibilita combinar velocidade nas linhas e proporções equilibradas. O interior se beneficiou de um trabalho de design criterioso, focado em satisfazer a expectativa de uma experiência de direção esportiva, mas confortável. Nos acabamentos, a elegância e refinamento permeiam o universo de cores e materiais. No externo com cores exclusivas e detalhes cromados que reforçam a sofisticação e elegância do carro. No interior com cores que valorizam as formas, toque agradável nas superfícies que traz conforto aos usuários.

Ficha Técnica

Peter Fassbender – Diretor de Design | Rafael Peixoto – Gerente Interior Design | Luiz Dias – Interior Design | Isabella Viana – Chief Color & Material Design | Valeria Santos – Color & Material Design | Daniel Gerzson – Cheif Exterior Design | Fabio Bastos – Exterior Design

Autoria | Ano

FCA DESIGN CENTER LATAM | 2018

Cliente

MERCADO LATAM







BRONZE

Descrição do Projeto

A mochila de transporte CBOX Delivery foi criada para substituir os modelos existentes no mercado, que não privilegiam a ergonomia e a saúde do entregador (são basicamente isopor comum encapado com nylon e equipado com alças quaisquer). A CBOX Delivery é equipada com um costado de mochila cargueira, apoiado na cintura, aliviando o peso dos ombros e das costas. O entregador ainda tem a opção de levá-la pendurada nas costas ou no baú da moto/bicicleta. Seu interior conta com compartimentos modulares, o que permite diferentes arranjos. Essa configuração leva em conta as cubas padrão GN - que por meio da norma EN-631 padroniza mundialmente as dimensões dos recipientes utilizados no serviço de alimentos.

Ficha Técnica

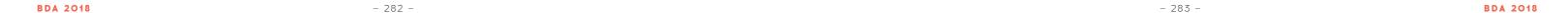
CEO: Rodrigo Dangelo | Designers de Produtos / Gestores de Projetos: Guilherme Oliveira e Carlos Alberto

Autoria | Ano

DDID – Evolution Through Design | 2018

Cliente

TrendFoods (China in Box e Gendai)



TRANSPORTE DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO TRANSPORTE



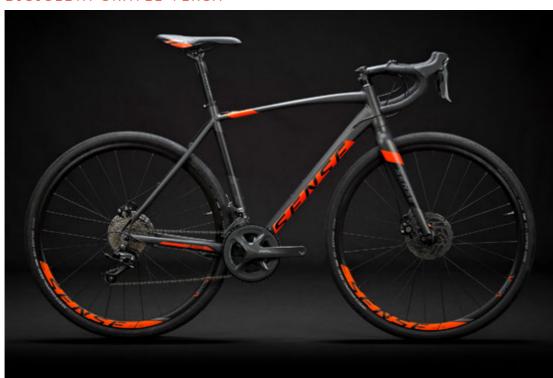
BRONZE

Descrição do Projeto

BICICLETA GRAVEL VERSA







produzida em Manaus, aliando ergonomia, conforto e aquela pegada "racing": a Versa. Uma bike que vem para atender pessoas exigentes, que buscam uma bicicleta versátil, perfeita para estradas não pavimentadas, trechos urbanos ou aquele treino na estrada. Reunindo acabamento de alto padrão ao sistema de cabeamento full interno,

Nasce a primeira Gravel de alumínio

sistema de cabeamento full interno, a Versa vem equipada com grupo Shimano Claris de16v e calçada com os excelentes pneus Schawalbe 700x40c, com cravos super baixos. Uma Gravel para uma excelente rolagem em qualquer tipo de terreno, seja na terra ou no asfalto.

Ficha Técnica

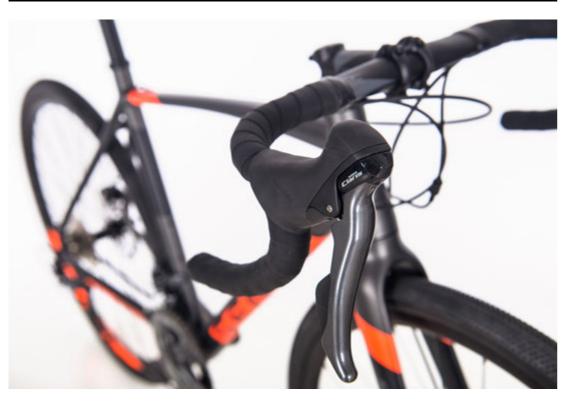
Gabriel Delfino de Araújo e Pedro Gabriel Diniz

Autoria | Ano

Sense Bike | 2018

Cliente

Sense Bike







BRONZE

Descrição do Projeto

O Projeto Andrômeda nasceu em virtude de os caiaques demandarem técnica para remá-los. Falta de estabilidade e hidrodinâmica foram considerados os principais pontos que desmotivam o público interessado nesta prática. Atendendo a esse novo segmento, entre caiaques esporte e barcos de pesca, surgiu uma embarcação pessoal que oferece alta estabilidade e hidrodinâmica. Pesando 28kg, apresenta um desempenho superior aos de plástico no mercado atual, permitindo que qualquer pessoa sem habilidades possa transportar e navegar. Suas dimensões possibilitam o seu transporte em rack de qualquer carro.

Ficha Técnica

Dimenções: comprimento 362 cm x lagura 73 cm x altura 32 cm | Peso: 28 Kg

Autoria | Ano

Casa das Artes São José | 2015

Cliente

Casa das Artes São José

BDA 2018 - 285 - BDA 2018

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS E DECORAÇÃO

DESIGN DE PRODUTO

DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS E DECORAÇÃO



LUMINÁRIA COCOON





BRONZE -

Descrição do Projeto

O processo de fabricação por meio da tecnologia de impressão 3D FDM permitiu o desenvolvimento único de produção do desenho da colmeia entre as paredes, o que fez a peça ser hermeticamente vedada.

Ficha Técnica

O desenho em forma de casulo remete a uma escultura quando apagada. Acesa possui um efeito inusitado. Para acender ou apagar, basta acariciá-lo. Materiais predominantes: biopolímero | Cor: branco | Fonte de luz: LED | Potência: 9W | Temperatura de cor: branco quente (3000K) | Voltagem: bivolt automático | Dimensões: D180x300(A)mm | Peso: 1,3kg

Autoria | Ano

ATOM Studios | 2017

Cliente

ATOM Studios





BRONZE

Descrição do Projeto

Sofisticação, durabilidade e design exclusivo se destacam entre as características das cubas Quadrum Flush. Produzidas com material nobre (aço inox 304) elas se distinguem pelo contorno ao redor da cuba, que reforça o espaço para o misturador e o dosador de sabão, contribuindo para uma bancada mais funcional. A beleza da peça fica ainda mais evidenciada quando instalada no modo Flush, método que deu nome ao produto. A instalação Flush deixa a cuba nivelada a bancada, tornando o ambiente clean, garantindo, além de beleza, mais higiene nas tarefas diárias. Disponível em dois modelos, com uma ou duas cubas, contam com grande profundidade e acabamento único.

Ficha Técnica

Equipe de Desenvolvimento Tramontina Teec

Autoria | Ano

Tramontina Teec S/A. | 2018

Cliente

Tramontina Teec S/A.

BDA 2018 - 287 - BDA 2018

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS E DECORAÇÃO

DESIGN DE PRODUTO

DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS E DECORAÇÃO



FOGÃO MIDEA VÊNUS













BRONZE

Descrição do Projeto

Coleção de luminárias de piso, mesa e pendentes. Mais do que mostrar a luz, ela tem o intuito de revelar novas formas através da projeção de sombras. Materializa a luz através da textura no ambiente. Produzida em aço carbono pintado, LED e controle anti ofuscamento da luz.

Ficha Técnica Guilherme Wentz para Luxion

> Autoria | Ano Guilherme Wentz | 2018

> > Cliente Luxion

BRONZE

Descrição do Projeto

Trazendo a inspiração da cozinha profissional para o uso doméstico, de maneira acessível, o fogão Vênus oferece uma vida mais prazerosa para as famílias, jovens casais e solteiros. Combina modernidade, intuitividade e tecnologia, estimulando o uso do produto e valorizando o ambiente. O resultado prima pela qualidade percebida aos olhos do consumidor, destacandose de maneira superior no seu mercado. Usa da tecnologia de modo humanizado, permitindo uma experiência amigável e convidativa no preparo das refeições. Possui diferenciais que o destacam no seu mercado, como a opção híbrida de queimadores a gás e sistema de indução, além da ultra chama, 40% mais potente que as tripla chamas tradicionais. Este sistema garante a agilidade, precisão e finalização perfeita para a necessidade do chef.

Ficha Técnica

Designers: Daniel Kroker e Valkiria Pedri Fialkowski

Autoria | Ano

ARBO design | 2018

Cliente

Midea Latin America appliances

BDA 2018 - 289 - BDA 2018

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS E DECORAÇÃO DESIGN DE PRODUTO DESIGN DE PRODUTO UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS E DECORAÇÃO



PURIFICADOR DE ÁGUA SENSIA







BRONZE

Descrição do Projeto

Inspirado no desejo de poder oferecer conveniência para toda a família, o Purificador de Água Sensia é o primeiro a oferecer a tecnologia de Sensor, através do qual interpreta a necessidade do usuário e liga automaticamente, enchendo o copo ou jarra sem a utilização de botões. Esta inovação permite utilizar o aparelho com apenas uma das mãos e sem tocar o produto. O design combina modernidade, intuitividade e tecnologia, convidando ao uso e valorizando o ambiente. O produto também foca na sustentabilidade, tendo baixo consumo de energia (classificação A de economia no INMETRO) e 90% dos resíduos gerados na sua fabricação são reciclados.

Ficha Técnica

Créditos: Valkiria Pedri Fialkowski, Daniel Kroker e Luciano Moraes

Autoria | Ano

ARBO design | 2015

Cliente

Midea eletrodomésticos





BRONZE

Descrição do Projeto

Com design que segue as tendências minimalistas, o cooktop Slim Glass Flat 4GG 100 integra a bancada trazendo beleza e poder de cocção. A experiência de cozinhar neste cooktop é exclusiva, os seus $4\,$ queimadores proporcionam rapidez e potência, além de serem alinhados horizontalmente, o que melhora a ergonomia. A sua superfície em vidro temperado é resistente e elegante, contrastando com os componentes em ferro fundido como as trempes individuais, flanges e espalhadores. Conta ainda com válvula de segurança Safestop, que interrompe o fornecimento de gás caso a chama não acenda ou se apague. São duas opções de cores (branco e preto) para compor os mais diversos projetos de cozinha. Produto desenvolvido e fabricado no Brasil.

Ficha Técnica

Equipe de Desenvolvimento Tramontina Teec

Autoria | Ano

Tramontina Teec S/A. | 2017

Cliente

Tramontina Teec S/A.

BDA 2018 - 290 -



CEVADOR DE CHIMARRÃO CHIMAFÁCIL



BRONZE

Descrição do Projeto

O cevador de chimarrão Chimafácil é um produto que permite o preparo do chimarrão tradicional de forma mais fácil e prática, evitando sujeiras e despedício de erva-mate.

Ficha Técnica

Cevador de chimarrão produzido em plástico atóxico ou em inox. | Disponível em dois formatos: fino e largo | Dimensões aproximadas: 141mm x 89mm x 40 mm (fino) | Dimensões aproximadas: 126mm x 81mm x 54 mm (largo) | Peso 25g

Autoria | Ano

Fabrício A. Kipper | 2017

Cliente

Chimafácil



P R E M I A D O S 2 0 1 8

DESIGNDE

SERVE



SERVIÇOS FINANCEIROS DESIGN DE SERVIÇO



NEGOCIE DIGITAL



BRONZE

Descrição do Projeto

O Brasil vive uma crise que jogou milhões de pessoas na inadimplência. Esses devedores passaram a ser importunados por escritórios de cobrança despreocupados com a satisfação do cliente. Por isso, o Portal de Documentos decidiu criar um canal para a autorrenegociação de dívidas, centrado na experiência do usuário. Executado o entendimento da jornada e da melhor abordagem para a autoatendimento, nasceu o Negocie Digital, que foi lançado inicialmente com a carteira de devedores do Banco Santander. Simulando uma conversa por chat, o canal tem navegação simples e direta. Apresenta dados para validação e escolha de forma eficiente, tanto em desktop como mobile. Em 3 meses, o ND já responde por mais de 65% das renegociações feitas pelo Portal de Documentos no Brasil.

Ficha Técnica

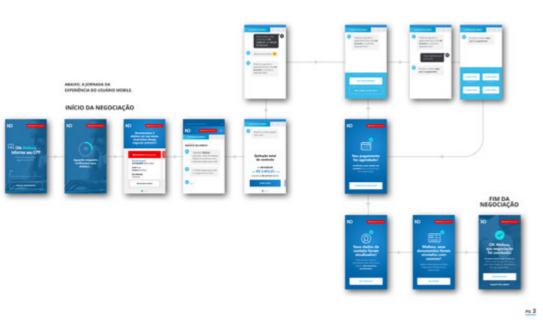
Vinícius Lobato, Carina Gonçalves, Fabiano Nadler, Lucas Steffen, Paola Muller, Larissa Marques, Wagner Cambruzzi, Paulo Marcon e Jonathas Coelho

Autoria | Ano

Brivia | 2018

Cliente

Portal de Documentos





Pa 4

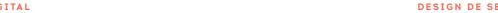


BDA 2018 - 296 -





EMR TASY - HTML5







Descrição do Projeto

Esse sistema integrado para suporte clínico e gerenciamento de organizações de assistência médica, com sua arquitetura baseada em fluxo de trabalho, promove consistência e escalabilidade em diferentes aplicativos. Os principais desafios foram: desenvolver um sistema de design para uma plataforma de saúde, aplicando os princípios da Philips Design; manter a consistência das regras de negócios; e reestruturar a arquitetura de navegação (em 665 funções diferentes) para proporcionar uma experiência agradável ao usuário.

Ficha Técnica

O Tasy é uma solução abrangente e totalmente integrada que abrange todas as áreas da assistência médica, conectando os pontos entre os domínios clínicos e não-clínicos ao longo das várias etapas dos cuidados com a saúde. Ele ajuda as instituições de saúde a acompanharem as mudanças e enfrentarem os desafios com consistência e escalabilidade em muitos cenários diferentes.

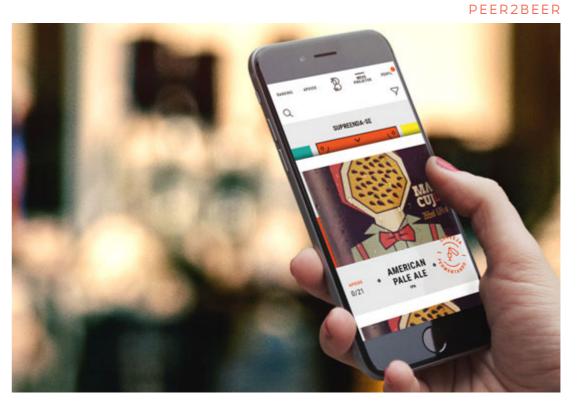
Autoria | Ano

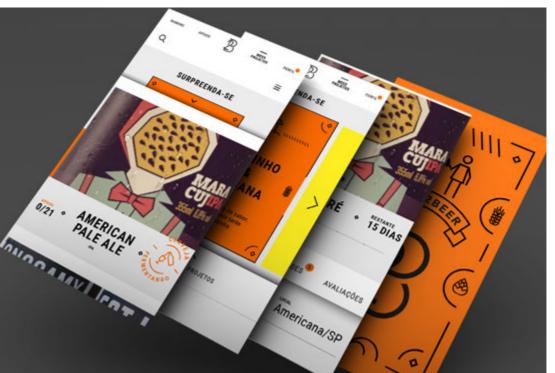
Philips Design | 2018

Cliente

Philips Healthcare







BRONZE

Descrição do Projeto

P2B é uma plataforma digital dedicada à formação e profissionalização de cervejeiros artesanais. Isso se dá através de uma experiência que conecta, por meio de um aplicativo, produtores amadores de cerveja (panelinhas), especialistas e amantes da bebida em uma cadeia construtiva e descomplicada. Além de democratizar o acesso e fomentar o mercado da cerveja artesanal, em constante expansão no Brasil, a P2B cria e fortalece uma rede de troca de informações e experiências muito valiosa para este nicho.

> Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano Questtonó | 2018

> Cliente PEER2BEER

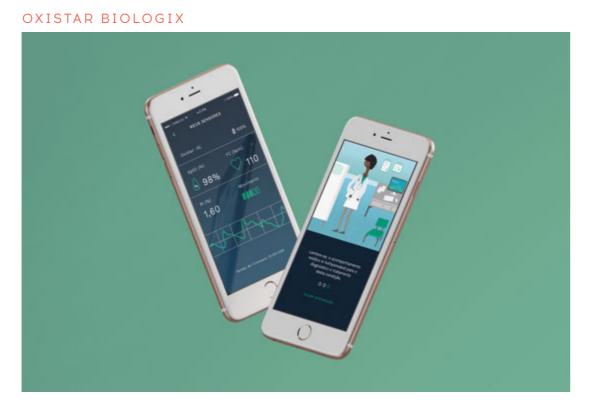
BDA 2018 BDA 2018 - 300 -- 301 -

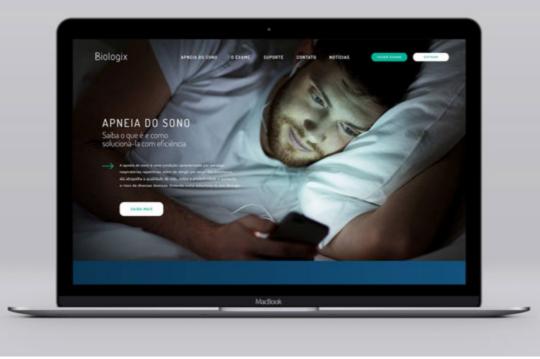
PRODUTOS CONECTADOS (IOT) DESIGN DIGITAL DESIGN DIGITAL PRODUTOS CONECTADOS (IOT)

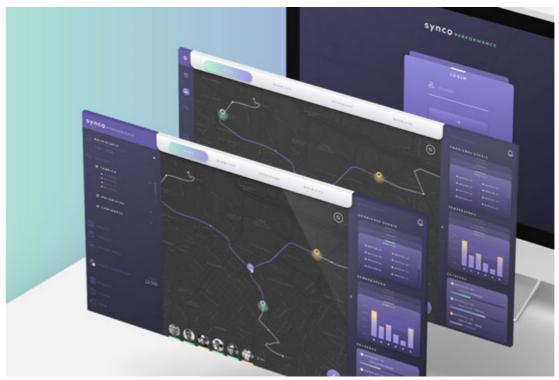


SYNCO PERFORMANCE











BRONZE

Descrição do Projeto

Synco é uma solução de monitoramento digital voltada para empresas que, através de uma plataforma integrada (fisico-digital), permite que usuários e equipes de trabalho acompanhem não só a localização de frotas e cargas, bem como outros parâmetros vitais como condições de pressão, temperatura, etc. Um dispositivo IoT integrado à plataforma permite que o monitoramento ocorra de forma mais completa, eficaz e transparente, prevenindo o desperdício de grandes produções e sendo capaz de orientar decisões de pequenos, médios e grandes negócios. A solução completa consiste em dispositivos físicos IoT, um App e uma plataforma Web.

> Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano Questtonó | 2018

> Cliente Synco

BRONZE

Descrição do Projeto

Biologix é uma solução integrada de produto e serviço para ajudar o profissional de saúde no diagnóstico da apneia do sono. Consiste em um hardware vestível O Oxistar, um wearable IoT), que se conecta a uma plataforma em nuvem através de um App que roda em smartphones.

Ficha Técnica Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2018

Cliente

Biologix

BDA 2018 BDA 2018 - 303 -- 302 -

P R E M I A D O S 2 0 1 8

DESIGNEL

EDITOR

A



LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL



OITO VIAGENS AO BRASIL



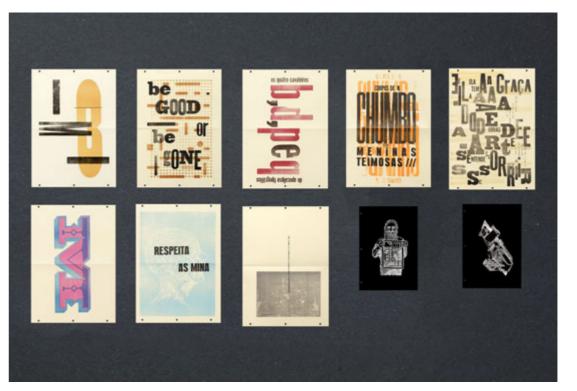


LIVROS



ULTIMAS UNIDADES ÚLTIMAS UNIDADES

prelo



OURO

Descrição do Projeto

Livro em homenagem ao mestre tipógrafo Ademir Matias, com projeto gráfico que explora a materialidade e a transformação do impresso tipográfico por meio de formato, tipogravuras e acabamentos. Doze tipogravuras foram criadas por dez designers e artistas convidados. As imagens, além de terem a tipografia como tema, exploram uma relação de pessoalidade com o mestre tipógrafo, que mantém vivo o oficio há quase sessenta anos, além de dedicar-se a ensiná-lo.

Ficha Técnica

Designers: Ademir Matias, Caroline Gischewski, Fabio Martins, Flavio Vignoli, Luis Matuto, Olavo D'Aguiar, Pedro Leitin, Rafael Neder, Raquel Pinheiro e Ricardo Donato

Autoria | Ano

Rafael Neder, Pedro Leitin e Raquel Pinheiro | 2016

Cliente

Tipografia Matias

OURO

Descrição do Projeto

A caixa apresenta gravuras do belga Theodor de Bry, feitas em 1594, com cenas do ritual antropófago dos índios tupinambás que se encontram entre as mais emblemáticas imagens do Brasil em seu período colonial. Coloridas e dispostas como se devessem se encaixar, as imagens não o fazem, numa brincadeira que traz o sentimento de inquietação gerado pelas gravuras para a experiência de manejo da caixa. Todos os 8 livros são numerados manualmente por carimbos de MDF entalhados à mão e costurados em lombada aparente.

Ficha Técnica

Projeto gráfico para caixa de literatura experimental contendo oito livros que misturam antigo e contemporâneo, ficção e história, linguagem visual e escrita

Autoria | Ano

Casa Rex | 2017

Cliente

WMF Martins Fontes / Biblioteca Brasiliana Guita e José Mindlin

BDA 2018 - 307 - BDA 2018

LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL LIVROS



DE CAMARÕES



PRATA

Descrição do Projeto

O livro narra a biografia do multiinstrumentista Maurício Tizumba. O design cumpre o desafio de apresentar o conteúdo textual e de imagens provenientes das mais variadas naturezas e estilos com elegância, unidade e força, fazendo jus ao estilo marcante e sempre atual do artista.

Ficha Técnica

Direção de Arte: Mariana Misk | Design: Maria T. Morais e Mariana Misk | Produção Gráfica: Joana Alves | Impressão Off-set: Rona Editora | Tipografia: Coletivo 62 Pontos | Fotos: Rafael Motta

Autoria | Ano

OESTE Design | 2018

Cliente

Napele Produções Artísticas



O MECOTIPO: MÉTODO DE ENSINO DE DESENHO COLETIVO DE CARACTERES TIPOGRÁFICOS





Descrição do Projeto

Muito além da relevância do conteúdo, um livro impresso precisa gerar empatia para se justificar nos dias de hoje. O MECOTipo é produto do querer de centenas de pessoas, que se uniram para criar, diagramar e financiar a produção de uma ferramenta didática testada, discutida e ajustada durante anos ao contexto do ensino superior brasileiro de design. O resultado deste esforço coletivo é um livro de consulta com identidade visual capaz de provocar os sentidos do leitor sem desrespeitar suas demandas de leitura e um projeto gráfico que honra o conteúdo original da obra preservando todos os textos da 1ª edição, ao mesmo tempo que acomoda novas e significativas contribuições.

Ficha Técnica

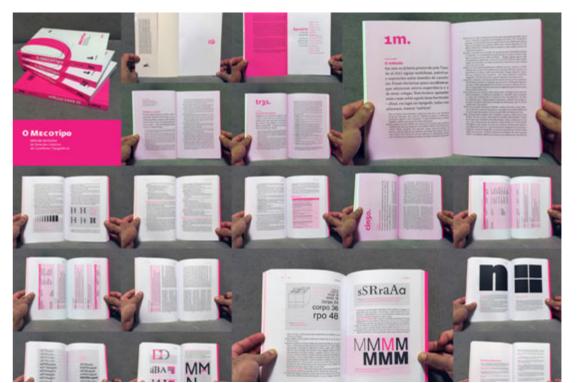
Capa: Rodrigo Vieira, Regys Lima, Buggy e Sandy Oliveira. Projeto Gráfico: Buggy, Rodrigo Vieira, Pedro Henrique, Sandy Oliveira, Lícia Braga e Regys Lima. Diagramação: Buggy, Nilo Teixeira Macena, Ana Letícia Rodrigues e Diogo Torres. Ilustração: Buggy, Nilo Teixeira Macena, Uoston Ricardo, Ana Letícia Rodrigues, Giovanna Leite de Almeida, Diogo Torres e Sabrina Helen. Formato 15,5x23cm. Miolo 2/2 cor (Preto e Pink Fluor) Papel Offset 90g/m*. Capa laminação brilho e relevo seco, 2/0 cor cartão Supremo 300g/m².

> Autoria | Ano Buggy | 2018

Cliente

Serifa Fina & Estereográfica





- 309 -

BDA 2018 - 308 -

BDA 2018

LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL



SEXTA-FEIRA DA SEMANA PASSADA



LIVROS



PRATA

Descrição do Projeto

Um livro vivo. Um objeto irrequieto em seu dinâmico formato 'dobradesdobra', na qual, 16 ilustrações impressas em silkscreen foram dobradas para dentro, deixando ao leitor a tarefa de, ao explorar as possilidades estéticas do objeto, decidir como prefere vivenciá-lo: o leitor tanto pode ignorar as imagens, mantendo-as dobradas após sua visualização quanto brincar com as inúmeras possibilidades de compor mosaicos, num dobra-desdobra que revela um prisma de construções gráficas, um "foguetório frenético" próprio da icônica narrativa escrita por Mário de Andrade em 1928.

Ficha Técnica

Edição especial do clássico de Mário de Andrade

Autoria | Ano

Casa Rex | 2016

Cliente

Ateliê Editorial





PRATA

Descrição do Projeto Projeto gráfico do livro Sexta-feira

da semana passada, de Manuel
Carlos Karam, realizado pelo
designer e ilustrador Frede Tizzot
para a editora Arte & Letra. É uma
edição especial do primeiro livro
escrito por este extraordinário autor.
A obra conta com dez ilustrações
e foi toda impressa em risografia
e encadernada manualmente,
o que torna cada cópia única.
Cada exemplar é numerado.

Ficha Técnica

Projeto Gráfico, Ilustrações, Capa e Diagramação: Frede Tizzot | Encadernação: Dani Shuster e Patricia Jaremtchuk

> Autoria | Ano Frede Tizzot | 2018

> > Cliente Arte & Letra

BDA 2018 - 310 - BDA 2018

LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL LIVROS



LULULUX - CONJUNTO NARRATIVO DE JANTAR









PRATA

Descrição do Projeto

Livro de arquitetura que engloba os 30 anos de carreira do arquiteto e designer Fernando Brandão no Brasil e na China. Apresenta aproximadamente 300 de seus trabalhos, sem a divisão entre os mundos pessoal e profissional, num formato voltado para o olhar contemporâneo. A criação também traz um objeto de design afetivo e generoso, como os tradicionais presentes chineses.

Ficha Técnica

Editado por DeTao Group -Shanghai China | Texto: Fernando Brandão, Márcio Mazza e Chris Xu | Criação e coordenação: Fernando Brandão | Designer: Elina Zhon | Assistência: Mia Huang, Joana Liu

Autoria | Ano

Fernando Brandão | 2018

Cliente

Fernando Brandão

PRATA

Descrição do Projeto

Narrativa contemporânea que testa os limites das linguagens visuais e escritas. O projeto compõe uma sequência de passagens ficcionais com uma abordagem visual em que o design não é apenas um complemento, mas um elemento transformador da experiência de leitura, ao quebrar barreiras entre literatura e design e questionar nossa percepção de como um 'livro' deve ser. Lululux é um livro: uma narrativa escrita, impressa em papel. Mas é difícil classificá-lo assim. Sem a estrutura de um tomo, seus 34 fragmentos são sequencialmente dispostos num conjunto narrativo de jantar: 20 guardanapos, 6 jogos americanos e 8 porta copos. Um interessante jogo de ressignificação com inúmeras possibilidades de leitura - um formato por vez, seguindo a sequência numérica ou servido à mesa de refeições.

Ficha Técnica

Projeto gráfico para livro em forma de "conjunto de jantar"

Autoria | Ano

Casa Rex | 2015

Cliente

Lote 42

BDA 2018 - 313 - BDA 2018

LIVROS LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL



PRATA

Descrição do Projeto

O título "O Pequeno Príncipe" é um

mais vendidos no mundo. A nova edição da Editora Melhoramentos conta com um grande diferencial: a tradução do poeta Mario Quintana. Como o poeta Armindo Trevisan definiu, "Quintana não 'traduziu' apenas 'O Pequeno Príncipe', mas soube torná-lo tão brasileiro quanto possível". Para consagrar o importante lançamento, foi criado um projeto leve, envolvente e cativante, que aposta em pequenos

detalhes que o diferenciam: uma capa que brilha no escuro

de origami de raposa – a fiel companheira do Pequeno Príncipe;

- para iluminar a imaginação do público; um marcador de página

e uma animação do Planeta B612

girando no rodapé das páginas para maior interatividade. Tudo

para promover uma experiência inesquecível de leitura.

Equipe Apis Design: Alexandre

Alves, Cleber Sant'ana, Leandro

Bonjorno e Paula Corrêa

Editora Melhoramentos

O PEQUENO PRÍNCIPE





BRONZE

Descrição do Projeto

Facsimile do diário de Hercule Florence, contendo uma autobiografia, a descrição de suas invenções e a versão final (e a única completa) do relato da viagem fluvial empreendida pela Expedição Langsdorff (1825-1828).

Ficha Técnica

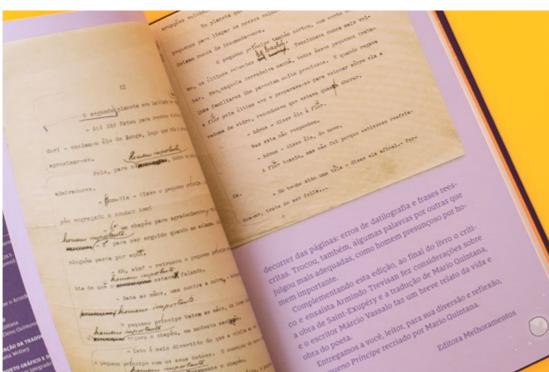
Direção de Arte: Dora Levy | Diagramação: João Carlos Heleno | Tratamento de Imagens: Felipe Caetano | Impressão : Studio Fasoli | Produção Gráfica: Dora Levy

> Autoria | Ano Dora Levy | 2017

Cliente

IHF - Instituto Hercule Florence





Cliente

Ficha Técnica

Autoria | Ano

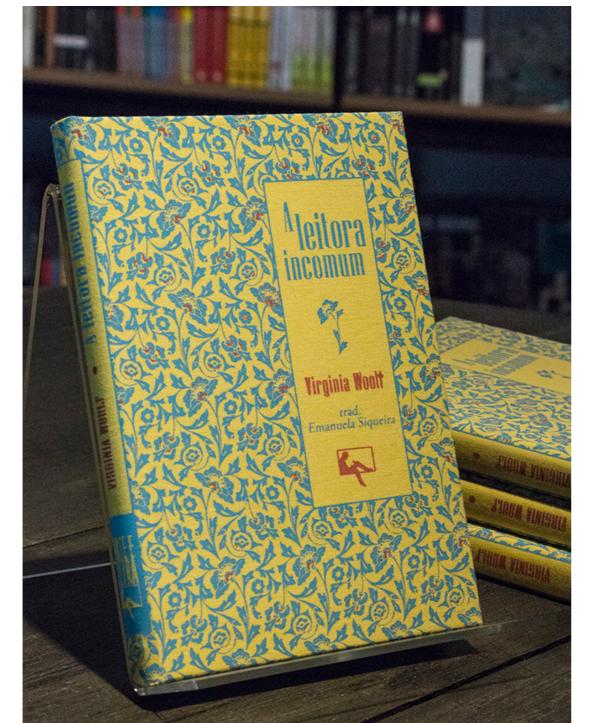
Apis Design | 2017

BDA 2018 - 314 -**BDA 2018** - 315 -

LIVROS DESIGN EDITORIAL LIVROS DESIGN EDITORIAL



A LEITORA INCOMUN





BRONZE

Descrição do Projeto

O livro "Teuda Bara - Comunista demais para ser chacrete" é, na verdade, um perfil biográfico da mitológica atriz mineira, consagrada por sua trajetória junto ao Grupo Galpão e por sua incomparável gargalhada. Resultado de uma convivência íntima entre o autor, João Santos, e a atriz, já aos seus 75 anos de idade, o livro narra episódios desde a infância de Teuda, seu ingresso no teatro, até suas mais recentes aventuras, da resistência à ditadura militar a sua passagem pelo renomado Cirque du Soleil, em Las Vegas.

Ficha Técnica

Projeto Editorial e Capa: Estúdio Lampejo | Ilustrações: Maíra Botelho | Fotografias: Acervo Pessoal da Atriz

Autoria | Ano

Estúdio Lampejo | 2016

Cliente João Santos

BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto gráfico do livro "A leitora incomun", de Virginia Woolf, realizado pelo designer e ilustrador Frede Tizzot, para a editora Arte & Letra. Livro impresso em risografia e serigrafia sobre tecido, com encadernação manual.

Ficha Técnica

Projeto gráfico, capa e diagramação: Frede Tizzot Encadernação: Dani Shuster e Patricia Jaremtchuk

Autoria | Ano

Frede Tizzot | 2018

Cliente

Arte & Letra

BDA 2018 BDA 2018 - 316 -- 317 -

LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL LIVROS



COLEÇÃO ABZ - ZIRALDO

LIVRO "O PODER DO EU TE AMO"





Descrição do Projeto

Para Ziraldo, chargista, ilustrador e escritor, as letras são coisas vivas, com nome e biografia. Foi assim que sua mãe, dona Zizi, apresentou o alfabeto a ele ainda menino: para cada letra, uma história. Nos 26 livros da coleção ABZ, as letras são personagens e vivem muitas aventuras. Ziraldo brinca com suas formas, seus sons e alterna prosa e poesia, em diferentes gêneros, a cada título. Fomos convidados para desenvolver a reformulação da coleção ABZ, juntamente com Ziraldo e a equipe editorial da Editora Melhoramentos. O trabalho contemplou a criação de um novo projeto visual e a atualização de todas as artes. A nova coleção valoriza as ilustrações e a inclusão de mais cores nas páginas para potencializar as histórias e estabelecer um ritmo de leitura convidativo, imersivo e alegre.

Ficha Técnica

Equipe Apis Design: Cauê Rodrigues, Fabricio Marangon e Monike Fernandes

Autoria | Ano

Apis Design | 2015

Cliente

Editora Melhoramentos









BRONZE

Descrição do Projeto

Marcos Piangers, autor do best-seller O Papai é Pop, fala bastante sobre paternidade ativa e desconstrução estereótipo do homem. Seu vídeo "O Poder do Eu Te Amo" viralizou e alcançou mais de 50 milhões de visualizações, então, a editora propôs transformalo em livro. O leitor é puxado à narrativa por meio de uma composição tipográfica ousada, especial em cada página. Em algumas, o leitor se pergunta por onde deve iniciar a leitura, ou termina tendo que girar o livro, e este exercício de interação o força a encontrar camadas de significado que complementam a mensagem original do autor. Detalhe: apenas tipografias brasileiras foram utilizadas no projeto.

Ficha Técnica

Arte: Fabio Haag; Escritor:
Marcos Piangers; Editor:
Gustavo Guertler; Coordenação
Editorial: Fernanda Fedrizzi;
Revisão: Germano Weirich;
Impressão: Gráfica Edelbra;
Tipografias: Margem (Fabio Haag)
e Adriane Text (Marconi Lima)

Autoria | Ano

Fabio Haag Type | 2018

Cliente Editora Belas Letras

BDA 2018 - 319 - BDA 2018

LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL LIVROS



LIVRO GRAFFITI SP







Descrição do Projeto

Projeto gráfico editado em fontes Space e DIN, em formato horizontal, otimizando o aproveitamento das imagens também horizontais, em papel simples, mais áspero, harmonizado com a arte de rua. O projeto é resultado das andanças diárias de um profissional em finanças, fotógrafo não profissional que decidiu registrar o ambiente de seus percursos por São Paulo, tornando-se uma fixação, para então, juntamente com o CJ31 e a Cong Editora, abraçar o desafio de torná-lo um livro, editar e captar os recursos para sua realização.

Ficha Técnica

Fotografia - Ricardo Czapski |
Projeto Gráfico - Marcos Pereira de
Almeida | Direção de Arte - Pedro
Queirós e Dougkas Watanabe
| Produção Cultural - Marina
Gonzalez | Tratamento de Imagens
- Felipe Caetano | Textos - Ricardo
Czapski, Binho Ribeiro e Marina
Gonzalez | Revisão - Sera Rudge
Taylor e Laura Moreira | Tradução e
Revisão inglês - Charles Holmquist

Autoria | Ano

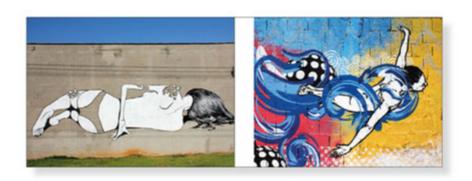
Cj 31 Design E Comunicação | 2018

Cliente

Editora CONG











BRONZE

Descrição do Projeto

Esse livro triangular tem três autores, três linguagens e um objetivo: expandir as possibilidades semânticas da materialidade do livro enquanto objeto. Enquanto o seu formato triangular chama atenção por ser dinâmico e surpreendente, seu tamanho convida o leitor à intimidade. Quando aberto, o livro convida o leitor para dança: ele não se lê só com os olhos, mas também com o corpo: abrir, manusear e girar a obra para vivenciar a experiência de leitura completa. As imagens abstratas constituem uma narrativa por meio das cores e do material, enquanto a posição de cada palavra no espaço do papel compõe outra linguagem para contar a história. O livro propõe a seguinte pergunta: até quando dá para uma vida inteira caber num mundo quadrado?

Ficha Técnica

Texto: Patrícia Vasconcellos | Projeto gráfico : Eduardo Souza e Gabriela Araujo | Ilustração : Eduardo Souza | Diagramação: Gabriela Araujo | Encadernação: Soraya Holder | Impressão: Companhia Editora de Pernambuco - CEPE

Autoria | Ano

Caleidoscópio Edições | 2018

Cliente

Caleidoscópio Edições

BDA 2018 - 320 - BDA 2018

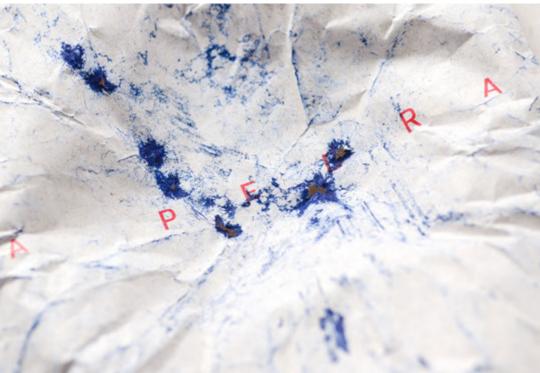
CAPAS DE LIVROS CAPAS DE LIVROS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL



COLEÇÃO DÉCIO PIGNATARI







déciov odéc terc eirodé io iag empig ciotem rosto natarimagn popignatar dapignata ética rimemória

décion décion de mois modifica not a rois con ética

PRATA

Descrição do Projeto

Na capa, título e nome do autor são mostrados como palavras e letras que funcionam quase como elementos independentes uns dos outros, livremente agrupados e reagrupados, permitindo inúmeras e diferentes possibilidades de leituras e, assim como o trabalho de Pignatari, brincando com os limites da expressão literária e visual.

Ficha Técnica

Criação de capas para coleção de livros composta por 3 obras do concretista Décio Pignatari

> Autoria | Ano Casa Rex | 2015

> > Cliente

Ateliê Editorial

PRATA

Descrição do Projeto

Cada sobrecapa foi prensada manualmente, utilizando-se uma pedra sobre papel carbono. O resultado da tinta depositada pelo papel carbono é um desenho único para cada uma das 1000 sobrecapas, que carregam os registros das "pedradas" que tomaram.

Ficha Técnica

Capa para livro de ficção "A Pedra"

Autoria | Ano

Casa Rex | 2017

Cliente

Lote 42

BDA 2018 BDA 2018 - 322 -- 323 -

CAPAS DE LIVROS DESIGN EDITORIAL CAPAS DE LIVROS



A PEÇA INTOCADA





Descrição do Projeto

Criação de capa para livro de poesias Haicai de João Varella, como resultado da sua experimentação pessoal testando os limites formais do Haicai — às vezes respeitando, às vezes rompendo suas estritas regras desta. Estes poemas exploratórios foram também interpretados visualmente através da colaboração com o ilustrador FP Rodrigues. O livro teria uma tiragem limitada de 1000 exemplares. Cada capa de seus 1000 exemplares foi manualmente impressa em tinta acrílica a partir de stencils dos números 42 e 7, sobrepostos em diferentes posições e cores. Essas combinações criaram uma miríade de resultados, desde capas mais legíveis até outras bastante abstratas, permitindo que cada capa se tornasse única.

Ficha Técnica

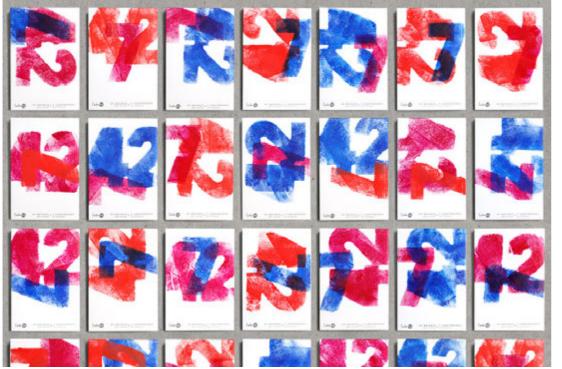
Criação de capa para livro de Haicais

Autoria | Ano

Casa Rex | 2015

Cliente Lote 42









BRONZE

Descrição do Projeto

Capa do livro "A peça intocada", de Luci Collin, desenhada e ilustrada pelo designer e ilustrador Frede Tizzot para a editora Arte & Letra.

Ficha Técnica

Ilustração e Projeto Gráfico: Frede Tizzot

Autoria | Ano

Frede Tizzot | 2018

Cliente Arte & Letra

BDA 2018 - 325 - BDA 2018

CAPAS DE LIVROS DESIGN EDITORIAL CAPAS DE LIVROS



HISTÓRIA DA TEORIA DA ARQUITETURA





BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto para o CD do multiinstrumentista Maurício Tizumba, obra musical inspirada na vida de Galanga Chico Rei, escravo e herói negro. O design deveria retratar a vida do personagem: sua escravidão, a conquista pela liberdade e a construção de seu reinado.

Ficha Técnica

Direção de Arte: Mariana Misk | Design: Aline Ribeiro, Mariana Misk e Mariana Rena | Produção Gráfica: Joana Alves | Fotos: Rafael Motta

Autoria | Ano

OESTE Design | 2015

Cliente

Maurício Tizumba







BRONZE

Descrição do Projeto

Escrito por Hanno Walter, o livro reúne uma vasta pesquisa enciclopédica que abrange a teoria da arquitetura ocidental ao longo dos últimos dois mil anos. O projeto gráfico joga com a tridimensionalidade, explorando a larga espessura do livro para, ao remover as tradicionais fronteiras entre a capa e lombada, sugerir a própria edificação arquitetônica.

Ficha Técnica Capa de Livro

Autoria | Ano Casa Rex | 2016

> Cliente EDUSP

BDA 2018 - 327 - BDA 2018

PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS







Descrição do Projeto

PRATA

O livro foi criado para que *planners*, *creatives* e *brand managers* entendam que os "*youtubers*" vieram pra ficar e que o *Youtube* é uma ferramenta estratégica na construção de marcas.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Marcio Mota | Direção de Design: Alex Libotte | Líder de Projeto: Vivi Kano | Designer Responsável: Pedro Mattos | Fotografia: Roberto Linsker | Time Extendido: Cris Inoue, Carol Ohashi, Filipi Filippo, Lucas Blat e time RG/A. | Consumer Insights: Corina Karsch, Rodrigo Macieira e Fernando Sá | Conteúdo: Tatiana Rossi, Amanda Mont'alvão, Ana Guadalupe e Juliana Bernardino | Produção Gráfica: João Lima

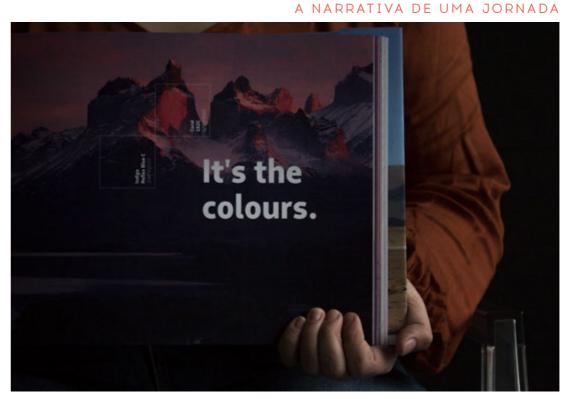
Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2017

Cliente

Google Brasil





BRONZE

Descrição do Projeto

Um projeto que simbolizasse um ano do lançamento da marca LATAM. Mais do que uma celebração, criamos uma história repleta de palavras, imagens e paixão: o Livro LATAM. O livro tem o formato final de 30 x 21,4 cm, com 104 páginas e acabamento com lombada quadrada, corte reto e miolo costurado e colado.

Ficha Técnica

Interbrand Claudio Edinger

Autoria | Ano Interbrand | 2016

> Cliente Latam

BDA 2018 - 329 - BDA 2018

PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS DESIGN EDITORIAL REVISTAS, JORNAIS E PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS



RELATÓRIO SOCIAL: PERGUNTE AOS EXPERTS







BRONZE

Descrição do Projeto

Relatório que sintetiza as ações socioambientais (do biênio 2014-2015) promovidas por um dos maiores e mais renomados escritórios de advocacia do país: Pinheiro Neto Advogados.

Ficha Técnica

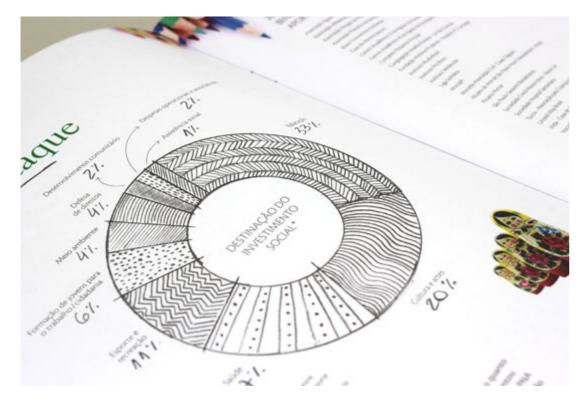
Conceituação: André Senra | Projeto Gráfico e Diagramação: André Senra | Fotos: Ary Diesendruck | Redação: P&B Comunicação

Autoria | Ano

Oz Estratégia+Design | 2016

Cliente

Pinheiro Neto Advogados





Months of the second se

PRATA

Descrição do Projeto

Mó é uma publicação periódica. Cada edição apresenta um tema diferente, com textos e trechos de renomados autores mortos, ilustrados por um artista convidado. A publicação vai além do formato convencional de uma revista, apresentando seu conteúdo por meio de páginas destacáveis, cujo formato segue um grid modular flexível. Tanto as dimensões quanto a direção retrato/paisagem das páginas variam de acordo com cada edição, dando ao artista uma 'tela em branco' para explorar a superfície da publicação da forma que desejar. Ao mesmo tempo, ao manter-se dentro da estrutura de seu grid modular, embora cada edição apresente um layout de página e estilo gráfico particular, garante-se uma clara unidade entre eles.

Ficha Técnica

Projeto gráfico para publicação periódica

> Autoria | Ano Casa Rex | 2016

> > Cliente

Lote 42

BDA 2018 - 330 - BDA 2018

REVISTAS, JORNAIS E PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DESIGN EDITORIAL DESIGN EDITORIAL REVISTAS, JORNAIS E PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS



REVISTA DO DRAGÃO



Criação do design e diagramação da publicação periódica trimestral de circulação nacional Revista Dragão do Mar. Seu objetivo é apresentar a produção intelectual, cultural e artística cearense ao público em geral e também aos formadores de opinião de todo o Brasil. A proposta é, de certa maneira, buscar uma forma de "furar o bloqueio" simbólico dominado pela pauta ditada pelo sudeste do país. Para alcançar essa meta, a Revista pretende dar voz principalmente aos "filhos ilustres" do Ceará por meio de reportagens, ensaios, ficção, teses e demais tópicos criativos.

Ficha Técnica

BRONZE

Descrição do Projeto

Design - Ana Soter | Designer Assitente - Rafaela Sarinho

Autoria | Ano

Ana Soter | 2017

Cliente

Instituto Dragão do Mar, Fortaleza - Ceará





Ao longe, riso ti-

ao mesmo tempo que impacta com um caga um cigarro, veste a roupa para o ensaio sentir feliz sendo quem quero ser", revela. fotográfico e, sem esforço, posa para as lendelo tradicional. Transgênero, vem queamiga e profissional.

vel com meu corpo e minha imagem. Desde criança, nunca me adequei às normas minhar que é um desfilar natural. Ao se que a sociedade buscou impor e, quase naaproximar, pede desculpas pelo atraso, pe turalmente, busquei quebrá-las para me 2014. "Uma das pessoas que trabalhava na da, na verdade sempre sofri, Isso ainda es

A interação da modelo com o seu corpo tes da nossa equipe. No entanto, a recifen- é fluida e pode ser observada nas fotos que se Linda DeMorrir, 25 anos, não é uma moposta em suas redes sociais e na esponta-taria de desfilar para a marca. Eu achei ceu no dia 16 de agosto. "É uma grande reneidade em que posa para trabalhos probrando barreiras no mundo da moda e na fissionais. "Nunca pensei muito sobre isso, sua vida agora como filha, universitária, na verdade. Ele (o próprio corpo) sempre esteve comigo, e sempre achei importante tilista pernambucano Cris Moura para vesaprender a amá-lo do jeito que ele é, mestir sua coleção de inverno 2016, CUBO_3.0, ca de um relacionamento mais profund nero, experimentou a vivência como drag mo quando tudo à sua volta procura te fa- que traz peças livres de gênero e que pos- com a família. "Claro que é difícil para eles queen, que são homens performáticos que zer querer ser outra coisa. Estar à vontade sui inspiração nas pessoas de espírito jo-

um sorriso tigenera. Sempre me senti muito confortiNeste periodo, teve uma de suas grandes
tem muitas amarras que precisam ser reoportunidades: trabalhar como modelo vistas, como a falta de espaço para pessoa: profissional pela primeira vez e desfilar gordas. E, sim, já sofri preconceito pela mipara a Vêtements, no Paris Fashion Week nha identidade de gênero no meio da mo marca me viu dançando numa festa no La tá longe de mudar, ao meu ver", desabafa Java (uma das danceterias mais antigas de Quando se trata de inspiração, não hesita Paris) e me abordou perguntando se eu gos- ao falar da atriz Elke Maravilha, que faleque ele só quería me pegar, mas depois sa-

quei que era real", conta, aos risos. De volta ao Recife, foi convidada pelo es-

de ser quem ela era", ressalta.

e muitas aventuras. PÁGINA II

Uma outra batalha a ser vencida é a bus-

BRONZE

Descrição do Projeto

Diario de Pernambuco é o jornal mais antigo da América Latina, com 193 anos. Seu projeto gráfico foi pensado para que possa ser executado em um grid modular ou de forma mais livre. Nos exemplos anexados, é mostrada a diferença entre capas do meio da semana e do fim de semana (quando o jornal tem uma Superedição e cada caderno é enumerado, indo do 1 ao 5). O desafio deste projeto é produzir design editorial com relevância, apesar das transformações que o jornalismo impresso vem atravessando e das diversas maneiras de se consumir informação.

Ficha Técnica

Edição de arte e multimídia: Jaíne Cintra | Equipe: Zianne Torres, Moacyr Campelo, Karla Linck, Kaio Leon, Camila Veras, Anderson Brito, Ricardo Garcia, Alex Brito e Antônio Carlos. Ilustrador: Silvino

> Autoria | Ano Jaine Cintra | 2016

Cliente

Diario de Pernambuco

BDA 2018 - 332 -- 333 -**BDA 2018**

ABEDESIGN

Ficha Técnica

REALIZAÇÃO ABEDESIGN - Associação Brasileira das Empresas de Design Chief of Design Printi Follow the Colours Senac SP – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro André Poppovic – Oz Estratégia + Design e Pequenas Empresas Átila Franco - CDA Design Beto Guimarães de Almeida - Interbrand Gustavo Greco - Greco Design ABD – Associação Brasileira de Designers de Interior Joaquin Presas - Ponto Design ABRE - Associação Brasileira de Embalagem ADG - Associação Brasileira de Designers Gráfico do Brasil Camila Tabacchi – Gerente Executiva ABEDESIGN AP Design – Associação dos Profissionais do Rio Grande do Sul AsBEA – Associação Brasileira dos Escritórios de Arquitetura Larissa Oliveira – Analista de Projetos ABEDESIGN IED – Instituto Europeu Di Design Geovana Barros - Assistente Administrativo e Financeiro ABEDESIGN Diego Aguilar Dorta – Designer ABEDESIGN PróDesign Marina Maia Ribeiro – Marketing Printi Ellen Camila de Freitas Pretel - Marketing Printi CBD - Centro Brasil de Design Echos - Laboratório de Inovação

Greco Design

D&AD



