

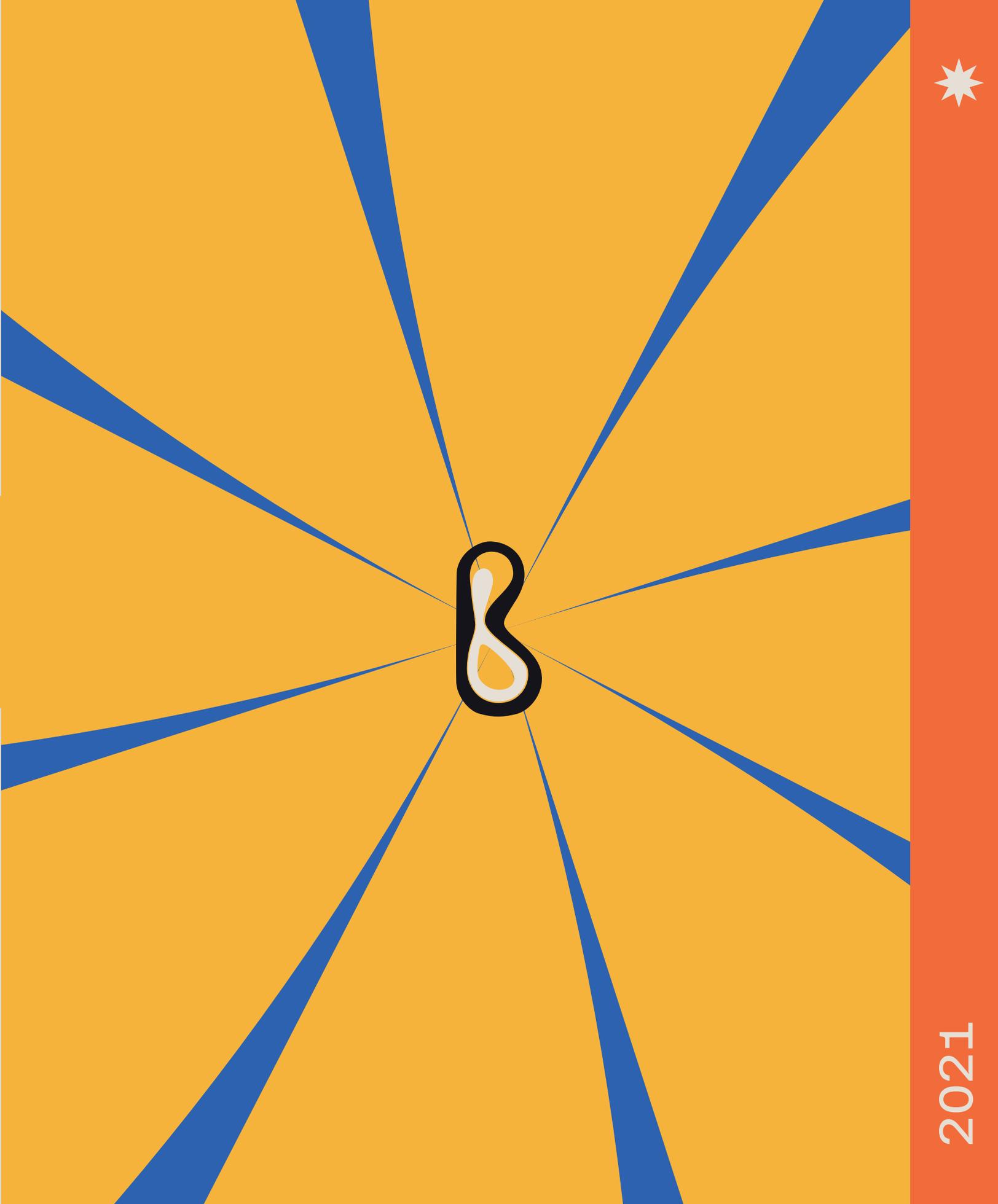


**BRASIL
DESIGN
Award**

REALIZAÇÃO

ABEDSIGN

2021



2021





Sumário

05	Palavra do Diretor Geral do Prêmio	87	Design de Ambiente	250	Design Digital
06	Júri	101	Design de Embalagem	280	Design Editorial
07	Homenageados	145	Design de Impacto Positivo	317	Design Gráfico
11	Branding	206	Design de Produto		
39	Craft for Design	245	Design de Serviço		

REALIZAÇÃO

ABEDESIGN

PATROCÍNIO



APOIO



PARCERIA



DIRETOR GERAL DO PRÊMIO



Gustavo Greco

O BDA chega à sua décima primeira edição. O número de inscrições veio em uma crescente: 860 em 2019, 1.464 em 2020 e 1.624 em 2021, o que representa um aumento de 90% se compararmos com 2019 e de 11% em relação a 2020. Mais do que constatar o aumento da quantidade dos projetos inscritos, é importante dizer sobre a ampliação da participação de empresas de todas as regiões do Brasil. Sempre digo que, para declararmos o BDA e também a ABEDESIGN como nacionais, precisamos realmente representar o país e, para isso, é necessário descentralizar o nosso olhar.

Em uma primeira etapa, 140 jurados julgaram as 1.624 inscrições individualmente. 30% dos projetos receberam a média de notas acima de 7, compondo o shortlist, e passaram para uma segunda fase: em que as notas de 7.0 a 7.9 são bronze, de 8.0 a 8.9 prata e de 9.0 a 10 ouro. Os projetos que receberam a classificação ouro passaram para uma última fase de julgamento na qual foram escolhidos os projetos que levaram nosso icônico troféu Grand Prix para casa.

E nunca foi tão urgente para as marcas entenderem seu lugar no mundo - o famoso ponto de encontro de suas habilidades com suas crenças e os problemas à sua volta. É impossível dissociar um projeto dos valores e dos conceitos que o originaram, das ideologias por trás dele. O design nunca é neutro. Considerando que fazemos, na maioria das vezes, trabalhos para os outros, o design sempre terá, fundamentalmente, um papel social e político.

Nesse sentido, a bandeira é um dos artefatos gráficos mais poderosos já criados por seres humanos. Ela comunica ideias rapidamente e impacta nossas emoções. Tendo a síntese como base de sua composição, é um dos símbolos mais antigos que ainda se fazem contemporâneos. Para representar um país, ou uma causa, tal insígnia simboliza o grupo para o indivíduo e, no caminho de volta, mostra a identificação desse indivíduo com o grupo. E ainda expõe seus valores. Segundo Ted Kaye, “uma bandeira é um símbolo visível de um vínculo invisível”.

O tema “Que bandeira você carrega?” norteou o Brasil Design Award 2021. Aqui, você encontra os projetos que mereceram destaque nessa edição. Bom proveito!



Diretoria Executiva ABEDESIGN



Branding**LEVI GIRARDI | PRESIDENTE**

Laura Scofield	Natália Rosa
Allyson dos Reis	Arnaldo Bastos
Luiz Felipe Di Lorenzo	Rachel Lima
Laura Scofield	Raimundo Britto
Fernando Ribeiro	Georgia Nunes
Felipe Gama	Alisson Souza
Annelise Alves	
André Kieling	

Design de Ambiente**STEPHANIE RIBEIRO | PRESIDENTE**

Maria Cau Levy	Vanessa Paiva
Marcus Vinicius Damon	Valentina Falk Leta
Gabriela de Matos	Adriana Fontana
Paula Motta	Monique Corrêa
André Scarpa	Tainá de Paula
Eduardo França	
Mike Câmara	

Design de Impacto Positivo**WAGNER SILVA | PRESIDENTE**

Vinicius Sueiro	Mel Campos
Lucas Josué Dias	Gustavo Borges
Indaiá Militão	Horrana Porfirio
Gisela Schulzinger	Felipe Silva
Fernando Mascaro	Nina da Hora
Flavia Teixeira	
Vanessa Queiroz	

Design de Serviço**BÁRBARA VILLAR | PRESIDENTE**

Luis Alt	Isadora Dickie
Karla Cruz	Bruno Capella
Juliana Crizo	Fernando França
Izabel Barreto	Livia Fauaze
Clarissa Biolchini	Brunno Apolonio
Chico Adelano	Lázaro Camões
Jeff Gomes	
Martha Casalaspro	

Design Editorial**GABRIELA CASTRO | PRESIDENTE**

Rogério Ianelli	Julia Masagão
Raquel Matsushita	Germana de Araújo
Mateus Valadares	Carla Piaggio
Marise Chihiro	Taygoara Aguiar
Luciana Orvat	Letícia Quintilhano
Lilia Goes	Tamires Lima

Craft For Design**FABIO HAAG | PRESIDENTE**

Lygia Pires	Fabrizio Lenci
Jackson Alves	Felipe Amaral
Thiago Sieiro	Guido Dezordi
Rodrigo Saiani	Eduardo Moreno Batista
Maria Fontenelle	Ale Mazini
Johnny Britto	Isabela Santos
Claudio Reston	Auá Mendes
Ana Laydner	(Awá Arã Mura)

Design de Embalagem**LAURA AMARAL | PRESIDENTE**

Ricardo Bezerra	Will Nunes
Mario Narita	Vini Vieira
Luis Bartolomei	Margarete Tieme Doi Takeda
Isabela Rodrigues	Filipa Pinto
Fabio Mestriner	Nohoa Arcanjo
Cris Inoue	Isabella Salibe
Anie Lou Lima	

Design de Produto**SERGIO MATOS | PRESIDENTE**

Ronald Sasson	Rodrigo Luz
Reginal Galvão	Letícia Sakomura
Mônica Barbosa	
André Gurgel	
Dayana Molina	
Amanda Santana	
Izabella Aurora Suzart	

Design Digital**JÉSSICA GOMES | PRESIDENTE**

Vinicius Theodoro	Polli di Castro
Rafael Bessa	Diego Justino
Giulia Fagundes	Ubiratan Silva
Denise Saito	Renato Paixão
Gabriela Barreira	Júlia Moura
Joaquim Fernandez Presas	
William Spiga	
Lucas Candido	

Design Gráfico**RENATA POLASTRI | PRESIDENTE**

Valquíria Rabelo	Marcelo Montore
Rafael Quick	Maikon Nery
Deiverson Ribeiro	Fernando Quintas
Daniel Escudeiro	Henrique Almeida
Daniel Brito	Elio Silva
Julia Haiad	Mariana Barros
Leandro Lima	Tadeu Costa
Samie Carvalho	

Homenageados



Rachel Lima

Diretora e Representante PretADG
Iniciativa de apoio a diversidade no Design



Cristiane Rosenbaum

Fundadora da Feira Rosenbaum
Homenageada Profissional de Promoção
ao Design



Lucas Foster

Fundador Dia Mundial da Criatividade
Veículo do Ano



Associação Brasileira de Embalagens

Homenageados como Instituição de apoio ao Design



PUC - Rio de Janeiro

Homenagem de Instituição de Ensino no Design



Goya Lopes

Homenagem Hall da Fama

Destaque



**Tátil Design de Ideias
(Empresa do Ano)**



**Natura
(Cliente do Ano)**

Branding



REALIZAÇÃO

ABEDESIGN



BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



Coffee Lab - Posicionamento de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Coffee Lab é um dos principais laboratórios de café do mundo, com diversos prêmios e inúmeros apaixonados pela marca. Iniciaram em 2009 como uma escola dedicada ao ensino do café e, com o passar do tempo, tornaram-se um laboratório de torra, degustação e preparo de cafés de qualidade, focados em microlotes com características singulares, responsabilidade ecossocial e rastreabilidade do pé ao pacote. A pandemia trouxe inúmeras restrições ao comércio, e isso afetou drasticamente as cafeterias. O Coffee Lab, capitaneado por Isabela Raposeiras, viu nesse cenário o momento de se reposicionar, reduzindo o foco na cafeteria, fortalecendo o braço de ensino através de cursos, mentorias e consultorias, e se tornando uma editora de nicho. A afirmação desse novo momento resultou em um rebranding.

AUTORIA | ANO

Petrikór Design

CLIENTE

Coffee Lab





Significa você assumir o seu período menstrual.

E que vamos falar abertamente sobre o seu período.

NEOLOGISMO

Yuper

YOUR

PERIOD

Relaciona-se, ainda, a fazer parte assumidamente, de um grupo: ser uma Yuper (o sufixo "er" no inglês traz o sentido de quem realiza a ação ou uma atividade).

Yuper: Viva Novos Períodos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vivemos em uma sociedade em que o sexo feminino aprendeu a sentir vergonha e até mesmo desrespeitar seu corpo. Mas isso já não pode ser realidade, ainda mais quando falamos em saúde feminina. A Yuper nasce, então, por acreditar que as mulheres merecem mais. Chega com "menstruação sem tabu" como seu conceito embrionário. Transformando a forma que lidamos com a menstruação, a marca promove reeducação e liberdade de fala, além de repensar hábitos e conceitos ao redor do período menstrual. A empresa comercializa produtos como copos e discos menstruais que coletam o fluxo menstrual de forma saudável ao corpo. A concepção do trabalho de branding se inicia na estratégia de posicionamento, desdobrando-se em pontos de contato que materializam verbal e visualmente o propósito da marca.

AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Yuper





fuc*ffee!

*moeu
fodeu*

- meninos
- meninas
- menines

**alerta,
caminho
sem volta!**



Coffee Lab - Voz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Coffee Lab é um dos principais laboratórios de café do mundo, com diversos prêmios e inúmeros apaixonados pela marca. Iniciaram em 2009 como uma escola dedicada ao ensino do café e, com o passar do tempo, tornaram-se um laboratório de torra, degustação e preparo de cafés de qualidade, focados em microlotes com características singulares, responsabilidade ecossocial e rastreabilidade do pé ao pacote. A pandemia trouxe inúmeras restrições ao comércio, e isso afetou drasticamente as cafeterias. O Coffee Lab, capitaneado por Isabela Raposeiras, viu nesse cenário o momento de se reposicionar, reduzindo o foco na cafeteria, fortalecendo o braço de ensino através de cursos, mentorias e consultorias, e se tornando uma editora de nicho. A afirmação desse novo momento resultou em um rebranding.

AUTORIA

Petrikór Design

CLIENTE

Coffee Lab



Significa você assumir o
seu período menstrual.

E que vamos falar abertamente
sobre o seu período.

NEOLOGISMO

Yuper

YOUR

PERIOD

Relaciona-se, ainda, a fazer parte
assumidamente, de um grupo: ser uma Yuper
(o sufixo "er" no inglês traz o sentido de quem
realiza a ação ou uma atividade)

Yuper: Viva Novos Períodos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vivemos em uma sociedade em que o sexo feminino aprendeu a sentir vergonha e até mesmo desrespeitar seu corpo. Mas isso já não pode ser realidade, ainda mais quando falamos em saúde feminina. A Yuper nasce, então, por acreditar que as mulheres merecem mais. Chega com "menstruação sem tabu" como seu conceito embrionário. Transformando a forma que lidamos com a menstruação, a marca promove reeducação e liberdade de fala, além de repensar hábitos e conceitos ao redor do período menstrual. A empresa comercializa produtos como copos e discos menstruais que coletam o fluxo menstrual de forma saudável ao corpo. A concepção do trabalho de branding se inicia na estratégia de posicionamento, desdobrando-se em pontos de contato que materializam verbal e visualmente o propósito da marca.

AUTORIA
StudioBah

CLIENTE
Yuper





Dexco

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“O projeto surge num contexto de transformação para a marca em todos os âmbitos. Com a maior aquisição da sua história, a antiga Duratex se propôs a uma mudança de mindset: de uma companhia industrial passariam a ser uma companhia focada em soluções. Assim, nosso projeto tinha o objetivo de gerar valor para a Duratex, por meio da criação de uma estratégia para a marca corporativa que correspondesse as suas ambições para o futuro: definindo um cenário para a melhor convivência entre a nova marca corporativa e as demais marcas que passaram a fazer parte do grupo e do portfólio de produtos, uma estratégia relevante e diferenciadora e uma expressão traduzisse a sofisticação e o caráter inspirador da marca e a sinergia entre as marcas do grupo.

AUTORIA | ANO

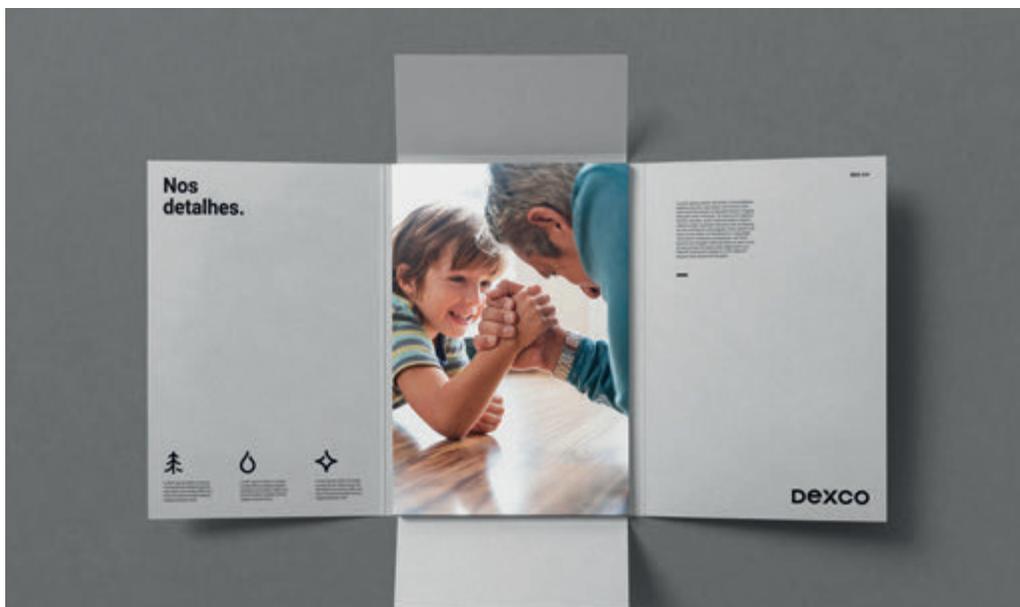
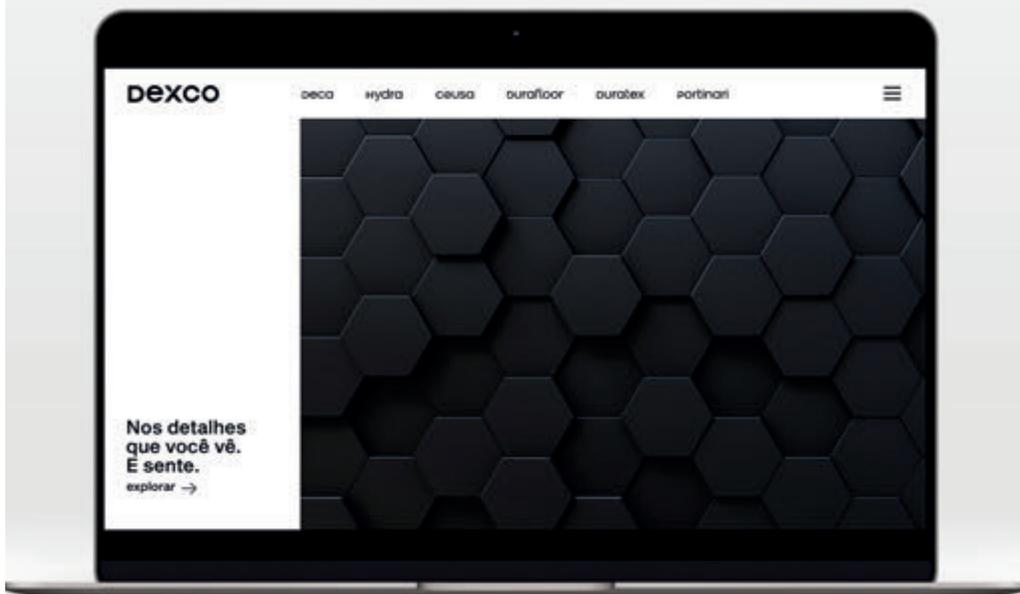
Interbrand

CLIENTE

Dexco (Antiga Duratex)

Dexco

dexco portinari hydra duratex ceusa durafloor





AMAZ

aceleradora
de impacto.

uma
prova
de
amor
pela

Amaz contém em si o verbo "amar",
transmitindo o sentimento de respeito
e carinho que temos por essa floresta,
o maior bioma brasileiro.



AMAZÔNIA

AMAZÔNIA

→ **AMAZ**ÔNIA

AMAZ

o acento circunflexo se transforma
em seta e carrega o legado da
palavra "Amazônia" no logotipo.

AMAZ[↑]

A seta se projeta em um movimento
de aceleração exponencial para
o futuro e serve também como
uma versão abreviada do logotipo.



Amaz. Aceleradora de Impacto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A AMAZ Aceleradora de Impacto surgiu a partir da evolução do Programa de Aceleração e Investimento de Impacto da Plataforma Parceiros pela Amazônia. 100% dedicada ao empreendedor que atua na Amazônia, após acelerar 30 startups, explorar a riqueza e a diversidade do ecossistema de impacto amazônico e ser reconhecido como o melhor programa de aceleração do norte do país, a marca evoluiu naturalmente para uma aceleradora de impacto. A AMAZ é coordenada pelo Idesam e tem como parceiros e fundadores Fundo Vale, Instituto Humanize e ICS. Seu antigo nome era Programa de Aceleração da Plataforma Parceiros pela Amazônia. Para renomear este programa inovador, nos inspiramos em ideias relacionadas ao maior bioma brasileiro.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

IDESAM | Programa de Aceleração e Investimento de Impacto da Plataforma Parceiros pela Amazônia



Asterisco* Naming

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Asterisco é um caractere tipográfico que seleciona, indica, sublinha e destaca. Um símbolo que tem como propósito a curadoria da informação e dar luz aos detalhes que interessam. Asterisco é a plataforma de conteúdo e curadoria que serve como uma lente de observação criativa que compartilha ideias e iniciativas, de pessoas e marcas, que fazem a diferença no mundo e querem construir um futuro mais desejável.

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Tátil

asterisco*

De conteúdos e iniciativas que geram impacto positivo e fazem diferença no mundo.



Carlsberg

Dezembro '19

Carlsberg mais perto da criação da primeira garrafa de cerveja de papel do mundo

Foram reveladas três novas protótipos de pesquisa para sua Green Fiber Bottle - pela primeira vez contendo cerveja! Mais empresa sênior está agora comprometida com a tecnologia de garrafas de papel.



De conteúdos e iniciativas que geram impacto positivo e fazem diferença no mundo.



Novembro '19

Mccharge: McDonald's drive-thru electric charging stations in Sweden

As the number of electric-powered passenger cars is increasing in Sweden, McDonald's has grown to become Sweden's largest restaurant chain for electric car charging after installing its first charging posts as early as 2008, the mega-chain now counts with 58 charging stations around the Scandinavian country. The expansion of charging stations continues as McDonald's aims to include charging stations at all its drive-thru restaurants.





keep it simple.

LO
VIN,



keep it simple.

Dizem que ninguém escolhe por quem vai se apaixonar. E a gente concorda: o coração tem mesmo vontade própria. Quando menos se espera, ele traz um frio na barriga, acelera os batimentos e causa os suspiros mais profundos. E foi com essa inspiração que o Lovin' surgiu: um vinho em lata premium elaborado para que cada gole seja prazeroso, leve, fácil e simples em todos momentos. Assim como o amor.

LOVE + VINHO =

LO
VIN,

Mergulhamos em conceitos e significados buscando juntar o amor e o vinho de forma descomplicada. O resultado veio de dois idiomas diferentes que, em meio ao brainstorm, falaram a mesma língua.

Lovin' - Naming

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Lovin' Wine é a maior DNVB de vinho em lata premium do Brasil. A marca conquistou o coração dos apaixonados por vinho através de uma proposta de consumo leve e descomplicada. Mas antes de tudo isso, fomos convidados para desenvolver o projeto de naming que se desdobraria em todo o sucesso da marca. O desafio era expressar toda a ideia do negócio: um vinho em lata simples e para todos os momentos, em um nome característico de fácil conexão.

AUTORIA

Nirin Branding Agency

CLIENTE

Lovin'



Mananuk

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A MANANUK é uma curadoria de arte popular brasileira com sede em Alagoas, um importante polo nacional do gênero. Sua loja virtual seleciona e apresenta ao mercado, o que há de mais autêntico em nossa cultura. Obras que saem das mãos de artesãos que contam com poucos recursos, mas que extrapolam a sua condição social e produzem uma arte genuína, lúdica e criativa, que ganha cada vez mais espaço em decorações de alto padrão e galerias de arte. MANANUK significa “TERRA FIRME”, na língua Matis, do tronco linguístico Pano. Pertence à tribo Matis, com presença no noroeste da Amazônia brasileira e em regiões do Peru e Bolívia. Seu significado é uma alusão à força, rusticidade e origem das peças e mestres, que tiram do chão, do barro, das fibras, pedras e troncos, obras de arte únicas.

AUTORIA | ANO

Leopoldo Novaes

CLIENTE

Mananuk



MANANUK

MANANUK

MANANUK

MANANUK

MANANUK

Nude.



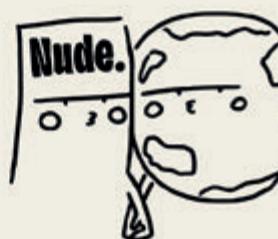
Nosso nome fala de essência.
Transparência.



**4 letras que despertam
pro essencial.**

tão simples quanto a receita: aveia, água e sal.

**Porque leite se faz assim.
Pensando no sabor de hoje.
É no mundo de amanhã.**



Nude - naming

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação do nome para Nude, a primeira marca de leite de aveia orgânica nacional que não emite carbono em sua produção.

AUTORIA

REBU

CLIENTE

Nude



Todes Telecom

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Todes é uma operadora de célula (MVNO) movida pelo propósito de conectar a todos de forma inclusiva, focando na empregabilidade LGBTQIA+, além de oferecer um serviço de atendimento personalizado para pessoas não binárias. A Todes ainda reverte 5% de seu lucro para ONGs de apoio à comunidade, além de desempenhar ações de comunicação com o intuito de educar a sociedade sobre temas como diversidade e respeito. A principal meta do processo de Naming era alcançar um nome que fosse inclusivo e que ao mesmo tempo que ressoasse os valores da comunidade LGBTQIA+. Ao fim do processo, chegou-se a uma longa lista de mais de 300 nomes. "Todes" foi o escolhido por representar a conexão que existe entre todas as pessoas de uma forma inclusiva, através da linguagem neutra.

AUTORIA | ANO

Ismo Design

CLIENTE

Todes Telecom

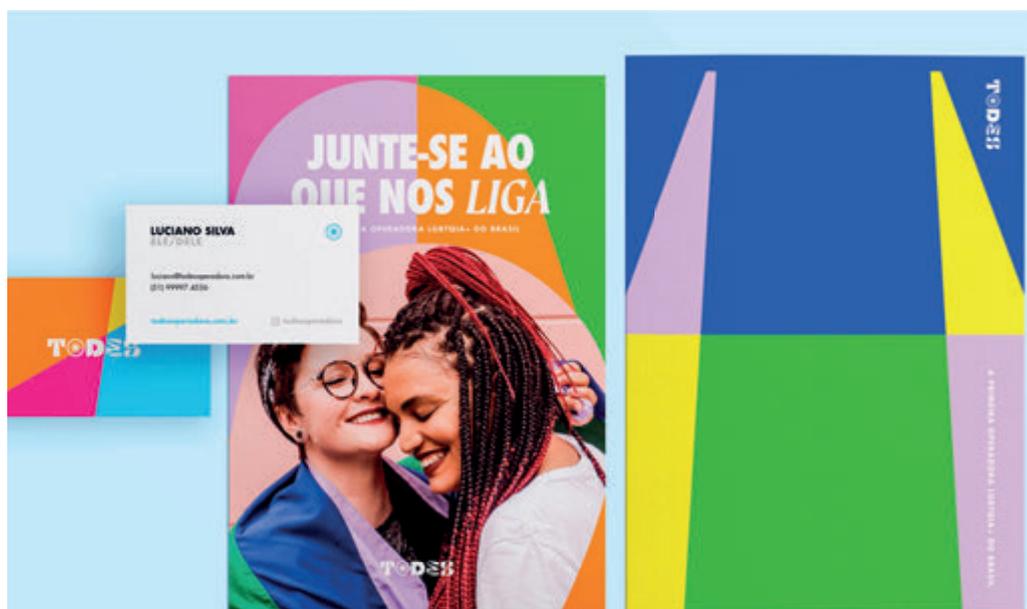
TODES

PROPÓSITO

Através da voz, estabelecer conexões plurais entre pessoas e sociedade

TAGLINE

Junte-se ao que nos liga





Beats

DESCRIÇÃO DO PROJETO

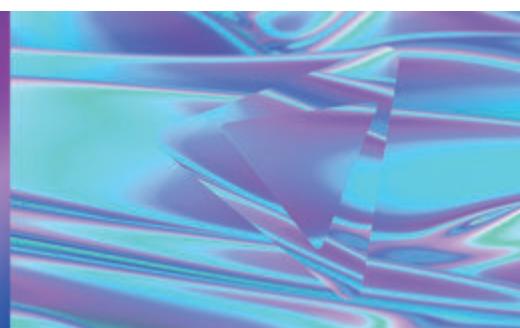
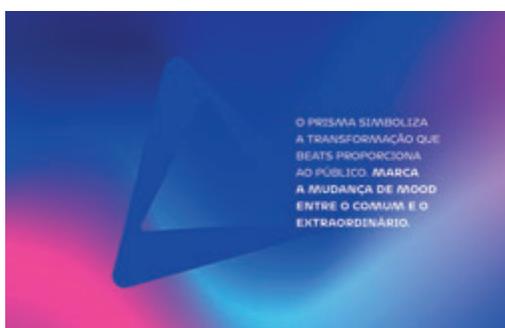
Beats é a maior marca de bebidas alcoólicas ready-to-drink no Brasil. Desde o lançamento como Skol Beats, há 20 anos, suas bebidas fizeram sucesso instantâneo entre os jovens e a marca se tornou presença constante na vida noturna e no carnaval brasileiro. Com tamanha importância no mercado, ainda havia espaço para crescer e se tornar mais relevante e significativa na vida dos consumidores. Para isso, Beats precisava se tornar uma marca icônica e independente da marca-mãe Skol, expressando o seu DNA único e aumentando sua conexão com o público-alvo. Ancorados no arquétipo do mágico, criamos um posicionamento e uma identidade visual e verbal forte e impactante, que passou a traduzir o potencial da marca de transformar momentos e promover experiências surpreendentes para o consumidor.

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Ambev





Natura Nova Estética

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2020, a Natura precisava lançar uma nova linguagem para consolidar com impacto o seu novo posicionamento de marca “O mundo é mais bonito com você”. Uma leitura atual do Bem Estar Bem convidando o consumidor e a consultora a perceberem o seu papel no processo de transformação de si mesmo e do mundo, a interdependência. Um movimento que mostra o que Natura faz e não só o que acredita. O novo posicionamento marca uma mudança na marca e isso pedia uma nova linguagem. Nossa nova estética reflete uma nova relação com a sustentabilidade, de forma contemporânea e impactante.

AUTORIA

Natura e time ampliado

CLIENTE

Natura

BRANDING

POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS



Telecine - O filme é só o começo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

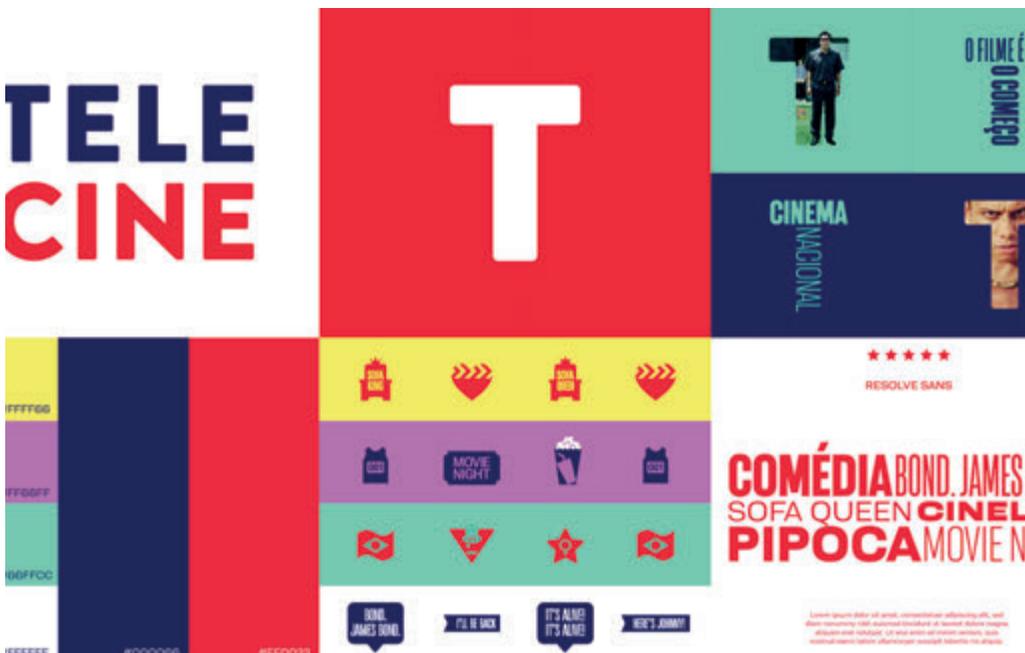
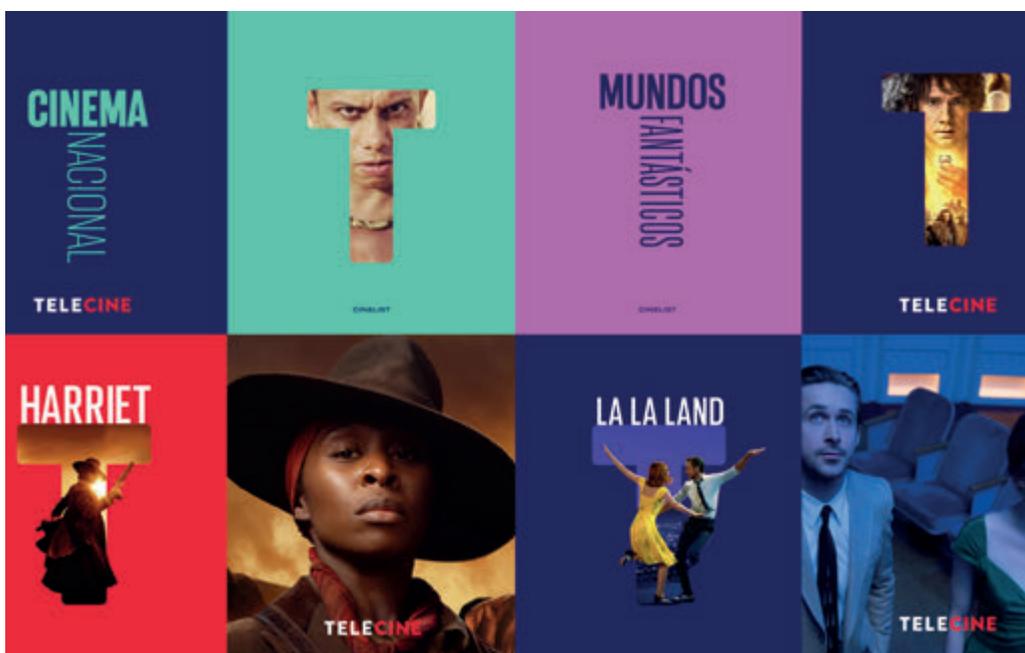
Telecine é uma referência de cinema no Brasil, mas sua posição é ameaçada a cada ano com a entrada de novos players no território de streaming. Desenvolvemos um novo posicionamento para a Marca, impactando a estratégia de negócio, experiência do serviço, parcerias, expressões visuais e verbais e a sua comunicação como um todo. Era preciso reafirmar o Telecine como referência no território do cinema, conquistar uma nova audiência, e tornar a Marca mais pop, moderna e conectada com assuntos do momento.

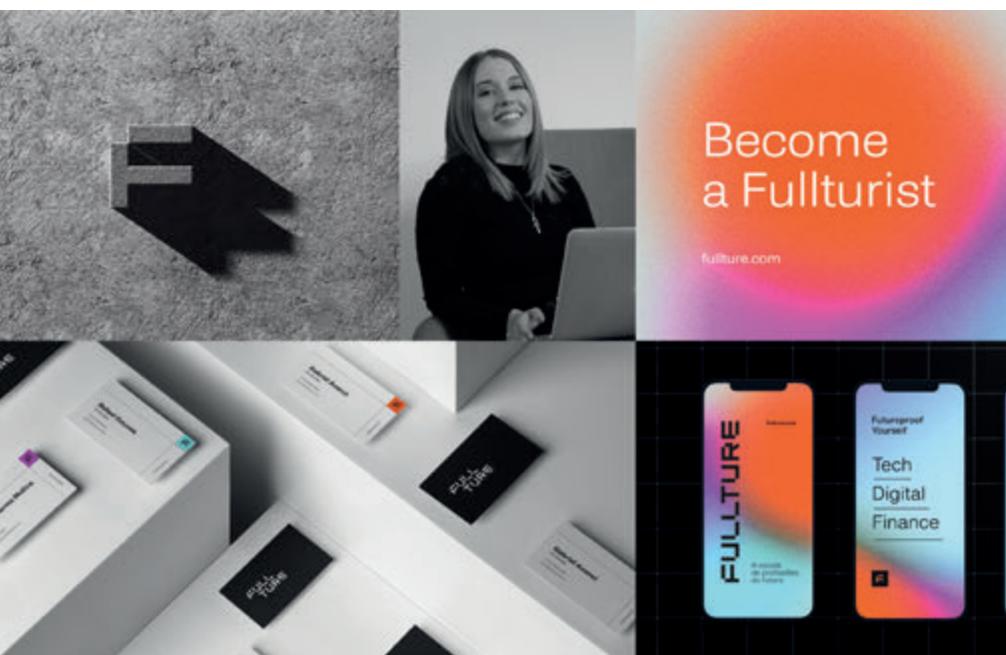
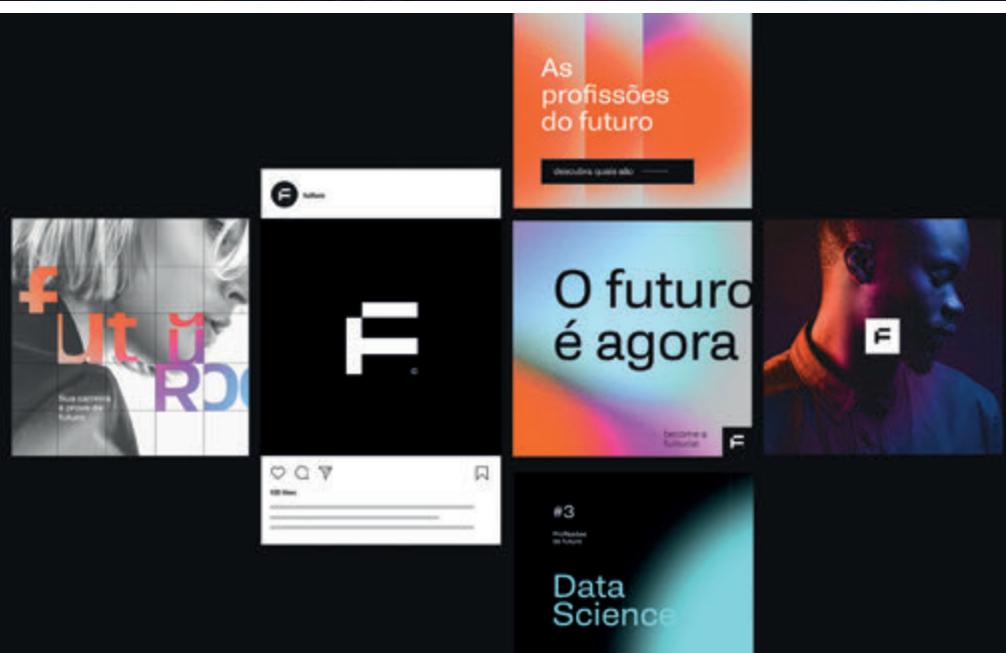
AUTORIA | ANO

Ana Couto

CLIENTE

Telecine





Fullture - Futureproof yourself

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Fullture surge com o objetivo de ser a maior escola de formação de profissionais de tecnologia do Brasil. Iniciamos nosso trabalho com a marca ainda em período de ideação e atuamos na definição de posicionamento, do nome e na criação da identidade da marca. Ainda que se defina como uma escola, a marca carrega também um braço de atividade como ecossistema, unindo profissionais e empresas para gerar oportunidades de trabalho, evolução e solução de problemas. Por ter essa e também outras especificidades no modelo de entrega, fez sentido para a marca desde seu início ter uma família de verticais, Fullture Pro, Fullture Fast e Fullture Deep. A criação das segmentações foi um caminho para também direcionar melhor a comunicação entre os diversos públicos.

AUTORIA

Bolden

CLIENTE

Fullture

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



OpenSolo - Seu mercado digital do agro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

OpenSolo foi um projeto de marca desenvolvido em paralelo à plataforma em si, ainda em estágio de pré-lançamento. Os fundadores da empresa são profissionais com décadas de experiência no Agro e por isso já possuíam a maturidade para entender o valor de uma marca. Inserida em um setor bastante tradicional e com uma proposta que dialoga com a transformação digital, não seria um cenário para experimentações ou evolução gradual. A marca deveria chegar ao mercado com alto grau de maturidade, impacto e clareza de objetivos. Nosso trabalho consistiu na criação das definições conceituais que formam a plataforma de marca, nome, identidade verbal, frases de afirmação do posicionamento, identidade visual e layout do website, direcionamentos para interface da plataforma e vídeo manifesto.

AUTORIA | ANO

Bolden

CLIENTE

OpenSolo



OpenSolo[®]

opensolo.com

DE>>> PARA

conceito
histórias de crise
falar sobre riscos
utopia e visão de futuro
linguagem corporativa
boring e complexo
bolha
futuro melhor
necessário
reativo
light

prática
histórias de sucesso
falar sobre benefício
números e resultado
linguagem humana
cool e acessível
transversal
líderes do futuro
desejável
proativo
bold

Aponta um caminho para o negócio, a marca, sua estratégia, suas expressões e experiências. Destacamos o momento atual e a sua possibilidade de evolução.

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS E
MÉDIAS EMPRESAS



MANIFESTO

Somos um só sistema feito de trocas e conexões. Entre pessoas, negócios e o meio ambiente. É preciso entender: estamos ligados. Cada escolha impacta o todo. O que você usa. Consome. Descarta. Os lugares que você frequenta. Em quem você investe. Quem você emprega. O que você devolve para o mundo. Quem te inspira. Tudo isso conta.

É o tamanho desse impacto que nos faz olhar para o futuro. Não com a postura de quem espera. E sim de quem cria. Um futuro melhor é absolutamente possível e urgente. Se somos o sistema, somos as escolhas. Somos o impacto.

Se não agora, quando? Se não nós, quem?

Por isso, no Sistema B abraçamos a missão de criar esse amanhã. Já demos quase 4.000 primeiros passos junto de líderes do mundo todo, que se identificaram com a nossa certeza: uma economia mais justa e transparente, feita de empresas comprometidas com ações e resultados impulsionados por propósito.

Líderes que enxergam que sucesso não é só sobre lucro. É sobre desejar e ajudar a construir algo. É sobre regenerar a natureza. É sobre reequilibrar o coletivo. Mais uma vez, é sobre escolhas. Esses líderes escolheram mudar suas práticas para que este amanhã seja real. São protagonistas do futuro que queremos (e precisamos) construir. Nós acreditamos nele. Nós acreditamos nas escolhas que fazemos. Metade da nossa chance é agir agora. E a outra também. Por isso, nós já começamos. Por você e por todo mundo.

PRINCÍPIOS DE EXPRESSÃO

1 desejo que transforma

Nossa linguagem é um convite à ação e à transformação. É como se sempre inseríssemos aquele "Vamos?" em nossas narrativas. Afinal, somos positivos, confiantes, motivadores.

Em vez de focar nos problemas, preferimos trazer soluções. Dessa forma, estimulamos em cada um o desejo de fazer parte do nosso movimento, utilizando uma linguagem que surpreende e encanta. É assim que apontamos os caminhos para criarmos, juntos, um novo modelo de negócios, com uma nova forma de geração de valor e com mais propósito.

É, se queremos fazer juntos, procuramos falar na primeira pessoa do plural ("nós"), trazendo esse espírito coletivo para o nosso discurso.

2 síntese inspiradora

Sabemos que os nossos temas podem ser profundos, então apresentamos sempre uma narrativa clara, informativa, icônica e objetiva. Falamos de assuntos complexos sem precisar falar difícil.

Engajamos e envolvemos indo direto ao ponto. Dessa forma, garantimos o entendimento da nossa mensagem dizendo muito com pouco: frases mais curtas nos apoiam muito nesse sentido.

Temos orgulho de divulgar nossas metas e resultados, reforçando a transparência e a credibilidade do Sistema B em todo o nosso discurso. Para isso, ícones, bullets e gráficos são ferramentas bastante eficientes.

3 protagonismo múltiplo

Nós acreditamos que empresas são feitas de pessoas para pessoas. Por isso, entendemos a importância de nos dirigirmos a cada uma delas diretamente, fazendo com que nossa mensagem reverbera entre colaboradores, sociedade e governo. Aqui, ninguém fica de fora da informação.

Para isso, temos uma linguagem inclusiva, empática, múltipla e, acima de tudo, humana. Temos a certeza de que somos todos protagonistas de um movimento diverso e agregador. É que é a partir da mudança promovida por cada um, do micro para o macro, que conquistamos uma transformação verdadeira. É global

Sistema B Posicionamento

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criar uma narrativa que potencializasse a visibilidade e o conhecimento sobre o movimento das empresas B, influenciando todos os públicos de interesse à se engajarem na direção de negócios mais sustentáveis.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Sistema B Brasil

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS E
MÉDIAS EMPRESAS



Zippi. O cartão semanal do autônomo.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Zippi é o primeiro e único cartão de crédito feito pro autônomo, uma das maiores forças da economia brasileira e um público que até hoje foi ignorado pelos grandes bancos, justamente por não conseguir comprovar renda. Com faturas semanais, pagamento via pix e atendimento por whatsapp, o desafio era divulgar ao mercado um posicionamento único de uma categoria inédita. E mais do que isso, criar uma profunda identificação com o público, fazendo-o se sentir reconhecido e parte de um movimento maior, de valorização do autônomo, cujo trabalho no dia a dia é bastante solitário e pouco enaltecido. Para atender a este desafio, mergulhamos fundo em pesquisas qualitativas, trazendo os melhores insights para a construção de posicionamento, design, voz e marca, dando visibilidade a esse público.

AUTORIA | ANO

TriA3 Marketing Criativo

CLIENTE

Zippi





abastece_aí tom de voz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um super app, mil possibilidades. Essa era a ideia principal para o novo projeto do Posto Ipiranga - feito para ajudar a abastecer carros, mas capaz de proporcionar ao público benefícios, como: espaço de experiências, uma carteira digital, cash back, comunidade clientes, prêmios e descontos. Nosso desafio? Desenvolver uma linguagem verbal para o software que fosse capaz de aproximar o cliente e tornar sua experiência de usuário mais proveitosa. Para isso, realizamos um mergulho profundo no universo dos carros, buscamos referências dentro e fora do setor, além de construir uma narrativa emocional, através de um conceito verdadeiramente inspirador. Era importante colocar a linguagem em um lugar diferenciado frente aos seus concorrentes, que optavam por uma fala mais informal e funcional.

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design

CLIENTE

Posto Ipiranga

O VOCABULÁRIO DE ABASTECE-AÍ ESTÁ SEMPRE EM MOVIMENTO

vai ● vem ▼ volta ◆ chegar
 move ● em movimento
 próximo ◆ jornada ▼ fazer girar
 caminho ◆ trazer ● levar



Sabe que eu



Surprise Box...
cada barrinha é
um novo recado
um novo jeito
de surpreender

Chocobene

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Chocobene é a linha de chocolates criada pela Lugano, tradicional fabricante de chocolates de Gramado com mais de 30 franquias pelo Brasil, para atender grandes redes de varejo e supermercados. A partir desse desafio, fomos procurados para criar uma narrativa que permitisse com que a marca se destacasse nas gôndolas e pontos de venda dentro de um segmento extremamente concorrido e dominado por grandes players globais.

AUTORIA

BDS | Breathe Design & Strategy

CLIENTE

Chocolates Lugano

uma marca humana.

é um jeito de levar a vida, espalhando ondas de positividade!





Storytelling
Link over

One of voice
Ingredients only:
Simplicity
Goodness
Local Element

Simplicity

Short, clear, bold and straight to the point content

Con leche fresca de granjas familiares.

Fresh milk, ferments & fruits. Period.

Live cultures & milk. Nothing more, nothing less.

Goodness

A touch of freshness, creativity and sense of humor

Bonds between father and son can create great things. Danone is a great example. After a hundred years bringing health through food, we still believe that one simple ingredient makes all the difference: love.

Fresh whole milk, natural juice, ferments & 4g of organic sugar. Just the best.

LIVE CULTURES ARE OUR PASSION. We are fascinated by their power and the endless possibilities they offer to generate something so creamy and delicious, by transforming milk into yogurt. Some people might call it magic, but after 100 years refining our recipes, we call it wisdom.

Local element

One stamp per country regarding brand unity's personality and needs



Storytelling
Link over



Everything starts from a local story

The importance of the local element

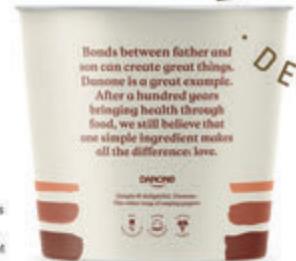
STORYTELLING EXAMPLE

1 - ONE OF VOICE
3 INGREDIENTS ONLY:

- 1 - **Simplicity**
short, clear, bold and straight to the point content
- 2 - **Goodness**
a touch of freshness, creativity and sense of humour
- 3 - **Local Element**
regarding brand unity's personality and needs

Warmth = the love and family bonds the brand has in Spain

ENGAGING NARRATIVE clear and sharp content about the main assets of each product, accounting the family love and care element



STAMP that expresses the warmth the brand has in Spain, counterpointing two ideas in a creative way, with smart wordplay



Danone Global Voz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reposicionar uma marca global que tem mais de 100 anos de história e é sinônimo da categoria, tornando o iogurte atraente para as novas gerações? Mais do que um projeto de redesenho de embalagens, um reposicionamento capaz de comunicar atributos de forma estratégica e mover a marca e seus produtos na direção dos desejos contemporâneos.

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Danone



Storytelling
Link over

One of voice
Ingredients only:
Simplicity
Goodness
Local Element

pack strategic role

front of pack role

Main attributes



ATTRIBUTES concisely list the ingredients reinforcing our faith in simple recipes. Danone = only what matters inside the pot

back of pack role

Engaging narrative



ENGAGING NARRATIVE clear and sharp content about the main assets of each product

lid role

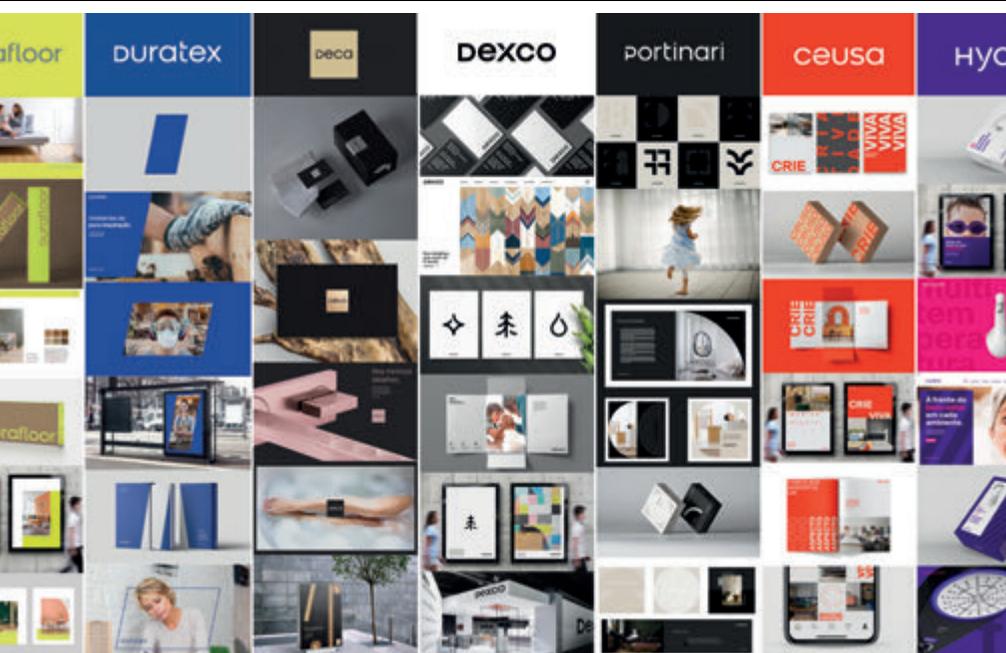
Invitation/ call to action



INVITATION a short and appealing call to action that arises senses

Dexco

deca portinari duratex ceusa durafloor



Dexco

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“O projeto surge num contexto de transformação para a marca em todos os âmbitos. Com a maior aquisição da sua história, a antiga Duratex se propôs a uma mudança de mindset: de uma companhia industrial passariam a ser uma companhia focada em soluções. Assim, nosso projeto tinha o objetivo de gerar valor para a Duratex, por meio da criação de uma estratégia para a marca corporativa que correspondesse as suas ambições para o futuro: definindo um cenário para a melhor convivência entre a nova marca corporativa e as demais marcas que passaram a fazer parte do grupo e do portfólio de produtos, uma estratégia relevante e diferenciadora e uma expressão traduzisse a sofisticação e o caráter inspirador da marca e a sinergia entre as marcas do grupo.

AUTORIA

Interbrand

CLIENTE

Dexco (Antiga Duratex)

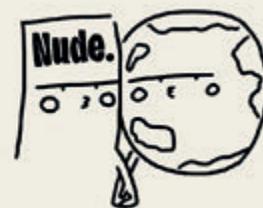




Nude.

Nossa voz é só o que precisa ser.

Apresenta aveia de um jeito irreverente, descontraído e inteligente, que junta sabor e sustentabilidade.



Nude - Tom de Voz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento do Tom de Voz de Nude, a primeira marca de leite de aveia orgânica nacional que não emite carbono em sua produção.

AUTORIA | ANO

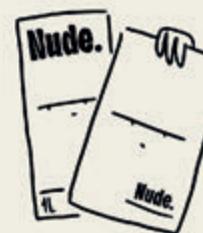
REBU

CLIENTE

Nude

hama pra conversa e provoca a mudança coletiva.

Mostra os números e se posiciona.





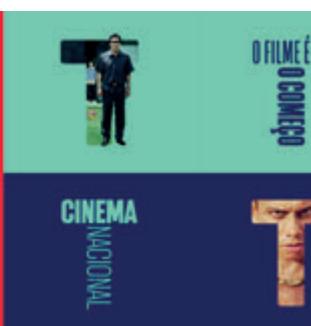
HARRIET



TELECINE

TELE
CINE

T

★★★★★
RESOLVE SANSCOMÉDIA BOND. JAMES E
SOFA QUEEN CINELI
PIPOCA MOVIE NI

© 2021 Telecine. All rights reserved. Telecine is a registered trademark of Telecine. All other trademarks are the property of their respective owners. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.



Telecine - O filme é só o começo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Telecine precisava se conectar a uma nova audiência, ser mais presente nas discussões do momento e construir sua referência em cinema. Não podíamos ser o especialista chato em cinema, mas sim o amigo que sempre recomenda a boa para você assistir.

AUTORIA

Ana Couto

CLIENTE

Telecine



Zippi. O cartão semanal do autônomo.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Zippi é o primeiro e único cartão de crédito feito pro autônomo, uma das maiores forças da economia brasileira e um público que até hoje foi ignorado pelos grandes bancos, justamente por não conseguir comprovar renda. Com faturas semanais, pagamento via pix e atendimento por whatsapp, o desafio era divulgar ao mercado um posicionamento único de uma categoria inédita. E mais do que isso, criar uma profunda identificação com o público, fazendo-o se sentir reconhecido e parte de um movimento maior, de valorização do autônomo, cujo trabalho no dia a dia é bastante solitário e pouco enaltecido. Para atender a este desafio, mergulhamos fundo em pesquisas qualitativas, trazendo os melhores insights para a construção de posicionamento, design, voz e marca, dando visibilidade a esse público.

AUTORIA | ANO

TriA3 Marketing Criativo

CLIENTE

Zippi





NOVO LETREIRO — **KPG**

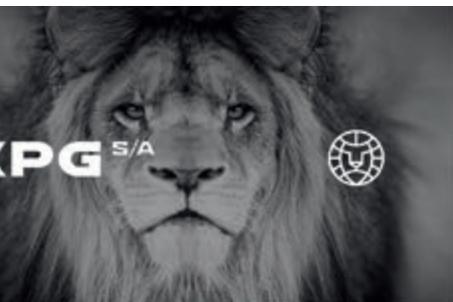
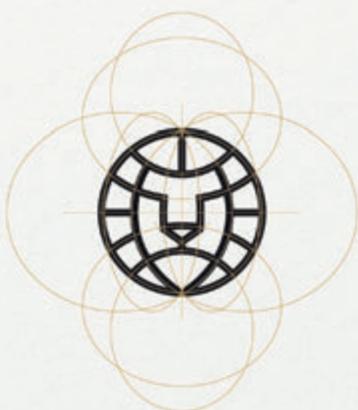
NOVO LETREIRO + S/A — **KPG S/A**



CONCEITO CONSTRUTIVO —



GEOMETRIA —



Branding KPG S/A

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A primeira empresa do ainda Grupo KPG foi fundada com o objetivo de comercializar produtos nutracêuticos encapsulados pela internet. A KAPSULA, uma full-e commerce, tornou-se líder do mercado brasileiro atuando ao lado de outras marcas de sucesso do grupo, como a BRAIP, uma plataforma de pagamentos, o ILUMINADOS, um método de fomento do empreendedorismo web e o PEDALGEL, primeiro totem antibacteriano do Brasil. Após a criação desse sistema vivo e cheio de oportunidades, o grupo leva a KPG para a sua maior expansão: a abertura de IPO. A agora KPG S/A se apropria do título de holding especialista em negócios digitais e dá o grande passo para a abertura de capital na Bolsa de Valores.

AUTORIA

Agência Mosca

CLIENTE

KPG S/A



Craft for Design



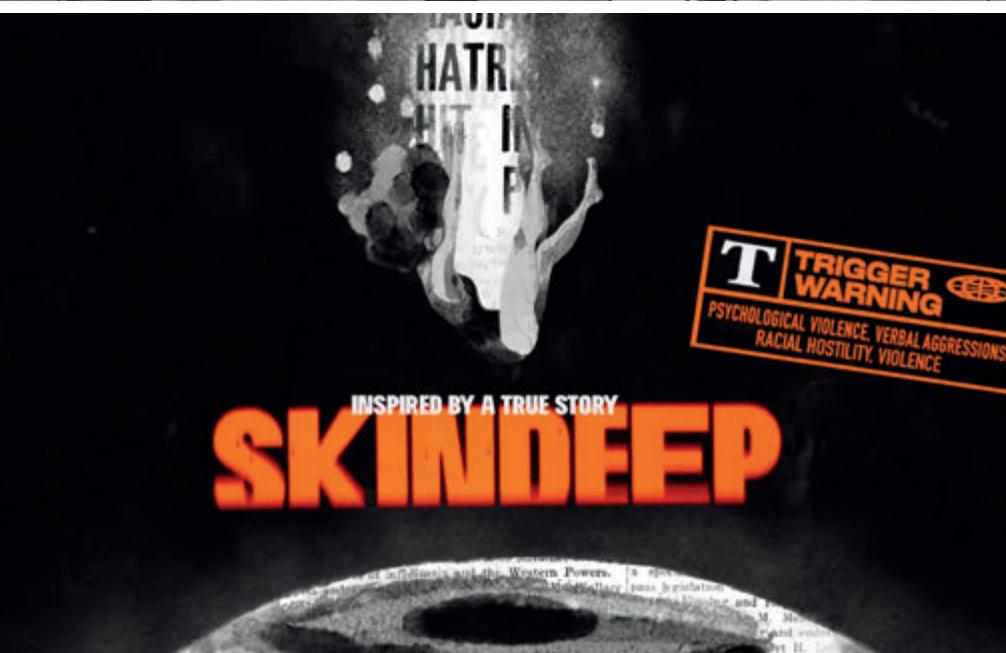
REALIZAÇÃO

ABEDSIGN





GRAND PRIX



SKINDEEP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

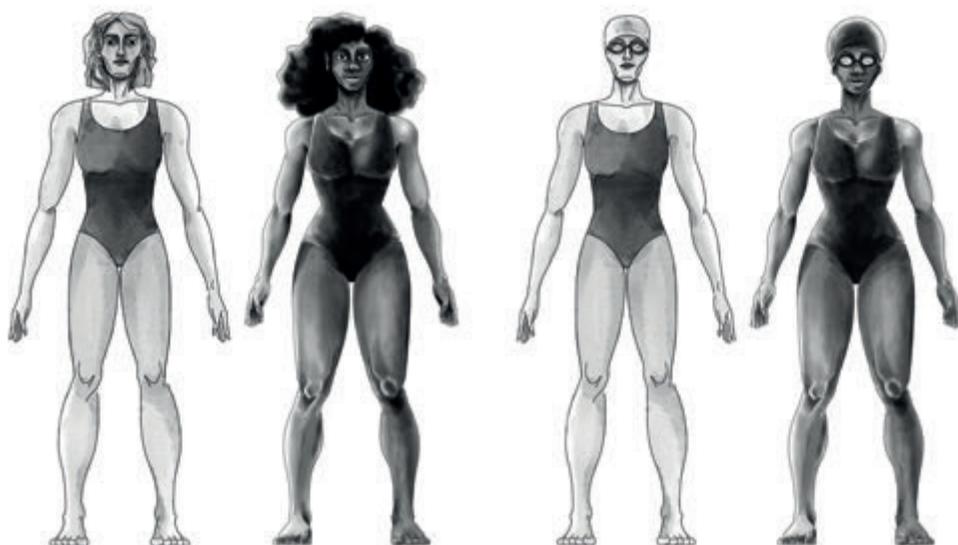
Baseado em fatos reais, SKINDEEP é um curta metragem animado contextualizado pelo racismo presente na história dos Estados Unidos. O filme retrata o drama na vida das pessoas que sofrem com stress pós traumático étnico e racial, uma ferida aberta e não cicatrizada que encontra gatilhos dia após dia, infligida ao longo das gerações.

AUTORIA

Pedro, Pastel & Besouro

CLIENTE

EmpowHer New York





CANAL
BRA
SIL

Canal Brasil Tipografia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

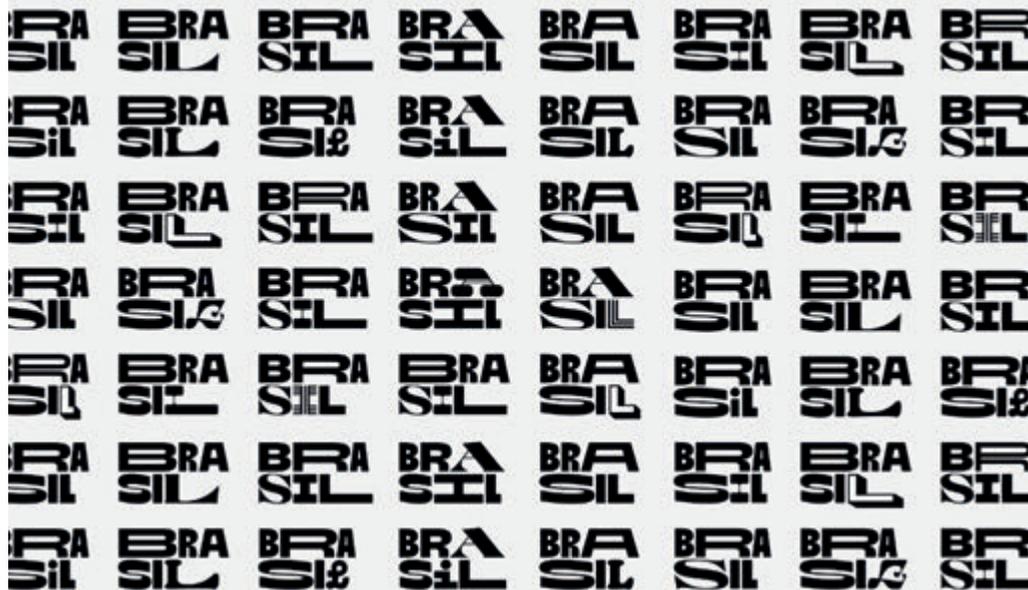
Brasil. Essa mistura colossal de contrastes. Miscelânea de gente, referências, culturas e saberes selvagens. Caldeirão de possibilidades de dimensões continentais. Sim, somos um canal que tem Brasil no nome. A celebração de muitos Brasis que cabem dentro de um só. A nova marca do Canal Brasil traz em si a nossa riqueza cultural e a história da tipografia brasileira no cinema, na arte e no design. É diversidade em movimento.

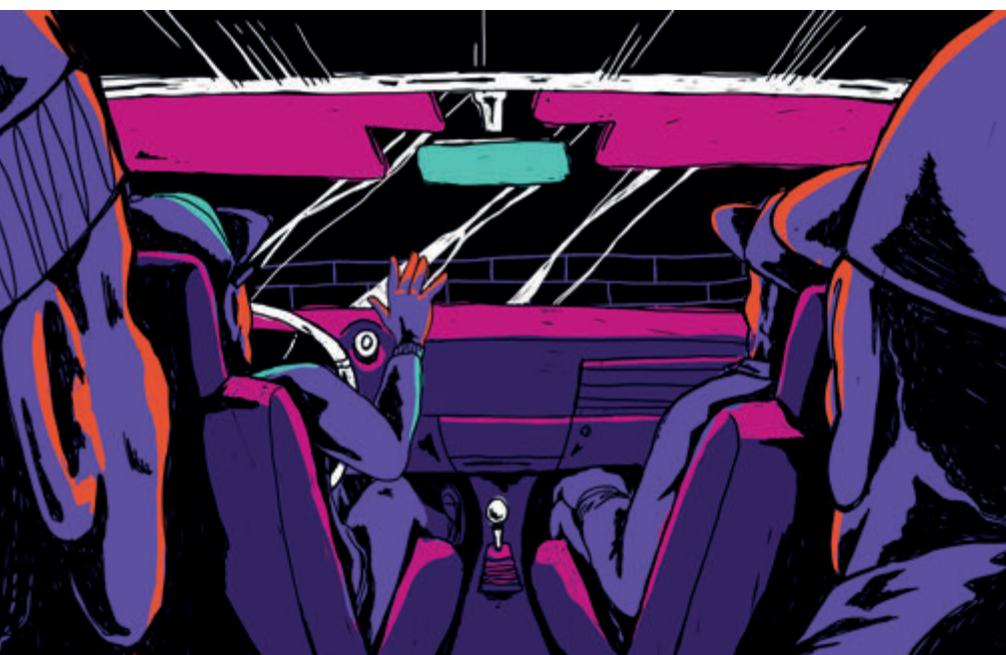
AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Canal Brasil





Behind the Records

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Behind The Records foi uma campanha da Recording Academy, responsável pelo Grammy Awards, criada pela TBWA\Chiat\Day de Los Angeles. O projeto teve como objetivo reconhecer os inúmeros profissionais que atuam na produção de discos e que muitas vezes não ganham o destaque. Em 2019, esse mesmo projeto fez capas alternativas de álbuns para serviços de streaming com nomes de produtores, engenheiros e técnicos de som, maestros, músicos, entre outros. Para 2020, além de repetir as "Credit Covers", foi produzida uma animação quadro a quadro que mostra 33 grandes álbuns premiados pela academia, narrando a importância desses profissionais da música que nem sempre ocupam os holofotes.

AUTORIA

Pedro, Pastel & Besouro

CLIENTE

The Recording Academy



Coisa de Menina

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Coisa de Menina é um projeto que busca inspirar meninas a acreditarem nos seus sonhos e conquistarem o espaço que desejam. Trazendo as bandeiras da educação, da diversidade e da inclusão à frente, a iniciativa serviu para fomentar o diálogo sobre o tema e propor mudanças sociais com o endosso do Sicredi e das iniciativas educacionais que a empresa desenvolve. A animação desenvolvida apresenta de maneira lúdica a trajetória de uma menina que sempre acreditou nos seus sonhos, mas mesmo assim não escapou dos desafios que as mulheres enfrentam para conquistar o espaço que desejam.

AUTORIA | ANO

DBPV

CLIENTE

Sicredi





Idverse

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diante dos dados alarmantes que indicam que aproximadamente 227.000 mortes são causadas por eventos adversos evitáveis no Brasil e 2.6MM no mundo, propomos um sistema de identificação universal que promove a segurança do paciente ao auxiliar os profissionais de saúde. Com este propósito, nasce IDverse, um código de símbolos de fácil reconhecimento e utilização que representa, praticamente, todas as condições de saúde que os pacientes podem apresentar.

AUTORIA | ANO

Colletivo Design

CLIENTE

Havas





CAJU Typeface

DESCRIÇÃO DO PROJETO

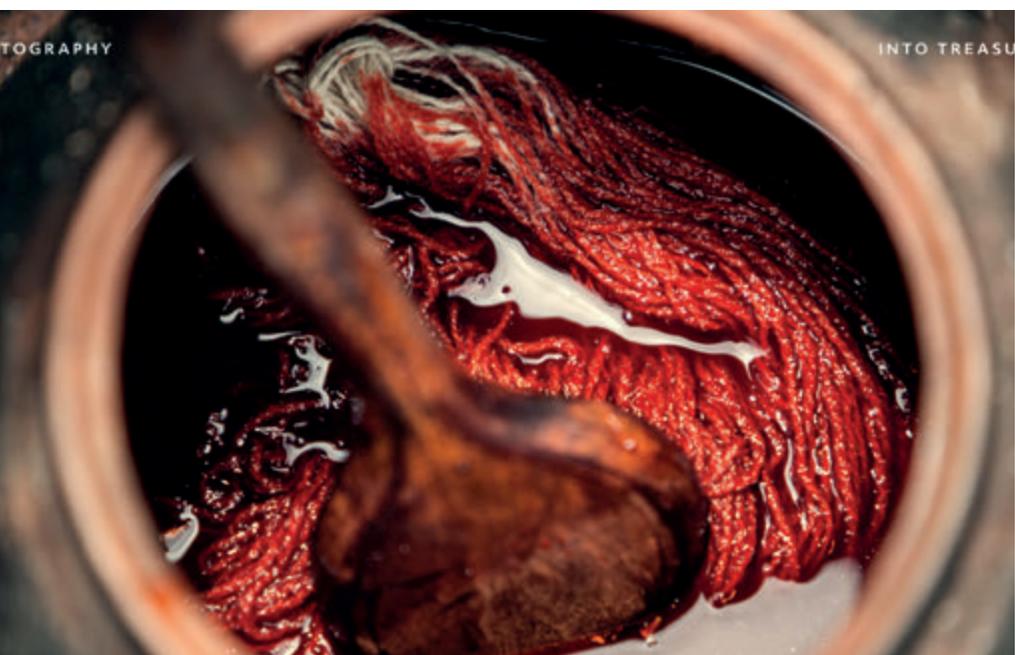
Inspirada na fruta tipicamente Brasileira, "Caju" tem as características de algo doce, forte e que aguça o nosso olhar com o seu brilho. Não diretamente inspirada na forma, mas em sua representatividade e diversidade Brasileira.

AUTORIA

Kauan Miranda

CLIENTE

Atoral



CRAFT FOR DESIGN

FOTOGRAFIA



Explora

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Aonde a exploração pode nos levar? Explora nasceu de um impulso: descobrir as maravilhas dos territórios mais remotos do mundo. Ao longo de uma jornada de mais de 25 anos, se tornou pioneira na exploração de primeira linha. E tendo trilhado tantos caminhos, não poderia ignorar a responsabilidade intrínseca a todo o conhecimento acumulado ao longo do caminho - o compromisso de conservar os territórios aos quais se conecta todos os dias. Explora chegou a um ponto decisivo que demandava por reafirmar o tipo genuíno de exploração que faz se destacar, e dar mais passos em direção ao propósito maior da conservação. Era hora de criar uma diferenciação clara em relação a outras marcas da área, para potencializar sua própria essência e desdobrá-la como uma identidade verdadeiramente autêntica.

AUTORIA

Interbrand

CLIENTE

Explora



Almost John

DESCRIÇÃO DO PROJETO

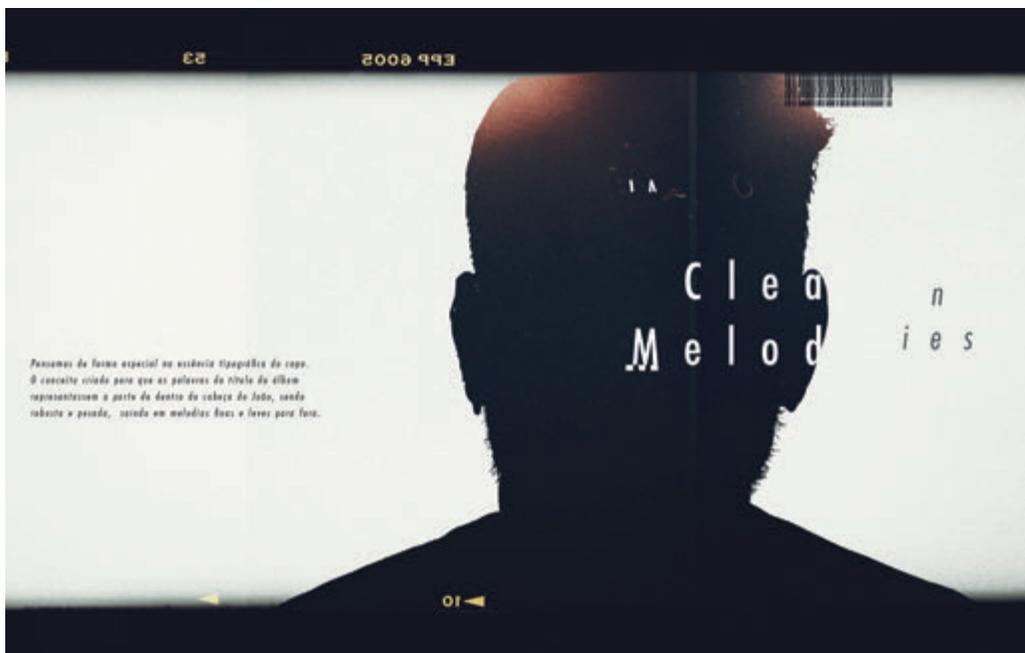
Participamos da criação da identidade visual e da concepção artística do novo álbum do artista Almost John, intitulado Clean Melodies. É importante destacar que Almost John é uma banda de um homem só, que mistura ritmos, indo do soul ao rock, do R&B ao psicodelismo. E, exatamente por isso, quando nos deparamos com o desafio de produzir a identidade do novo álbum deste artista, pensamos em retratar sua arte de maneira única e inovadora, tal qual ele faz em seu dia a dia.

AUTORIA | ANO

VF Studio + Flavor

CLIENTE

João Farah



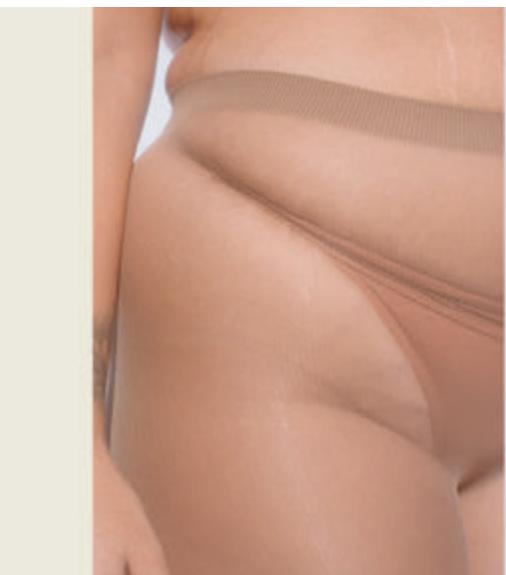


oyacare



CRAFT FOR DESIGN

FOTOGRAFIA



oyacare

Banco de Imagens Oya Care

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Oya Care é a primeira clínica virtual de saúde feminina do Brasil, que nasceu do desejo da sua fundadora, de participar do processo de libertação e empoderamento das mulheres através da saúde. Buscando fazer do autoconhecimento e do autocuidado um caminho para a autonomia feminina, sua proposta é colocar a saúde de todas as mulheres no lugar certo: em suas próprias mãos. Após trabalhar na criação da identidade visual e do branding da marca, fomos convidados para produzir sua primeira campanha fotográfica com o intuito de produzir um banco de imagens que traduzisse a personalidade da marca e tornasse sua comunicação ainda mais proprietária e assertiva.

AUTORIA

Mancha Gráfica

CLIENTE

Oya Care





Café da Manhã no Fim dos Tempos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

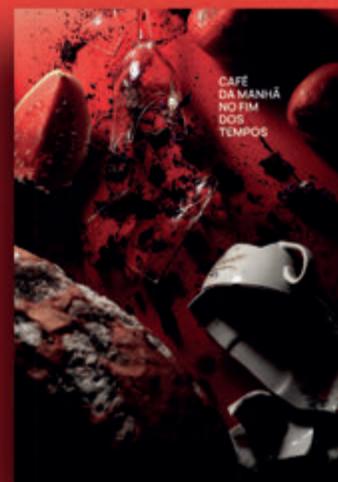
Este projeto é um ensaio fotográfico produzido para compor uma narrativa visual na publicação de contos e crônicas “Café da Manhã no Fim dos Tempos”, onde o conceito de catástrofe e distopia são os personagens de uma ideia ficcionalizada de final dos tempos.

AUTORIA | ANO

Gutum Studio

CLIENTE

Escrita Criativa EC





Natura Ekos Fotografia Casting

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Ekos, que está desde 2018 em um processo de reposicionamento, deu mais um passo e fez um relançamento da linha neste ano, juntamente com o conceito de BIObeleza. Para isso, foi proposta uma evolução da sua linguagem, tornando-a ainda mais ativista. O coletivo ganhou mais força, seja na linguagem visual - com fotos de pessoas juntas, apostando na diversidade e trazendo um casting masculino - como na linguagem verbal, colocando o discurso no plural: SOMOS TODOS UMA NATUREZA SÓ.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Natura



Natura Ekos Fotografia Produto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Neste ano, Natura Ekos, que está desde 2018 em um processo de reposicionamento, deu mais um passo e lançou novas fórmulas mais potentes e naturais em seus produtos. Para isso, foi proposta uma evolução da sua linguagem, tornando-a ainda mais proprietária e ativista. E para valorizar as novas fórmulas e reforçar a potência dos produtos, foi desenvolvida uma nova linguagem fotográfica, que explorou as novas embalagens - com tanta expressividade que foram transformadas em conteúdo, com os valores de Ekos destacados pelas imagens - e, principalmente, o sensorial da linha, em uma combinação de todos os seus elementos: bioativos, embalagens e texturas de produtos.

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Natura





Natura Tododia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Tododia nasceu inspirada na beleza e na simplicidade do autocuidado a cada novo dia. A Marca possui uma linha de produtos que trazem nutrição, alegria e leveza para o corpo, com fragrâncias e texturas surpreendentes em uma fórmula única com a tecnologia da nutrição prebiótica, que se adapta às necessidades da pele e oferece uma nutrição completa para uma pele mais firme e ultramacia todos os dias. Construímos a nova linguagem de Natura Tododia reforçando o convite da Marca de incentivar as mulheres a nutrirem uma relação mais harmoniosa e gentil com seus corpos, ao mesmo tempo trazendo inovação em tecnologia. O objetivo era construir a percepção de uma marca inovadora e fortalecer a conexão emocional com as consumidoras dentro de um mercado pulverizado e competitivo.

AUTORIA

Ana Couto

CLIENTE

Natura



Que Dengo é esse?

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fotografia do clipe "Que Dengo é Esse?" para a marca de chocolates finos Dengo.

AUTORIA | ANO

REBU

CLIENTE

Dengo





12ª Bienal da UNE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

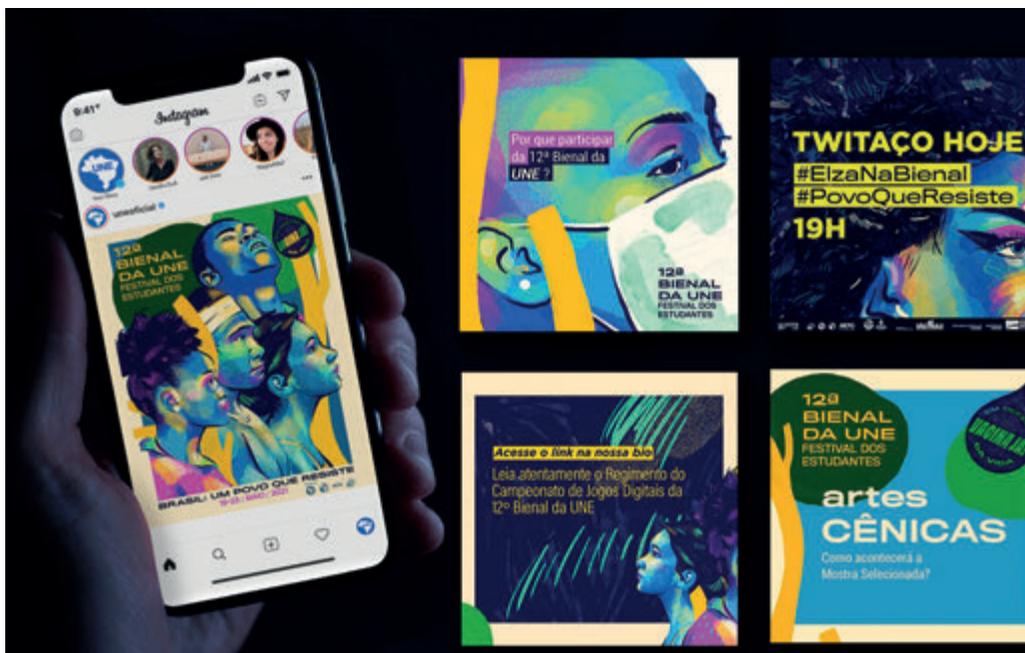
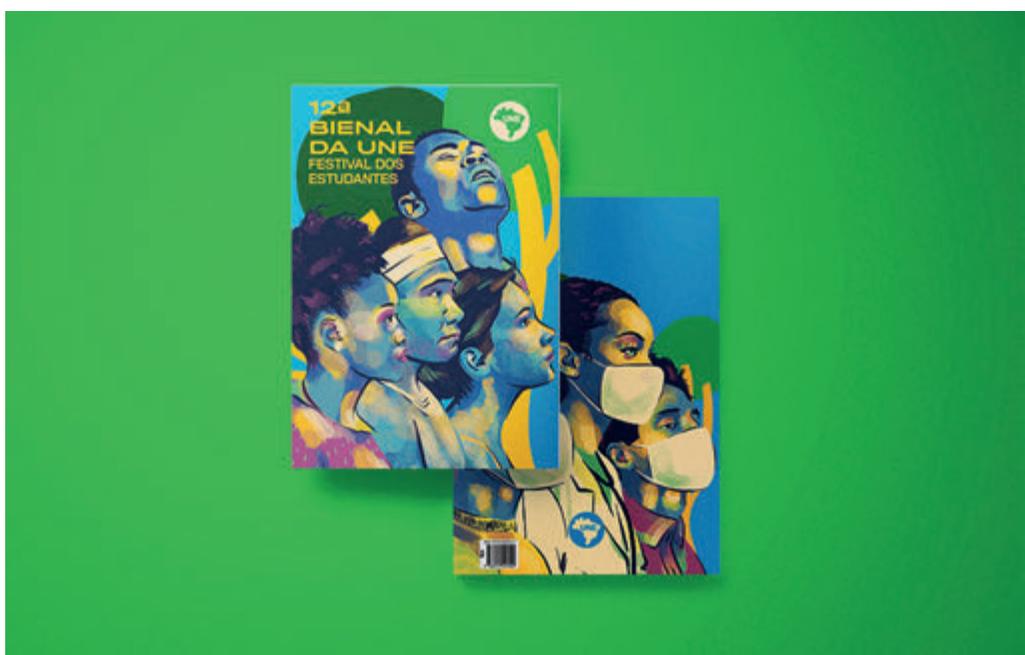
O projeto compreende ilustrações para a campanha de divulgação e comunicação da 12ª Bienal da UNE. Os desafios foram 1) representar de forma ampla a juventude brasileira, em toda a sua diversidade e ressaltando a altivez, que é própria dos jovens universitários brasileiros; 2) ressaltar a resistência estudantil, natural em tempos de tantos ataques à educação no país, pelo olhar da juventude, transformador do agora, capaz de imaginar um futuro diferente, num país soberano que valoriza a cultura e arte. 3) mostrar preocupação com a pandemia, atuando de forma artística. Fazer a 1ª Bienal totalmente digital durante o período mais duro da Covid-19 foi nossa resposta poderosa possível naquele momento. 4) trabalhar a imagem da Elza Soares (homenageada), ícone de luta contra o racismo e machismo.

AUTORIA | ANO

JJBZ

CLIENTE

UNE





CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



Campanha HERSHE | Ilustração para embalagem Hershey's Especial Dia Da Mulher

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustração para embalagem de Edição Especial do Dia da Mulher da Hersheys, na campanha HerShe, a convite da Plano Feminino - Derivação do nome Hershey's para HER e SHE, transformado em uma campanha de apoio a mulheres artistas e seus sonhos, sendo oito convidadas para a campanha veiculada em 2021. <https://www.hershe.me/>

AUTORIA

Amanda Lobos

CLIENTE

Hersheys



Curta Circuito 2020

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual ilustrada para o festival Curta Circuito 2020 (20 anos). A vigésima edição do Festival abordou os temas FÉ, MAGIA E MISTÉRIO no Cinema Brasileiro.

AUTORIA | ANO

Paulo Marcelo Oz

CLIENTE

Le Petit





Danone Global Ilustração

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reposicionar uma marca global que tem mais de 100 anos de história e é sinônimo da categoria, tornando o iogurte atraente para as novas gerações? Mais do que um projeto de redesenho de embalagens, um reposicionamento capaz de comunicar atributos de forma estratégica e mover a marca e seus produtos na direção dos desejos contemporâneos.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Danone



Estampa Luar do Sertão

DESCRIÇÃO DO PROJETO

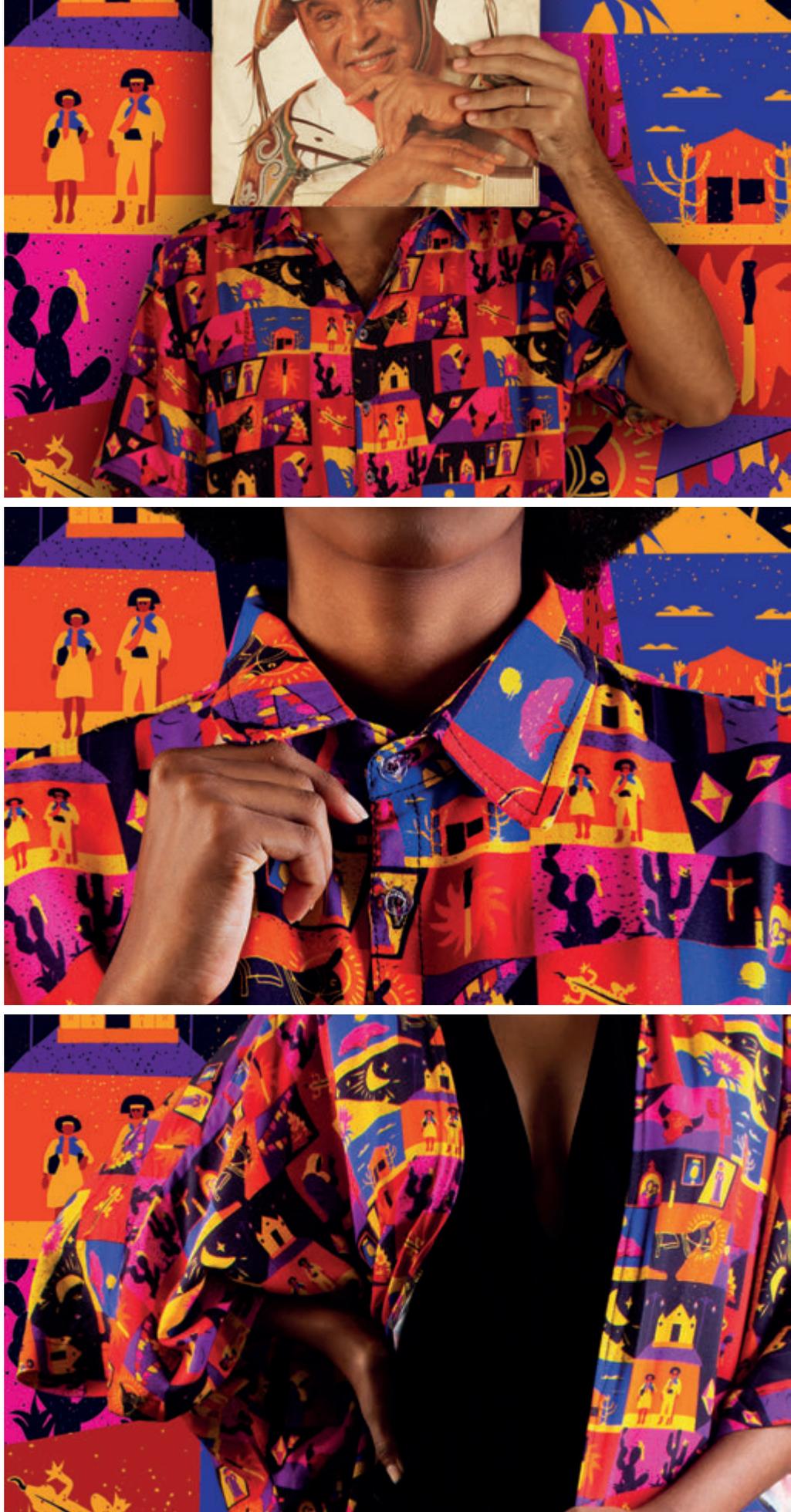
Luar do Sertão é uma estampa que conta as histórias de um sertão mágico, cheio de tradição, superstição, heróis e paisagens nos transportando para um lugar bem quentinho no nosso coração e memória coletiva. A estampa foi desenvolvida para a marca de moda Terno Olinda Style, uma empresa que tem como seu diferencial a produção de estampas exclusivas abordando a cultura Pernambucana e Nordestina.

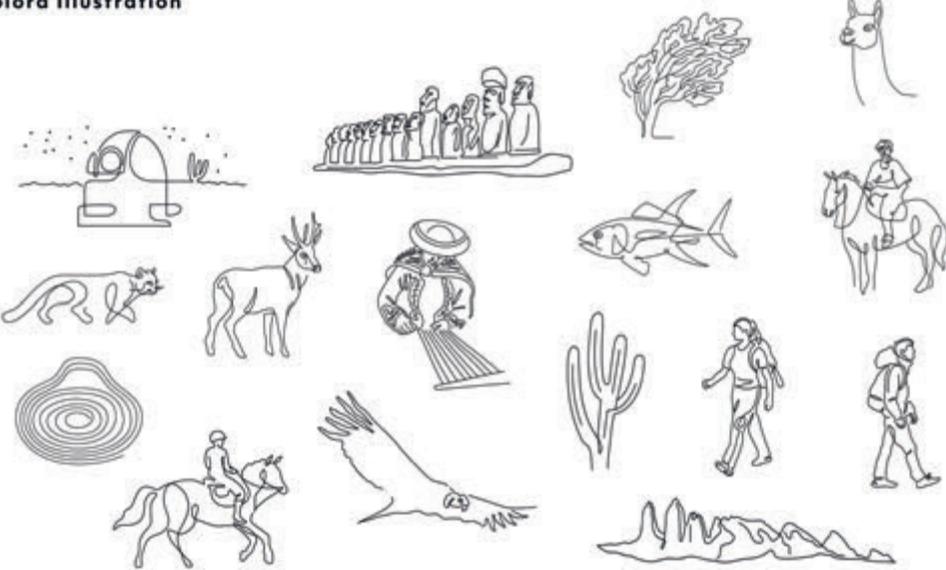
AUTORIA | ANO

Estúdio Oba

CLIENTE

Terno Olinda Style





Explora

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Aonde a exploração pode nos levar? Explora nasceu de um impulso: descobrir as maravilhas dos territórios mais remotos do mundo. Ao longo de uma jornada de mais de 25 anos, se tornou pioneira na exploração de primeira linha. E tendo trilhado tantos caminhos, não poderia ignorar a responsabilidade intrínseca a todo o conhecimento acumulado ao longo do caminho - o compromisso de conservar os territórios aos quais se conecta todos os dias. Explora chegou a um ponto decisivo que demandava por reafirmar o tipo genuíno de exploração que faz se destacar, e dar mais passos em direção ao propósito maior da conservação. Era hora de criar uma diferenciação clara em relação a outras marcas da área, para potencializar sua própria essência e desdobrá-la como uma identidade verdadeiramente autêntica.

AUTORIA

Interbrand / Francisco Martins

CLIENTE

Explora



Forbes: Afrofuturism

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A revista Forbes fez uma edição histórica em março de 2021 sobre Afrofuturismo, com diversos escritores e escritoras negros preenchendo as páginas sobre ciência, tecnologia e business produzido por pessoas negras.

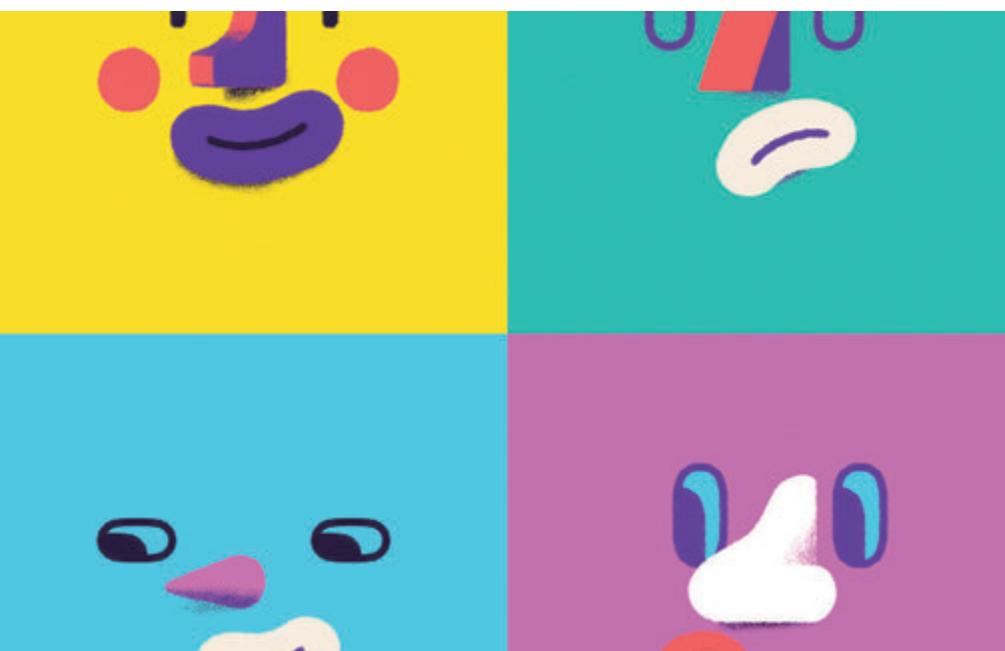
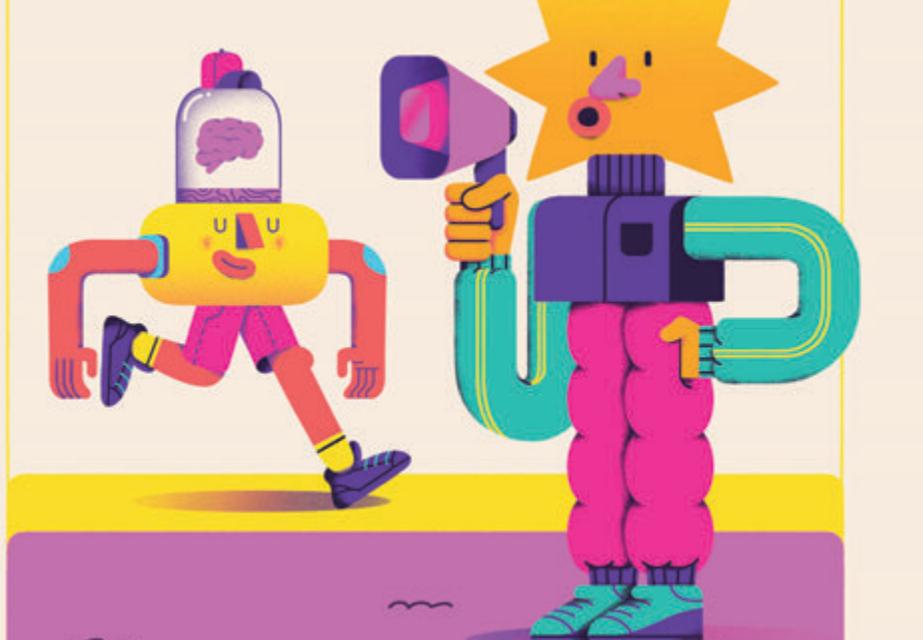
AUTORIA | ANO

Douglas Lopes

CLIENTE

Forbes





Ilustrações Nowall School

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nowall School é uma empresa de cursos online focada em social media, que mistura educação e entretenimento. Até o início de 2020 a empresa contava com um visual completamente baseado em duas cores, rosa e amarelo, e feito usando ilustrações vetoriais baixadas prontas, deixando cada material gráfico com um estilo diferente e usando a cor e tipografia como único elemento de unificação. Os cursos da empresa se diferenciam pela dedicação com o visual, trazendo inserts com ilustrações e animações mais lúdicas no meio das aulas. Essa dedicação com o visual não ficava evidente enquanto a empresa usava vetores prontos.

AUTORIA

Henrique Petrus

CLIENTE

Nowall School



Linguagem de Ilustração Stone

DESCRIÇÃO DO PROJETO

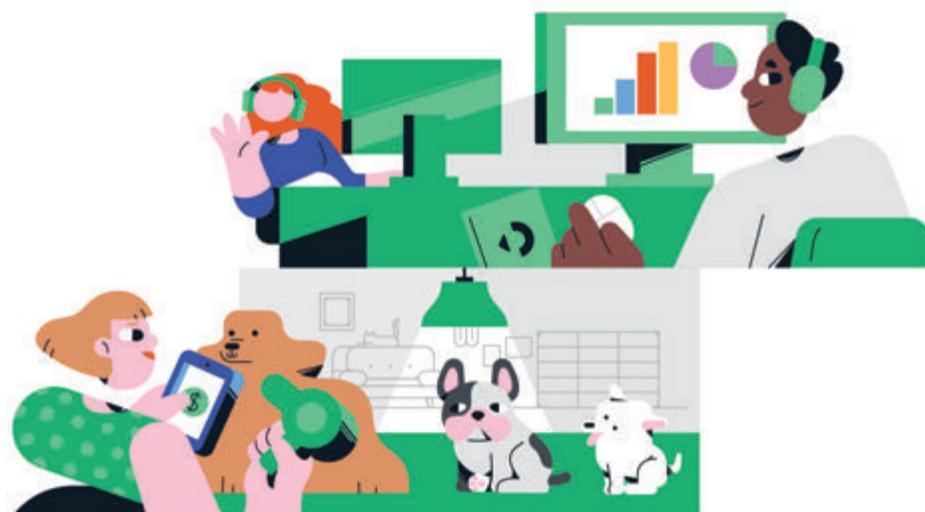
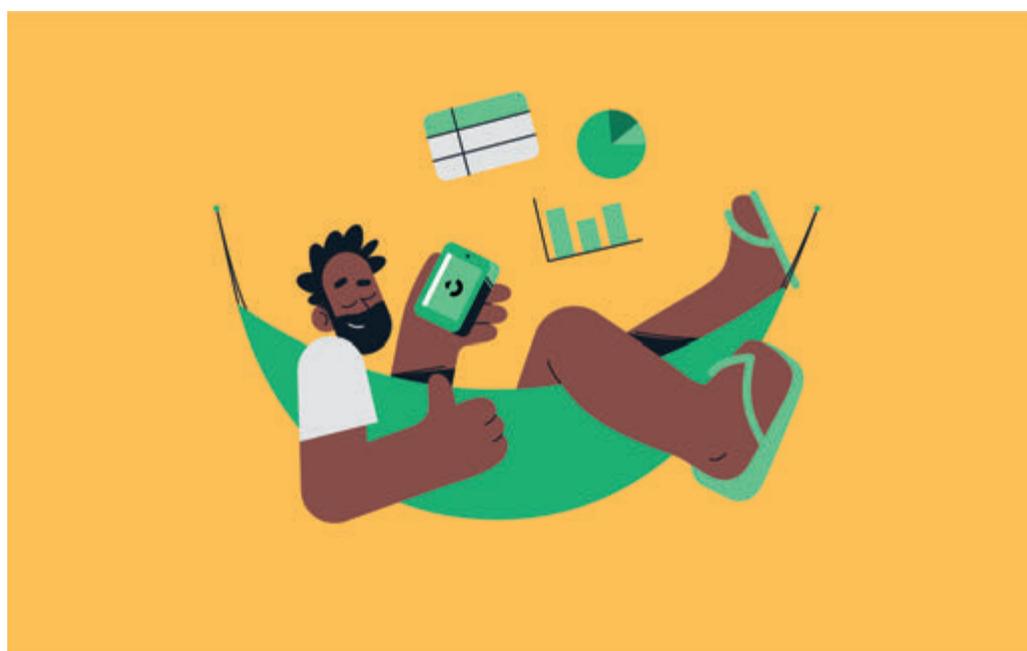
A Stone queria comunicar, com ilustrações, que é mais do que apenas uma maquininha: é um parceiro de negócios que oferece ampla variedade de facilidades, especialmente para o lojista e o pequeno e médio empreendedor. Para isso, era necessário mudar o foco, dos produtos (maquininha, cartão) para as pessoas. Nas situações, valorizamos a interação entre o lojista e sua comunidade – clientes, funcionários, família e também as pessoas na linha de frente da Stone: atendentes, consultores e técnicos. A partir de uma extensa pesquisa desenvolvida pelo time da Stone, criamos personagens e narrativas que prestam homenagem às qualidades do pequeno empreendedor, ao mesmo tempo em que mostram que ele não precisa fazer tudo sozinho.

AUTORIA | ANO

Estúdio Passeio

CLIENTE

Stone





Painel “Um Chá Maluco” para exposição “ReAlices: Narrativas Arte Visuais”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2021 o SESC Santo André apresenta uma mostra que traz a interpretação pessoal de oito artistas diferentes sobre a obra literária Alice no País das Maravilhas. Cada artista ilustra um (ou mais de um) capítulo da obra. Esta mostra é um projeto híbrido composto por ações online e uma exibição física (aberta sob condições especiais devido pandemia de Covid-19) que acontecerá nos corredores do clube até o fim de setembro de 2021. “Um Chá Maluco” é o capítulo que designa e nomeia o trabalho que propus para a exposição. Um painel adesivado e ornamentado com três pratos, todos ilustrados a mão em nanquim. Em comemoração a exposição e para complementá-la, foi desenvolvido a parte uma série limitada de 3 poster tamanho A3 - disponíveis a venda - que focam nos personagens principais da obra.

AUTORIA

Nicole Bustamante

CLIENTE

SESC Santo André





Textos Putos Vol.2

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Textos Putos Volume 2- Porque Gozar é tão bom?” É o livro da artista, atriz e produtora Abhyana que traz 128 páginas recheadas de contos eróticos apresentados por meio da conjugação da escritura com a fotografia. É a reunião de textos narrados em primeira pessoa que descrevem as experiências sexuais da autora e imagens protagonizadas por ela. Para apresentar esse livro, foram desenvolvidos os projetos editorial e gráfico, além de 25 ilustrações inéditas que dão suporte aos textos.

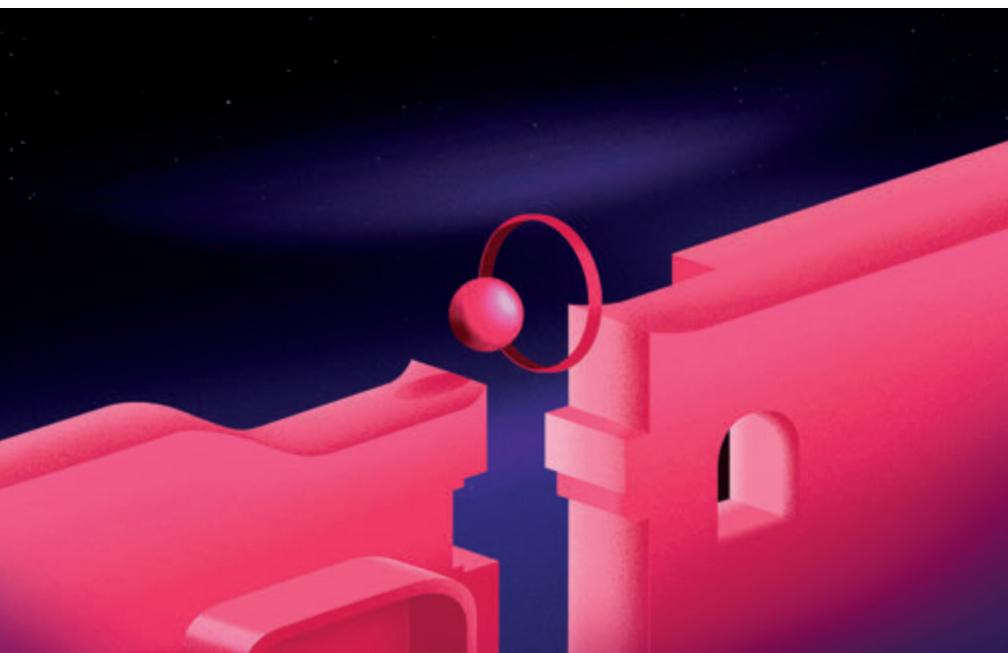
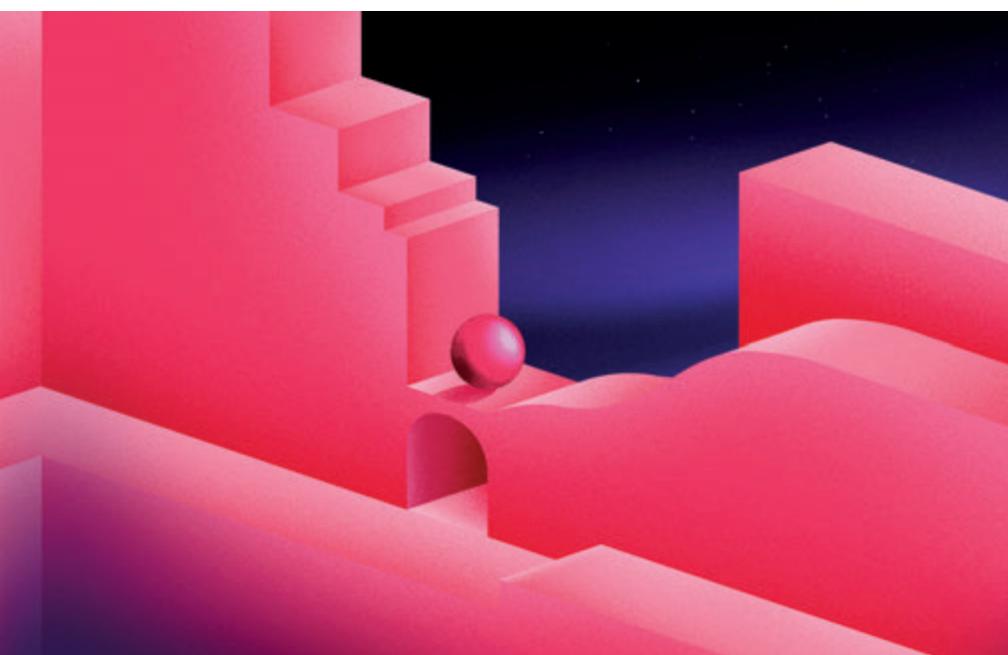
AUTORIA | ANO

Colletivo Design

CLIENTE

Abhyana





Warren

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos para a Warren, corretora de investimento, uma série de ilustrações para acompanhar a jornada do cliente em suas diferentes etapas, mergulhando nas possibilidades da bolsa de valores.

AUTORIA

Estúdio Caxa

CLIENTE

Warren Brasil



Snapchat | Stickers

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Stickers e Filtros criados para a empresa Snapchat, aplicativo de mensagens multimídia que permite a customização de fotos e vídeos com assets criados por artistas internacionais.

AUTORIA | ANO

Amanda Lobos

CLIENTE

Kibland para Snapchat





kartu poster

a b e d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z

2 construções diferentes de cada letra. A cada repetição dentro da mesma palavra alterna-se entre elas.

encontros de vogais chamam uma "ligatura" mais forte.

rovara rovara

taiao

O quase último Aum

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No livro *O quase último Aum*, o autor Ulisses Belleigoli dá importância central às duas línguas fictícias da trama, "Decidi que queria fazer [essa história] para adolescentes, um público que eu queria atingir. A gente é muito convencido na adolescência de meios que não são pacíficos. Eu pensei essa saga, criando universos, vocabulários, sistemas, planetas e poderes, características da literatura fantástica, para dizer de outra possibilidade". Por isso, e por algumas nuances do projeto descritas a seguir, foram desenvolvidos dois alfabetos próprios dessa ficção, um sempre trabalhado em caligrafia, e outro com letras digitalizadas que possibilitam diferentes composições de cada palavra.

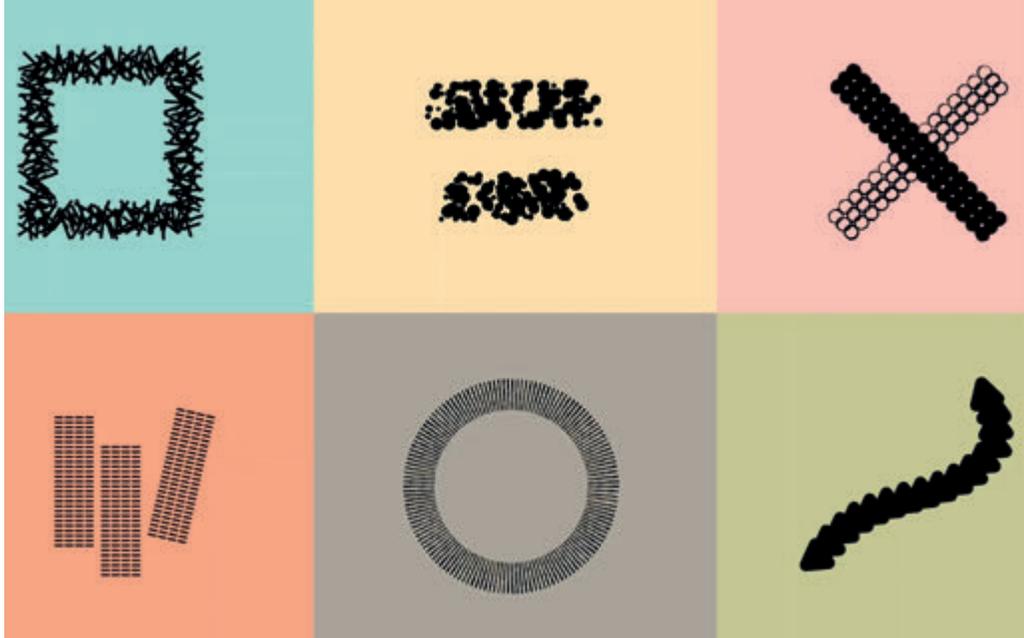
AUTORIA

Renan Torres Design

CLIENTE

Varanda editora





Campana Motion

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Tudo está esperando para ser transformado”. As experimentações com motion graphics estão no coração das identidades visuais do Estúdio e do Instituto Campana, uma vez que parte do objetivo do projeto era inspirar a transformação e o movimento que resultam do olhar livre e desobediente dos irmãos. Nas formas, cores e letras que se arranjam e desarranjam, revela-se um ciclo de composições livres, no qual é impossível ignorar a textura e a voz de cada material empregado nas peças criadas por eles. Uma comunicação em movimento e em transformação permanentes, para comemorar o aniversário das 35 revoluções de Campana.

AUTORIA | ANO

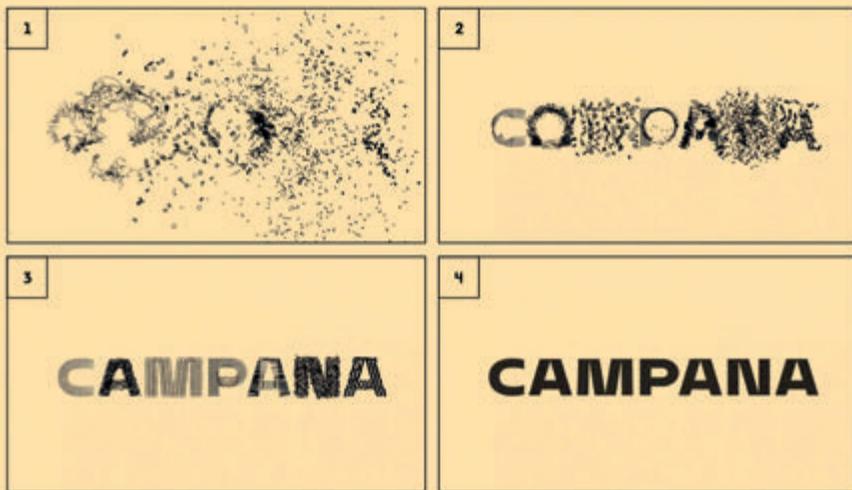
Pharus Bright Design

CLIENTE

Estúdio Campana

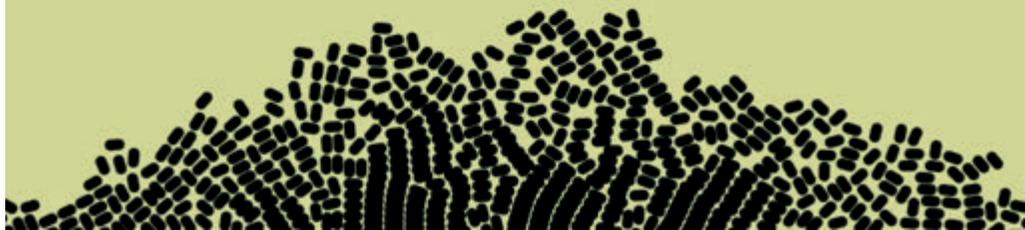
00

OLHAR DESOBEDIENTE



CAMPANA

OLHAR DESOBEDIENTE





Colorado Kuyá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para divulgar o lançamento da nova cerveja Colorado Kuyá, participamos da concepção da série de filmes de divulgação, intitulados “Baseados em Fatos Reais”, com o objetivo de mostrarmos fatos nada ortodoxos que fazem parte do dia a dia dos brasileiros.

AUTORIA

Asteroide + Flavor

CLIENTE

David / Cervejaria Colorado



Explora

DESCRIÇÃO DO PROJETO

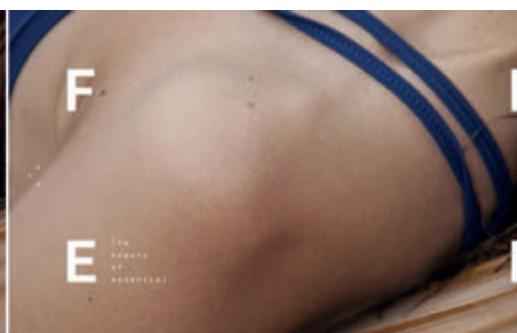
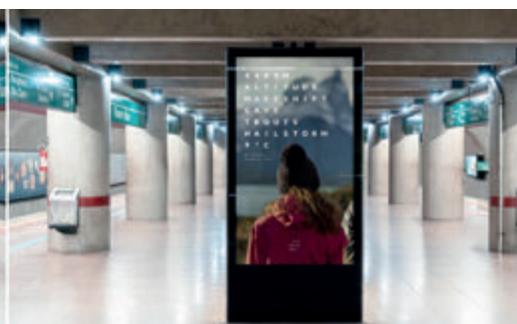
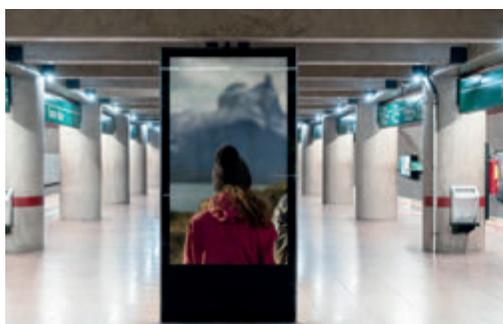
“Aonde a exploração pode nos levar? Explora nasceu de um impulso: descobrir as maravilhas dos territórios mais remotos do mundo. Ao longo de uma jornada de mais de 25 anos, se tornou pioneira na exploração de primeira linha. E tendo trilhado tantos caminhos, não poderia ignorar a responsabilidade intrínseca a todo o conhecimento acumulado ao longo do caminho - o compromisso de conservar os territórios aos quais se conecta todos os dias. Explora chegou a um ponto decisivo que demandava por reafirmar o tipo genuíno de exploração que faz se destacar, e dar mais passos em direção ao propósito maior da conservação. Era hora de criar uma diferenciação clara em relação a outras marcas da área, para potencializar sua própria essência e desdobrá-la como uma identidade verdadeiramente autêntica.

AUTORIA | ANO

Interbrand

CLIENTE

Explora



conceito de linguagem



or, pise na grama
e ao inusitado e instigante



Natura Filme Linguagem de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2020, a Natura lançou uma nova linguagem de marca para expressar seu novo posicionamento “O mundo é mais bonito com você”. Além de consolidar as diretrizes dentro de um brand book, foi criado um vídeo especial de linguagem de marca, com impacto e dinamismo para gerar engajamento no time interno e nos parceiros criativos para conhecer mais em detalhe as diretrizes de linguagem.

AUTORIA

Natura

CLIENTE

Natura





SESC TV | Nova Identidade Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

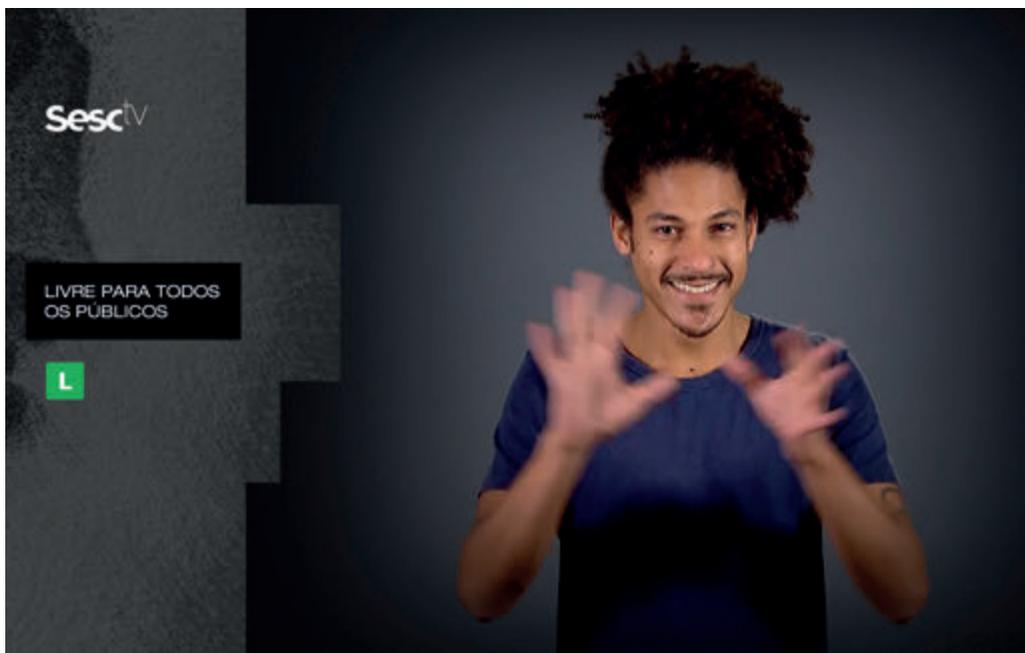
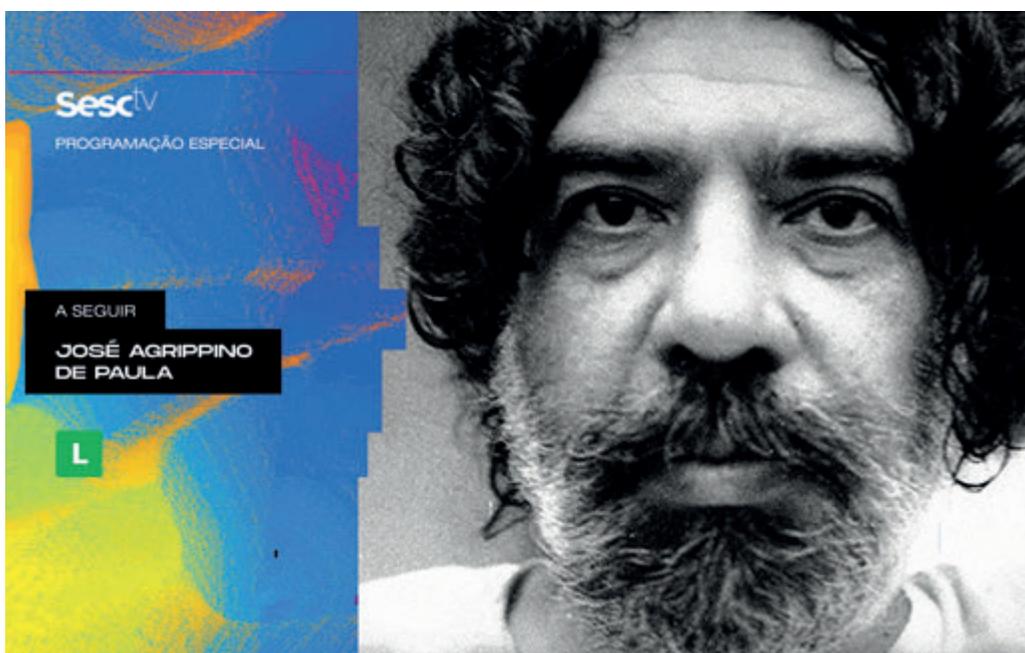
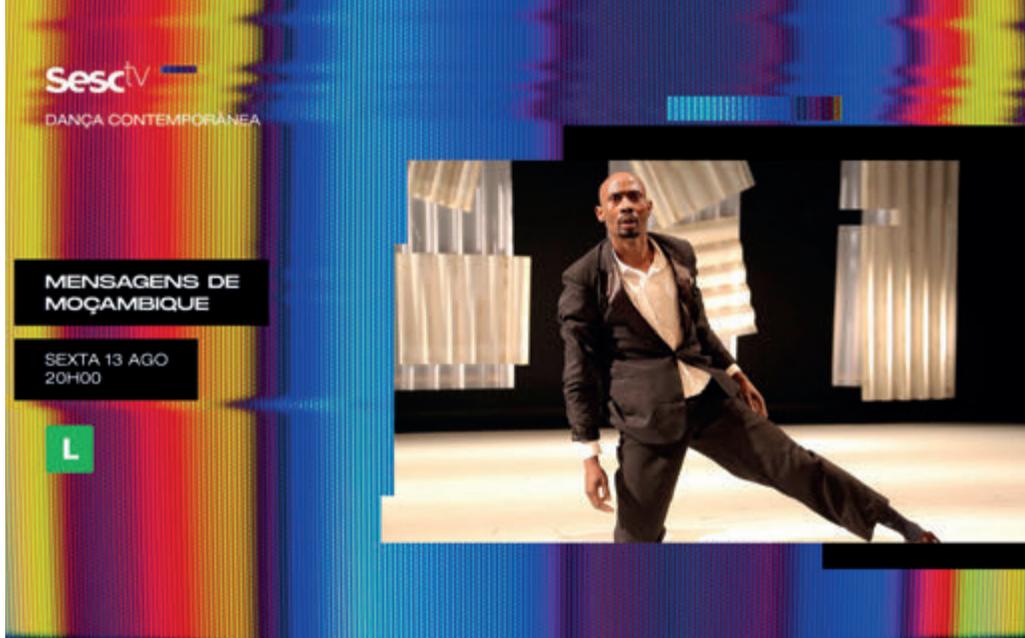
Nova identidade visual para o Sesc TV | Criação de animações e pacote gráfico para peças informativas e conceituais sobre a nova identidade; O acervo diverso, composto por produções de diversos campos artístico como música, teatro, cinema, literatura, dança e em formatos variados como filmes, séries e programas, demandando um gama de padrões customizáveis para compor anúncios de forma adequada.

AUTORIA | ANO

Bijari

CLIENTE

SESC TV





Step Up Your Creativity

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Quando se fala em produção de calçados a criatividade pode encontrar diversos obstáculos no caminho. De materiais até métodos de fabricação. Superar estes obstáculos é o negócio da Spectrum. Explorar possibilidades de produção e encontrar maneiras de viabilizar ideias de estilistas e designers. Porém, uma vez que é necessário manter o sigilo dos clientes, como se apresentar ao mercado? Este é o desafio que abraçamos através da produção de um vídeo. Inspirados pela tendência dos Oddly Satisfying Videos, criamos um universo imaginário que representa os caminhos percorridos para uma ideia se tornar produto. Os obstáculos mercadológicos e técnicos, os testes, as texturas, cores, materiais, representados em animações que trazem uma sensação de satisfação em uma dinâmica quase hipnotizante.

AUTORIA

Estúdio Solo

CLIENTE

Spectrum



ARTA, THE QUEEN
 OF FOOTBALL //
 ART DIRECTION &
 MOTION GRAPHS (())



Uma História de Inspiração

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para anunciarmos a nova embaixadora do estádio do Corinthians F.C., participamos da produção da campanha “Uma História de Coragem: Marta Silva”. Composta por um filme e uma série de peças gráficas para a marca Neoquímica. Nosso objetivo era impactar o público amante do futebol com o exemplo de superação desta que é nossa grande rainha, estreitando laços entre a saúde, o respeito, a diversidade e o esporte.

AUTORIA | ANO

Asteroide + Flavor

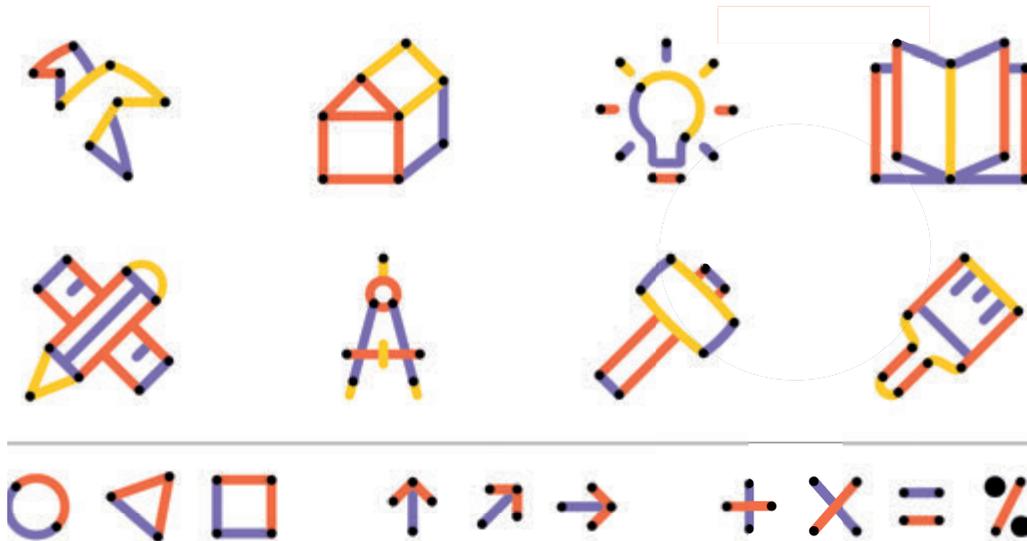
CLIENTE

Hypera Pharma / Neo Química Arena



UM FILME PARA ANUNCIAR A NOVA EMBAIXADORA DO ESTÁDIO DO CORINTHIANS. UM TRABALHO QUE, ALÉM DE IMPACTAR E SER INSPIRAÇÃO PARA DIVERSAS MULHERES NO FUTEBOL, TAMBÉM ESTREITOU LAÇOS ENTRE SAÚDE E ESPORTE. ALÉM DISSO, ESSE FOI UM PROJETO FEITO A VÁRIAS MÃOS. UMA EXPERIMENTAÇÃO DE VÁRIAS TÉCNICAS DE SOFÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE FEITA À MÃO. ILUSTRAÇÕES FEITAS PARA GANHAR SEU ESPAÇO NA TELA. FRAMES IMPRESSOS, RECORTADOS E PREENCHIDOS, SCANNERS PEGANDO POCO... TUDO FEITO DE MANEIRA ARTESANAL. PARA FAZER DESSE FILME ALGO ÚNICO E INSPIRADOR.





Baya Iconografia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Baya é uma plataforma educacional que trabalha com a implementação de metodologias criativas de ensino em escolas parceiras. Projetamos a primeira geração do sistema de iconografia da Baya Education como parte da sua identidade visual e que pudessem ser aplicados em seus materiais de comunicação e sinalização dos espaços makers projetados pela Baya.

AUTORIA | ANO

My Name is Will

CLIENTE

Baya - Creative Learning



ícones   
   tipográficos
   para uma
comunicação intuitiva
e universal  

CRAFT FOR DESIGN

PICTOGRAMA



Dasa Pictograma

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nosso desafio foi criar uma família de pictogramas que conseguisse atender a um ecossistema de saúde complexo e diversificado. Os ícones seriam utilizados de forma ampla no dia-a-dia da empresa, como elemento de usabilidade e gráfico, online e offline, destinado a um público plural.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Dasa



exame.
invest

nova identidade visual

Estudo do logo
como base para tipografia.

exame.

Primeiro Set
de Caracteres

x g m f

Contexto:

Exame é a maior fonte de informação sobre economia do país. Economistas, formações de opinião, corretoras e bancos se informam na Exame. Para lançar o seu portal próprio de investimentos, o Exame Invest, os 50 anos de credibilidade da revista e a modernidade do novo serviço precisavam estar presentes na mesma campanha.

Ideia:

Toda vez que uma notícia é confiável, no rodapé está lá, fonte: Exame. Na campanha de lançamento do Exame Invest, invertemos o peso e buscamos destaque para a maior representação da credibilidade da marca no país "fonte: Exame". Para deixar a construção ainda mais proprietária, o ponto que acompanha o logo da revista também virou bone no projeto. Afinal, se a fonte é Exame, ponto final.

Visual:

Criamos um grafismo baseado sempre na junção de 3 pontos os dois pontos da fonte e o ponto final do logo Exame. Para a fotografia, a inspiração veio das tradicionais capas, mas criamos uma versão mais moderna, colorida e diversa. Apesar de ter 50 anos de história, a Exame não tinha uma tipografia proprietária. Inspirados pelo logo, desenvolvemos uma tipografia com uma base Didone. E criamos um alfabeto completo com caracteres especiais e ligaduras específicas.

fonte: exame / :

a b c ç d e e f g h i j
k l m n o p q r s t u
v w x y z . , : ; ... ! ?
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

c c fi fj ff fl fb
e e

exame
exame
exame
exame



olá, sou a nova tipografia da exame.

Estudo do logo
como base para tipografia.

exame.

Primeiro Set
de Caracteres

x g m f

exame
exame
exame
exame



a b c ç d e e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z . , : ;
... ! ? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

c c / c fi fj ff
e e / e fl fb

fonte: exame



Fonte Exame Invest

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Exame é uma das fontes de informação mais confiáveis na vida do brasileiro quando o assunto é economia e finanças. Recentemente, a Exame Invest passou por um reposicionamento, liderado pela agência GUT. A Plau foi convidada como parceira desse processo para desenvolver a tipografia que seria usada nas campanhas de marketing do produto.

AUTORIA | ANO

Plau

CLIENTE

Exame

exame invest:
investimento
direto da fonte.

Serifa
pena de bico



Contraste entre
terminações

exame.
invest



abcdefghij
 klmnopqr
 stuvwxyz
 ABCDEFGHIJ
 KLMNOPQR
 STUVWXYZ
 123456789
 .,!?&@§\$#*

In Typeface Sans

abcdefghij
 klmnopqr
 stuvwxyz
 ABCDEFGHIJ
 KLMNOPQR
 STUVWXYZ
 1234567890
 .,!?&@§\$#*

In Typeface Serif

abcdefghij
 klmnopqr
 stuvwxyz
 ABCDEFGHIJ
 KLMNOPQR
 STUVWXYZ
 1234567890
 . , ! ? & @ § \$ # *

In Typeface Serif Mono

abcdefghij
 klmnopqr
 stuvwxyz
 ABCDEFGHIJ
 KLMNOPQR
 STUVWXYZ
 1234567890
 .,!?&@§\$#*

In Typeface Serif

iN Typeface

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Age_ncia paulista especializada em estratégia de marca, a In imaginou sua nova identidade com uma família tipográfica proprietária de base e nos convidou para essa tarefa.ment

AUTORIA

Plau

CLIENTE

iN Marcas



Letra Chilena

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Letra Chilena é uma tipografia experimental que explora atributos formais e conceituais da linha de pipa que dá nome ao projeto. O movimento e a tensão estão presentes no desenho das letras e a força desses contrastes ajudam o projeto quebrar algumas regras e expectativas relacionadas a um projeto de tipo. A legibilidade e a leitura não se sobrepõem às outras experiências de leitura. Além do desenho dos glifos, Letra Chilena apresenta quatro versões de espécime tipográfico: um totalmente impresso em risografia, outro parcialmente impresso e que ativa uma experiência em realidade aumentada, um que é um modelo 3d interativo e outro que foi distribuído digitalmente como NFT e que foi um dos primeiros espécimes tipográficos a serem comercializados como criptoarte.

AUTORIA | ANO

Mohamed Lucas

CLIENTE

Nenhum



NOT Thin
MAYO Light
BURGER Regular
MILK SemiBold
ICECREAM Bold

UNEXPECTED
LOGIC

X

HOCOLATE
COOKIES
TRAWBERRY
NILLA BEANS



CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



NotFont - a voz tipográfica de NotCo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A NotCo é uma empresa de tecnologia de alimentos de base vegetal. A tipografia custom para a empresa deveria substituir a tipografia de varejo que ela utilizava até então e materializar o posicionamento da marca: "Unexpected logic". A fonte deveria ser uma transição suave entre a nova voz tipográfica e a tipografia anterior, mas também conter elementos de surpresa e imprevisibilidade, condizentes com a personalidade da marca.

AUTORIA

Plau

CLIENTE

NotCo



Redonda

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Redonda” é o nome da décima tipografia de varejo lançada pela Plau.

AUTORIA | ANO

Plau

CLIENTE

Plau

INTRODUCING REDONDA



Display diacritics



Comfortable x-height



Multiple weights



Heavyweight DNA



Real italics



Stylistic Alternates



Language support



Good looking



Redonda

*Humanist sans serif
designed by Carlos Mignot
and published by Plau*



Light

Regular

Bold

Extrabold

Black



Light Italic

Italic

Bold Italic

Extrabold Italic

Black Italic

Dasa Sans
Aabc123

light
regular
medium
semibold
bold



Olá.

Sou a tipografia Dasa Sans. Minha personalidade surge a partir dos atributos da marca Dasa.

à frente
& de frente

confiança
& integração

aproxima
& empodera

Ligaturas alternativas
especiais para títulos

conecta

æ ax ce ch co cu cã çã fr ft fu fy
fi gr gu ra rf rt ru rv rw sã ti tu tv vt

Tipografia Dasa Sans

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados para desenhar uma tipografia exclusiva para compor a linguagem da nova marca que surgiu da fusão de 3 grandes empresas e expressar a visão de futuro e dar forma ao tom de voz claro e acolhedor de Dasa.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Dasa



tfHTZ
ftyzA1fi

XP Tipografia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como ajudar a XP nesse novo momento a achar sua voz tipográfica? A XP viu a necessidade de construir uma tipografia proprietária que tivesse uma fluidez funcional em para todas suas mídias e submarcas.

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

XP

lighthouse typography,
for a lighthouse brand.

AaBcCc
1234½\$%?

light
regular
medium
bold
black



Dingbats Vitalino

DESCRIÇÃO DO PROJETO

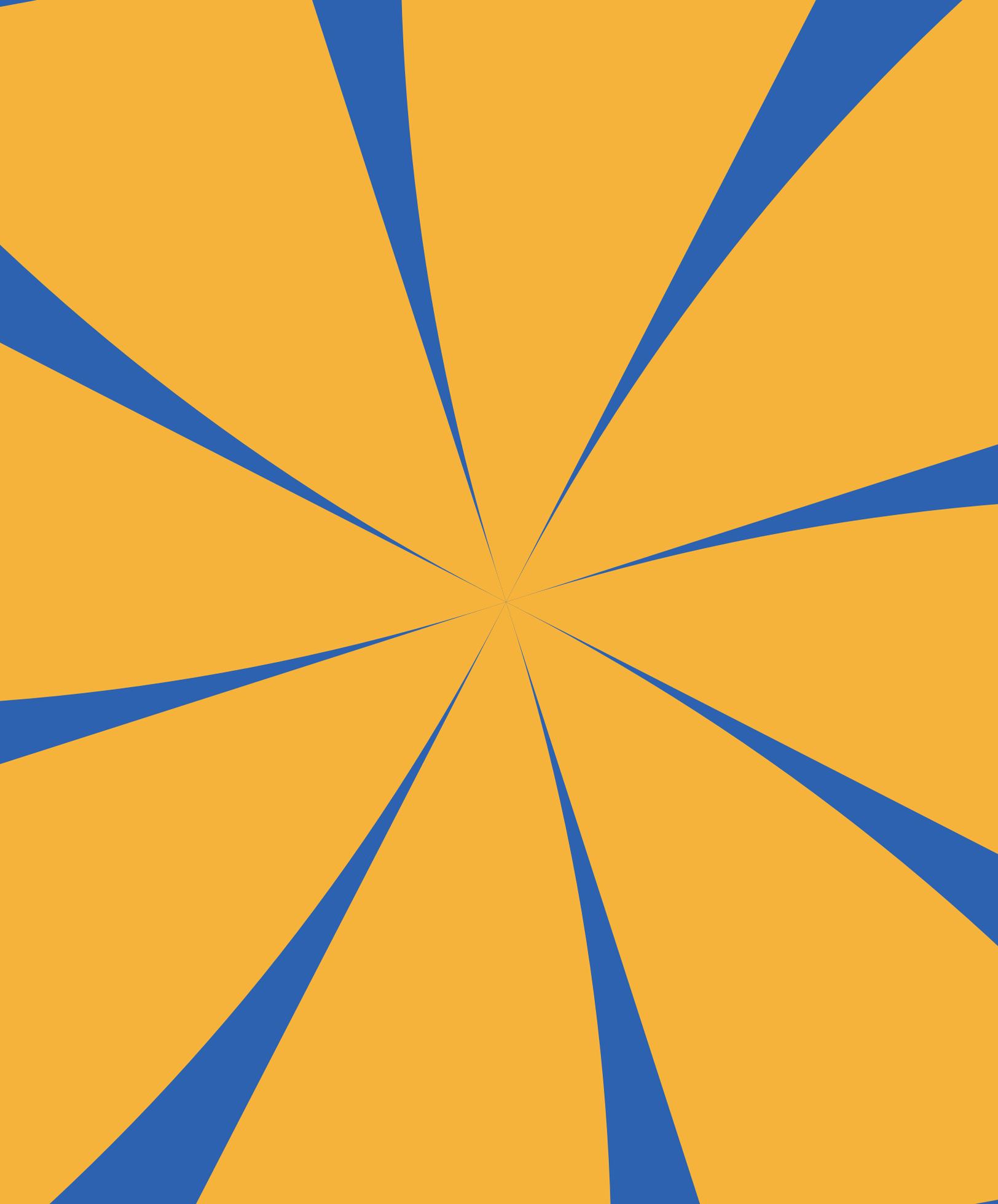
Dingbats Vitalino é uma fonte iconográfica que conta as histórias de Mestre Vitalino e a sua forma única de enxergar o povo do Agreste, cheio de tradição e representatividade. Os homens e as mulheres que constroem paisagens que são palcos de poesias, músicas e obras de arte ganham mais força através de um arquivo de fonte. Desenvolvida para promover e preservar a memória do mestre artesão, o dingbats possui desenhos exclusivos inspirados nas obras de barro, representando e enaltecendo a cultura Pernambucana e Nordestina.

AUTORIA

Estúdio Oba - Vinícius Lira, Victor Santos, Italo Mikoko e Jota Vilanova

CLIENTE

Projeto Autoral



Design de Ambiente



REALIZAÇÃO

ABEDSIGN

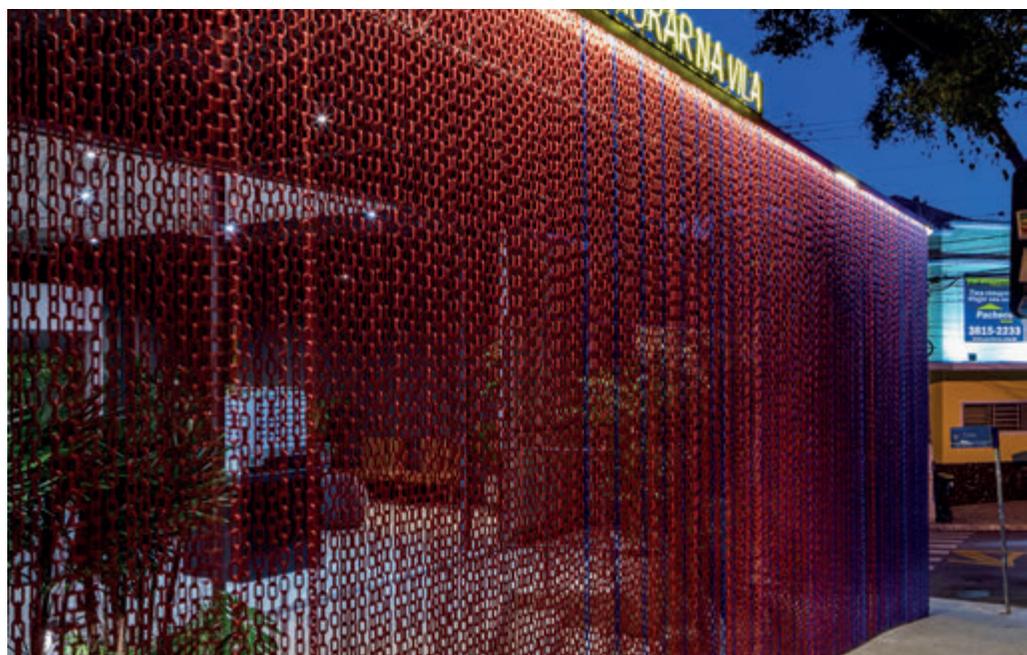


DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO



GRAND PRIX



CORRENTES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de espaço temporário voltado para a venda imobiliária.

AUTORIA | ANO

Nitsche

CLIENTE

Idea Zarvos



Zee Dog Labs - Shopping Rio Sul, RJ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ZEE DOG LABS nasce como uma nova flagship concebido da marca ZeeDog, cujo foco é mostrar todo o processo criativo por trás dos produtos, proporcionando uma experiência única, compartilhando os bastidores e incorporando a história da marca desde a sua concepção. Uma nova fase, com os quiosques saindo de cena e as lojas físicas entrando para encantar. Com essa proposta, surgiu o novo modelo de loja física, estendendo a jornada de consumo dos clientes através da experimentação. O storytelling assumiu papel principal na conceituação do projeto desde o princípio, criando o interessante desafio de aliar a venda à história que carregam as peças, como origem e produção. Uma loja ampla, sem vitrine, com a maior entrada possível e a menor área técnica praticável: foram as premissas iniciais que no

AUTORIA

Fingers Design

CLIENTE

Zee Dog



BUILDERS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de comunicação visual e ambientação para escola bilíngue de ensino infantil e fundamental.

AUTORIA | ANO

Nitsche

CLIENTE

Builders Educação Bilíngue





DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



SINALIZAÇÃO BECE - Biblioteca Estadual do Ceará

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de sinalização e comunicação visual para a Biblioteca Estadual do Ceará BECE foi realizado na ocasião de sua reforma e modernização. Em um dos raros edifícios modernistas de Fortaleza, reúne, em seus cinco andares, um dos principais acervos de livros e publicações do Ceará agora totalmente acessíveis ao público. Um dos desafios da contemporaneidade está concentrado na ideia da reconfiguração dos espaços do saber. Assim, bibliotecas não são mais locais exclusivamente dedicados aos livros, mas também de acesso à arte e ao conhecimento. No caso da BECE o conceito foi: acolhimento, integração e modernidade, com o objetivo de oferecer ao público, através da sua sinalização e sua comunicação visual, um ambiente onde ele se sinta à vontade e queira estar por muito tempo e voltar sempre.

AUTORIA

Ana Soter - Soter Design

CLIENTE

Governo do Estado do Ceará

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E
INSTALAÇÕES



Cromoterapia RIOgaleão

DESCRIÇÃO DO PROJETO

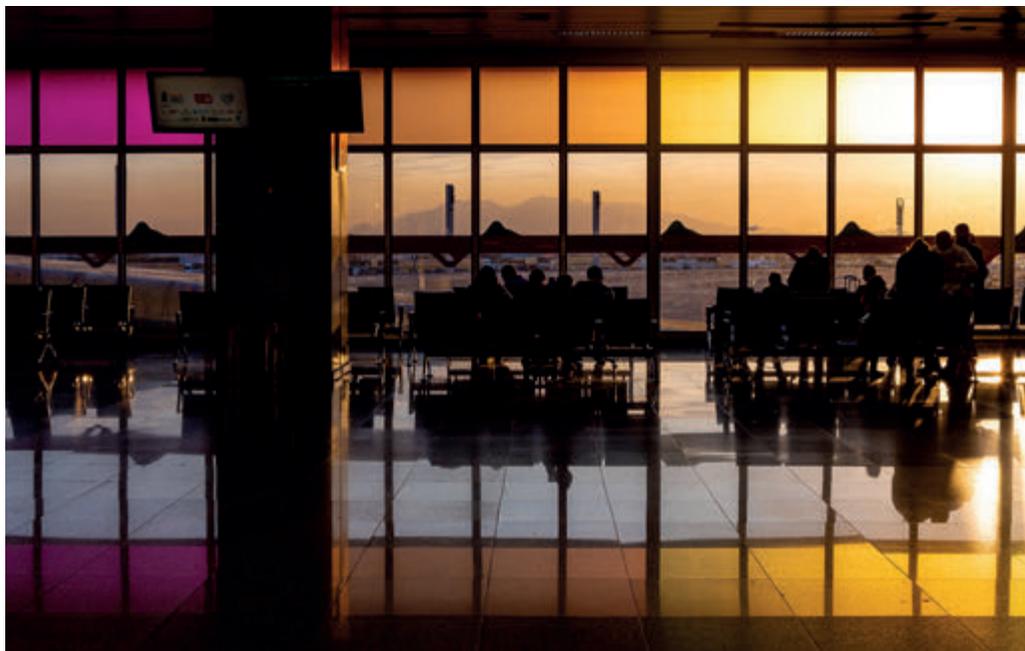
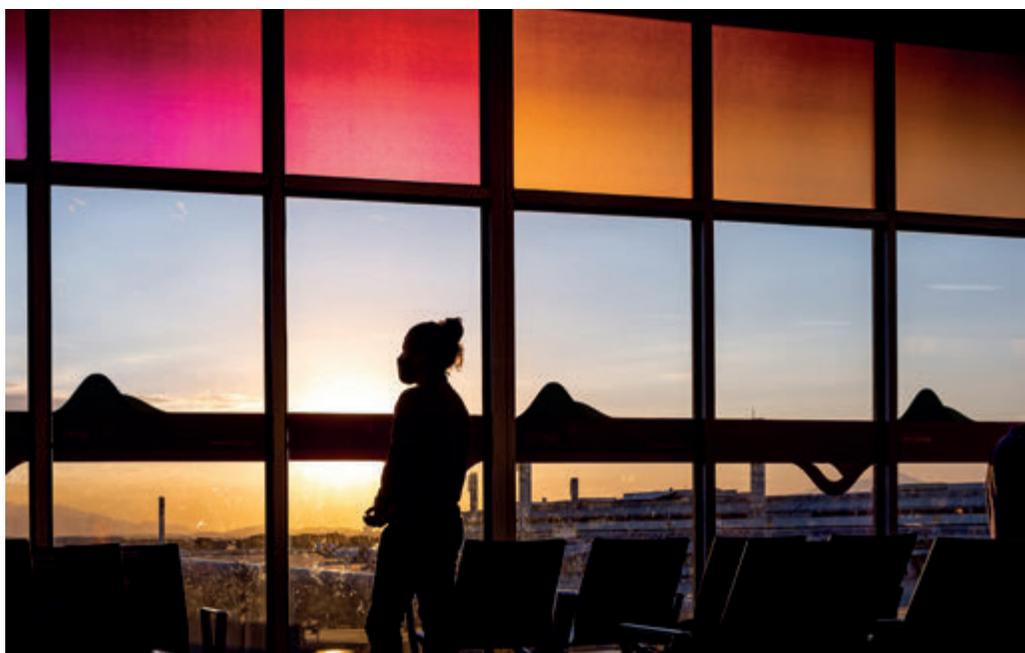
Aeroportos costumam ser vistos como ponto de passagem, um “não lugar” e não como parte da viagem. Partindo desse entendimento, em conjunto com outras iniciativas de experiência visual no movimento #ArteNoRIOgaleão, desenvolvemos o projeto de Cromoterapia para recepcionar e presentear os passageiros com a alegria, leveza e tropicalidade da cidade maravilhosa. Além disso, aeroportos internacionais são conhecidos pelas suas caminhadas longas no trajeto de embarque e desembarque que somadas à arquitetura padronizada e repetitiva acaba se tornando monótona e mais cansativa, sempre buscamos oportunidades de trazer intervenções para melhorar a experiência do passageiro nesse percurso. O Cromoterapia RIOgaleão é o mais recente desses projetos.

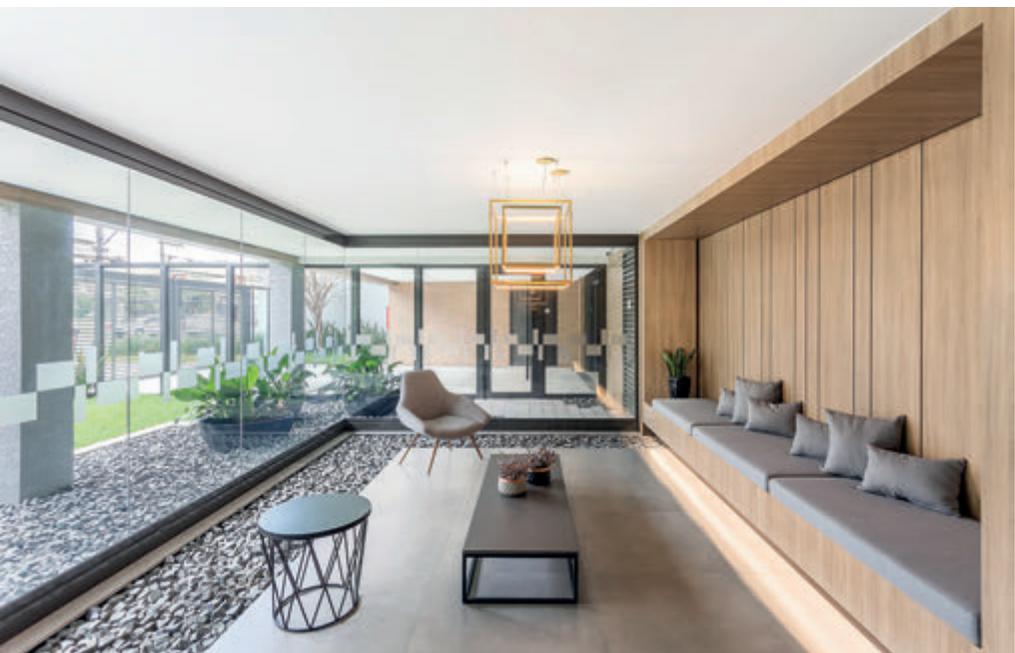
AUTORIA | ANO

Caio Dantas

CLIENTE

RIOgaleão





DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



GO 1092

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O GO 1092 é um empreendimento residencial, localizado no bairro Santana, em Porto Alegre. Próximo ao Parque da Redenção, tradicional área verde e de lazer da capital gaúcha, o produto foi planejado para quem deseja uma vida conectada, prática e moderna. Com esses conceitos definidos para o projeto, o sistema de sinalização precisa ser inserido de forma elegante, para um público que procura conforto, praticidade e qualidade estética.

AUTORIA

MAENA designconnecta

CLIENTE

Melnick

DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS CORPORATIVOS



Decolar - Nova Sede

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mais do que viagens, a decolar, com vende experiências aos seus clientes. Com essa premissa, para a sede em São Paulo, tomamos como base um conceito local e tropical, ao mesmo tempo que exploramos a sensação de viajar por novas culturas e lugares. São Paulo e seus diferentes contextos são o norte deste projeto, trabalhando muito com biofilia, humanização e urbanidades.

AUTORIA | ANO

Porú

CLIENTE

Decolar.com





DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS
CORPORATIVOS



LinkedIn São Paulo - Nova Sede

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o projeto do LinkedIn trabalhamos em conjunto com a matriz, localizada em Nova York, e com o escritório de arquitetura responsável pelo projeto no Brasil. Dividido em três andares, o conceito foi todo pautado em brasilidade, na cultura nacional e regional de todo o território brasileiro, com três temas. Para direcionar a arquitetura definimos linhas guias para o moodboard. O primeiro andar foi direcionado por elementos que trouxessem as praias para dentro do espaço, o segundo por elementos que trouxessem as florestas e o terceiro por elementos que trouxessem as montanhas. A linha criativa do projeto segue as mesmas guias, porém, abordando a regionalidade brasileira de uma forma mais imersiva.

AUTORIA

Porú

CLIENTE

LinkedIn



PITÁ Arquitetura - Nova Sede

DESCRIÇÃO DO PROJETO

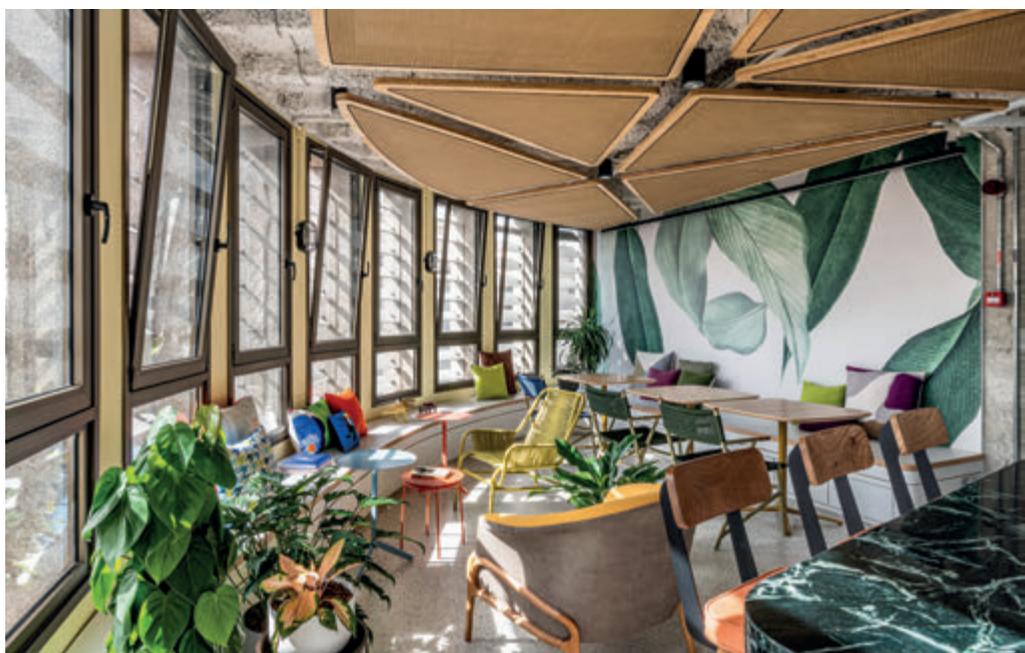
A Pitá Arquitetura está entre os escritórios de arquitetura corporativa mais renomados do país, atuando tanto no Brasil, como na Europa. Indo de encontro a sua essência brasileira e vanguardista, a empresa se mudou para a Avenida Ipiranga, no centro de São Paulo, ocupando o 16º andar do Edifício Itália. O foco do escritório com essa mudança é gerar impacto positivo no centro, auxiliando diretamente em sua retomada. Nosso projeto de ambientação para a nova sede da Pitá conta essa história, trazendo ao espaço essa vibração do centro, com muita brasilidade, vanguarda, alegria e muita diversidade. Cores vivas, ilustrações tropicais, curadoria de arte, contraste entre urbano e natureza, são elementos que fazem este espaço único, assim como a Pitá.

AUTORIA | ANO

Porú

CLIENTE

PITÁ Arquitetura





Natura Memória Viva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de um espaço imersivo e sensorial para celebrar a história dos 50 anos da Natura. Concretizado na sede da Natura, em Cajamar, o projeto criação do Marcello Dantas, em parceria com o time Natura, retrata a história da marca de forma sensorial e exploratória com beleza e interatividade.

AUTORIA

Natura e Magnetoscópio (Marcello Dantas)

CLIENTE

Natura



DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO



GOLDKO - loja conceito

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento da primeira loja conceito da marca de chocolates GOLDKO. O projeto desenvolvido reúne loja de chocolates e café em uma única loja.

AUTORIA

Estúdio Jacarandá

CLIENTE

Goldko



La Vaca Steakhouse

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O La Vaca Steakhouse tem o conceito de dualidade da busca pela origem do churrasco na América Latina e a busca pela arquitetura contemporânea. O projeto arquitetônico buscou de maneira moderna o projeto puro de dois blocos retangulares opacos, setorizados no programa proposto. O bloco esquerdo consiste no açougue, cozinha e instalações sanitárias, um bloco de serviço. O bloco direito consiste na sala de jantar e no bar de bebidas, um bloco social.

AUTORIA | ANO

Giuliano Marchiorato Arquitetos

CLIENTE

La Vaca





Design de Embalagem



REALIZAÇÃO

ABEDSIGN





La Favola | Azeite de Oliva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O briefing dos produtores de Cerro do Raposo, RS, Brasil, demandava uma solução para a visão de negócio do Cliente: Posicionar um Azeite de qualidade superior, de maneira superior. O projeto buscava ainda que todo o conceito e execução segamentassem o produto como um artigo desejado, exclusivo, que transmitisse extrema qualidade e para ser entregue como um presente memorável.

AUTORIA | ANO

Holy Studio

CLIENTE

La Favola / Olhos D'água





Arminda Cachaça

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cachaça Premium com foco na exportação. A cachaça traz a herança cultural brasileira na sua essência, assim a estratégia de design se apropria desta história e traz o conceito baseado na criação de inovação de significado. O design triangular do produto destaca e valoriza a cachaça no mercado, além de otimizar a logística (42% de espaço a mais no container), sendo também mais sustentável. Também oferece maior ergonomia ao servir por seu formato e material natural que permitem melhor pega. Comunica uma narrativa de significado e estética cultural por meio dos grafismos e materiais, criando uma moderna conexão cultural com o passado colonial brasileiro, contrastando o clássico com o contemporâneo.

AUTORIA

ARBO design

CLIENTE

Grupo Arminda



Bacio di Latte - embalagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de embalagens para a comercialização do sorvete Bacio di Latte em supermercados do Brasil.

AUTORIA | ANO

REBU

CLIENTE

Bacio di Latte





BrAuN Gin

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de embalagem para BrAuN Gin, marca do interior do Rio Grande do Sul, posicionada através do histórico da família na química, que se mistura com a paixão de pai e filho pela destilaria. Para o projeto de branding e design de embalagem, evidenciamos o storytelling da marca, unindo os universos da química e da destilaria. Por este motivo, os elementos da tabela periódica estão presentes tanto no logotipo - (Br) Bromo (Au) Ouro (N) Nitrogênio - quanto nos detalhes da impressão do rótulo, com destaque para o hot stamping ouro que dá vida para textura lateral, inspirada em reações químicas vistas por microscópio.

AUTORIA

Ismo Design

CLIENTE

Braun Gin



Glasu!

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Glasurit abraçou a mudança e agora é Glasu!, a nova marca de tintas da BASF. A partir de um intenso projeto de pesquisa e planejamento estratégico, a marca renasce mais moderna e parceira para acompanhar a reforma dos sonhos, garantindo qualidade reconhecida pela Suvinil e praticidade para colocar a mão na massa de forma acessível. E, para concretizar esse movimento, todas as embalagens do portfólio foram redesenhadas com a nova identidade visual e verbal de Glasu! para transpassar em cada linha toda a energia, alegria e realização que a marca quer inspirar e emanar ao pensar em reformar a casa. O projeto gráfico revitalizou as linhas trazendo modernidade, leveza e praticidade ao comunicar a funcionalidade e uso dos produtos, auxiliando ainda mais o seu consumidor a colocar a mudança em

AUTORIA | ANO

Interbrand

CLIENTE

BASF

Glasu!

Uma marca BASF - We create chemistry



ANTES



DEPOIS



keep it simple.



LOVIN'



Lovin' - Embalagens

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Lovin' é a primeira DNVB de vinho em lata do Brasil. A marca conquistou o coração dos apaixonados por vinho através de uma proposta de consumo leve e descomplicada. Após dar vida à identidade, fomos convidados para desenvolver as embalagens das três linhas: Rosé, White e Rosé Dry, onde o desafio era transparecer o propósito da marca de descomplicar o vinho e mostrar para as pessoas que existe um jeito diferente de consumir aquilo que elas tanto amam, tudo isso através do design limpo e simples que a Lovin' carrega em seu DNA.

AUTORIA

Nirin Branding Agency

CLIENTE

Lovin'





Natura Ekos Embalagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desde 2018, Natura Ekos vem se reposicionando a partir de um repertório proprietário que ajudou a resgatar a origem mais ativista da marca, com mais contundência para o presente e ainda mais força para o futuro, encontrando equilíbrio entre as necessidades do target e vocação ativista da marca. Como uma marca é um movimento em constante evolução, levamos esse movimento também para as novas embalagens de toda a linha Ekos, traduzindo toda a potência e multisensorialidade amazônica das novas fórmulas.

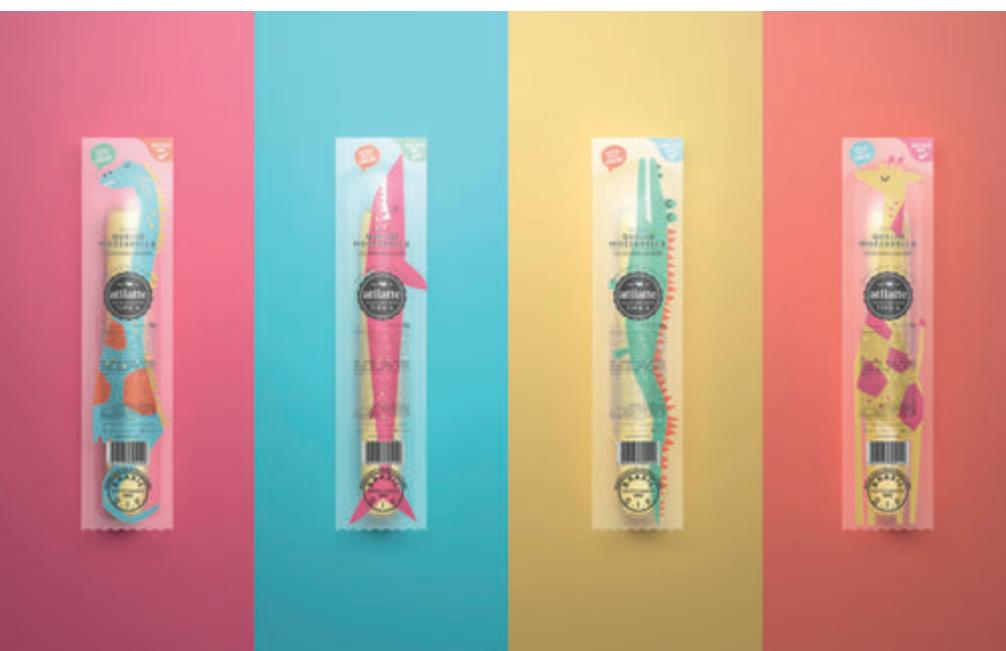
AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Natura





Stick de Queijo Infantil Atilatte

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Perfeitos para a lancheira e para aquele snack entre refeições, os palitos de queijo Atilatte, feitos com leite tipo A, carregam toda a qualidade e saudabilidade dos produtos do laticínio. O desafio proposto foi o desenvolvimento de embalagens com foco no público infantil, pensando na possibilidade da venda unitária ou em pacotes do tipo stand up pouch (SUP) com 8 unidades.

AUTORIA

MELT

CLIENTE

Atilatte Laticínio



Tucupi

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Embalagem para versão envasada do caldo amarelo extraído da raiz da mandioca, tradicionalíssimo na gastronomia do Pará.

AUTORIA | ANO

Casa Rex

CLIENTE

Manioca



Yuper: Viva Novos Períodos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vivemos em uma sociedade em que o sexo feminino aprendeu a sentir vergonha e até mesmo desrespeitar seu corpo. Mas isso já não pode ser realidade, ainda mais quando falamos em saúde feminina. A Yuper nasce, então, por acreditar que as mulheres merecem mais. Chega com “mens-truação sem tabu” como seu conceito embrionário. Transformando a forma que lidamos com a menstruação, a marca promove reeducação e liberdade de fala, além de repensar hábitos e conceitos ao redor do período menstrual. A empresa comercializa produtos como copos e discos menstruais que coletam o fluxo menstrual de forma saudável ao corpo. A concepção do trabalho de branding se inicia na estratégia de posicionamento, desdobrando-se em pontos de contato que materializam verbal e visualmente o propósito da marca.mul

AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Yuper

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



Dengo Gin-Bra

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da embalagem do novo produto do portfólio de Dengo, o Gin-Bra.

AUTORIA | ANO

REBU

CLIENTE

Dengo



Nestlé®

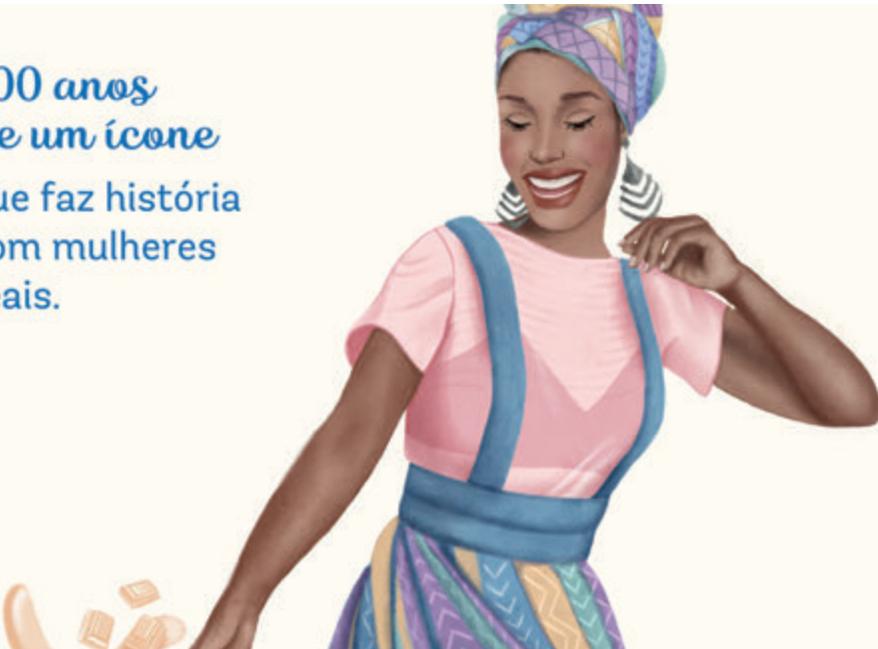
Moça® 100 anos

Edição especial

100 anos
de um ícone



100 anos
de um ícone
que faz história
com mulheres
reais.



DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E
PROMOÇÃO



Moça 100 anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Pela primeira vez em 100 anos, Leite Moça® retira camponesa das latas para dar espaço a personagens reais - as latas fazem parte da campanha criada pela FCB Brasil - "Leite Moça® 100 anos. Tudo que pode dar certo vai dar certo" celebra a data com brasileiras estampando as latas. Temos muito orgulho de fazer parte deste movimento tangibilizando a ideia e dando protagonismo às trajetórias de mulheres brasileiras que tiveram suas vidas impactadas por Moça.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Nestlé

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



Tiê & Misci

DESCRIÇÃO DO PROJETO

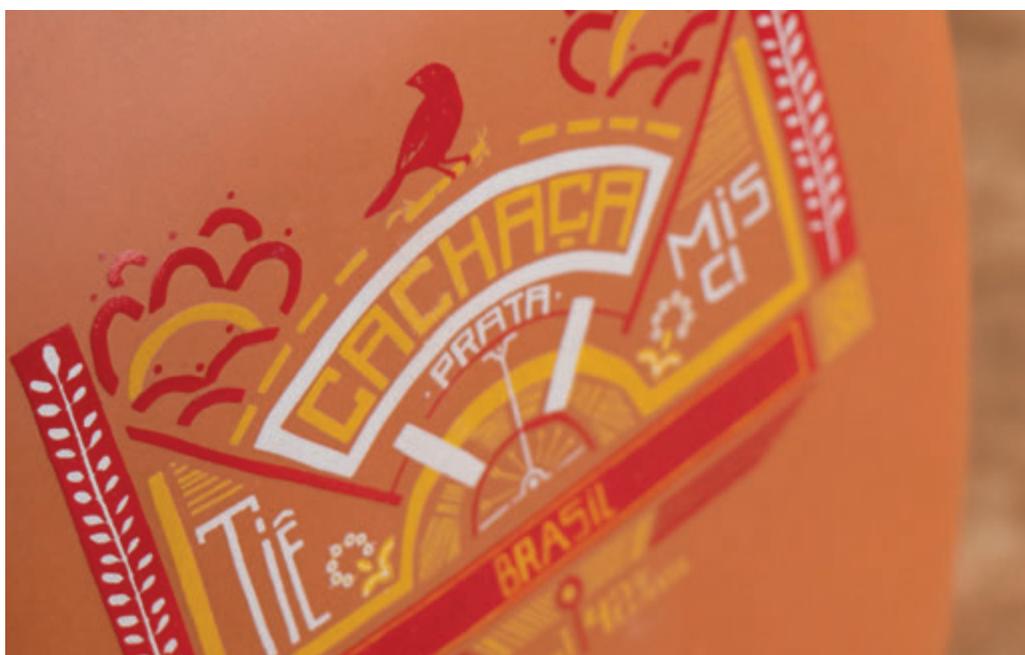
Desenvolvimento de rótulo especial da Cachaca Tiê para a Misci, uma marca de roupas, acessórios e mobiliário.

AUTORIA | ANO

Estúdio Caxa

CLIENTE

Cachaca Tiê





Trilogia YVY - Refil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fundada em 2017, a YVY é uma destilaria original do Brasil. Uma marca que valoriza a essência do país em todos os seus processos, produtos e escolhas. A trilogia de gins YVY - Mar, Terra e Ar - é uma representação da essência da marca, e um retrato do Brasil em sua mais pura forma. São três bebidas diferentes, que traduzem os caminhos, histórias e encontros que fazem do Brasil o que ele é. A YVY valoriza o país e isso é também entender os impactos da destilaria em toda a cadeia de produção e consumo. É buscar caminhos mais respeitosos, sustentáveis e responsáveis. Pensando nisso, a YVY apresenta a sua linha de gins em versão lata e garrafa de vidro reutilizável, que permite ao consumidor, renovar o seu estoque de gin YVY sem a necessidade de adquirir uma nova garrafa.

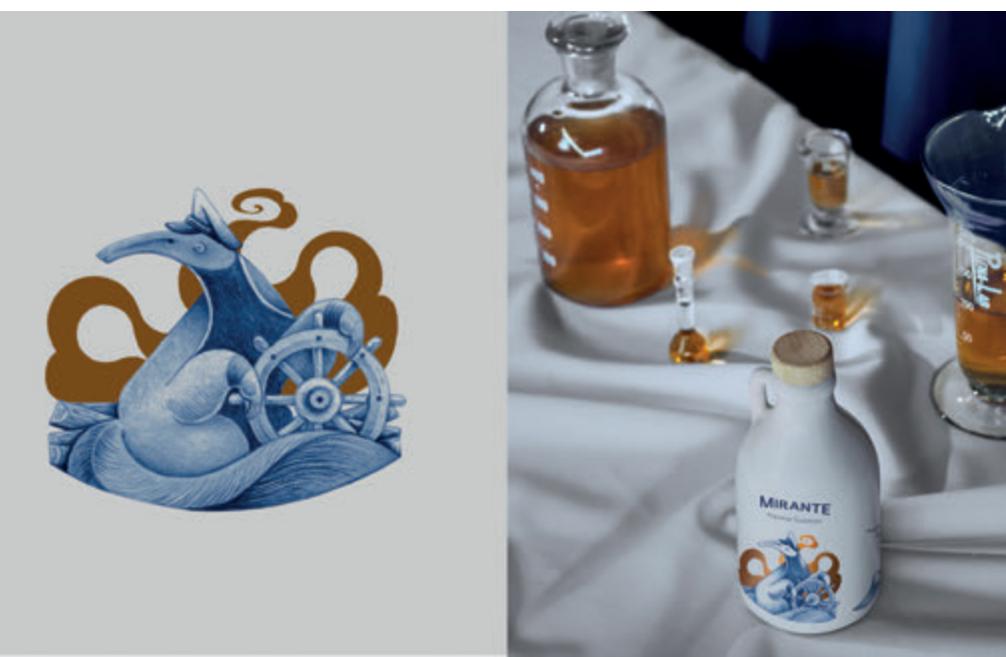
AUTORIA | ANO

Estúdio Bogotá

CLIENTE

YVY Destilaria





Azeite Mirante

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Embalagem criada para a Mirante, um azeite naturalmente defumado. Referências ao processo de defumação e utensílios de preparo se juntam a elementos náuticos para formar o universo de expressão da marca. A embalagem, feita em cerâmica, exibe a essência da marca e apresenta a qualidade do produto.

AUTORIA

LASCA STUDIO

CLIENTE

Mirante Alquimias Gustativas



Besty Bites

DESCRIÇÃO DO PROJETO

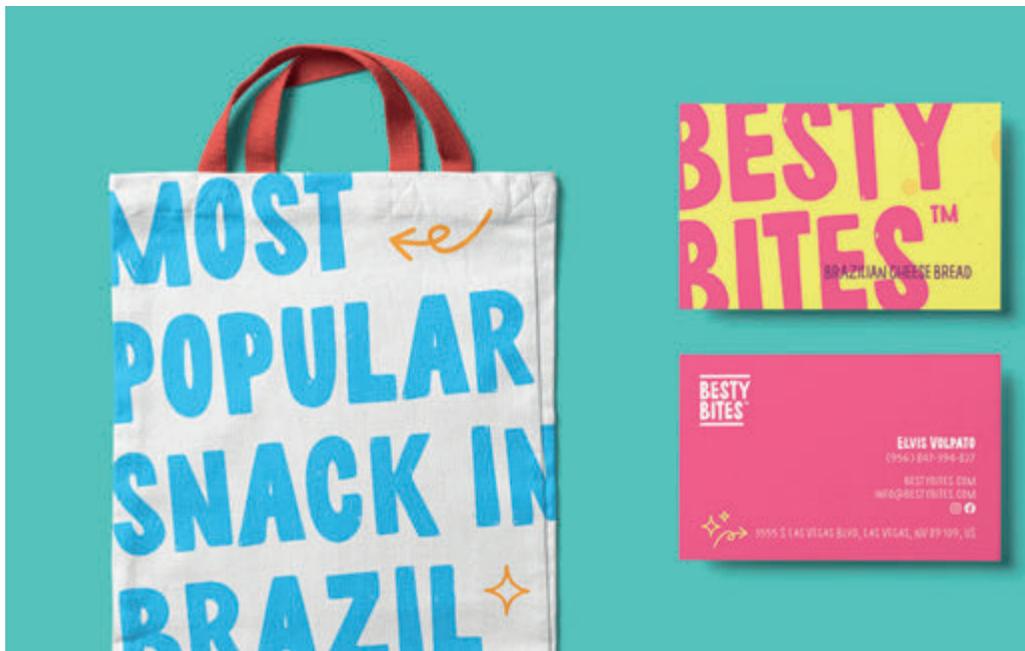
Besty Bites é um delicioso pão de queijo vendido nos Estados Unidos com o melhor do sabor brasileiro. Feito com habilidades adquiridas em 3 gerações de padeiros brasileiros, a receita vem se aprimorando há décadas e agora é colocada à prova e adaptada para o consumidor americano.

AUTORIA | ANO

Feitoria

CLIENTE

Besty Bites





Cerveja (048)

DESCRIÇÃO DO PROJETO

048 surgiu da ideia de um engenheiro que planejava criar uma máquina compacta automatizada para produção caseira de cerveja artesanal com o anseio de facilitar a vida dos cervejeiros experimentais e também das grandes fábricas que poderiam experimentar novas receitas em pequena escala. Muitos testes foram feitos para chegar no maquinário perfeito e com os testes muitas cervejas foram produzidas que teve uma aceitação enorme entre as pessoas próximas. O ano era 2016 e o mercado de cerveja artesanal não era muito difundido. Com a grande aceitação mudou-se o foco da empresa de produção da máquina para a criação de uma marca de cerveja artesanal. O nome escolhido foi 048 em referência a Florianópolis, onde a empresa nasceu. Fomos encarregados de criar toda a identidade visual e embalagem.

AUTORIA

FatFaceStudio

CLIENTE

Cerveja (048)



Danone Global Embalagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reposicionar uma marca global que tem mais de 100 anos de história e é sinônimo da categoria, tornando o iogurte atraente para as novas gerações? Mais do que um projeto de redesenho de embalagens, um reposicionamento capaz de comunicar atributos de forma estratégica e mover a marca e seus produtos na direção dos desejos contemporâneos.

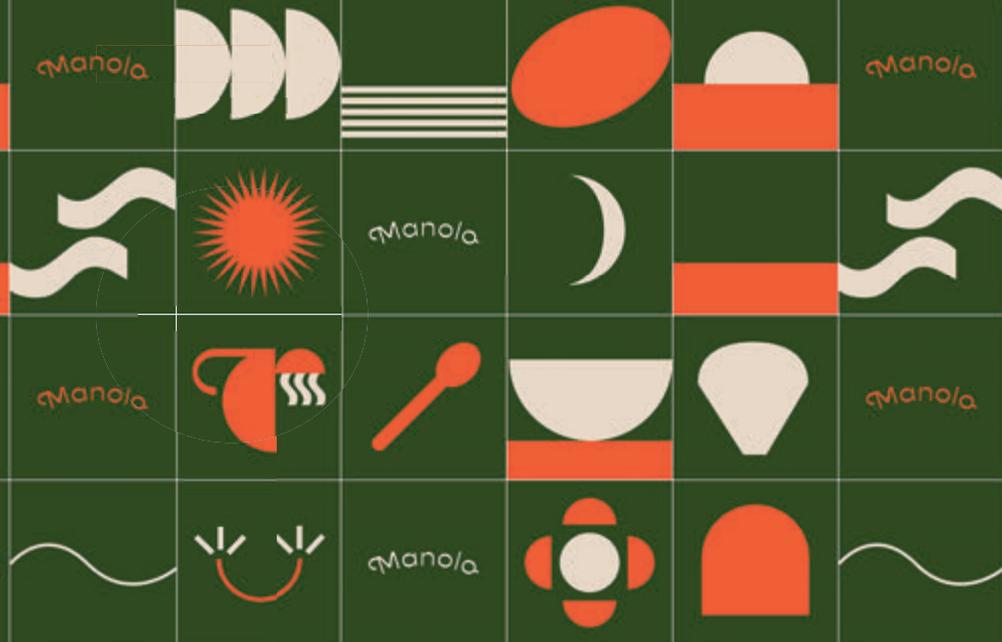
AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Danone





Embalagens - Cafés Manolo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Manolo é uma marca de cafés especiais artesanais baseada no Rio de Janeiro com cafés provenientes da Serra do Caparaó em Minas Gerais. A marca possui três tipos de cafés: Bastião (intenso), Madá (frutado), Varanda (suave e com uma leve acidez) e três variações para consumo: grão, cápsula e moído. Manolo é próxima, básica, alegre e amigável, quer atingir um público jovem que busca um café de qualidade com preços acessíveis e preencher os momentos com delicadeza e simplicidade, como se sempre estivesse ali, como se fizesse parte da sua casa.

AUTORIA

Obra

CLIENTE

Manolo





Embalagens Almadoré

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma nova marca de chocolate estava nascendo com compromisso e muita paixão para criar barras com cacau da Bahia, diretamente da Cabruca, de forma artesanal em Niterói. Era necessário um nome para a marca e uma identidade visual que deixasse muito claras a qualidade e a alma do chocolate. Desde a criação do nome, a alma e união de pessoas estava em foco! A tagline escolhida foi “chocolate de origem”, para marcar um cacau de qualidade, bean to bar. A embalagem destaca uma leve e divertida reunião de apaixonados por chocolate que vão para um mundo particular, enquanto estão degustando suas barras lentamente.

AUTORIA | ANO

Carinhas

CLIENTE

Almadoré





coffee punch



Embalagens Coffee Punch

DESCRIÇÃO DO PROJETO

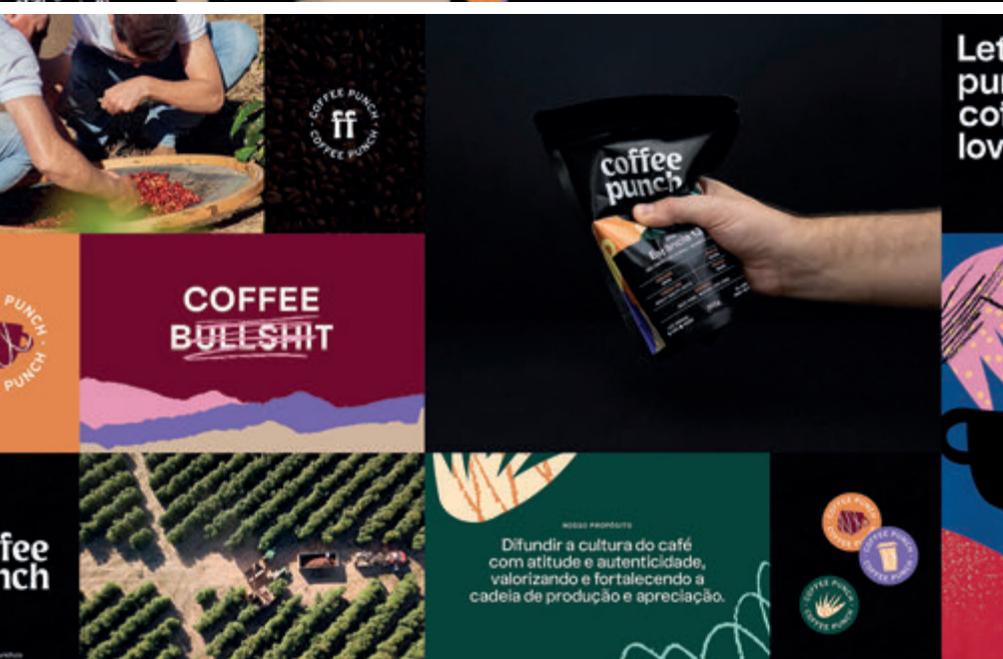
Coffee Punch é uma marca cool e criativa, que existe com o propósito de difundir a cultura do café com atitude e autenticidade, valorizando e fortalecendo a cadeia de produção e apreciação. O projeto deveria representar o estilo de vida dos idealizadores e a sua relação com o universo cafeeiro: espontânea, autêntica e muito pessoal, sem rituais ou regras pré-estabelecidas. Esses atributos precisavam ser percebidos de forma clara em todas as embalagens, apresentando os cafés com o máximo de impacto visual e com características fora do tradicional para esse universo. Um dos principais desafios era criar uma série de embalagens diferentes para cada variedade de grão, embora com expressividade e consistência visual, além de baixo custo de produção.

AUTORIA

Céu Design

CLIENTE

Coffee Punch





Embalagens Super Vegan

DESCRIÇÃO DO PROJETO

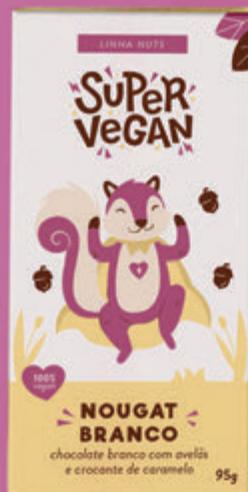
A Super Vegan tem uma proposta clara: entregar mais de 10 sabores de chocolates artesanais veganos. No mercado, faltavam opções veganas mais doces, em especial no sabor branco. A fundadora acreditava que as embalagens não estavam a altura da qualidade dos chocolates. O desafio foi manter a ideia de animais super heróis ilustrados, que já eram utilizados, daí o nome “Super Vegan”. Desses animais, a Raposinha tem lugar especial, pois a marca é conhecida por ser “o chocolate da Raposinha”. Para isso, o design das embalagens foi unificado através do redesenho da Raposinha e do Esquilinho e da inclusão de personagens novos: Macaquinho e Gatinha. Além da paleta de cores e detalhes para cada sabor. Começou então uma nova era mais madura e organizada sem perder a fofura, essência da marca.

AUTORIA | ANO

Carinhas

CLIENTE

Super Vegan





GoldKo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Família Copenhagen e a expansão da Goldko com seus chocolates saudáveis. Duas sílabas de dois sobrenomes da família (Goldfinger Copenhagen), fazem Goldko. Sim, o “ko” é o mesmo da tradicional marca brasileira de chocolates. Com doces sem açúcar, a empresa acaba de abrir sua primeira loja em São Paulo e pretende dobrar de tamanho em 2021. Para isso, as embalagens feitas em 2015 precisaram ser revisitadas e com os aprendizados da trajetória sua linha mais importante de famosos “clássicos” foi transformada.

AUTORIA

Coletivo Design

CLIENTE

GoldKo



Kuat: o sabor do seu Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Há mais de 10 anos adormecida e sem inovar, Kuat perdeu o protagonismo dentro do extenso portfólio de refrigerantes da The Coca-Cola Company nos últimos anos. Além disso, a marca também perdia relevância ao disputar mercado com os guaranás regionais ofertados pelo grupo. Sendo assim, mediante ao desafio de reposicionar a marca Kuat, a FutureBrand São Paulo foi convocada. O briefing: transformar a Kuat em uma marca que se conecte com a pluralidade dos diversos Brasis que existem dentro do no país. Nasce assim uma marca com o sabor do SEU Brasil.

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

The Coca-Cola Company



▶ Kuat existe para celebrar a pluralidade das culturas regionais

O Brasil é um país diverso, multicultural, heterogêneo. Porém, em quase todas as suas representações, ainda vemos a construção de estereótipos, que retratam o nosso povo com uma mesma cara, um mesmo jeito, um mesmo gosto. A verdade é que falar do brasileiro sem considerar suas raízes regionais e nuances culturais faz com que muitos se sintam excluídos.



Kuat quer exaltar as diferentes culturas do Brasil, estimulando o sentimento de pertencimento e o orgulho de fazer parte. Com este olhar, quer fazer com que pessoas de todas as regiões se sintam vistas e valorizadas.



Capitosa: Linha Acolhedora e Consistente

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capitosa é uma cervejaria artesanal genuinamente cearense que produz e fala sobre cerveja com um olhar especial para a linguagem e os sentidos. Sempre se mantendo fiel à sua origem e personalidade forte, é uma marca que se posiciona como acolhedora, obstinada e consistente. Para cada um desses pilares, foram projetadas linhas de cerveja que trazem os atributos da marca, a fim de dialogar com públicos diversos. Para cada linha, foram aplicados recursos gráficos diferentes de acordo com os objetivos estratégicos e as limitações técnicas de cada produto. Com tipografia expressiva, grafismos e ilustrações personalizadas, foram criadas embalagens diferenciadas no segmento das cervejas artesanais, que bebem de referências tradicionais e se materializam em uma linguagem contemporânea.

AUTORIA

Miligrama Design

CLIENTE

Cervejaria Capitosa



Linha de Embalagens Cata Terroirs

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cata Terroirs nasce do desejo de trazer para o Mercado Nacional vinhos exclusivos e de qualidade, através de um novo modelo de Negócio, onde a possibilidade de acesso aos melhores Terroirs resultam na melhor matéria prima para a produção de séries únicas. O desafio foi criar uma linha de embalagens coerente e expressiva para uma marca que propõe o equilíbrio entre a alta qualidade do produto; a exclusividade para um público contemporâneo; o respeito aos processos clássicos de vinificação e a ousadia do novo modelo de negócio. Foi preciso gerar uma linha de embalagens forte, capaz de gerar desejo e posicionar adequadamente essa nova Marca. Linguagem global, leve e atual, aliada à reverência às formas clássicas de vinificação foram diretrizes importantes para a solução do projeto.

AUTORIA | ANO

Thiago Colares

CLIENTE

Cata Terroirs





Linha Principal Cerveja Campos do Jordão

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Rótulos para a linha principal de cervejas especiais da Cerveja Campos do Jordão. Cada rótulo tem uma ilustração e paleta de cores própria que homenageiam um ícone da cidade que dá nome à cervejaria.

AUTORIA

Wagalume

CLIENTE

Cerveja Campos do Jordão



Mar Dry Gin: profundo, rico e sagrado

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Assim como a premiada cachaça Princesa Isabel, é aos pés da Serra do Mar, às margens do rio Doce, que foi preparada a primeira receita do gim da bucólica Fazenda Tupã em Linhares-ES, o Mar Dry Gin. Lá, a natureza inspira diariamente: o pôr do sol avermelhado e os sons da mata lembram a todos como zelar pela natureza é cada vez mais necessário. Por isso, a sustentabilidade é um valor fundamental na fazenda, que sempre busca diminuir o impacto das atividades na natureza, com consumo e geração de energia solar, reaproveitamento de resíduos orgânicos e conservação das áreas de preservação permanente, para que o mar continue sempre a nascer de um rio tão doce e de um lugar tão sagrado.

AUTORIA | ANO

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

CLIENTE

Princesa Isabel



Profundo, rico e sagrado. A imersão do mar que desperta os sentidos e as emoções.

MAR Dry Gin é um destilado que mistura a tradição europeia e a alma brasileira. É nada melhor para traduzir toda a beleza da nossa cultura do que a poesia de Caymmi, que exalta o mar e tudo que vem dele.



Uma viagem pela cultura e pelos sentidos.

A identidade visual faz uma homenagem à cultura dos povos litorâneos do Brasil, especificamente da Bahia, com as suas formas e cores.



Mar e sol.

As linhas sinuosas do mar e a força do sol: o desenho da marca une esses dois símbolos e faz referência ao estilo vernacular da escrita de barcos e placas de comunidades locais.

Todos os acordes do mar e tudo que o cerca.

A paleta de cores foi inspirada no cenário litorâneo, trazendo referências ao mar, sol e areia da praia.





Misturinha - é muito divertido se alimentar bem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este é um projeto de mudança de embalagem que teve o objetivo de vencer barreiras de consumo e ganhar mais visibilidade no PDV. Misturinha é uma combinação de frutas secas e grãos destinada ao consumo infantil, cuja embalagem não dialogava com seu público final. A resposta a este desafio veio através de uma nova embalagem e do design, que explorou uma linguagem lúdica que fez total conexão com seu público alvo. Preservando valores importantes para o público que decide a compra, a nova versão se tornou uma aliada das mães no desafio de qualificar o lanche dos seus filhos. E assim, Misturinha entrou para o mundo dos snacks, mas com o importante diferencial de ser uma opção saudável.

AUTORIA

UP Design

CLIENTE

UNIAGRO



Nude.



Nude - Embalagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento da embalagem de Nude, a primeira marca de leite de aveia orgânica nacional que não emite carbono em sua produção.

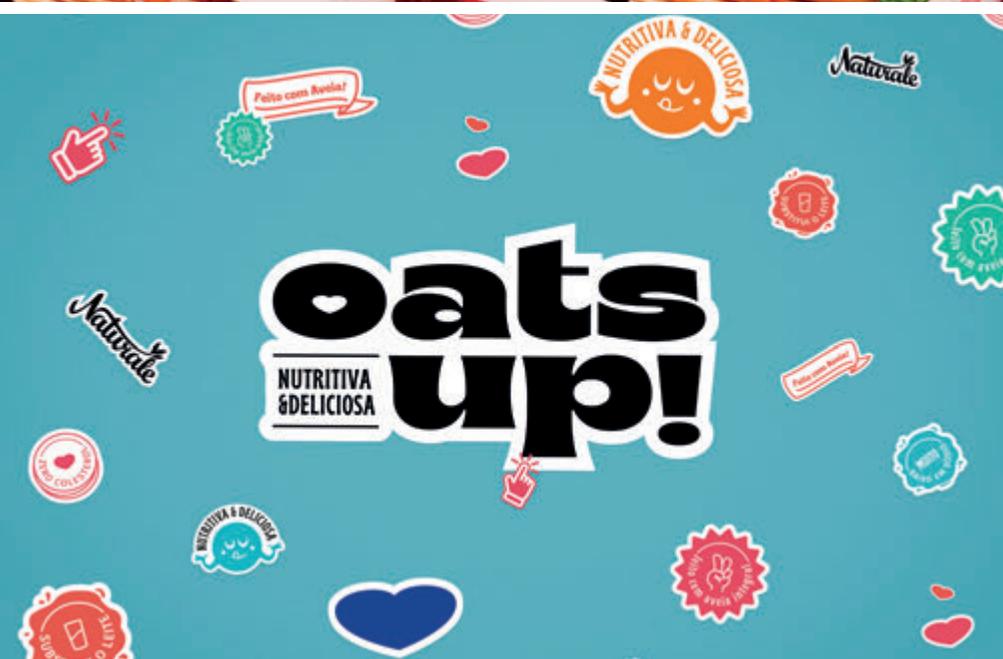
AUTORIA | ANO

REBU

CLIENTE

Nude





Oats Up!

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A linha Oats Up, da Naturale, surgiu com o propósito de inovar no mercado de alimentação saudável a partir de deliciosas receitas prontas feitas de aveia. Buscando ser prática e, ao mesmo tempo, saudável a marca buscou se tornar pioneira no lançamento de produtos inéditos no Brasil que mantém os mesmos benefícios da aveia “in natura”. O conceito central da linha comunica uma marca criativa, moderna, jovem e divertida, feita para pessoas que buscam praticidade no dia a dia. O design de embalagem traz um projeto gráfico consistente, com cores e elementos visuais proprietários, como selos, stickers e ilustrações. A hierarquia de informação auxilia a diferenciar o produto no PDV e destaca, de forma divertida, as informações nutritivas assim como o modo de preparo no verso.

AUTORIA

Valkiria Inteligência Criativa

CLIENTE

Cereais Naturale



Plantaia - Plant-based de verdade

DESCRIÇÃO DO PROJETO

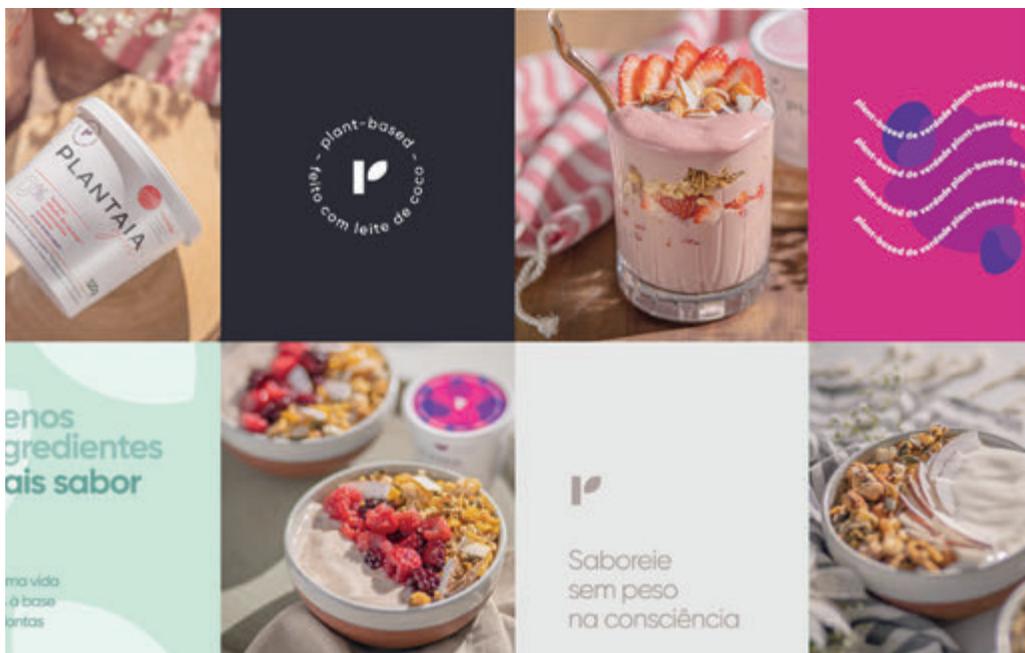
Plantaia é uma marca que surge do desejo de oferecer alimentos plant based tendo como origem os leites vegetais. A busca por posicionar a marca de forma única surge em meio a um movimento de popularização da alimentação natural, onde diversas marcas se lançam no setor e algumas outras buscam se apropriar de suas características visuais para pegar carona na tendência. Nosso projeto teve como foco encontrar um espaço ainda inabitado no mercado em ascensão. Trabalhamos com análise de mercado competitivo, criação de posicionamento e identidade visual e verbal. Uma vez que a marca surge como uma DNVB, com sistema de assinaturas, o refinamento na comunicação digital foi elementar. De igual modo, a aplicação da identidade nas embalagens precisaria ser consistente e marcante.

AUTORIA | ANO

Bolden

CLIENTE

Plantaia





Segredos da Amazônia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Embalagem para kit contendo três geleias feitas com ingredientes da Amazônia: Açaí, Cupuaçu e Cacau com Cumaru.

AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

Manioca



Uyrá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

*Por favor, assista o vídeo. O gin conquistou o Cerrado, caiu no gosto de quem consome drinks por conta de experiências, mas faltava algo. Não existia, de fato, uma marca de gin que entendesse e proporcionasse o melhor dessa região. Com isso em mente, o Grupo Colombina buscou a Enredo para dar vida à sua primeira marca de gin, a Uyrá. Uma bebida de produção regional, mas cuidadosamente pensada para elevar ainda mais o nível de experiência de um povo já apaixonado por gin.

AUTORIA | ANO

Enredo

CLIENTE

Uyrá



DOCE, AMARGO, CÍTRICO... O IMPORTANTE É Apreciar CADA DETALHE.

Em parceria com a Enredo, a Uyrá nasceu.



DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



Basalto Cafés Especiais - Lotes Limitados

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Conceituação: Alexandre Fontes & Wager Fonseca Design de marca e embalagem: Alexandre Fontes Proprietário / Aplicação da embalagem: Wagner Fonseca Fotografia: Manoela Trava Dutra

AUTORIA

Alexandre Fontes

CLIENTE

Basalto Cafés



DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



Campbell Trio -

///

DESCRIÇÃO DO PROJETO

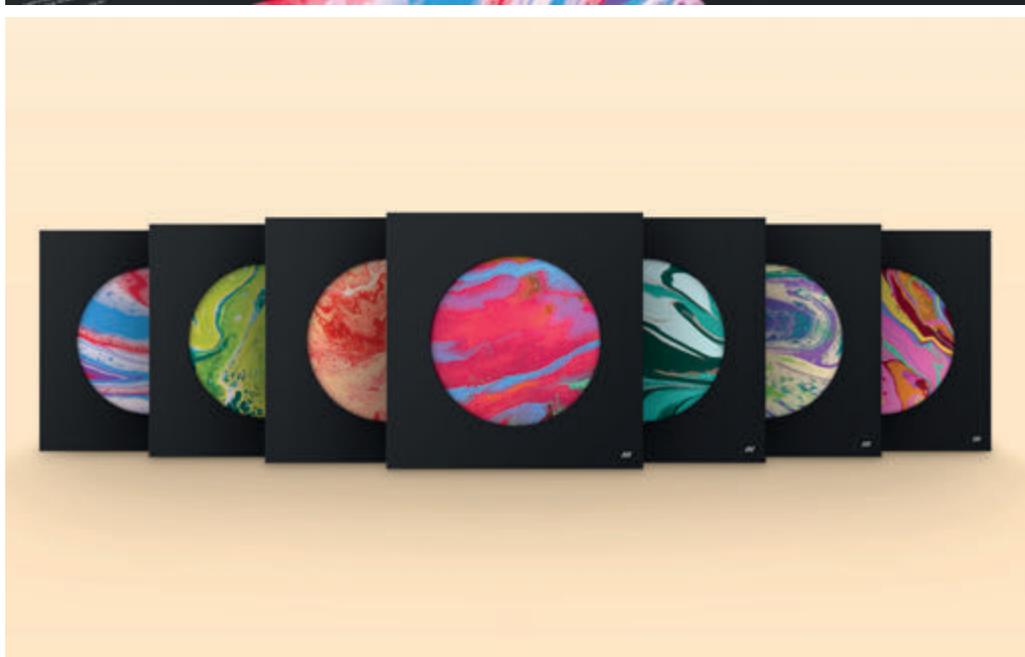
Campbell Trio é uma banda brasileira de post-hardcore que nunca se encaixou em classificações: são punks demais para serem considerados músicos e técnicos demais para serem considerados punks. Em 2012, o grupo gravou um álbum com 14 faixas que nunca foi lançado. Oito anos mais tarde, a banda lançou uma campanha de financiamento coletivo para cobrir os custos de finalizar a produção do álbum e lançá-lo em um mídia física (vinil). Os integrantes queriam uma embalagem que pudesse refletir a dualidade da banda entre a calma e o caos, a atitude punk e a habilidade musical, a turbulência interna que deu origem às músicas e a precisão de sua produção.

AUTORIA | ANO

Rafa Poloni

CLIENTE

Campbell Trio





Grassy Premiados

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Grassy Premiados é uma embalagem desenvolvida para venda de cafés brasileiros excepcionais, ou seja, micro e nano lotes de grãos premiados, com avaliações acima de 87 pontos no SCA - Sociedade Coffee Association, torrados e comercializados pela Grassy Caffè, uma cafeteria de São Paulo. A embalagem tem como objetivo elevar a percepção de qualidade do café especial nacional, valorizando toda a cadeia produtiva, do produtor à torrefação. Ela é composta por uma caixa de design orgânico e modular, que abriga da luz 250 gramas de café em grãos, protegidos por um saco plástico com válvula e tin-tie. Por se tratar de séries exclusivas de cafés, que demandam lotes pequenos, as informações sobre cada produto ficam dispostas em uma etiqueta, que também cumpre a função de lacre de segurança.

AUTORIA

Choque design

CLIENTE

Grassy Caffè



Cachaça Alzira

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Entre alma caipira e sonhos cosmopolitas, a liberdade de consumir Cachaça como você quiser. Uma mulher do tamanho dos seus próprios sonhos. A Matriarca da Família chamada Alzira. Cachaça Alzira - Da Gosto Sonhar.

AUTORIA

Colletivo Design

CLIENTE

Destilaria Octaviano



Projeto Tial Histórias

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Depois de um redesign e relançamento da marca com enorme sucesso em 2018/2019, Tial partiu em busca de uma conexão maior com o consumidor e refletiu sobre todas as suas linhas de produtos: como podemos nos conectar mais ainda com a vida das pessoas que consomem Tial no seu dia-a-dia? Olhando para a linha de infantis tínhamos o desafio de reposicionar os produtos “100% fruta - sem açúcar” entre o público mais novo, de 3 a 6 anos, considerando as mães como decisoras da compra. Junto com nossa equipe de pesquisa e entendendo o momento pandêmico que o público estava vivendo, pensamos quebrar alguns paradigmas tradicionais da comunicação com o consumidor e transformar a embalagem em um verdadeiro catalisador de momentos lúdicos e construtivos entre crianças, mães, pais e cuidadores.

AUTORIA | ANO

AnimaBrands

CLIENTE

Sucos Tial



2 histórias diferentes para cada sabor





SUP 100% Reciclável com gamificação para coleta pós consumo e programa de reciclagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Embalagem Stand Up Pouch (SUP) 100% reciclável, 100% polietileno, sem laminação, com impressão EB, que reduz 50% consumo de energia e 90% emissão de gases causadores do efeito estufa. Em ACV realizada, este SUP foi indicado como o mais sustentável do mercado em comparativo com SUPs PET+PE e outras embalagens monomateriais. Entendemos que desenhar para reciclabilidade é importante, mas envolver os demais elos da cadeia é fundamental para criar uma solução de circularidade real. Assim, solução que chega ao mercado pelo Arroz Ritto da Mãe Terra e a startup Molecoola recebe as embalagens após o consumo, bonifica o consumidor com 500 pontos (100x mais) pelo seu programa de fidelidade e as entrega à Braskem. Esta recicla o material que poderá ser usado para fazer novas embalagens.

AUTORIA

Braskem e Antilhas Flexíveis

CLIENTE

Mãe Terra



1º SUP MONOMATERIAL UNILEVER LATAM



Esta embalagem é o resultado de mais de 3 anos de P&D para chegar em uma realmente sustentável:

AMBIENTAL

- 100% reciclável
- Melhor ACV da categoria
- Programa de reciclagem

SOCIAL

- Excelente qualidade de impressão e comunicação ao consumidor
- Preço acessível ao consumidor
- Gamificação para engajamento e conscientização do consumidor

ECONÔMICO

- Custo competitivo
- Maquinabilidade nos processos fabris existentes no mercado
- Atendimento ao mesmos requisitos de homologação das embalagens mais "robustas" do mercado





Grassy especial

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A embalagem Grassy especial foi desenvolvida para a linha de cafés extra especiais, selecionados de forma cuidadosa por especialistas em café da empresa. O seu formato é inspirado na silhueta do café e nas sacolas de presente, com uma alça dá uma funcionalidade a mais ao produto. A geometria do vinco na parte frontal e posterior da embalagem cria uma pressão que mantém a caixa sempre fechada, sendo necessário apenas pressionar as laterais para abrir. Como a empresa trabalha com muitos lotes diferentes de cafés, criamos uma etiqueta informativa que também funciona como lacre, garantindo a segurança do produto.

AUTORIA

Choque design

CLIENTE

Grassy Caffè



“Faça você mesmo” - Fábrica de Slime

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A diversão da brincadeira com Slime chegou ao Brasil devagar, mas ganhou uma proporção enorme no mercado. O desafio era lançar o “Fábrica de Slime”, um produto revolucionário no estilo “faça você mesmo”, trazendo jovialidade e diferenciação no mercado em que ele se encaixava e fazer com que ele se destaca-se no mercado. Além da criação, o desafio era criar uma embalagem que fosse possível ter uma extensão de linha diferenciada.

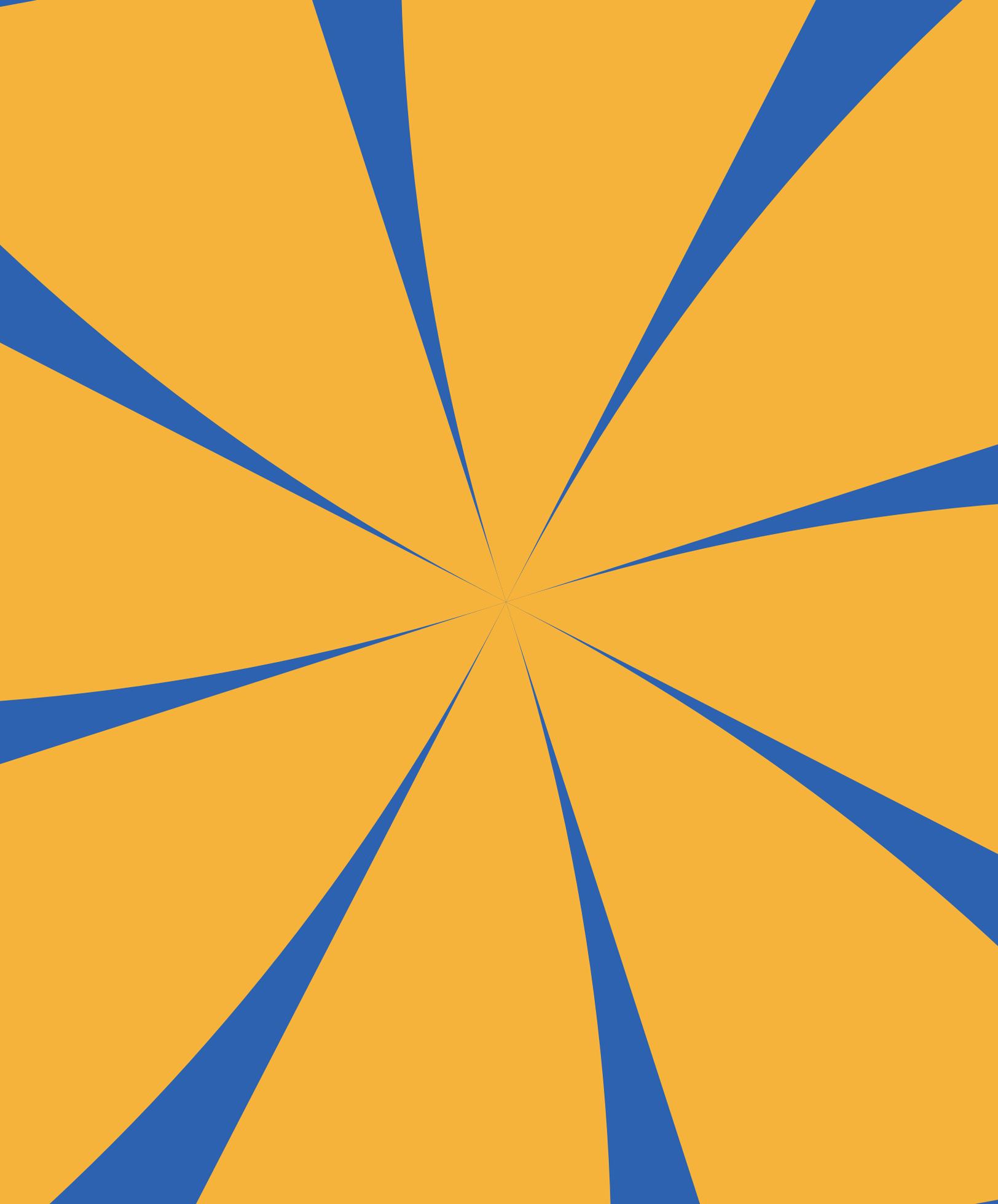
AUTORIA | ANO

Capokia! Studio

CLIENTE

Acrilex





Design de Impacto Positivo



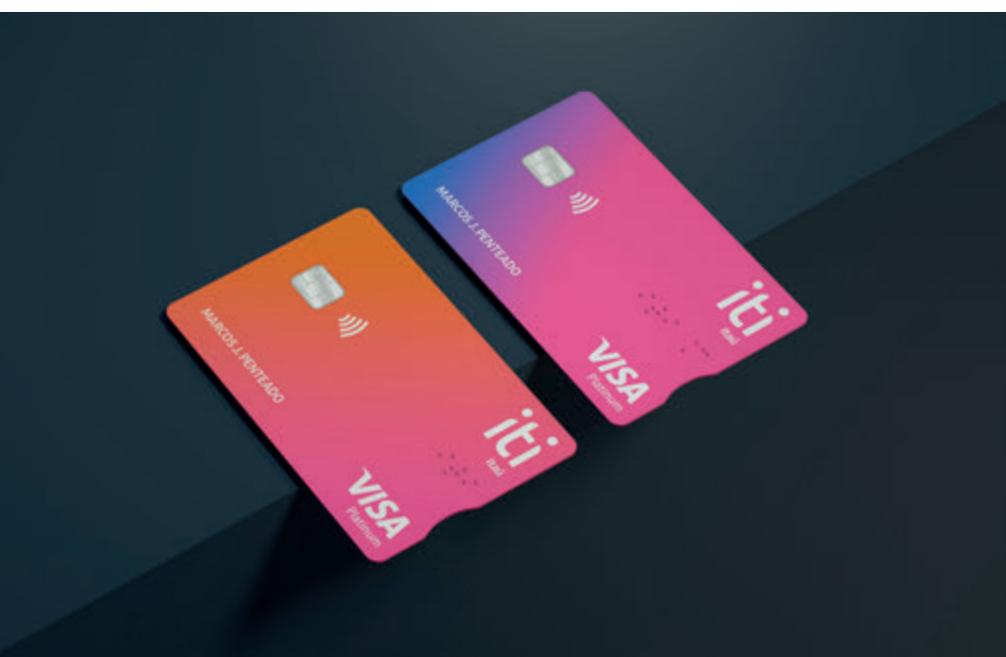
REALIZAÇÃO

ABEDSIGN





GRAND PRIX



Cartão Inclusivo iti

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de cartão de débito e crédito com elementos de acessibilidade que permitam que pessoas com deficiência visual possam ter mais autonomia na sua vida financeira e uma melhor experiência na jornada de pagamento. O projeto é uma iniciativa de iti, a marca endossada de Itaú que tem como objetivo ser um banco digital democrático e acessível.

AUTORIA

Itaú

CLIENTE

Itaú



ELO - embalagem feita por microrganismos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

ELO é uma embalagem secundária para cosméticos, que pode ser adaptada para comportar produtos de diversos formatos. Produzida utilizando como substrato resíduos do agronegócio, para desenvolver um biocompósito, e resíduos de café e açúcar, para a produção de um biofilme. A embalagem é totalmente natural e biodegradável, mas ainda assim resistente e durável. O seu desenho foi pensado de forma a dispensar a utilização de sacolas, e a alça que circula todo o produto, é como um elo, um ciclo. Compostável e plantável, a embalagem tem um menor impacto, minimizando a problemática disposição de produtos, que muitas vezes não são reciclados. Ainda traz uma alternativa sustentável, para empresas e clientes que buscam ser mais responsáveis em relação ao consumo.

AUTORIA | ANO

Intervém Design

CLIENTE

Mush





A Preta que não é a Preta.



Enjoy the
summer
and love
your body.

Two attitudes
that you don't
need anyone's
approval.



FELINE

BOIA O CORPO NO SOL.

To have
a summer
body,

you only
need to
have a
solar soul.



FELINE

BOIA O CORPO NO SOL.

Bigger than
the pressure
for the

standard,
only my
self-esteem.



FELINE

BOIA O CORPO NO SOL.

A Preta que não é a Preta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

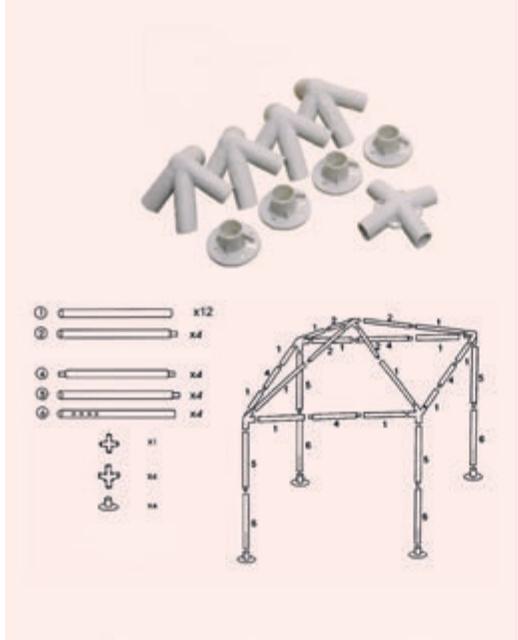
Para a Feline, todo corpo que gosta de praia é um corpo de verão. Mostramos isso com uma mensagem forte: trazendo uma Preta Gil editada, irreconhecível, para depois mostrar a Preta de verdade.

AUTORIA

BNDO

CLIENTE

Feline



A Tenda das Candidatas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Tenda das Candidatas é um projeto sem fins lucrativos de capacitação e impulsionamento de mulheres, com foco no combate à desigualdade de raça e gênero na política. Sua principal motivação é democratizar o acesso à formação política e a ferramentas de campanha geralmente restritas a candidaturas consolidadas financeiramente. Teve sua primeira temporada no período que antecedeu as eleições municipais de 2020, prestando atendimento aprofundado para 10 candidatas selecionadas dentre 200 inscritas. Duas foram eleitas - ambas negras, sendo uma delas quilombola - e 4 conquistaram vagas de suplência. Além do acompanhamento a essas candidaturas, A Tenda também ofereceu uma extensa programação de aulas abertas de formação política com pesquisadoras convidadas e transmissão ao vivo pelo Youtube.

AUTORIA | ANO

Marina Zilbersztein

CLIENTE

A Tenda das Candidatas





Coisa de Meninas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

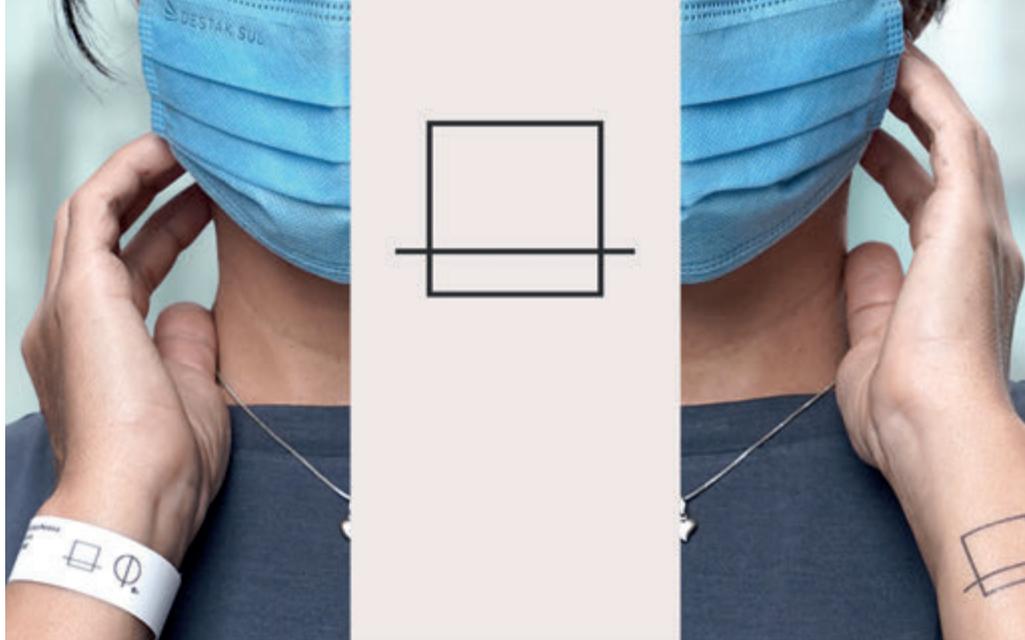
Coisa de Menina é um projeto que busca inspirar meninas a acreditarem nos seus sonhos e conquistarem o espaço que desejam. Trazendo as bandeiras da educação, da diversidade e da inclusão à frente, a iniciativa serviu para fomentar o diálogo sobre o tema e propor mudanças sociais com o endosso do Sicredi e das iniciativas educacionais que a empresa desenvolve. A animação desenvolvida apresenta de maneira lúdica a trajetória de uma menina que sempre acreditou nos seus sonhos, mas mesmo assim não escapou dos desafios que as mulheres enfrentam para conquistar o espaço que desejam.

AUTORIA

DBPV

CLIENTE

Sicredi



Idverse

DESCRIÇÃO DO PROJETO

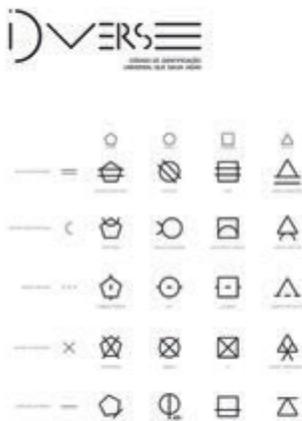
Diante dos dados alarmantes que indicam que aproximadamente 227.000 mortes são causadas por eventos adversos evitáveis no Brasil e 2.6MM no mundo, propomos um sistema de identificação universal que promove a segurança do paciente ao auxiliar os profissionais de saúde. Com este propósito, nasce IDverse, um código de símbolos de fácil reconhecimento e utilização que representa, praticamente, todas as condições de saúde que os pacientes podem apresentar.

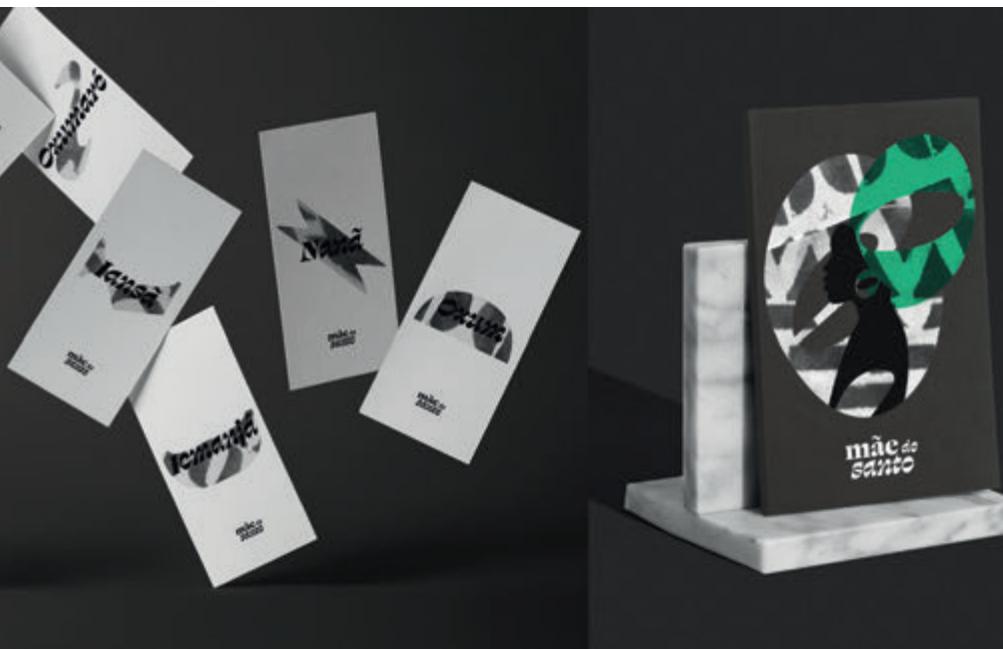
AUTORIA | ANO

Colletivo Design

CLIENTE

Havas





Mãe de Santo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O espetáculo teatral Mãe de Santo é baseado nas vivências da filósofa e ialorixá Helena Theodoro e de outras mulheres, como a da própria atriz que a interpreta, Vilma Melo, através de uma personagem empoderada e de diversas histórias entrelaçadas. Mãe de Santo busca mostrar as inúmeras possibilidades do princípio feminino na tradição africana e procura revelar as diversas verdades da realidade da mulher preta. Com um olhar imersivo para as culturas africanas e afro-brasileira, entendendo o silêncio que foi imposto por séculos à mulher preta, o projeto gráfico do espetáculo busca resgatar de maneira simbólica sua identidade, com toda a sua beleza, força e elegância.

AUTORIA

Dynamic Encounters

CLIENTE

Palavra Z Produções Culturais



Rede de Sementes do Vale do Ribeira

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvemos a identidade visual da Rede de Sementes do Vale do Ribeira - um coletivo de pessoas das comunidades quilombolas do Vale do Ribeira, que coletam as sementes de forma tradicional, visando a comercialização para a restauração da Mata Atlântica. Eles se utilizam da técnica da muvuca - uma mistura de várias espécies nativas, para a semeadura direta, que efetivamente gera novas florestas - se mostrando mais eficiente do que a própria plantação de mudas. O desenvolvimento deste trabalho também se dá no ponto de vista identitário com a representação das pessoas envolvidas, do ofício e do meio em que se inserem. Além disso, a consolidação da Rede proporcionou a geração de renda para as comunidades, sem degradar o meio ambiente, em convívio saudável com a floresta.

AUTORIA

Leste

CLIENTE

Rede de Sementes do Vale do Ribeira





VAMO (Vetor Afro-Indígena na Moda)

DESCRIÇÃO DO PROJETO

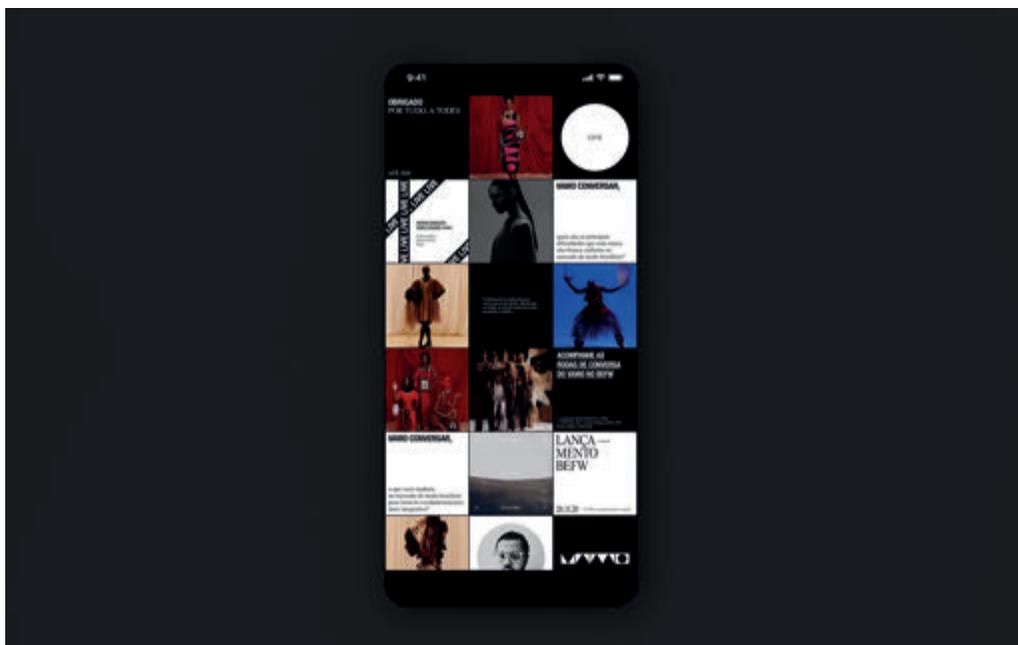
O movimento VAMO (Vetor Afro-Indígena na Moda) é formado por um time inter-racial de profissionais e nasceu para iniciar um processo reparatório na moda nacional, para que pessoas pretas e indígenas possam ter ferramentas e oportunidades anteriormente negadas pela estrutura racista do mercado.

AUTORIA | ANO

carme

CLIENTE

VAMO (Vetor Afro-Indígena na Moda)





BONAFONT LOOP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A garrafa Naked Bonafont é a primeira garrafa 100% sem rótulo de Bonafont feita 100% de plástico RPET reciclado e reciclável proveniente dos próprios galões Re.torna de Bonafont, transformando e completando o ciclo sustentável da marca. O formato é limpo e moderno, e os assets da marca são explorados através da distinta cor salmão e do wordmark de Bonafont de forma bold, na vertical, assumindo um grande área da garrafa e garantindo a presença de marca no PDV. Os textos legais foram criteriosamente adaptados e testados em mockups físicos para serem bem reproduzidos em alto relevo nas embalagens, e o código de barras foi impresso na tampa. Assim conseguimos criar uma belíssima embalagem com presença de marca e que atende aos critérios técnicos de forma 100% circular.

AUTORIA

BENDITO BRANDING E DESIGN LTDA.

CLIENTE

DANONE LTDA



Cobogó Lança

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O produto é um elemento vazado, também conhecido como cobogó. Utilizado para dividir ambientes de forma que a luz e a ventilação não sejam totalmente bloqueadas. Os principais diferenciais além do design, que permite diversas paginações, são sua composição, feita de 100% rejeitos industriais têxteis e urbanos e a extensa paleta de cores, pois o produto é enviado de fábrica pintado em qualquer cor de tinta acrílica da paleta Suvinil, podendo ser repintando sempre que a pessoa sentir necessidade de renovar ou ambiente de acordo com as tendências, evitando assim o descarte precoce e incentivando o uso mais consciente dos materiais de construção.

AUTORIA | ANO

Aline Siemenskoski Delgado

CLIENTE

Maski





LINHA DE PRODUTOS CORRUIPIO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de linha de produtos Corrupio tem base estratégias do design e economia circular. Utiliza como material principal o polietileno de baixa densidade reutilizado em ciclo fechado, (sacolas e embalagens de uso único especialmente problemáticas para a biodiversidade nos oceanos). Os materiais são recuperados por cooperativas e pequenas recicladoras, e transformados em laminados para o desenvolvimento do material (byeplastic), desenvolvido com baixo uso de energia e água, e produtos de fácil montagem e desmontagem, design para o uso-recuperação, up-cycling, encorajando a conscientização dos consumidores e indústrias o uso da tecnologia blockchain, alto valor agregado com ganhos para a cadeia de reciclagem e potencial de fortalecer a inclusão social e garantir altas taxas de reciclagem.

AUTORIA

ERICOGONDIM ESTUDIO RATOROI

CLIENTE

ÉRICO GONDIM E RATOROI



Campanha Saúde em dobro - Labi + CUFA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Durante a pandemia do Covid-19, com o intuito de amenizar as dificuldades que os moradores de favela enfrentam, por conta do isolamento, a CUFA (Central Única das Favelas) criou o programa CUFA Contra o Vírus, para arrecadar doações de mantimentos e organizar a oferta de serviços básicos para moradores de mais de 5 mil favelas de todo o Brasil. Em apoio à iniciativa, o Labi Exames inaugurou dois postos de coleta de exames laboratoriais em duas das maiores favelas de São Paulo: Heliópolis e Parque Santo Antônio. Para marcar a abertura destas unidades, o laboratório lançou uma ação promocional para doar à população dessas comunidades 10 mil exames.

AUTORIA | ANO

Labi + ID/TBWA

CLIENTE

Labi





Cova Medida

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Não é cova grande, é cova medida. É a terra que querias ver dividida.” Morte e Vida Severina, João Cabral de Melo Neto. Cova Medida é um especial multimídia da Repórter Brasil, fruto de uma investigação jornalística sobre assassinatos no campo. O projeto mostrou a que veio antes mesmo de ser publicado. Nos seis meses em que a equipe de jornalistas mergulhou na história dos 31 assassinatos, entrevistando familiares e cobrando autoridades acerca das investigações, ele já gerou impacto: em pelo menos dois casos, prisões aconteceram por conta dos questionamentos – antes mesmo do especial ir ao ar. A contribuição do design em um projeto como esse torna-se ainda mais relevante. Impacto, sensibilização e respeito, por meio do design visual, da interação e da experiência do usuário.

AUTORIA

Café.art.br

CLIENTE

Repórter Brasil





GUIA POP RUA: serviços e direitos da população em situação de rua

DESCRIÇÃO DO PROJETO

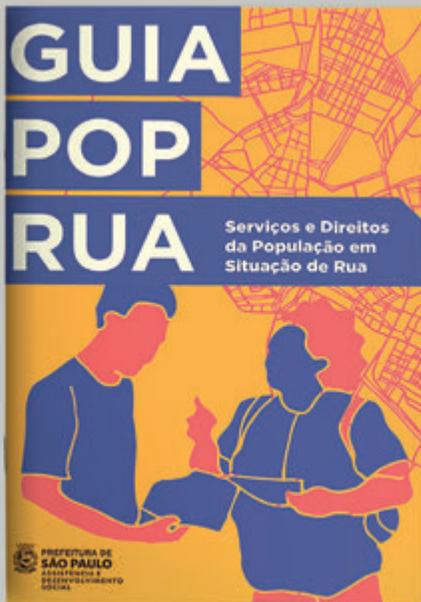
O Guia Pop Rua é um livreto destinado à população em situação de rua (“pop rua”) da cidade de São Paulo. Objetiva democratizar informações sobre a rede de serviços e cuidados disponíveis na capital, além de promover a garantia de direitos de uma população invisibilizada. Para tanto, optou-se pela cocriação de um material representativo, acessível, multitemático e intuitivo, com elementos visuais que conferissem unidade e harmonia entre mensagem e interface, emissor e receptor, estado e pop rua. Resulta em um guia físico e portátil, para pessoas que migram sem moradia formal; hierarquizado e ilustrado, para alcançabilidade dos usuários, incluindo iletrados e pessoas com dificuldade de leitura; expressivo e diverso, para reconhecimento próprio e valoração da pop rua.

AUTORIA | ANO

Julia Contreiras e Luciana Mattar
(Serifa Projetos)

CLIENTE

Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania (SMDHC) de São Paulo e Organização das Nações U



AfroHub
AfroHub
AfroHub
AfroHub
AfroHub
AfroHub

Conheça mais sobre o **AfroHub** e venha aprender como impulsionar o seu negócio!

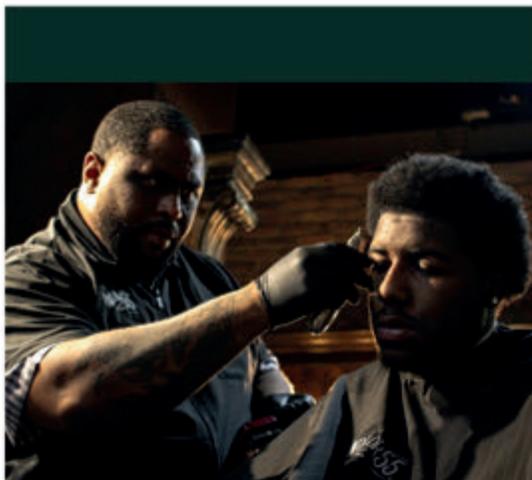


DESIGN DE IMPACTO POSITIVO

PROSPERIDADE



VOCÊ SABE qual a origem do termo "**Black Money**"?



Quantos empreendedores negros e negras você conhece e apoia?



Identidade Visual - Afrohub / Impulsione com Facebook

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da nova identidade visual do Afrohub - Impulsione com Facebook, iniciativa de fomento a empreendedores negros e negras, promovido pela Pretahub / Feira Preta, Afrobusiness Brasil e Diaspora Black, em parceria com o Facebook. Tem como propósito fortalecer o afroempreendedorismo por meio da democratização de conteúdos que ajudam a qualificar os negócios.

AUTORIA

Muvilab

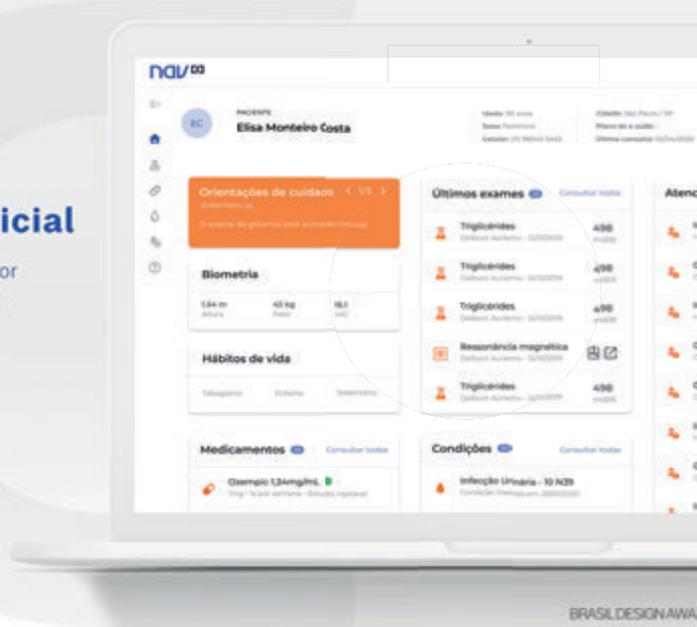
CLIENTE

Pretahub, Diaspora Black, Afrobusiness e Facebook



Proposta de valor inicial

Oferecer informações segmentadas por etapas de cada pessoa que passa pelo sistema Dasa para ajudar na compreensão objetiva do histórico.



Proposta de valor inicial

Ferramenta digital capaz de retratar a jornada da saúde das pessoas e entregar valor tanto para profissionais como para pacientes.

Resumo Clínico no ecossistema integrado da saúde

DESCRIÇÃO DO PROJETO

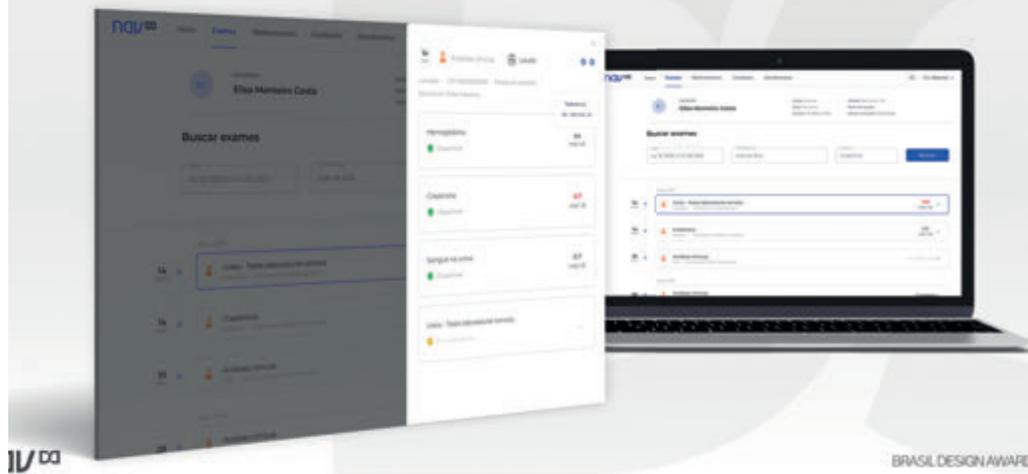
A área da saúde atua de forma fragmentada, o que dificulta o trabalho de profissionais e, consequentemente, o diagnóstico e tratamento de pacientes. Para melhorar essa experiência, colocamos as pessoas no centro de tudo e desenhamos jornadas que integram pacientes e profissionais em um ecossistema cíclico de cuidado. Parte dessa estratégia é o trabalho que mostramos aqui: Resumo Clínico. Uma ferramenta que retrata a história de saúde das pessoas e torna possível um acompanhamento evolutivo com dados confiáveis.

AUTORIA | ANO

Dasa

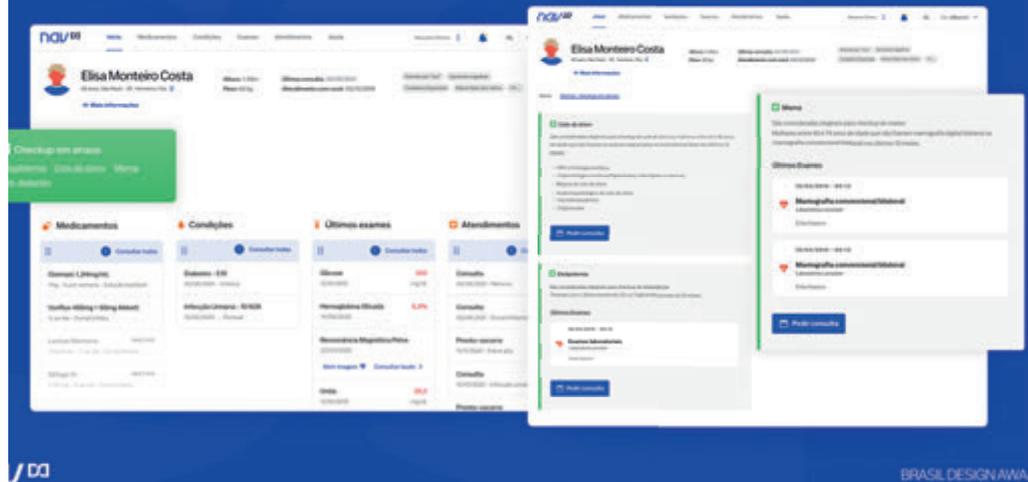
CLIENTE

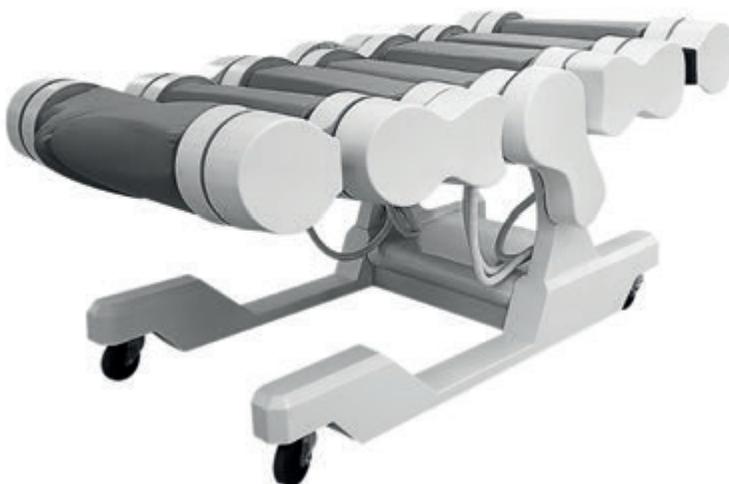
Dasa



Proposta de valor futura

Alertas dos exames aparecem para profissionais de saúde que tomam as decisões com base na análise que foi apresentada pela ferramenta.





Grandior Aura

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O intuito de estruturação da Grandior Aura como leito hospitalar de UTI vem da necessidade de facilitar o cuidado prestado ao paciente, acelerar sua recuperação e diminuição de sequelas e óbitos devido a pressão exercida pelo contato do paciente com a cama. Auxiliando na facilidade de operação para médicos e enfermeiros no momento do cuidado do paciente, diminuindo dores lombares, de ombros e joelhos. O envelhecimento e o aumento da expectativa de vida experienciado, principalmente nos países em desenvolvimento, devido à transição epidemiológica, traz a necessidade de infraestruturas que permitam que este processo possa ser conduzido de forma a garantir o bem-estar dos pacientes e profissionais. Além disso, situações emergentes como a pandemia do SARS-CoV-2 incita que mudanças sejam feitas

AUTORIA

Carl Kawasaki

CLIENTE

AMR Robotics



SCORE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

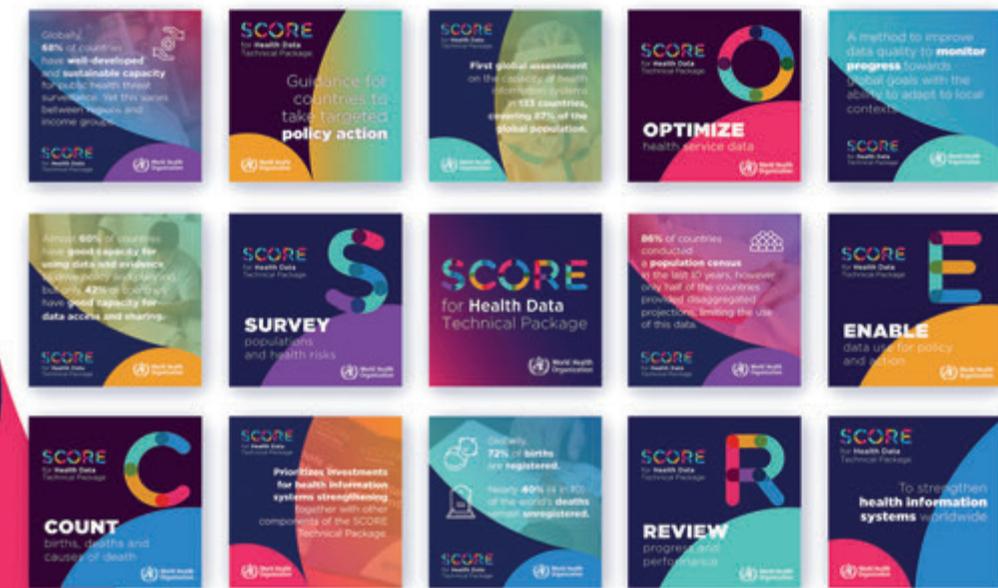
SCORE (Survey, Count, Optimize, Review, Enable) é um pacote técnico de intervenções essenciais, recomendações, ferramentas e recursos que visam apoiar os países na abordagem dos desafios para atender às necessidades dos sistemas de informação em saúde. O projeto reflete o compromisso da OMS de apoiar os Estados Membros da ONU na coleta, análise, comunicação e uso eficazes de dados para melhorar a saúde da população e alcançar os ODS relacionados. SCORE é uma solução completa para enfrentar os desafios comuns em torno da disponibilidade de dados de saúde oportunos, confiáveis, validados e comparáveis. Ele representa - pela primeira vez em um único pacote - todos os elementos-chave para permitir que os governos abordem as lacunas de dados e invistam em políticas públicas escaláveis.

AUTORIA

Café.art.br

CLIENTE

World Health Organization (OMS)





Movemos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

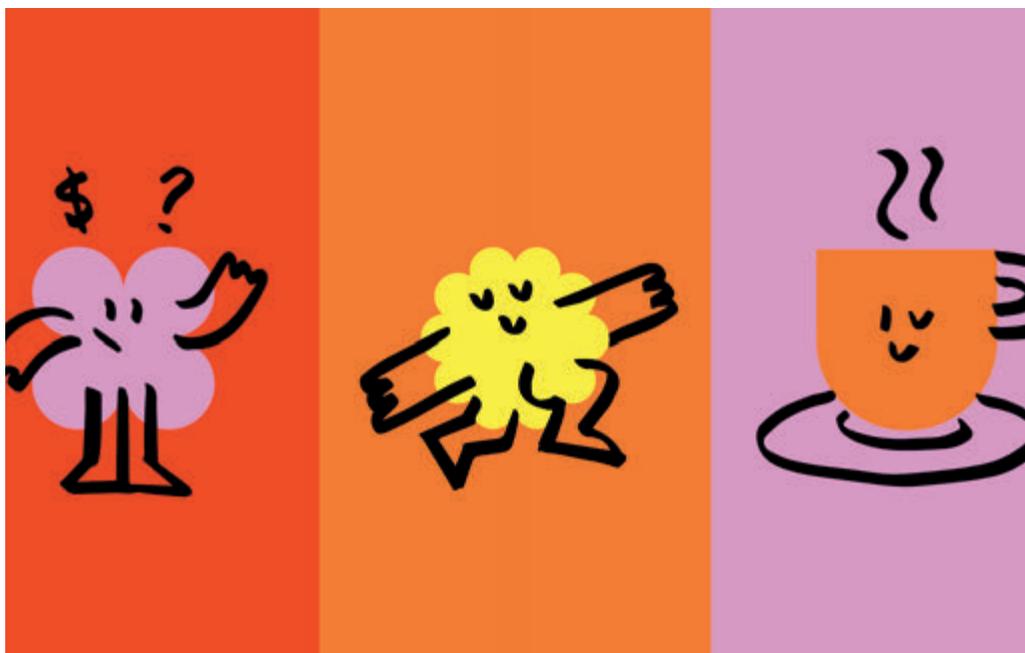
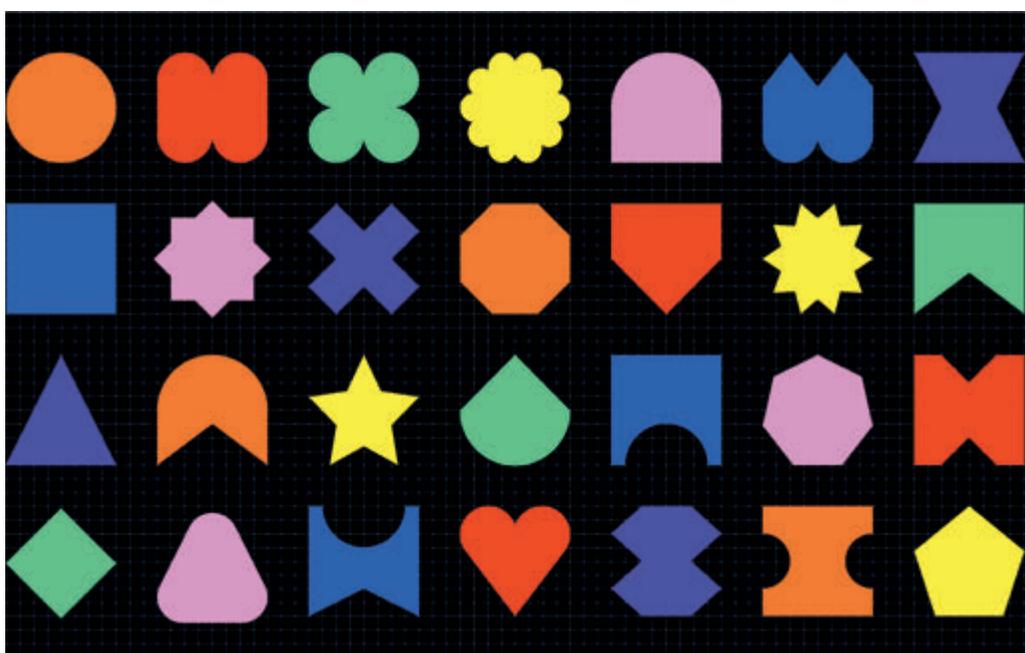
Movemos é um iniciativa que visa impulsionar o mercado da economia criativa, dando condições acessíveis e informações para que os negócios desse ramo atravessem o cenário de pandemia e potencializem sua atuação. Para essas empresas, foi criada uma linha de crédito com juros abaixo do mercado usando o modelo de P2P Lending. Essa linha de crédito é viabilizada por investidores que queiram investir com propósito, impulsionando pequenos negócios e gerando impacto social positivo com retornos atrativos. Além de intermediar a relação entre investidores e empreendedores o projeto também é uma plataforma de informação sobre finanças focado para profissionais criativos.

AUTORIA | ANO

B+K Creative

CLIENTE

Mova





Sistema B Impacto Positivo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criar uma narrativa que potencializasse a visibilidade e o conhecimento sobre o movimento das empresas B, influenciando todos os públicos de interesse à se engajarem na direção de negócios mais sustentáveis.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Sistema B Brasil



Amazônica

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Colorado Amazônica: feita com babaçu e produzida artesanalmente com comunidades do Pará, a bebida tem preço variável de acordo com os índices de desmatamento na região. Na prática, quando o desmatamento cai, o preço do produto cai junto.

AUTORIA | ANO

Colletivo Design

CLIENTE

Ambev | Colorado



O DESMATAMENTO
SOBE
O PREÇO
SOBE



Tupyguá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como refletir as características ímpares dos produtos Tupyguá, cultivados e comercializados por povos Guarani e Tupiniquim que vivem nas terras indígenas de Aracruz no Espírito Santo, e facilitar a compreensão do público em relação à complexidade de sua oferta?

AUTORIA

teoMenna estúdio

CLIENTE

Tupyguá

TABULEIRO

CAPOEIRA

RESTINGA



Identidade Visual - Afrolab Digital

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da nova identidade visual do Afrolab Digital, plataforma de imersão virtual voltada para apoiar e impulsionar as potências empreendedoras negras e indígenas no mundo da moda no Brasil, Colômbia e África do Sul.

AUTORIA | ANO

Muvilab

CLIENTE

Pretahub

Se você é negra ou negro e está empreendendo no Brasil ou na África do Sul e quer desenvolver seu negócio de moda num contexto multicultural, então o Afrolab é para você!

ÚLTIMA CHAMADA

Para empreendedoras e empreendedores negros e indígenas no mundo da moda.

afrolab
mercado digital
Brasil / África do Sul



Campanha: “O lado amargo das bebidas açucaradas”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ACT Promoção da Saúde é uma organização não governamental que atua na promoção e defesa de políticas de saúde pública, especialmente nas áreas de controle do tabagismo, alimentação saudável, controle do álcool e atividade física. Em nossa parceria, criamos diversos materiais incluindo um vídeo, infográficos destinados a variados meios e um relatório. Todos abordando a temática de uma maior taxação a bebidas adoçadas como refrigerantes, sucos de caixinha e outros e o impacto que isso geraria, da saúde pública à economia do Brasil, se esses recursos fossem revertidos à Saúde Pública.

AUTORIA | ANO

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

CLIENTE

ACT Promoção da Saúde



Projeção de gastos com
saúde até 2050



Retrato Sensorial: a utilização do Design na criação de um produto fotográfico destinado a pessoas cegas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Retrato Sensorial é um produto desenvolvido para a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso que consiste em um projeto que tem como objetivo a inclusão de pessoas com Deficiência Visual (principalmente cegos) na fotografia. Sendo assim, foi desenvolvido um quadro fotográfico que inclui a fotografia impressa tanto na forma 2D, quanto 3D, com o auxílio da manufatura aditiva. Além disso, a composição do quadro inclui a descrição da imagem em braile e também por um acesso à audiodescrição, facilitando a compreensão de quem fruirá a peça. Sua importância é percebida pelo fato de que a fotografia é uma ferramenta visual, que tem a capacidade de fazer a documentação de memórias e histórias pessoais e não precisa ser restrita somente à quem vê.

AUTORIA | ANO

Mariana Scheeren

CLIENTE

Univates





Ad Aeternum: materiais desenvolvidos com o corpo, a moda e a morte.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no desenvolvimento de materialidades alinhadas ao design circular e tem como matéria prima o descarte têxtil. Relacionando corpo e moda, a velocidade que rege relações humanas e seus objetos, chegou-se à pergunta: o que não tem fim, na moda e no corpo? Efemeridade, lixo, tendências, produção massiva de coisas, e de não coisas. A geração de desejos e ansiedade, características intrínsecas ao homem e à moda. Através do processo de eternização do corpo póstumo, prática comum em algumas culturas, foi possível eternizar os tecidos já existentes. O material desenvolvido é alternativa para fabricação de roupas, acessórios e jóias, podendo ser adquirido por empresas do segmento slow fashion, dando destino a sobras de tecidos e modelagens que geralmente são descartados.

AUTORIA | ANO

Bianca Augusta Penhas Zagolim

CLIENTE

IED - Istituto Europeo di design





CR!E!

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O CR!E! é um projeto social desenvolvido com foco na capacitação de jovens que estão em situação de vulnerabilidade social em abrigos da cidade de São Paulo, sobretudo aqueles mais velhos que passaram suas infâncias nestas casas de acolhimento. A proposta central do projeto é ensiná-los alguns processos e linguagens gráficas que podem ser utilizados para gerar renda ou mesmo para se expressarem e assim, partirem em descoberta de suas identidades. Para isso, desenvolvemos nossos KITS Criativos, que procuram ensinar a criação de materiais e técnicas como o carimbo, o estêncil, a colagem e a encadernação. O projeto também conta com uma plataforma online que auxilia o jovem a comercializar seus trabalhos e angariar fundos para sua manutenção através da venda de Kits e de doações.

AUTORIA

Universidade Anhembi Morumbi

CLIENTE

Universidade Anhembi Morumbi



Ecos da Rua

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto “Ecos da Rua” surgiu de uma iniciativa de alunos e professores do curso de Design Gráfico e Digital, do Instituto Europeo di Design - São Paulo, para beneficiar a revista “Ocas”, que enfrentava dificuldades devido à pandemia do coronavírus e precisava garantir a ajuda a seus vendedores - pessoas em situação de rua, que dependem da venda do periódico para levar uma vida minimamente digna e confortável. Por meio de uma campanha de crowdfunding, viabilizada pela plataforma Benfeitoria, foram vendidos cartazes digitais ou impressos em serigrafia e adquiridos em unidades ou combos. A proposta era ecoar esperança, longe e cada vez mais alto. Para que esse objetivo se concretizasse, foi preciso chegar a mais e mais pessoas, como um som vibrante, que vai, volta e reflete cheio de força.

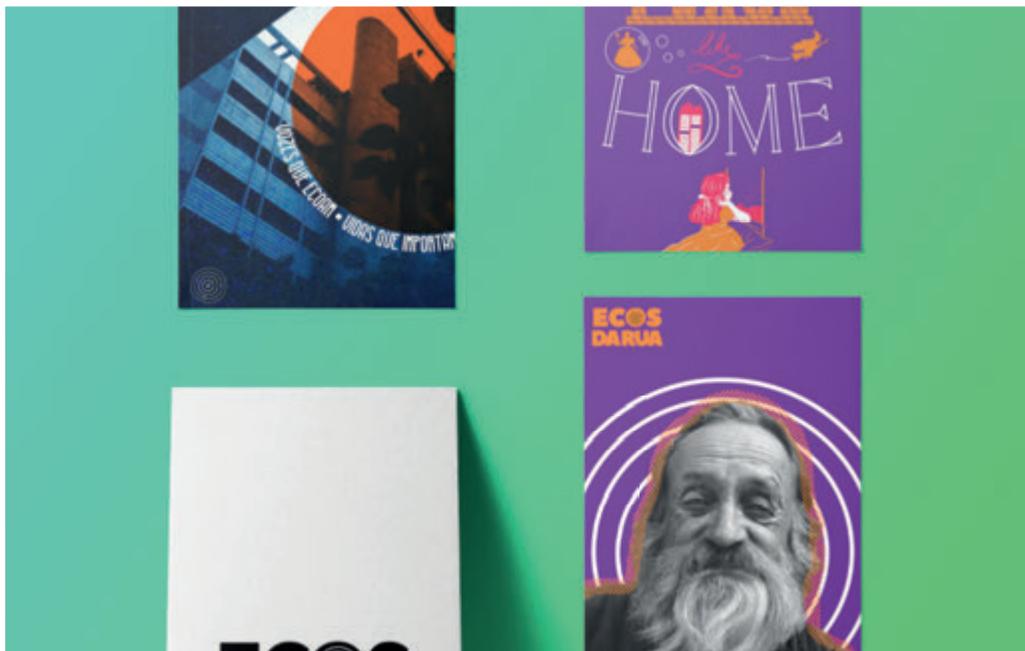
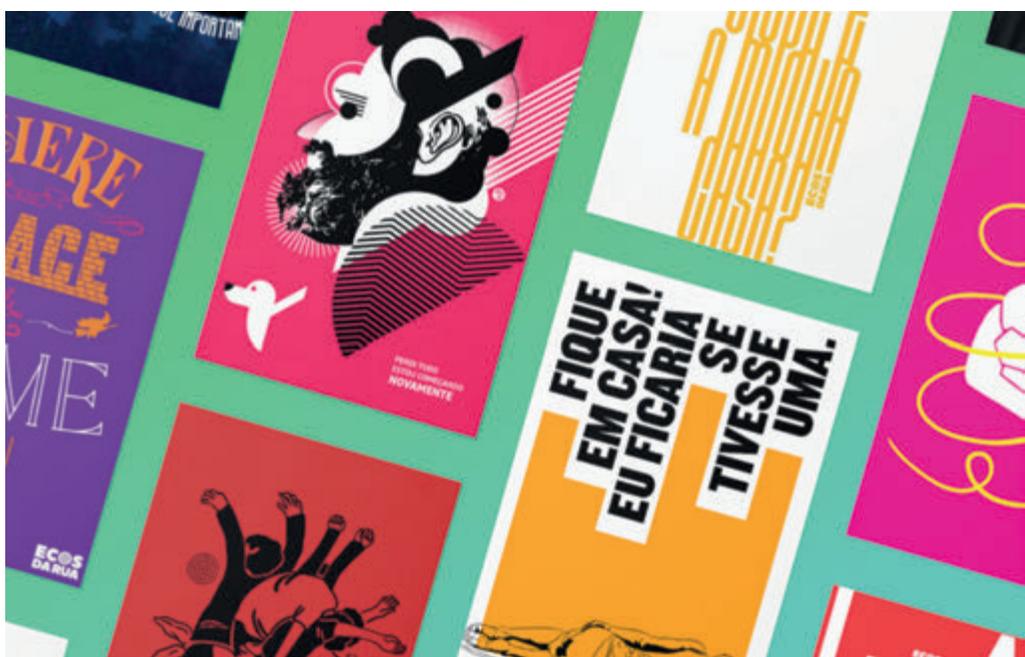
AUTORIA | ANO

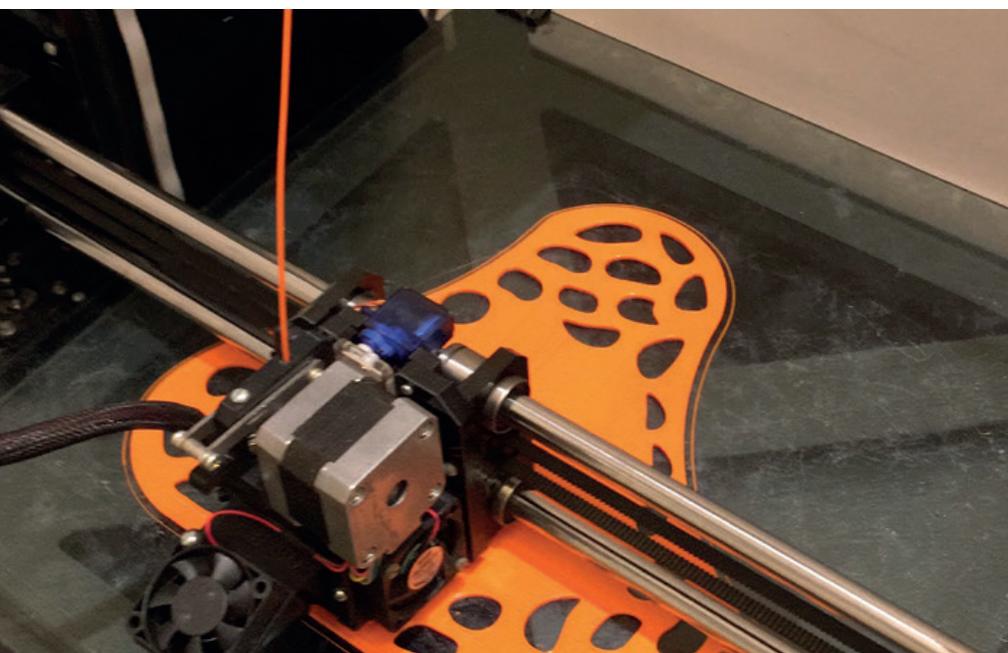
Beatriz Lopez, Gabrieli Godoy, Giulia Guidolin, Gustavo Nieri, Ivan Milhorança, José Diogo de Castro

CLIENTE

IED - Instituto Europeo di design

ECOS DA RUA





NAKI'O

DESCRIÇÃO DO PROJETO

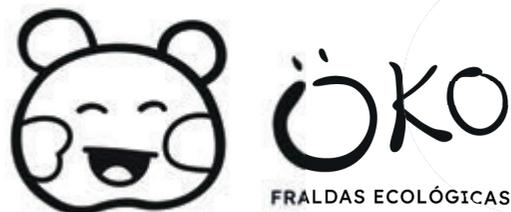
O fato de muitos dos cães amputados se adaptarem sem uma ou mais patas não significa que não sofram consequências a curto ou longo prazo. O corte cirúrgico para amputações geralmente é alto: no caso de tumores pelo risco de metástase, e no caso de traumas, em razão de a maioria dos veterinários não ter a cultura da prótese. No mercado, há pouca oferta de próteses para animais nessas condições e as existentes são caras. O projeto NAKI'O procurou criar uma prótese acessível (colete de fixação, extensão, pata e alça) para um cão sem 1 membro dianteiro e sem coto, de grande porte, através dos métodos de codesign e iteração em design, visando a uma locomoção próxima do normal, com melhoria na qualidade de vida do animal, além de comprovar a importância do design para a confecção do mesmo.

AUTORIA

Isadora Barone Spachi

CLIENTE

IED- Istituto Europeo di Design



ÖKO FRALDAS ECOLÓGICAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

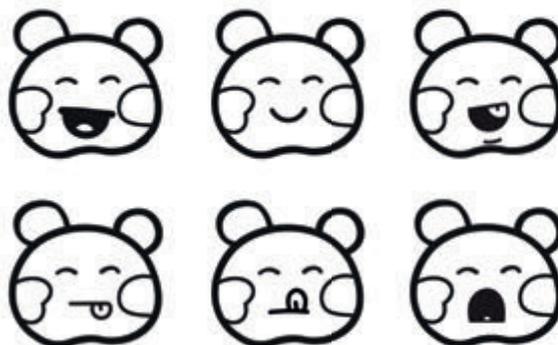
Segundos dados da Abihpec, o Brasil vende mais de 15 mil fraldas descartáveis por minuto! Quase 305 mil toneladas de lixo por ano. A maioria vai para os aterros sanitários, onde permanecem por até 500 anos. A verdade nada fofinha é que as fraldas descartáveis são um grande vilão para a sustentabilidade ambiental. Em sua produção, há elementos como plástico, papel e químicos. Basta ver as montanhas de fraldas em chás de bebê para se perguntar: qual o impacto ambiental de tanto lixo? Pensando nisso, criamos a marca Öko Fraldas Ecológicas como um projeto acadêmico. O objetivo era lançar uma marca de produtos de higiene infantil preocupada com o futuro das novas gerações e com os impactos ao meio ambiente. O propósito é cuidar dos bebês e do planeta, oferecendo uma alternativa mais sustentável

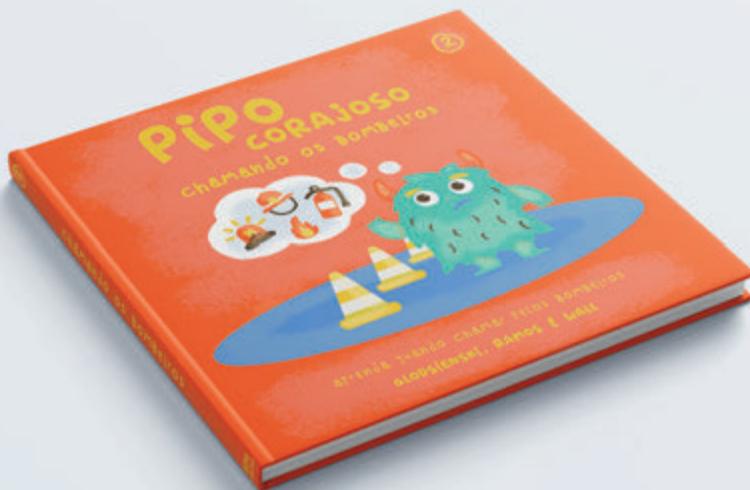
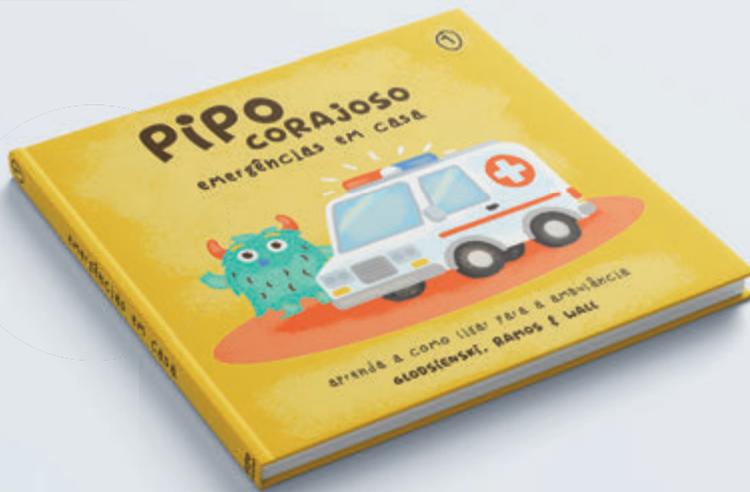
AUTORIA | ANO

Juliana Costa Fernandes e Sabrina Sanalles Sousa

CLIENTE

Faculdade de Tecnologia Senac RJ





Pipo Corajoso

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Coleção de 4 livros sobre segurança para crianças, voltadas ao dia a dia, mostrando de forma lúdica para as crianças como elas podem ajudar em situações de emergência. Por meio de histórias, os pequenos ficam imersos em narrativas que podem exercitar necessidades existentes dentro da sua rotina.

AUTORIA

EQUIPE

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica do Paraná



Qletra?

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Compreende-se que a construção do valor social da escrita e da leitura inicia-se já quando criança no nosso contexto sociocultural, quando nos deparamos não só com livros, mas também com as letras durante o dia-a-dia. Assim, percebe-se a importância da alfabetização infantil propiciar um processo lúdico e instigante, para criar uma relação de significado e afinidade com as letras de forma duradoura para a vida desde a infância. Contudo, observa-se que dentro do ensino brasileiro existe uma frustração tanto pelas crianças, desmotivadas por um aprendizado repetitivo e sem conexão com seu cotidiano, como também por responsáveis e educadores por não encontrarem materiais estimulantes para ensino e que especialmente pudessem abordar a relação entre as maiúsculas e minúsculas.

AUTORIA | ANO

Nicole Rauen

CLIENTE

Unisinos



vagas

todas	abertas	fechadas	Recentes	de	8
Serviços Gerais			oberta		
Auxiliar Administrativo			oberta		
Zelador			oberta		
Recepcionista			oberta		
Gerente Administrativo			oberta		



Recomeçar - Portal de Vagas de Trabalho para Pessoas Egressas do Sistema Prisional

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Recomeçar é um portal de empregos para egressos que necessitam de uma oportunidade de trabalho para recomeçar suas vidas. Ele é resultado de um Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, cujo objetivo foi investigar como o Design pode incentivar a reintegração social de egressos do sistema prisional no Rio de Janeiro. O portal tem como função principal o compartilhamento de vagas e informações sobre o mundo do trabalho, além de diretrizes sobre como emitir documentos e dicas de comportamento para entrevistas. Recomeçar visa ainda conscientizar as empresas sobre essa causa e contratar egressos por meio do próprio site. Para isso, o portal conta com duas seções: o acesso aos egressos e o acesso às empresas, colocando então egressos em diálogo com empregadores para que possam recomeçar.

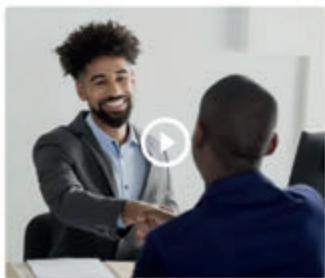
AUTORIA

Maria Gabriela Ferreira Neves

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Assista ao vídeo para aprender dicas de como se comportar em uma entrevista presencial



Ter sua documentação é muito importante e é um direito seu. Acesse o manual do egresso para saber como tirá-los.

[Manual do egresso](#)

crie seu currículo

O primeiro passo para quem quer arrumar um emprego é a criação de um currículo. Não se preocupe. Iremos te ajudar.

[Criar](#)

algumas vagas com base no seu perfil

Serviços Gerais

Ajudar no planejamento, prestar suporte no controle da produção e monitorar estoque de materiais.

Serviços Gerais

Ajudar no planejamento, prestar suporte no controle da produção e monitorar estoque de materiais.

Serviços Gerais

Ajudar no planejamento, prestar suporte no controle da produção e monitorar estoque de materiais.

ⓘ Ande sempre com o alvará de soltura, documento de livramento condicional ou regime aberto e RG.

Como tirar documentos

Assistência jurídica

Pena de multa

Lazer e família

Serviços socioassistenciais gratuitos

Regimes

Como retomar os estudos

ONGs



Revista Zona

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A zona é um lugar de encontro e celebração de experiências. Ela retrata pessoas que movimentam a cidade e sociedade de São Paulo, mostrando uma produção cultural, política e social que nasce de ambientes periféricos e demarginalizados, lhes oferecendo um palco para se expressar e ampliar suas vozes. A revista cria um espaço para os leitores que não se sentem representados pela cultura de massa para que possam se identificar e se inspirar através da troca de experiências e gostos. A zona compartilha de um caráter subversivo, agitado, livre e criativo, mas adota uma linguagem otimista que inspira a mobilização do coletivo para uma luta pela atuação no espaço público de São Paulo, por meio de um design e uma direção de arte punjentes. https://issuu.com/revistasdesignespm/docs/zona_miloissu

AUTORIA | ANO

Igor Oliveira Medeiros Silva, Marcel Puodzius Barbosa da Silva, Namie Hideshima Arakawa e Sofia Barr

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





Tekô: Uma HQ interativa sobre suicídio indígena

DESCRIÇÃO DO PROJETO

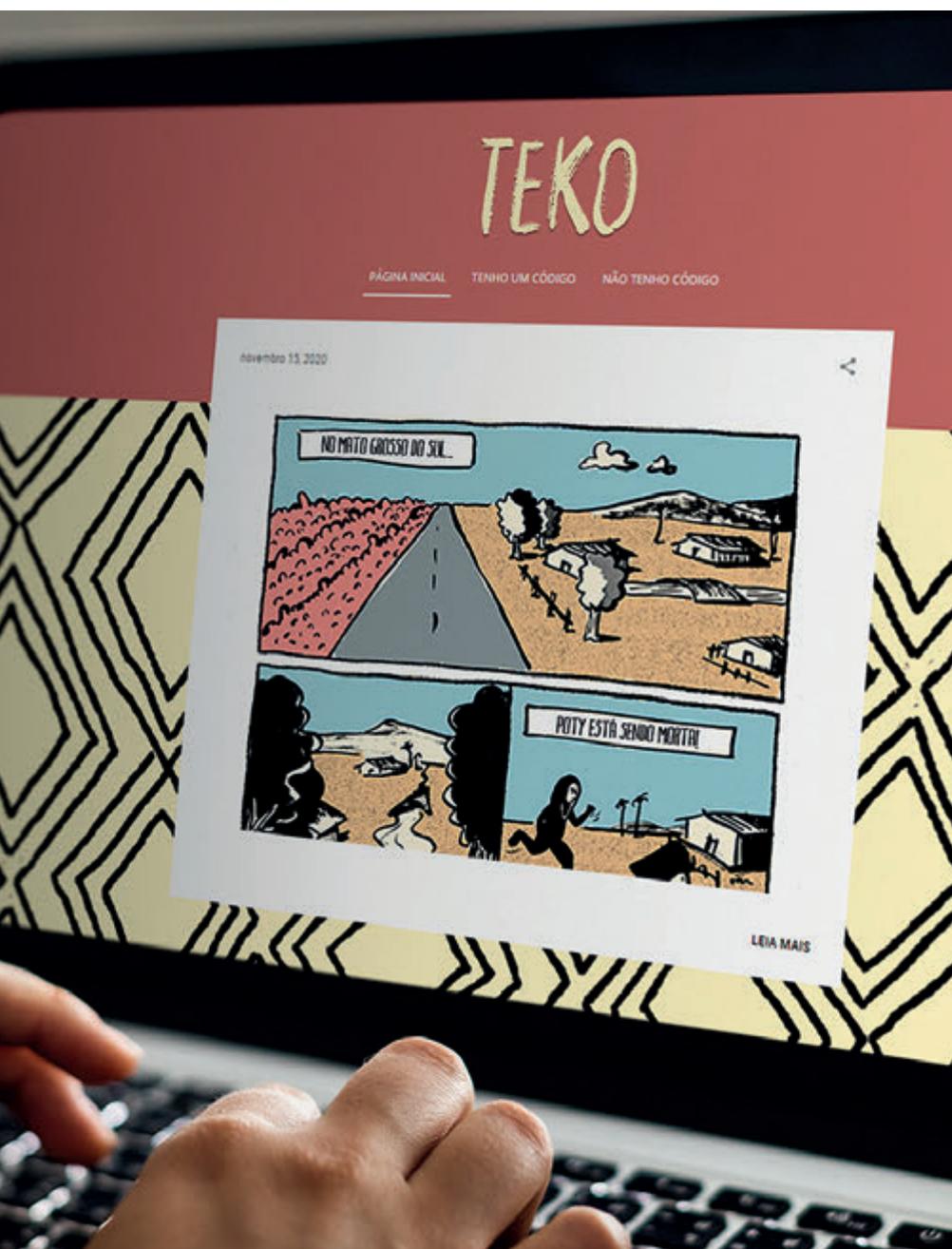
O Projeto Teko é uma história em quadrinhos interativa que fala sobre o suicídio indígena do povo Guarani Kaiowá. A pesquisa feita mostrou que o suicídio Guarani Kaiowá está diretamente ligado à questão territorial, de forma que quando as terras originárias são tomadas para uso agropecuário, o povo Guarani perde seu sentimento de pertencimento e identidade, levando ao suicídio. A proposta do projeto é usar a tecnologia da interatividade como um meio de se conseguir fundos e colaboração à causa indígena dos Guarani, além de dar visibilidade à causa. Para isso foi estruturado como uma história não-linear, composta pelo quadrinho impresso e o quadrinho digital. Essas duas partes se complementam já que a história além de interativa é transmídia, ou seja, tem partes divididas em diferentes mídias.

AUTORIA

Ana Kárita Mendes Bezerra

CLIENTE

IED- Istituto Europeo di Design





2 temas 1 memória: jogo de mesa 60+2 temas 1 memória: jogo de mesa 60+

DESCRIÇÃO DO PROJETO

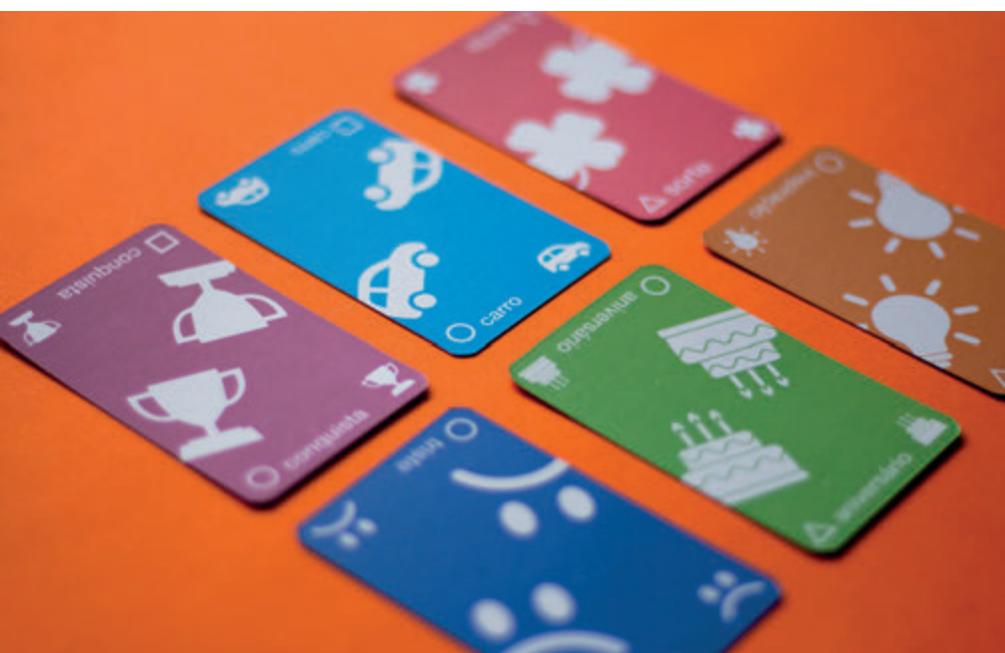
2 temas 1 memória é um jogo de mesa focado no público 60+, especialmente aqueles em condição de perda de memória como o Alzheimer. Por meio da narração de histórias e de uma abordagem preventiva e humanizada, é um jogo que visa promover um envelhecimento psicológico e social saudável, ativo e criativo; estimular a memória, a concentração, a percepção visual, o convívio social e a afetividade. Inspirado na dinâmica do dominó, o jogo é formado por peças com duas formas geométricas, uma cor e um tema. O objetivo é conectar as peças com cores ou formas iguais, fazendo com que dois temas sejam também conectados e possam inspirar ou engatilhar uma história. Assim, ao abaixar uma peça na mesa, a ideia é que o jogador conte uma história, real ou fictícia, envolvendo os dois temas conectados.

AUTORIA

Amanda Takahara, Fernando Akira, Pedro Modenesi e Thainara Simões

CLIENTE

Design ESPM SP





[nvisível]

[nvisível]

[nvisível]

[nvisível]

Agência Invisível

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Agência Invisível nasceu com a proposta de estruturar um estúdio de design com propósito, identidade visual e personalidade de marca coerentes. Acreditar no poder transformador de criações inclusivas para deficientes visuais é a premissa que guiou todas as decisões estratégicas do projeto. Por isso, a agência desenvolve editoriais, embalagens, jogos e outras soluções de design que aproveitam estímulos sensoriais além da visão. Acrescentando recursos interativos como texturas, sons e relevos, por exemplo, ela visa promover uma experiência positiva para videntes e não videntes - sem criar soluções diferentes para cada um, mas sim, soluções igualmente fantásticas para ambos. Trata-se de uma agência que cria para todos aqueles dispostos a ver com mais do que os olhos.

AUTORIA | ANO

André Queiroz Ramos de Oliveira,
Amanda Secco Aguiar, Catharina
Martins Donatti e Eduarda Gabrieli
F

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





Arte que Cola! Álbum de figurinhas digital e gamificado para ensino de História da Arte

DESCRIÇÃO DO PROJETO

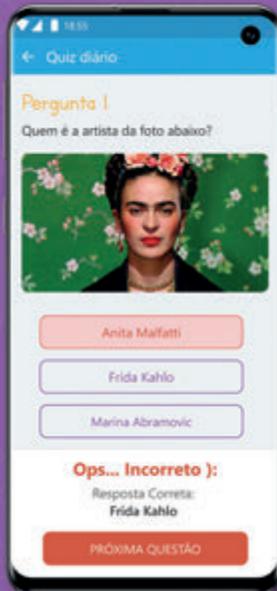
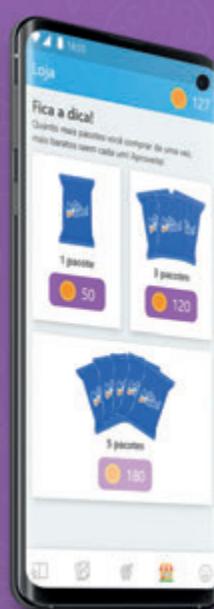
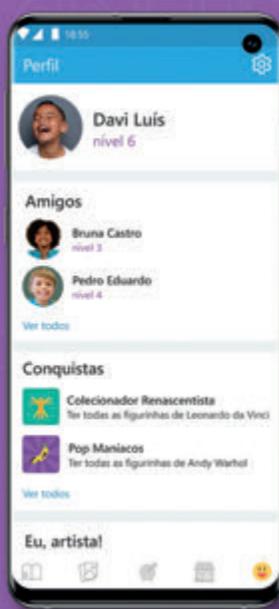
“Arte que Cola!”, resultado de um Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, é um álbum de figurinhas digital didático para educar sobre História da Arte no Ensino Fundamental. A partir da constatação de que, mesmo com avanços tecnológicos, grande parte dos materiais didáticos continuam semelhantes aos do século passado; e da dificuldade de professores em se adaptarem aos desafios do ensino remoto digital com a eclosão da pandemia do Coronavírus em 2020, resolvemos criar um material didático inteiramente digital para auxiliar os docentes tanto em momentos de ensino à distância quanto em sala de aula. Com o “Arte que Cola!”, as aulas de História da Arte se tornam mais divertidas e as crianças aprendem brincando!

AUTORIA

Déborah Rezende Gouvêa

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro





Articular - Aplicativo para/ com Pessoas Surdas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Articular é uma plataforma de ensino de animação e artes em geral para surdos e deficientes auditivos. Iniciativa acessível para inserção de pessoas no mercado artístico brasileiro. Tem como foco principal gerar uma ferramenta de ensino e engajamento para o público surdo brasileiro em geral que não tem contado com a arte que desejam aprender e pessoas que são surdas (ou não) e que já trabalham com arte e animação e que desejam colaborar na parte do ensino. O aplicativo será somente o meio em que iremos disponibilizar o ensino, porém, a ideia é engajar e criar uma comunidade.

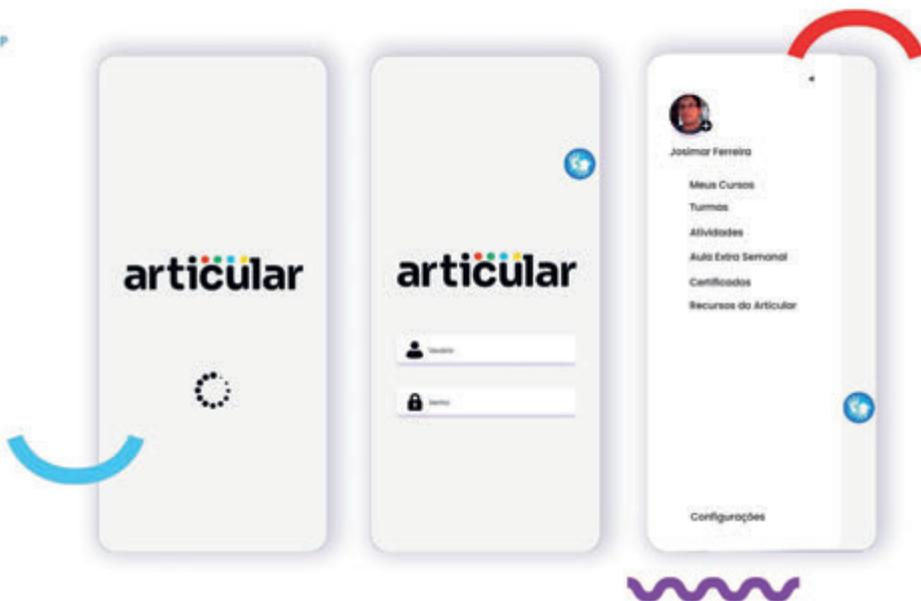
AUTORIA | ANO

Lays de Albuquerque Carneiro Santos e Davi Florentino

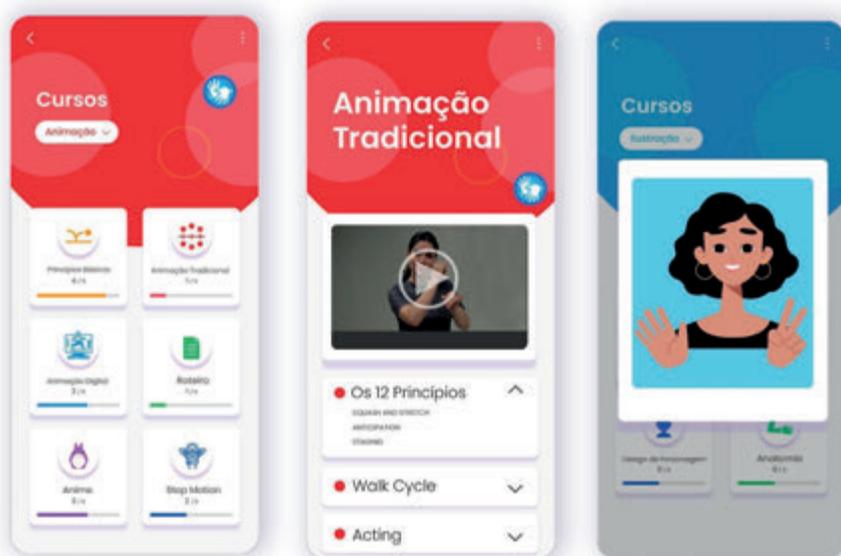
CLIENTE

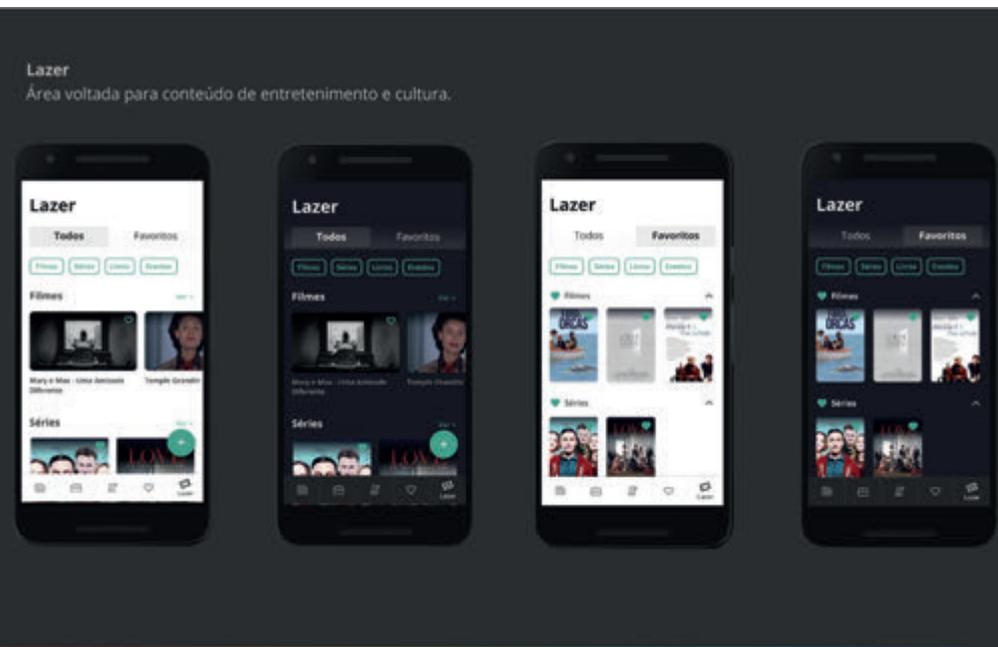
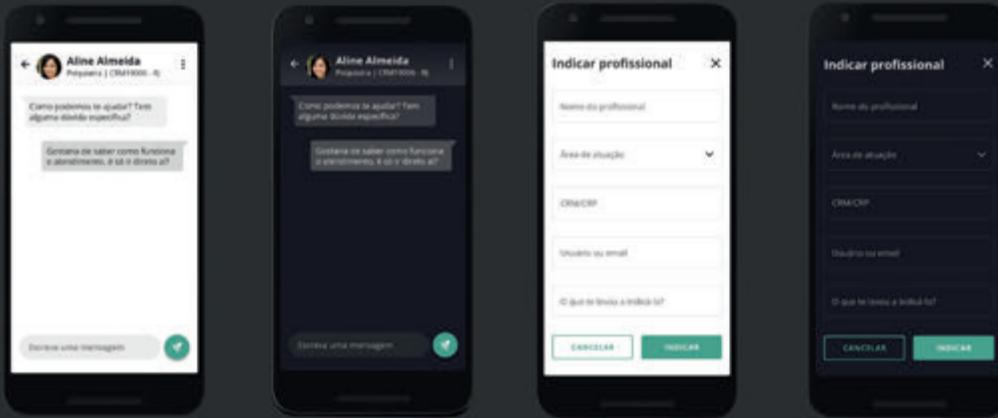
Universidade Federal do Rio de Janeiro

APP



APP





Atípico - Independência para jovens autistas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

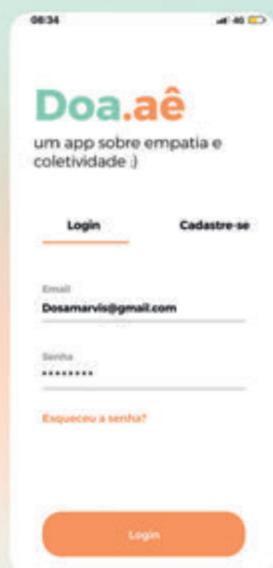
O aplicativo atípico busca ser a ponte entre jovens autistas e emprego, entretenimento e saúde. A internet é um mundo de informações, nem sempre conseguimos encontrar o que precisamos e pode ser uma tarefa um pouco chata validar a veracidade das informações. O aplicativo tem como objetivos tornar as informações acessíveis e promover a independência e colaboração entre jovens autistas. As motivações por trás do projeto foram o meu diagnóstico de autismo e o pouco conteúdo disponível sobre adultos autistas. Foi uma oportunidade de aprendizado sobre mim e também uma oportunidade de ajudar outras pessoas como eu, que podem estar passando pelas mesmas dificuldades.

AUTORIA

Pamela Candido da Silva

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



Doa.aê

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Doa.aê é um aplicativo de intermédio de doações, no qual as pessoas são incentivadas a contribuir com alimentos e itens básicos de higiene e em troca recebem pontos nos estabelecimentos parceiros do programa; como farmácias e mercados e trocá-los por outros produtos que podem ser doados de volta ou usados para consumo próprio. Inicialmente, o Doa.aê seria uma iniciativa local, iniciada na Zona Sul do Rio de Janeiro, onde nos mesmos bairros existem coberturas milionárias e comunidades que coexistem, cada uma em sua bolha. Um ambiente propício para o estímulo daquilo que o aplicativo propõe.

AUTORIA

Maria Cecília de Souza Lobo

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



Entre - Coleção cápsula de bolsas para autonomia econômica de Mulheres Migrantes

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A coleção cápsula de bolsas Entre surgiu a partir da nossa experiência de voluntariado na Universidade, em uma ação que busca criar um local de acolhimento para mulheres migrantes, vindas da Venezuela, Haiti, Congo, Síria e Palestina. A linha surge pela nossa vontade de impactar vidas. Os relatos das mulheres elucidaram dificuldades para entrar no mercado de trabalho em um novo país, como encontrar locais que as acolham de forma segura e adaptadas para quem muitas vezes não fala português. Isso resultou em um Sistema produto-serviço de capacitação e desenvolvimento de autonomia econômica, sem renunciar à atenção e valorização das mulheres e que elas se sentissem acolhidas e representadas pelas peças.

AUTORIA | ANO

Júlia Santos Barros e Letícia Leonor Brandão Costa

CLIENTE

UFPR - Universidade Federal do Paraná





Histórias do Design brasileiro: site gratuito para disponibilização de acervo de pesquisa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

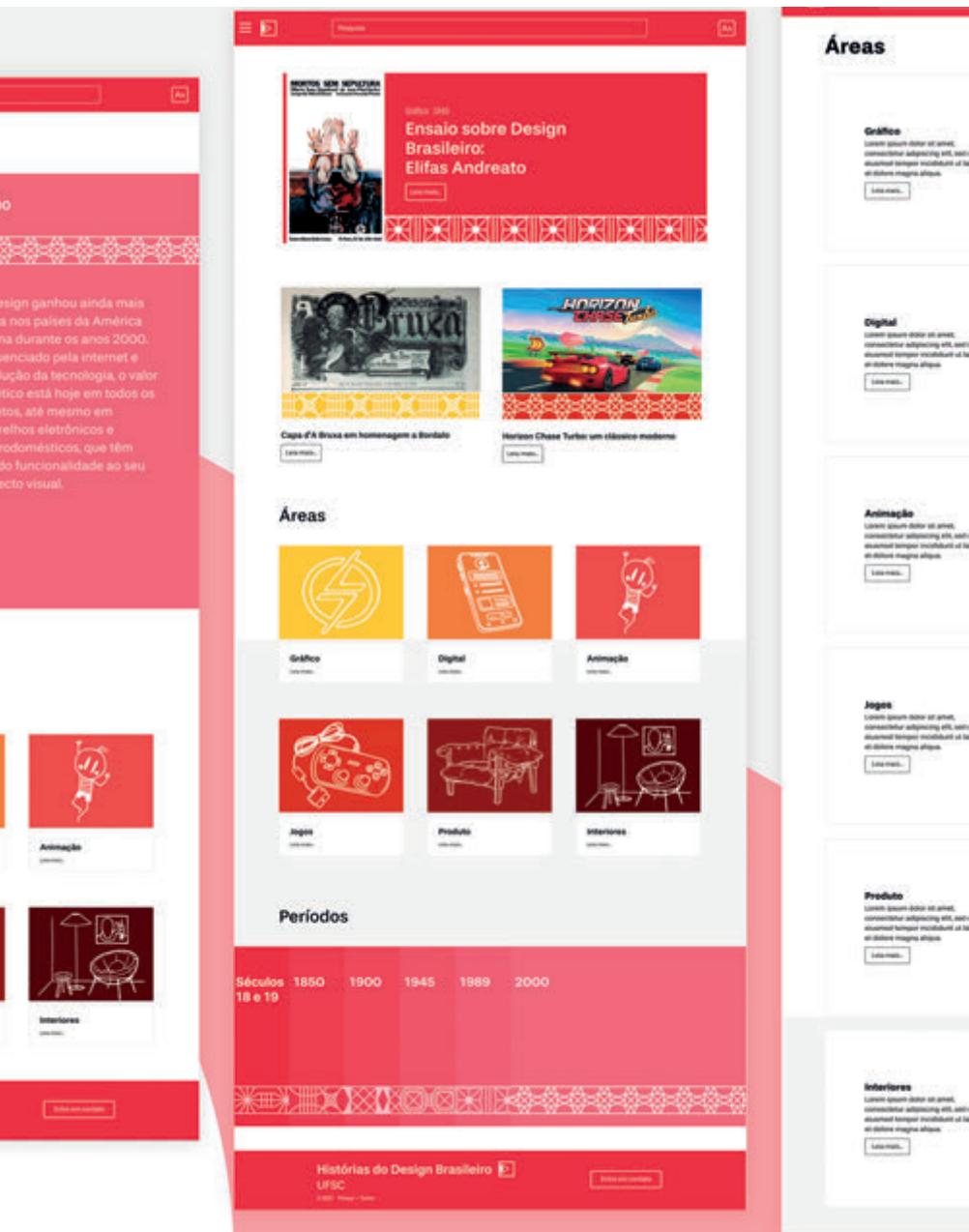
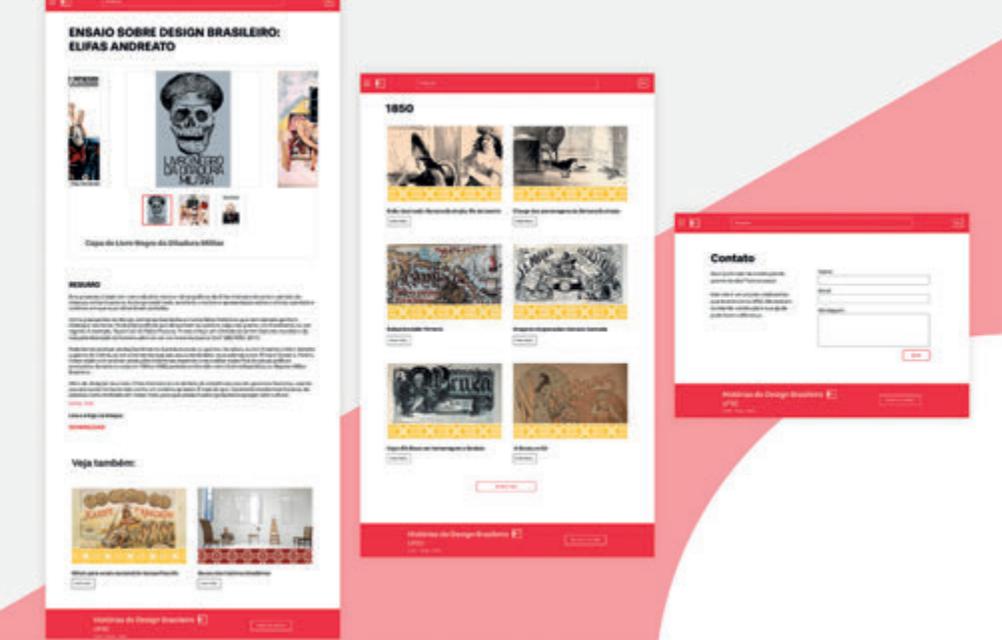
Histórias do Design brasileiro é o protótipo de site para reunir conteúdos gratuitos sobre design brasileiro para educadores, estudantes, profissionais e leigos. Esse acervo online pode embasar discussões sobre o que o é design e como essa área está a serviço dos brasileiros, fortalecendo o registro da nossa cultura material, em uma fonte confiável. Nascido como Projeto de Conclusão de Curso e hoje no caminho para se tornar um projeto de extensão da UFSC, propõe uma interface que abraça as faces da nossa história, cruzando áreas do design com uma linha do tempo, acessíveis para pessoas cegas, com baixa visão ou daltonismo, através de medidas de acessibilidade para interfaces digitais. Nas análises de similares não foram encontrados sites com a mesma proposta, fortalecendo sua importância.

AUTORIA

Gabriela Kwiatkoski dos Santos

CLIENTE

Universidade Federal de Santa Catarina





INCLUA: Design de uma plataforma sobre acessibilidade digital voltada a profissionais da área de tecnologia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Inclua é uma plataforma informativa sobre acessibilidade e design inclusivo voltada a profissionais da área de tecnologia. A plataforma busca ampliar e simplificar o acesso às diretrizes e ferramentas de acessibilidade, buscando contribuir para a expansão do conhecimento e aplicação da acessibilidade nos processos de design. E dessa forma, aumentar o número de produtos digitais acessíveis e, conseqüentemente, reduzir a exclusão digital, principalmente de pessoas com alguma deficiência. O projeto buscou contemplar as principais áreas de atuação no campo da tecnologia, fornecendo informações e ferramentas relevantes para que cada profissional entenda de que forma pode contribuir para tornar o produto digital mais acessível/ inclusivo.

AUTORIA | ANO

Beatriz Andrielle Costa Fiorito

CLIENTE

Universidade Federal de Santa Catarina

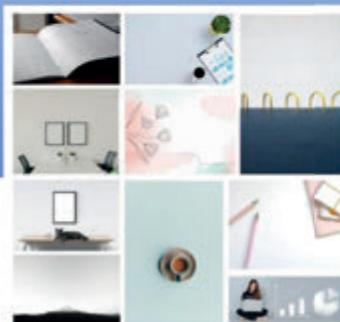


Conceitos

Inclusivo

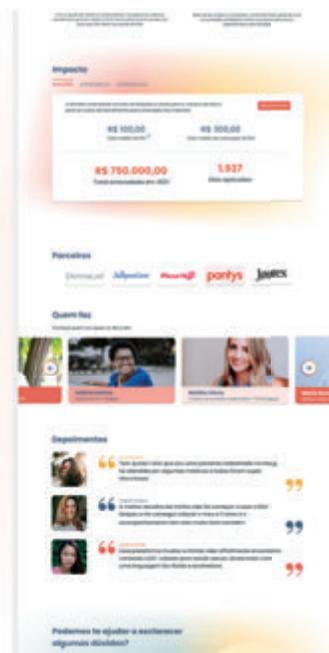
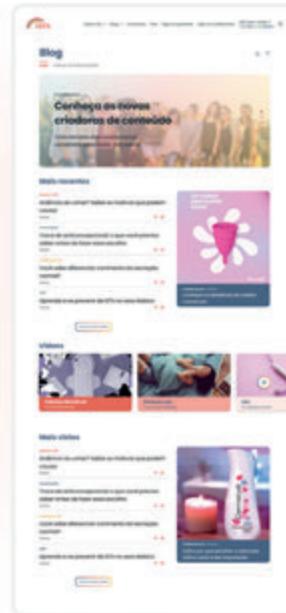


Descomplicado



Orientador





Iris - Plataforma de saúde sexual e reprodutiva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

As mulheres devem ter total controle sobre a própria vida, principalmente quando se trata de sua saúde sexual e reprodutiva, por isso, foi desenvolvida a Iris, uma plataforma digital colaborativa para empoderar mulheres brasileiras, diminuir o tabu a cerca desse assunto e ajudar a diminuir a quantidade de gravidezes não planejadas. O projeto possui 3 pilares: **Informação:** acesso a informações de confiança através da criação de conteúdo feita por profissionais colaboradores; **Doação:** crowdfunding para prover DIUs para mulheres com renda familiar baixa de forma fácil, rápida e amigável; **Atendimento:** acesso gratuito a consultas ginecológicas online ou presenciais através de médicas que querem obter mais capital social.

AUTORIA

Anna Beatriz do Espírito Santo Brucza

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



MELANINA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Melanina surgiu do questionamento de como minimizar o racismo que atinge o mercado de trabalho. Diante disso, geramos a ideia de usar o ato de conscientização por meio de uma Consultoria empresarial, na qual atua interna e externamente nas empresas apresentando uma solução para evitar esse mal que existe em nossa sociedade

AUTORIA | ANO

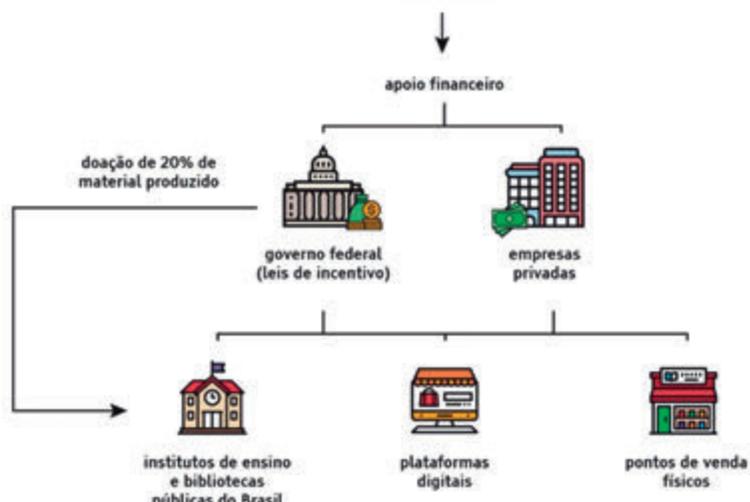
Camilla Beatriz Campos Costa e
Danielle Akei Santos Tanimoto

CLIENTE

UniBH



M E L A N I N A



Minha amiga Helena viu

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto propõe um livro inclusivo impresso em Braille e em tinta com letra ampliada, que tem o objetivo de facilitar a leitura de todas as crianças, principalmente as que possuem deficiência visual total e parcial de 3 a 6 anos. O livro contém uma narrativa lúdica, que incentiva a fase de aprendizado e aborda a magia de enxergar o mundo além da visão. Para a confecção do texto, foi utilizado o sistema Braille.BR®: uma tecnologia elaborada a partir de técnicas da serigrafia. Seu diferencial é que não resulta em baixo relevo no verso da folha, mantendo a qualidade do material impresso para o leitor vidente e para o deficiente visual. Para a encadernação, foi utilizada a técnica Lay Flat, visando o aumento da durabilidade do material, e o manuseio do livro por duas pessoas ao mesmo tempo.

AUTORIA

Bettina Ferreira de Oliveira, Carolina Esteves Paulino, Maria Catarina Gomes da Silva, Michelle Leal e Tainá Carvalho

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro





Resolveu?

DESCRIÇÃO DO PROJETO

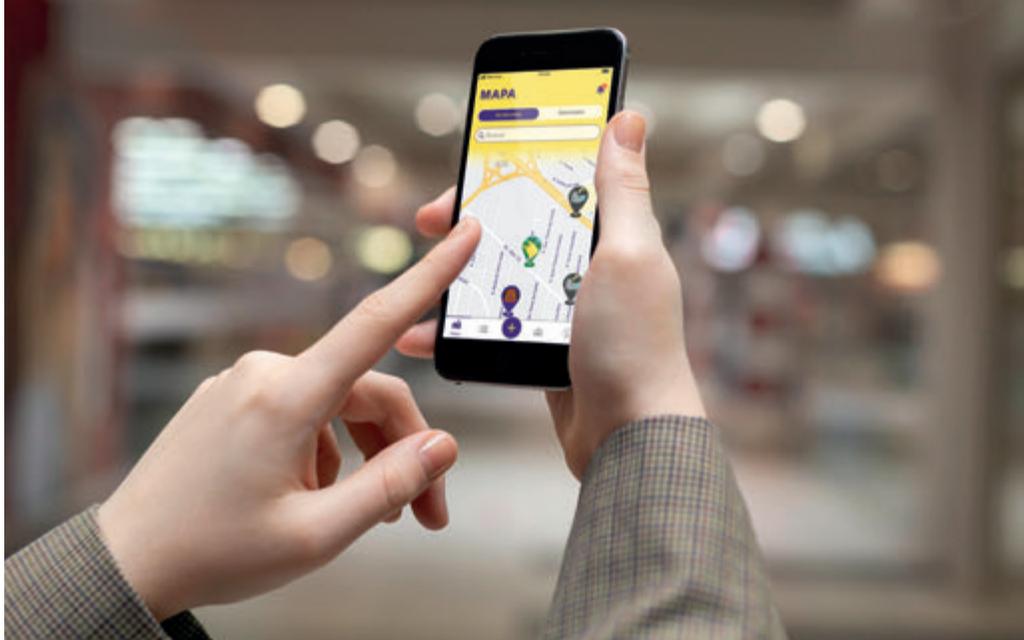
Aplicativo de reclamações para problemas corriqueiros das cidades terem visibilidade e serem resolvidos. O projeto teve início nova disciplina do curso de Design da UNIVATES, seguindo um modelo de grupo de trabalho misto, com participantes de diferentes cursos da economia criativa. Nosso desafio era desenvolver algo com base no tema “Fantasmas da cidade” para assim propor melhorias e inovações para as cidades da nossa região. Desenvolvemos o projeto colaborativo “Resolveu?”, um aplicativo que busca centralizar as reclamações dos usuários a respeito da infraestrutura de sua cidade, promove interação entre eles incentivando mutirões para resolver problemas em equipe, além de também contar com um sistema de troca de pontos por cupons no comércio local.

AUTORIA | ANO

Ana Paula Parizotto, Julia Amanda Becker, Laís Dametto, Maiquel Gustavo Wommer, Milene Guaragni Bram

CLIENTE

Univates





Revista Fanfarra

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Revista Fanfarra é uma publicação digital independente que, de forma leve e lúdica, propõe uma experiência única para amantes dos diversos gêneros musicais, unindo informações sobre as músicas e os artistas com ilustrações que exaltam o ritmo e a letra de cada canção. Em sua primeira edição, a revista busca valorizar e desmistificar o movimento do Funk carioca.

AUTORIA

Danielly Caetano Fernandes e Leticia de Carvalho Moraes

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



Revoada: O Design como Ferramenta de Visibilidade para o “Novíssimo” Cinema Brasileiro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Revoada é um projeto que, através do design, promove visibilidade ao “Novíssimo” Cinema Brasileiro, modelo de produção independente e principalmente coletivo, que possibilita novas expressões artístico-culturais. O projeto é composto por um site editorial de catalogação de coletivos e obras, uma mostra de filmes independentes e um documentário sobre a cena. Diferencia-se de outros projetos ao valorizar o livre acesso a esses conteúdos. Compreendendo que os filmes podem aproximar o público a certas experiências e influenciar seu entendimento/relação com a sociedade, Revoada foi desenvolvido para difundir a pluralidade cultural do cinema nacional, buscando ampliar a troca de informações entre realizadores e coletivos, além do acesso do público a informações e conteúdos sobre essas produções.

AUTORIA | ANO

Jéssica Santos Serrate, Vinicius Parrado Giese, Yasmin de Paula Tanimoto Celestino

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica de Campinas





Têia: unindo forças, conectando mulheres

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Têia é um aplicativo que instrumentaliza mulheres para o combate à violência doméstica, acentuada no isolamento social devido à pandemia da Covid-19. Criando uma rede segura entre mulheres em um ambiente de colaboração e apoio, a plataforma deseja conectar forças. Através da comunicação, da informação e de uma interface intuitiva, o app instrumentaliza mulheres com possibilidades reais de ação, para que elas identifiquem, evitem e fujam de situações de violência doméstica. O projeto foi elaborado em um Hackaton, sendo considerado pelo júri o vencedor entre 17 equipes.

AUTORIA

Gabriel Delman e Julia Ebel Lopes

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro





Uni Duni Fruti: um jogo como estratégia de aprendizagem para disléxicos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uni Duni Fruti é um jogo desenvolvido como estratégia de aprendizagem para crianças com dislexia. Idealizado em vista à escassez de materiais destinados a este público, propõe utilizar-se de recursos lúdicos e visuais, juntamente com os princípios do design universal e inclusivo, para ensinar a interpretar e resolver problemas matemáticos. No computador, imprimindo em casa ou jogando na escola, as crianças deverão trabalhar cooperativamente e responder as cartas de perguntas. Só assim, elas ajudarão a Tia Dani a arrumar sua vendinha, consertando a incrível bagunça que o cachorrinho Pingo fez. Por meio de uma metodologia lúdica alternativa, o jogo ensina crianças com ou sem dislexia a ler e contar enquanto desenvolve habilidades como empatia, comunicação, interpretação e raciocínio lógico.

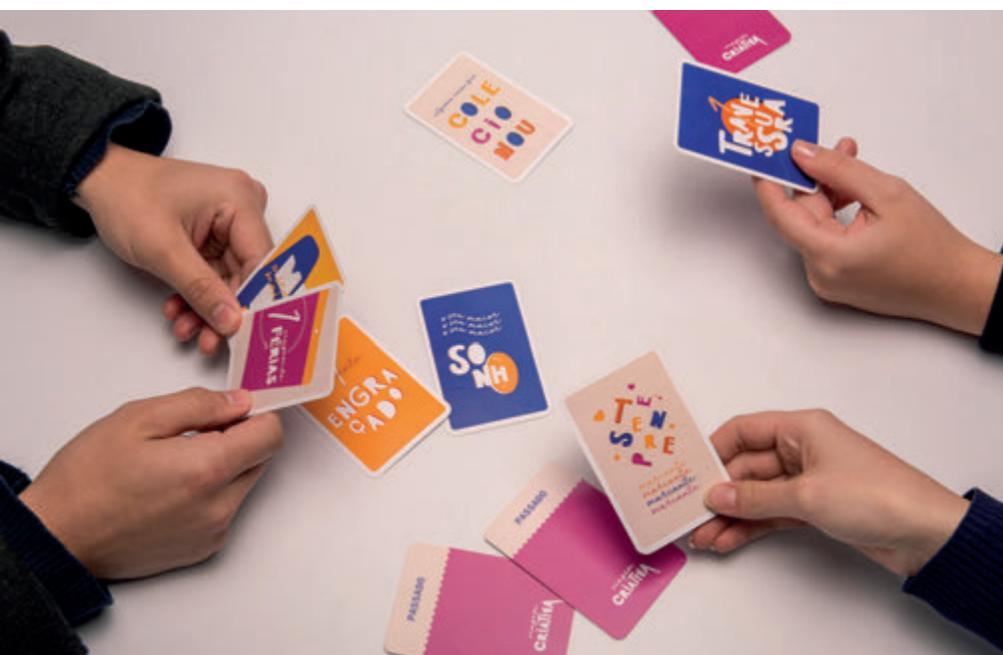
AUTORIA | ANO

Aline Marques Soares e Joyce Cristina Cavallini

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





Viagem Criativa: workshop gamificado para educadores

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Viagem Criativa uma experiência gamificada com temática de viagem no tempo que tem o objetivo de aflorar as competências socioemocionais de educadores - confiança criativa, inovação e colaboração, para que se sintam encorajados a criar novas práticas, inovar e qualificar a educação. Com etapas desde o momento pré, durante e pós evento, ela é estruturada em três fases principais: resgatar memórias no passado; criar ideias de aulas inusitadas no presente; e adequar-se a cenários imprevistos do futuro. Um roteiro que conduz cada "passageiro-professor" para uma viagem dentro de si, de autoconhecimento, a fim de que explore toda sua potência. Cada etapa contém um baralho de 25 cartas e itens extras que dão suporte à execução das atividades e a concepção de um ambiente imaginário.

AUTORIA

Ariana Picolotto e Vitória Petry

CLIENTE

Unisinos



Visi - Adaptador para crianças com baixa visão

DESCRIÇÃO DO PROJETO

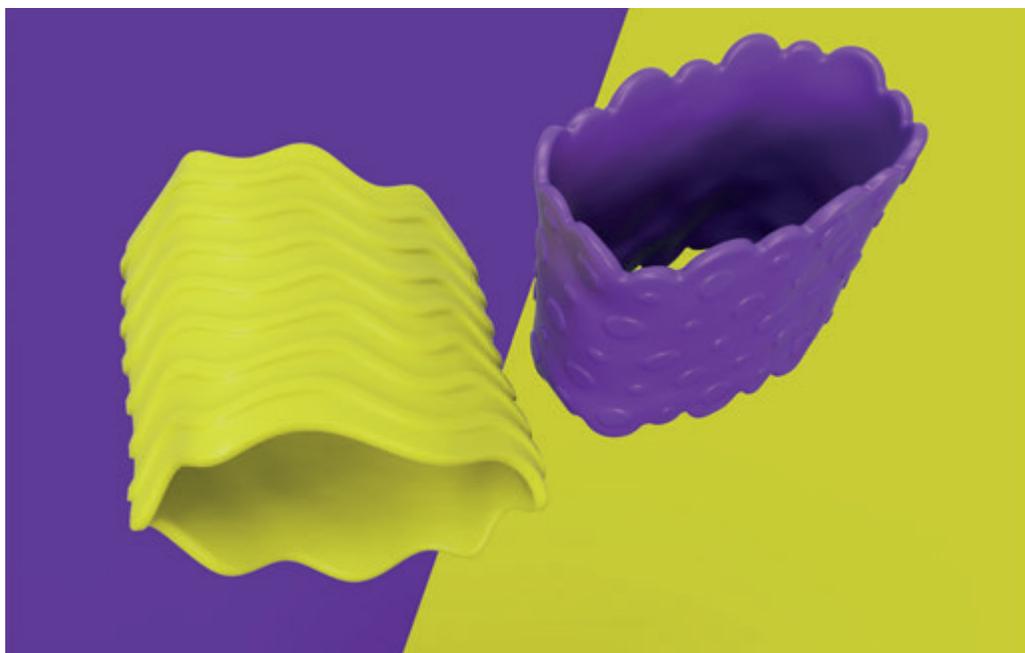
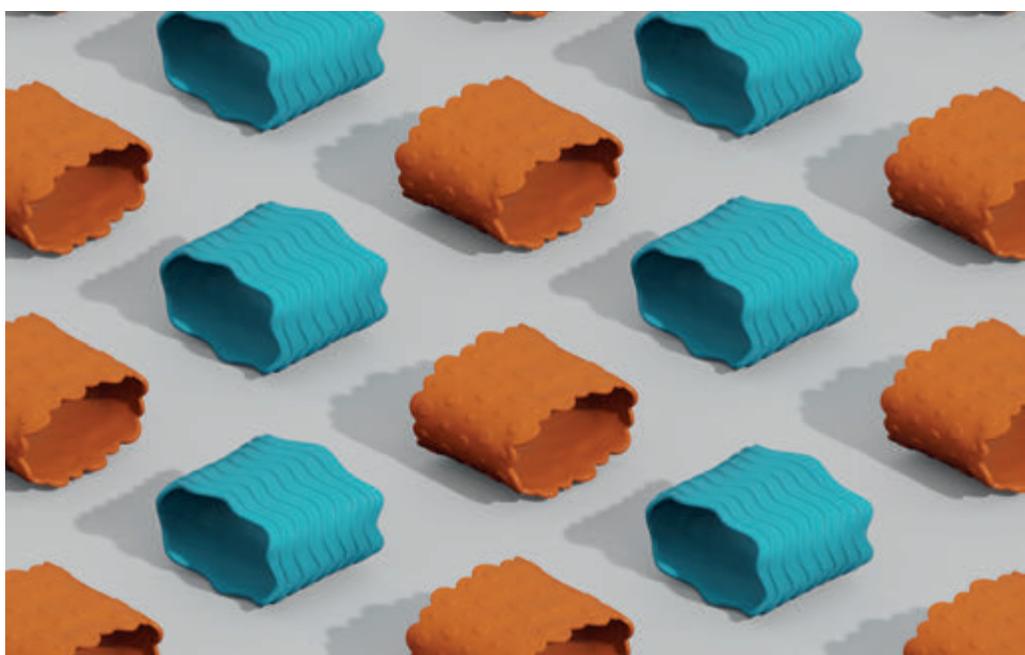
Para ampliar a autonomia das crianças com baixa visão antes da fase escolar, o projeto Visi realiza o que as grandes indústrias ainda não fazem: desenvolver produtos de higiene pessoal adaptados para crianças com baixa visão, promovendo a dignidade humana por meio do pleno acesso à higiene pessoal. Trata-se de um conjunto de adaptadores para produtos de higiene feitos com Látex e marcados pelo Contraste e pela Ampliação do significado das embalagens. Seu impacto social é a inclusão de crianças com baixa visão. Ao auxiliar essas crianças a desenvolverem autonomia no dia-a-dia para desempenhar tarefas simples (como o banho), as crianças e seus pais tornam-se mais preparados, de forma mental e emocional, para conviver dentro de casa e fora dela.

AUTORIA | ANO

Luisa Urfali

CLIENTE

PUCPR - Pontifícia Universidade Católica do Paraná



Visão geral

Unindo design, experiência e gamificação, **Amor de Óleo** é um aplicativo que auxilia no reaproveitamento e descarte do óleo de cozinha usado.

O aplicativo permite encontrar pontos de coleta de reciclagem de óleo de cozinha espalhados pela cidade, além de conectar pessoas a pequenos produtores e pequenos produtores a doadores, incentivando a economia circular.



Aplicativo Amor de Óleo: Aumento do ciclo de vida do óleo de cozinha através do User Experience

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O aplicativo Amor de Óleo, é uma plataforma que auxilia no reaproveitamento e descarte correto do óleo de cozinha usado utilizando da Experiência do Usuário e Gamificação como principais indicadores de interação e engajamento dos usuários ao problema evidenciado. Conectando pessoas a pequenos produtores e pequenos produtores a doadores, através do aplicativo também é possível encontrar pontos de coleta de reciclagem de óleo de cozinha espalhados pela cidade, facilitando a destinação correta do óleo usado. Desta forma, através do incentivo à economia circular e facilitação do encontro de pontos de coleta para descarte correto, o aplicativo pretende criar um mundo mais verde, com menos descarte e mais reaproveitamento.

AUTORIA

Kelven de Souza Carvalho e Noelle Atkienson Ornelas

CLIENTE

Instituto Federal de Educação de Santa Catarina



ARQUITETOS VOLUNTÁRIOS - HACK FOR BRASIL | COVID-19 - TRANSFORMANDO A CRISE EM MAIS SORRISOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Focados em melhorar o bem estar e as condições de trabalho dos profissionais da saúde atuando na linha de frente da pandemia de Covid-19 os Arquitetos Voluntários lançaram mão de soluções de arquitetura disruptivas, humanizadas e inovadoras do ponto de vista hospitalar, para criação de ambientes, criativos, lúdicos, seguros e alegres, que motivem os profissionais de saúde a seguir em frente. A união da arte com a arquitetura, uso de cor, programação visual característica e respeito às normas técnicas resulta em espaços combinados entre forma, função e estética. Resultados: 15 ações em 2020, + de 20 mil profissionais da saúde impactados, + de 120 arquitetos envolvidos, + de 250 empresas doadoras, + de R\$ 1 milhão arrecadados, 10 ações em andamento, 2 exposições de arte e 12 ações em espera.

AUTORIA | ANO

ZORZO® STRATEGY / DESIGN

CLIENTE

Arquitetos Voluntários



RESULTADOS SÍNTESE //





Design de Produto



REALIZAÇÃO

ABEDSIGN





GRAND PRIX

Cadeira Caré

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma cadeira para uso diverso desenvolvida a partir de um sistema de peças de madeira torneada encaixadas entre si por meio de furos cônicos justos, sem colagem entre elas. Os encaixes são mantidos no lugar quando o conjunto é comprimido por uma corda de poliéster (corda náutica) que é conectada à estrutura de madeira por meio de buchas de latão polido com alças de corda encaixadas nas pernas. A corda é tracionada ao ser torcida em um sistema de torniquete por uma haste de latão polido, que repousa encaixada no encosto. O assento da cadeira consiste em uma membrana de couro/camurça com o reforço de um forro de lona locomotiva que se encaixa na estrutura de madeira e tem a opção de ter ou não estofamento. A montagem e desmontagem do produto é simples e intuitiva e não exige ferramentas.

AUTORIA | ANO

leoferreiro

CLIENTE

Produto desenvolvido para o mercado de design autoral. Público entre 25 e 65 anos. Mercado nacional





PetParker | Muito mais tempo juntos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Jorges Ebel é um empreendedor apaixonado por cães. Uma de suas maiores angústias era ter que amararrar seu labrador Thor na frente do supermercado sempre que precisava fazer compras. Um dia, Thor conseguiu se soltar e foi atrás de seu tutor. Foi um grande susto. Nesse dia, Jorges decidiu que encontraria uma solução para todos os tutores de cães que vivem em centros urbanos e criou a PetParker. A start-up oferece uma solução de "casinha" inteligente para cães, com sistema de ventilação e monitoramento por vídeo, acionada por leitura de QR Code no aplicativo. Mas era preciso desenvolver uma comunicação efetiva para o envelopamento da estação inteligente.

AUTORIA | ANO

Criamia

CLIENTE

PetParker





Adam Robô AI 4.0

DESCRIÇÃO DO PROJETO

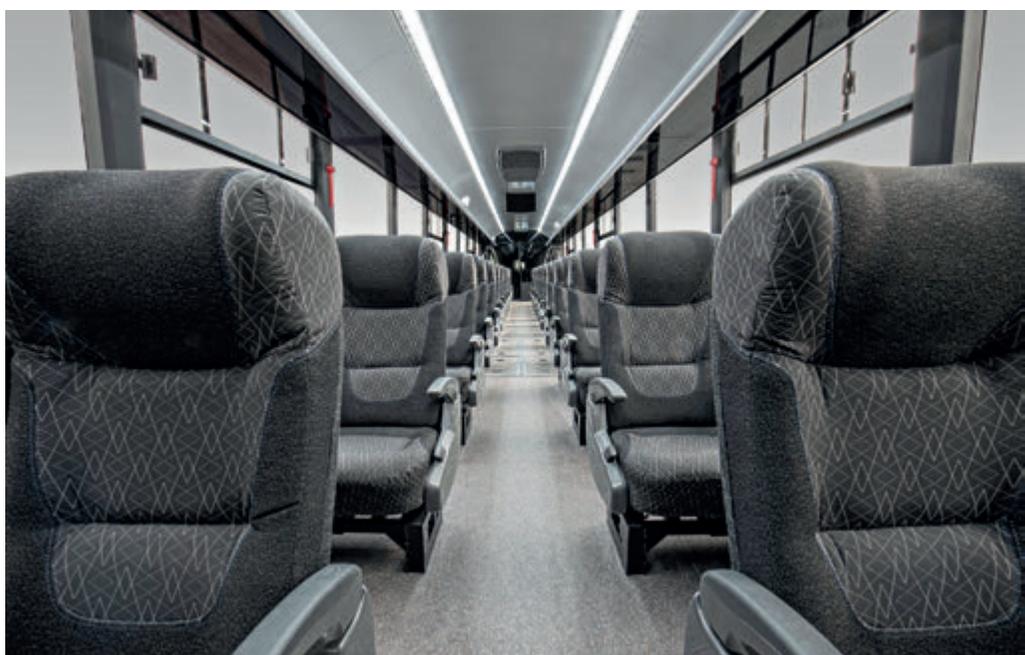
O Adam Robo AI 4.0 é um equipamento de acuidade visual focado na saúde geral para atender na atenção primária a saúde de todos os públicos. Teste de letras: para alfabetizados. As letras serão randômicas para cada teste que se abrir, não se repetindo e evitando a pessoa de decorar as letras. Teste de figuras: para não alfabetizados Teste de Perto: para pessoas a partir de 40 anos Teste Monocular: para pessoas que enxergam só com o olho direito ou só com o olho esquerdo abrir só uma sequência de teste para longe e perto e Ishihara - cromático somente para o olho respectivo. Teste Binocular: para pessoas que enxergam com o olho direito e também com o olho esquerdo abrir TODAS as sequências de teste para longe e perto (Olho Direito, Olho Esquerdo, Ambos os Olhos) e Ishihara - cromático.

AUTORIA

Carl Kawasaki

CLIENTE

Adam Robô



Prosper VLT

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Prosper VLT é um veículo leve sobre trilhos de embarque em nível, versátil e desenvolvido para atender os mais diversos projetos de transporte ferroviário de passageiros. Foi desenvolvido com foco em baixos custos de implementação ou recuperação de sistemas existentes e baixos custos de operação, aliados a design moderno e conforto. Pode ser construído por composições de até quatro carros de 18 metros de comprimento, nas versões urbanas com capacidade para até 760 passageiros e intercidades/turismo até 280 passageiros. É bidirecional e pode ser produzido para circular em bitola métrica, standard ou larga.

AUTORIA | ANO

Design Center Marcopolo

CLIENTE

Marcopolo Rail



BBQ Flex

DESCRIÇÃO DO PROJETO

BBQ Flex é uma churrasqueira elétrica indoor/ outdoor compacta, prática e segura. O funcionamento do produto ocorre de duas formas: por aquecimento elétrico ou com carvão, em ambos os modos a churrasqueira é acesa através de eletricidade, sem necessidade de fósforo, álcool, ou outro método de combustão. O BBQ Flex possui grill com acabamento esmaltado e pintura non-stick (que não gruda), super resistente à abrasão, acompanha também tampa para preparo de receitas smoky taste (sabor defumado), com controle de passagem de ar, além de um grill interno para cozimento simultâneo de vegetais, entre outros.

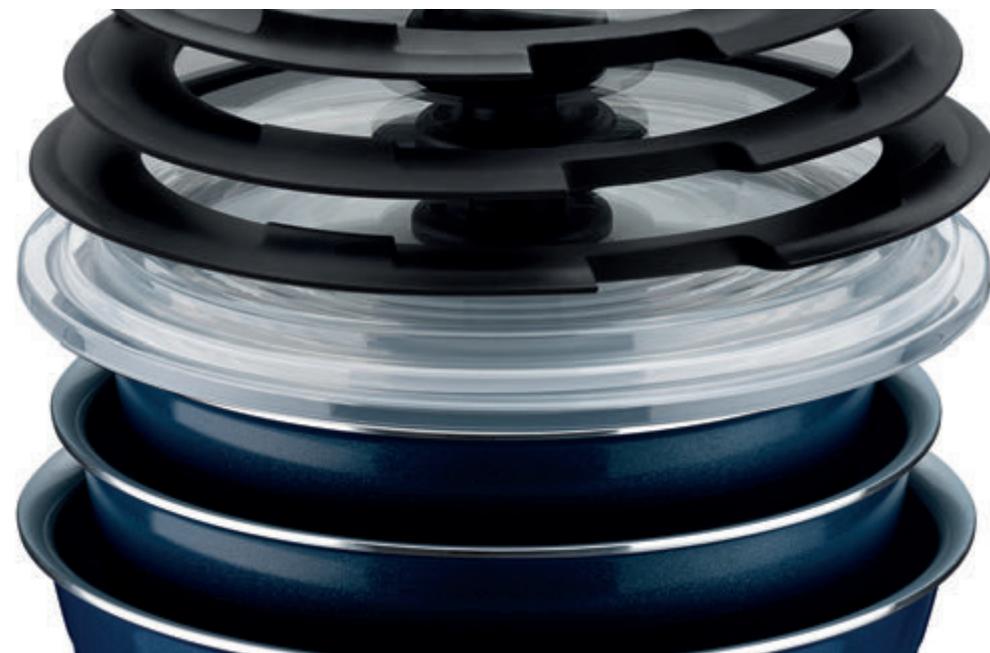
AUTORIA | ANO

DXID, Product Solution Through Design

CLIENTE

Polishop/ Clientes ao redor do mundo





Ítria

DESCRIÇÃO DO PROJETO

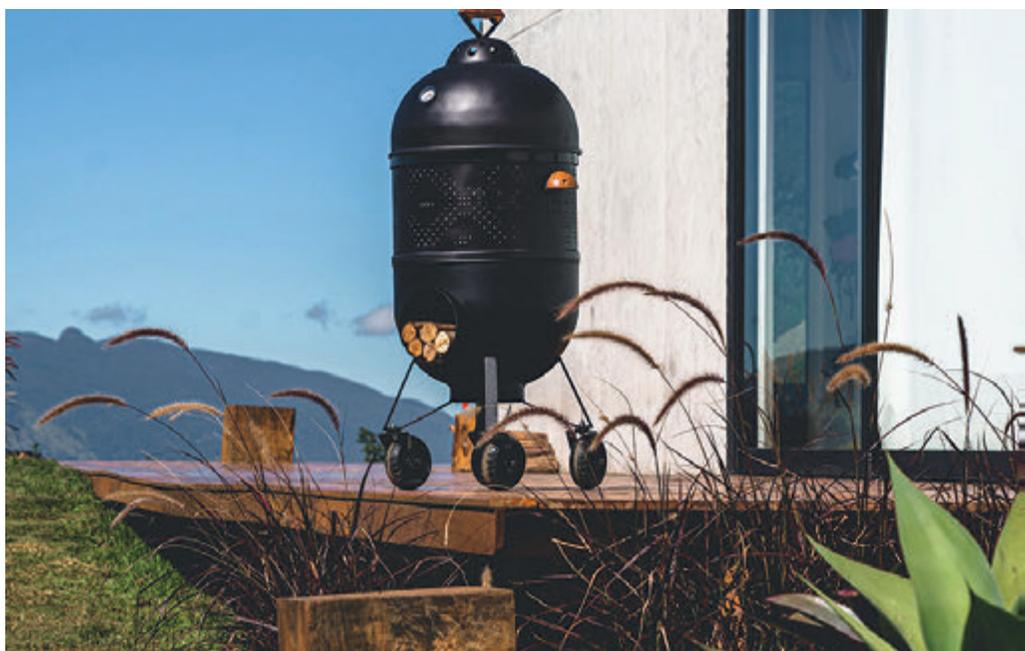
Ítria, a solução para a cozinha. Uma linha ultra compacta com peças multifuncionais, alta qualidade e muita praticidade. São 4 peças: para cozinhar os mais diversos pratos, assar, servir com estilo, guardar o restinho de comida e ainda sobrar aquele espaço no armário! Vamos cozinhar? Compatível com todos os tipos de fogão e também pode ir ao forno, basta remover o cabo. Servir? Um recipiente que vai à mesa mantendo por mais tempo a temperatura da comida, afinal quem não gosta de uma comida quentinha e ter menos trabalho na hora da limpeza? Sobrou comida? Com a tampa plástica temos um excelente pote, assim você tira da mesa e coloca diretamente na geladeira ou freezer! Hora de guardar? Cabo removível para otimizar o armazenamento. Versatilidade, praticidade, design e organização.

AUTORIA

Design Único

CLIENTE

Tramontina Cutelaria



Noori® V02 Airy

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Noori® V02 Airy – Equipamento que combina os usos de Rocket Stove (Fogão a lenha vertical), Churrasqueira, Forno de Pizza e Aquecedor Externo, em uma única peça, modular, móvel e portátil. Une a leveza e durabilidade do aço esmaltado com a resistência térmica do concreto refratário, presente em 06 placas internas formando o inovador sistema Airy – basta retirar as placas refratárias e as labaredas são expostas para uma maior contemplação do fogo. Um equipamento que explora sua multi-funcionalidade através do design, e com foco na otimização de combustíveis.

AUTORIA | ANO

Eduardo Gayotto / Plinio Ruschi / Noori®

CLIENTE

Noori®





Skillet CHEF Pan

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Skillet CHEF Pan é uma releitura das clássicas panelas de ferro fundido. Mesmo sendo 50% mais leve, ela mantém a durabilidade e estabilidade de temperatura das panelas de ferro tradicionais. Fundida a 1600 °C, sua camada superior foi desenvolvida com tecnologia honeycomb (formato de colmeia), que possibilita a redução de 70% na quantidade de óleo por proporcionar uma distribuição otimizada e equilibrada, e um acabamento non-stick (não gruda), com resistência a riscos. Além disso, a Skillet CHEF Pan possui cabo removível com sistema de encaixe rápido e proteção térmica. A remoção do cabo permite a utilização da panela até mesmo dentro do forno.

AUTORIA

DXID, Product Solution Through Design

CLIENTE

Polishop/ Clientes ao redor do mundo



Aurora

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O produto luminária Aurora surgiu do briefing para uma luminária de mesa, portátil, com dimerização e alimentação por baterias, diante disso buscou-se um produto com design funcional e minimalista que se encaixe em diversos ambientes, facilitado pelas diversas cores que são lançadas junto ao produto.

AUTORIA | ANO

Studio Luxion

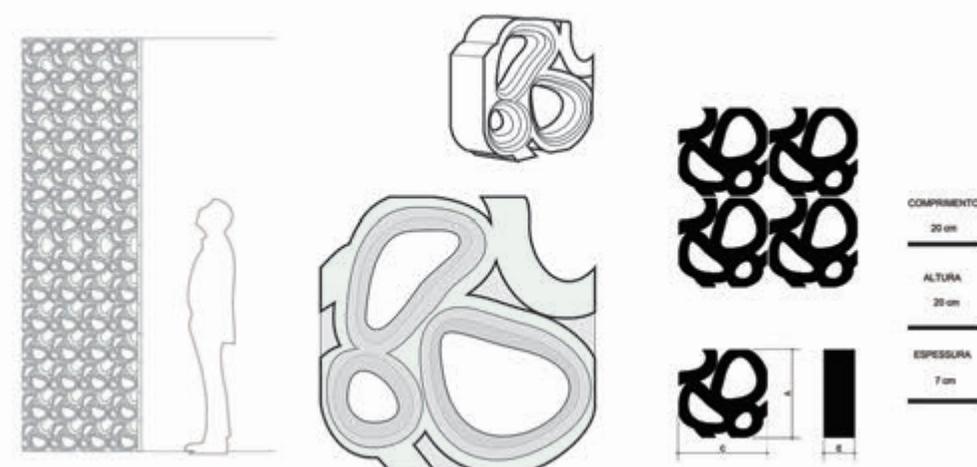
CLIENTE

Luxion Iluminação





molusca | PROPOSTA COBOGÓ COMPONÍVEL



COBOGÓ MOLUSCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Cobogó Molusca, é uma peça para divisórias de ambientes com personalidade, ideal para espaços contemporâneos em conexão com a natureza. Foi pensada para adequar-se às possibilidades técnicas de produção atual da Manufatti. No seu sentido estético e funcional é bem versátil pois possui recortes nas suas laterais que possibilitam camuflar a grade quadrangular de repetição. Oferece maior organicidade da forma, e tem encaixes entre-peças em qualquer rotação, dando soluções diferenciadas de paginação. Pode ser ideal em ambientes fechados ou entreabertos com acabamentos esmaltado ou fosco.

AUTORIA

ERICO GONDIM E METON ALEXANDRE

CLIENTE

MANUFATTI REVESTIMENTOS



Íris

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Íris é uma coleção de produtos que proporcionam conforto termoacústico potencializado pela biotecnologia, feito com micélio e resíduos da agroindústria brasileira.

AUTORIA | ANO

Furf Design Studio

CLIENTE

Mush





Festival INOVA Klabin em Casa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Há mais de 120 anos, a Klabin ousa experimentar a inovação. Nestes tempos desafiadores e sobre este pilar, convidamos todos os colaboradores, clientes e toda a sociedade a construir este novo futuro. Em 2021, nós da Empathy realizamos o Festival INOVA Klabin em Casa, com formato totalmente digital. Levamos a experiência física à plataforma, desenvolvendo interface de sensações no site, com recursos Smartsense®, uma experiência digital surpreendente, na qual se descobre o perfil de pessoa inovadora do visitante, e o convite à inovação com o Kit Matrioska Klabin, um unboxing experience, feita 100% de materiais da empresa. O Festival foi um desafio Tech e Touch, pois surpreendeu com experiências de usabilidade, trazendo todas as sensações do evento físico para o digital.

AUTORIA

Empathy

CLIENTE

Klabin





Selenium Elétric

DESCRIÇÃO DO PROJETO

SELENIUM ELÉTRIC é o dosador pneumático de sementes com acionamento por motores elétricos, ideal para agricultores que desejam atingir um plantio de alta precisão. A solução torna a regulagem da plantadeira muito mais simples e precisa, já que substitui correntes, eixos e cardan por um sistema elétrico, controlado totalmente através do display instalado na cabine do trator. Seus maiores diferenciais são: - Plantio com taxa variável (garante a precisão da queda de sementes) - Monitoramento de falhas (quando não cai semente onde deveria cair), duplas (quando cai duas sementes no mesmo lugar) e qualidade de espaçamento - ISOBUS (Terminal Virtual e Controlador de Tarefas) - Compensação de velocidade em curva linha a linha - Desligamento de seção linha a linha - Comunicação wireless

AUTORIA | ANO

J.ASSY

CLIENTE

J.ASSY





Pit Truck

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Pit Truck é o mais novo integrante da franquia Pit Stop, um ponto de venda de cerveja móvel criado com base em princípios de design de serviço que o tornaram um negócio de sucesso para o franqueado, e uma solução incrível para os clientes obterem cerveja rápida, gelada e barata. O Pit Truck é uma instalação itinerante que reúne uma câmara fria para manter as bebidas extremamente geladas e uma vitrine iluminada para que os consumidores possam ver os produtos, além da área de serviço que contém também duas torneiras de chopp.

AUTORIA

Grupo Criativo e Score Group

CLIENTE

AMBEV



Coleção RIO VERMELHO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A coleção RIO VERMELHO é uma coleção composta por 3 diferentes formas de abajures, com 2 cores de cerâmica diferentes e mais 5 tecidos de cúpulas diferentes em formas quadradas, retangulares e até redondas.

AUTORIA

Marcus Camargo

CLIENTE

Itens Collections



Luminária Revoada

DESCRIÇÃO DO PROJETO

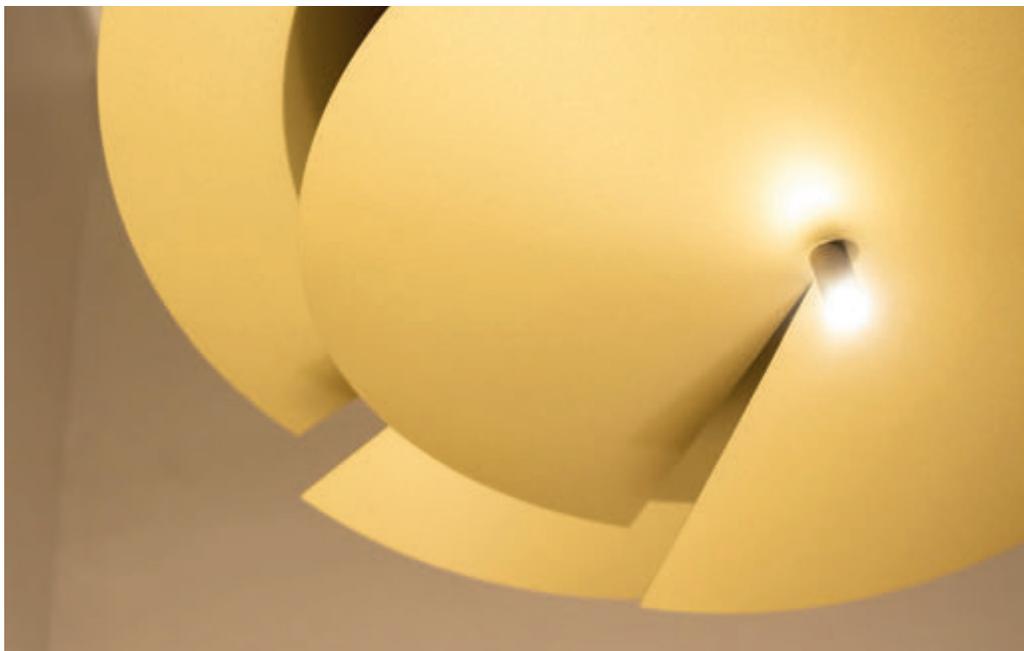
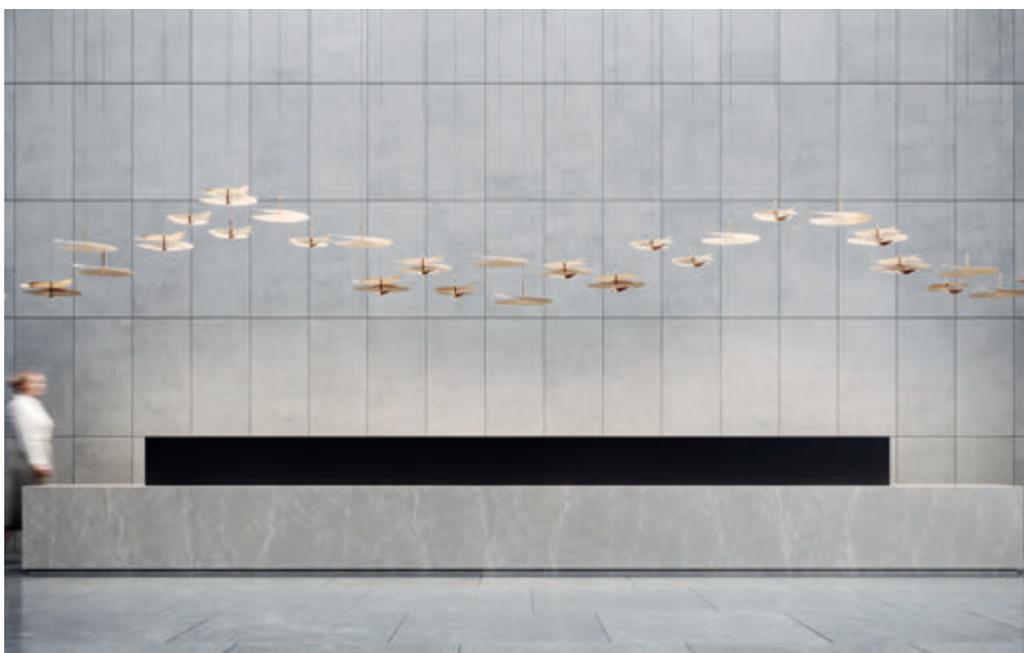
A luminária revoada surgiu como uma solução para agregar valor à um dispositivo de iluminação técnica que precisava se destacar no mercado. O projeto parte de um tubo com sistema de Led embutido que recebe discos de metal cortado e torcido, que forma o desenho de asas e um movimento de voo, o que dá sentido ao nome Revoada, especialmente quando as luminárias estão em conjunto. A simplicidade do seu desenho e o mínimo uso de materiais, permite produção rápida e de baixo custo, tornando o produto acessível e sustentável, tendo em vista que toda a luminária pode ser facilmente reciclada.

AUTORIA | ANO

Choque design

CLIENTE

WSG





mobi

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mobi é uma luminária portátil com tecnologia led e bateria interna recarregável via usb. Permite o direcionamento da luz através do reba-teador orientável e o controle de sua intensidade por meio do dimmer de toque, possibilitando uma iluminação indireta e confortável. Possui estrutura em alumínio e opções de base em diferentes materiais naturais brasileiros – madeira cumaru, mármore branco ou mármore verde.

AUTORIA

fernando prado

CLIENTE

lumini



Balanço Folha

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com um desenho orgânico e conceito atual, sempre com a preocupação social e ambiental que as empresas e profissionais envolvidos prezam, o Balanço Folha é um elemento único que dá leveza e conforto podendo ser composto em ambientes externos e internos. Com estrutura em alumínio 100% reciclado e a trama em tricô náutico, a sensação de leveza e conforto dentro de um produto conhecido como um simples balanço, porém com desenho atual, lembrando a forma natural de uma folha, dão ao usuário deste produto a possibilidade de se conectar com sensações variadas, desde a nostalgia de um simples balanço da infância, passando pela própria conexão com a natureza da folha, até um momento de relaxamento e meditação em um ambiente interno ou externo. Esta é a base do conceito principal do Balanço Folha.

AUTORIA

Guto Biazzetto Creative Studio

CLIENTE

Lovato Móveis





Banco/sapateira Aracati

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O vento Aracati, como é conhecido no Ceará, é uma rajada forte que vem do mar, adentrando o sertão. É ele que promove as chuvas e a bonança. A sapateira Aracati também foi pensada para trazer os bons ventos, recebendo as pessoas em casa ao chegarem do trabalho ou ao partirem para a prática de atividades físicas.

AUTORIA | ANO

Adalfan Filho

CLIENTE

+55design





d y n a m o

Banquetas Dynamo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Banqueta Dynamo, fornece dinamismo e mobilidade tanto em escritórios corporativos, quanto em ambientes despojados como o home office. A combinação perfeita entre sentar e ficar em pé criará um novo estilo de postura de trabalho. O sistema "Perch" possibilita que o usuário, ao sentar, distribua o peso entre as pernas e as costas, minimizando tensões na parte inferior da lombar, melhorando a postura de trabalho. Seu movimento e fluidez conduz naturalmente a pélvis para a frente, criando uma curva em "S" saudável à coluna. Sua base emborrachada permanece inteiramente no solo e cria uma experiência de assento estável. Oferece uma maior absorção contra impactos e aderência durante o uso, além de ter suporte para bolsas, mochilas e casacos, sendo capaz de se adaptar a diversos usos e rotinas.

AUTORIA

Grupo Criativo

CLIENTE

Flexform



Bird

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Bird é um parasol que parte da premissa de filtrar o sol durante todo o dia e manter uma suave sombra e funcionalidade de giro e movimento. Cada desafio de criação é uma oportunidade interessante de desenvolver um produto. Bird quebra um paradigma - é funcional e poético ao mesmo tempo. Moramos em um país com dimensão continental, com quilômetros de praias e sol quase que o ano todo. Por que não desenvolver uma peça elegante e apropriada?

AUTORIA | ANO

Jader Almeida

CLIENTE

jaderalmeida





CACAU

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A peça é uma poltrona grande, com personalidade agigantada, tem formas arredondadas, anatômica, assimétrica, tem um desenho muito provocativo e convidativo, tanto para sentar, quanto se jogar na laterais da peça.

AUTORIA

Roberta Banqueri Serra

CLIENTE

PIU MOBILE ESTOFADOS



Cadeira Carioca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cadeira Carioca foi desenvolvida para salas de jantar, seu apoio de encosto (braço do cristo) serve como apoio de cotovelo, em conversas adjacentes e para pendurar bolsas em setores corporativos. Madeira Tauari Maciça Espuma 25D MDF 12mm,9mm (ELEMENTOS TAPEÇADOS) Papelão resinado (ELEMENTOS TAPEÇADOS) P=58cm A=82cm L=55cm Peso: 7,9 kg

AUTORIA | ANO

Alexandre Kasper

CLIENTE

CGS Móveis





DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



Mancebo Caraiva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O mancebo Caraiva foi criado através de linhas leves e delicadas, com referências da natureza, afim de criar um móvel diferenciado, inovador e funcional. Oferecendo diferentes experiências.

AUTORIA

Luisa Moysés

CLIENTE

Breton



Mar adentro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

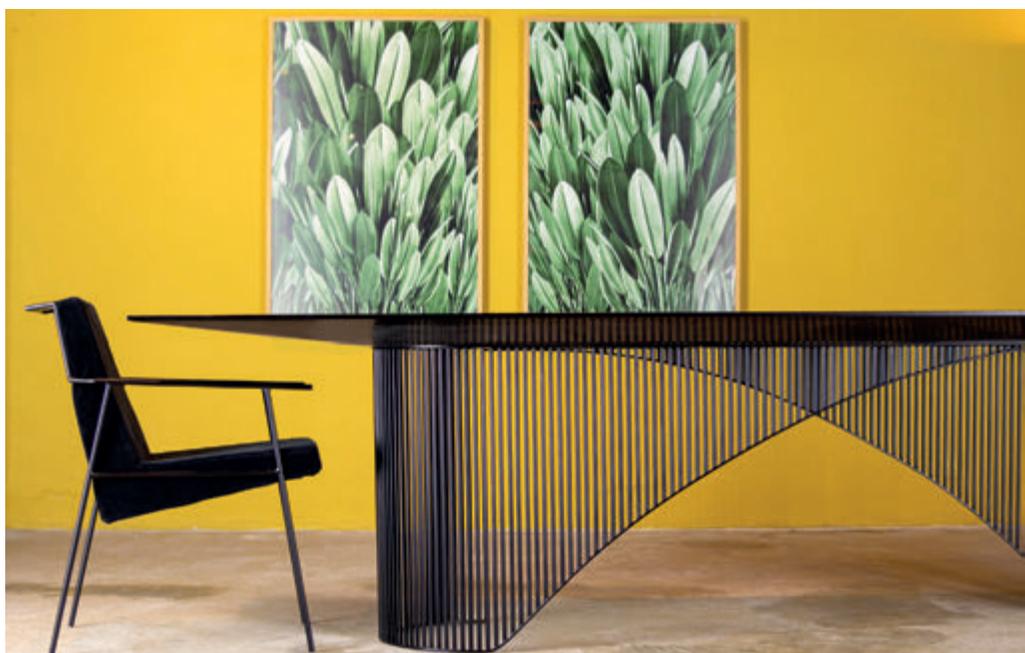
A mesa de jantar “Mar Adentro” foi desenvolvida como um móvel para salas espaçosas, com 8 ou mais cadeiras. Composta por uma base de aço e um tampo de madeira (ou pedra), o seu desenho intriga, pois, a depender do ângulo de observação, a forma da base muda por completo, assumindo geometrias variadas. Isso se dá pela composição da base de aço, composta por duas estruturas curvas, segmentadas e vazadas, cujo desenho se entrelaça, a depender da posição do observador. O resultado é um design cinético, que brinca com os sentidos e dá um caráter de escultura para a mesa.

AUTORIA | ANO

Choque

CLIENTE

América Móveis





OCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Oca é um sofá que nasceu com o objetivo era usar uma estrutura que fosse uma delgada, curva, única e que pudesse ser a estrutura do sofá, para receber assento e encostos macios e flexíveis, tinha que ser baixa, despretensiosa, muito confortável, como um abrigo, além de funcional, para isto recebeu bandeja em pedra exótica nacional e bolsa em couro para controles, telefone, óculos entre outros objetos.

AUTORIA

Roberta Banqueri Serra

CLIENTE

PIU MOBILE ESTOFADOS



Cadeira Oscarina

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com inspiração e linhas modernistas, a cadeira Oscarina traduz o perfil de um móvel brasileiro dos anos 50, quando a qualidade construtiva e o material eram o mais importante em uma peça. Recebeu o nome em homenagem à Oscar Niemeyer.

AUTORIA

Linda Martins

CLIENTE

Quadrifoglio Movelaria



CityFit

DESCRIÇÃO DO PROJETO

City Fit é um sistema de academias ao ar livre, que conjuga aparelhos de cardio, força e movimento. Um sistema de promoção de saúde e bem-estar através da prática de atividades esportivas para todos.

AUTORIA | ANO

Guto Indio da Costa

CLIENTE

Indio da Costa Design





Ergo Spa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ergo Spa é especialista em soluções de cuidados para pele com performance profissional, mas de uso pessoal. A inspiração é oferecer a experiência certa para despertar a beleza própria de cada pessoa, promovendo a autoestima todos os dias! Ergo Spa relaxa, nutre a pele e desperta todo seu potencial de saúde. Proporcionando limpeza rápida, estímulo mecânico para absorção de ativos e promoção da elasticidade da base muscular da pele, evitando a perda de colágeno. Assim o design do produto buscou comunicar todos estes benefícios por meio de sua forma, materiais e acabamentos. Além de ser ergonomicamente concebido para tornar a rotina de cuidados com a pele uma experiência agradável e relaxante, também integrando-se perfeitamente nos ambientes de uso e facilitando sua portabilidade.

AUTORIA

ARBO design

CLIENTE

i-ware



uDesk

DESCRIÇÃO DO PROJETO

uDesk é um aparelho elíptico compacto home fitness com foco nos membros inferiores. Através do motor elétrico, conta com dois modos: automático e com carga. O modo automático funciona como um exercício passivo e ajuda na circulação das pernas. Conta com 5 programas pré-definidos, 7 níveis de velocidade e opção de rotação invertida, para frente ou para trás. Já o modo com carga possui 7 níveis de peso e tem perfil de exercício ativo.

AUTORIA | ANO

DXID, Product Solution Through Design

CLIENTE

Polishop/ Clientes ao redor do mundo





Fiat Pulse

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O novo PULSE traduz o espírito da Fiat com perfeição: mezzo brasileira e meio italiana, pop, encantador e espontâneo em todos os detalhes.

AUTORIA | ANO

Design Stellantis SA

CLIENTE

Stellantis SA





Paradiso 1800 DD - Geração 8

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Novo Paradiso 1800 Double Decker, ônibus Rodoviário Marcopolo Geração 8, produto para atender um segmento premium no portfólio. Projeto pensado para proporcionar uma nova experiência tanto para passageiro como para o motorista. Tudo isso alinhado com o Design externo limpo e moderno onde buscamos linhas marcantes para fácil identificação do produto nas vias onde trafega, como por exemplo o avanço do vidro lateral na região da porta compondo uma “mancha gráfica” inédita. A “assinatura” do DRL integrado com luz de posição e pisca junto ao farol, também se destaca como item marcante nesta nova geração, alinhado com o DNA dos produtos Marcopolo.

AUTORIA

Design Center Marcopolo

CLIENTE

Marcopolo SA



Bule térmico Luna 1L

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Bule térmico Luna, com capacidade de 1L, conserva a temperatura de líquidos quentes e frio por 12 e 24h através de ampola de vidro, com isolamento por vácuo. A alça possui desenho suave que integram dois pontos de contato entre o dedo polegar na curva horizontal e demais dedos na curva vertical. O bico é suavemente integrado ao corpo, sem ondulações, garantindo um fluxo de líquido suave e constante. A rolha é composta de uma capa larga de pega suave e confortável. A conexão entre capa e rolha é hermética, permitindo a higienização do conjunto sem entrada de líquidos. O grande diferencial é a configuração de infusor de chá bipartido, conectado à rolha através de travas laterais, removível para facilitar a inserção do chá em folhas ou sachês e permitir a higienização após o uso.

AUTORIA

Termolar SA

CLIENTE

Termolar SA



Coifa Square Isla 40 Silent Black Steel

DESCRIÇÃO DO PROJETO

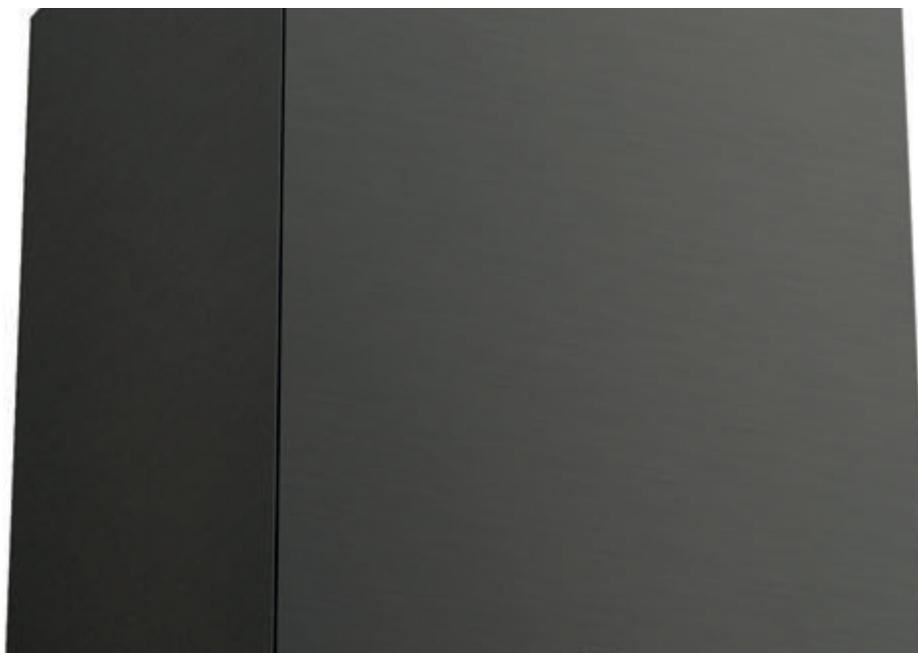
A coifa Square Isla 40 Silent Black Steel segue uma tendência que já é realidade em países de primeiro mundo, e chega no mercado brasileiro como uma interpretação moderna do clássico aço inox, com um toque elegante de cor sem perder a textura original do material. Levando a cor preta no nome e no seu acabamento, a coifa também conta com lâmpadas de led, exclusivo revestimento acústico antichamas que reduz a percepção do ruído e atende as normas de vazão (IEC 61591) e de redução de ruído (IEC 60704). A retenção de gordura e absorção de odores fica por conta de dois filtros, um metálico lavável com acabamento externo em inox, e outro de carvão ativado Ambifresh Square 2, capaz de remover odores fortes como alho, cebola, peixe e outros, quando a coifa for instalada no modo depurador.

AUTORIA | ANO

Tramontina Teec S.A.

CLIENTE

Tramontina Teec S.A.





Dispenser de Detergente e Porta Esponja Trium

DESCRIÇÃO DO PROJETO

- Produto com design minimalista;
- Simples, prático e funcional; - Aciomamento intuitivo; - Possui repouso para esponja; - Composto por parte inferior translúcida, possibilitando visualização do nível de detergente;

AUTORIA

Martiplast

CLIENTE

Martiplast





Hip Bento Box

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no desenho de um recipiente para armazenar refeições - conhecido no Brasil como lancheira ou marmitta e em muitos países como Bento Box - que alia estética, funcionalidade e sustentabilidade para facilitar os rituais diários de alimentação. A Bento Box da HIP with Purpose traz uma nova perspectiva para pessoas com um estilo de vida dinâmico e preocupadas com o meio ambiente e com a qualidade dos alimentos que consomem fora de casa. Com visual moderno, é produzida em OBP (ocean bound plastic), um material reciclado que é coletado antes de impactar os oceanos, tornando-se uma alternativa para reduzir o uso de embalagens plásticas da indústria alimentícia, incentivando o consumo mais consciente dos recursos naturais e o cuidado com a saúde.

AUTORIA | ANO

Valkiria Inteligência Criativa

CLIENTE

Hip with Purpose





DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS



Organizador Clear Fresh com Cesto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

- Produto com design minimalista;
- Material flexível e resistente;
- Alta transparência;
- Tampa com ventilação ajustável;
- Formato que possibilita um maior aproveitamento do espaço interno da geladeira;
- Modular e empilhável;
- BPP Free;
- Cesto interno Multiuso (lavagem e drenagem);

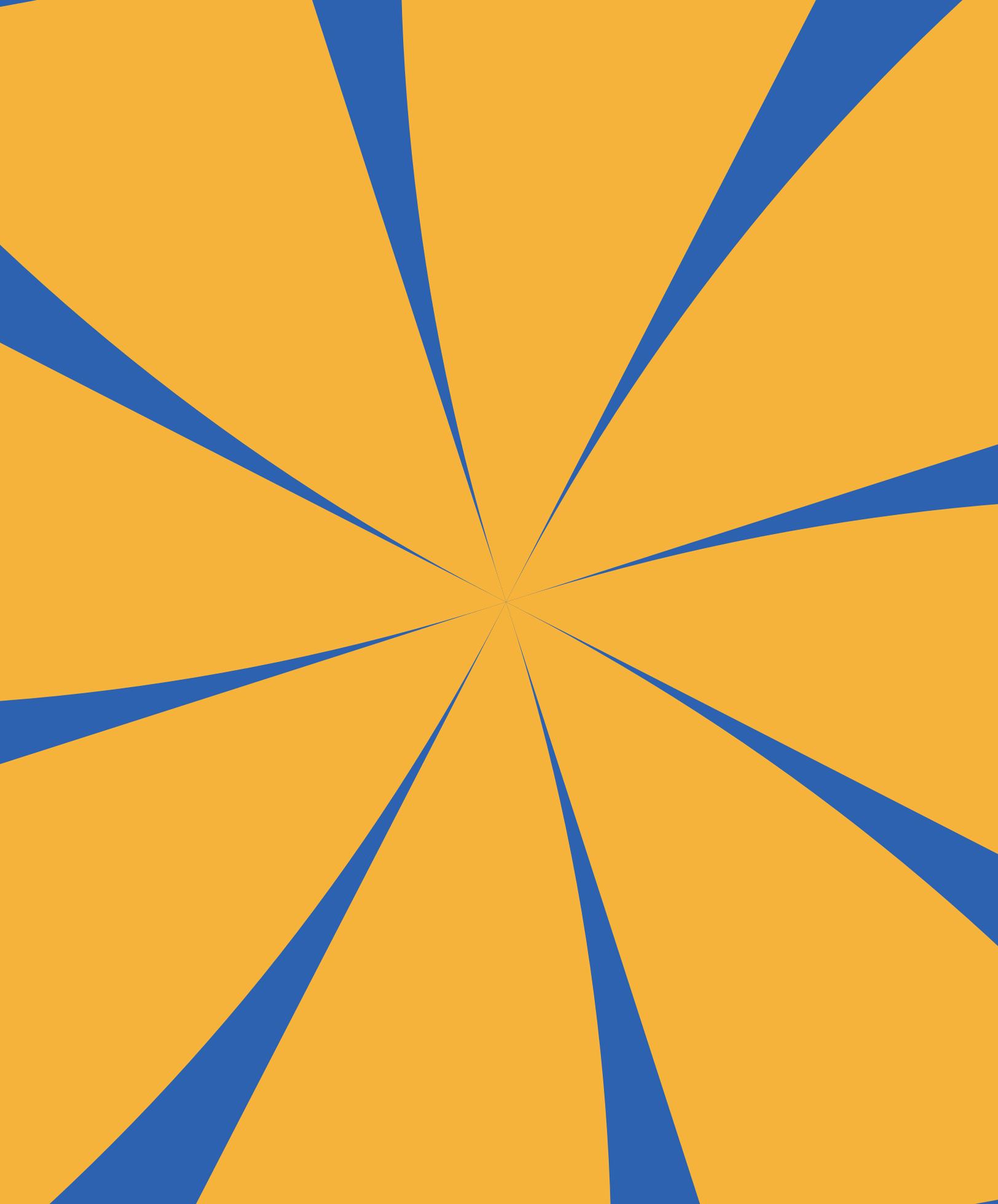
AUTORIA

Martiplast

CLIENTE

Martiplast





Design de Serviço



REALIZAÇÃO

ABEDSIGN

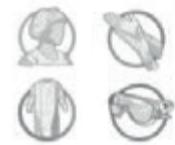


FORA DE CASA

DENTRO DE CASA

Kit de coleta

Conteúdo do kit de coleta



Kit de coleta em kits com todos os materiais para cada coleta em um saco do kit antes de entrar no caso



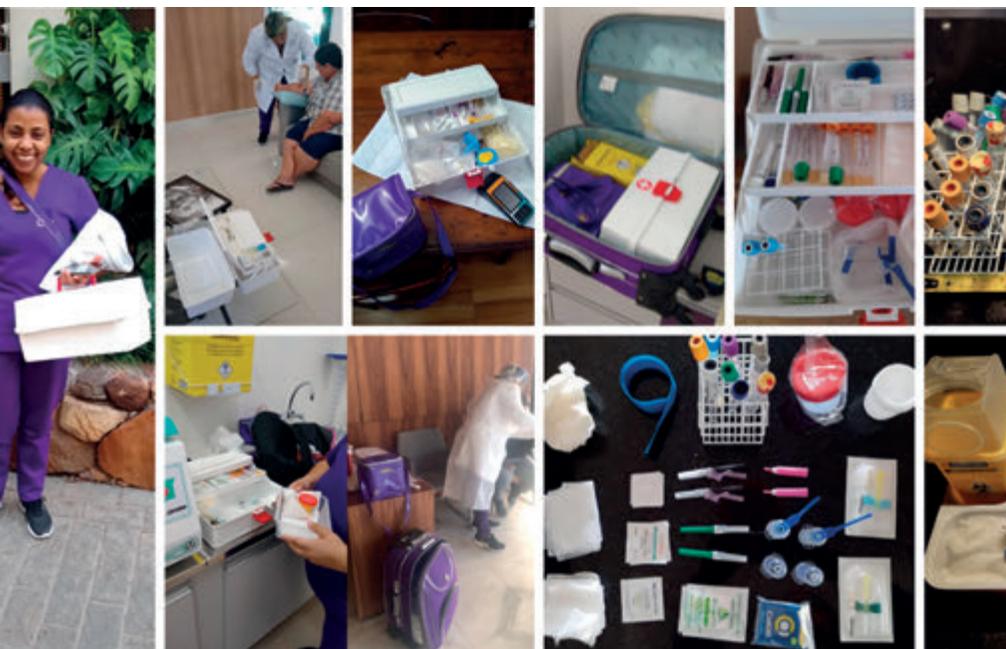
Bolsa Térmica
Materiais de coleta e vacinas



- Isolamento térmico para amostras
- Bandeja organizadora personalizada
- Pega superior / sem alça transp.
- Bolso aberto frontal para documentos
- Elástico p/ fixação na alça da caixa
- Acompanha sacola plástica de descarte

Cooler com Rodas
Vacinas Refrigeradas

- Uso exclusivo para vacinas
- Gelo recicável
- Termômetro acoplado fora
- Autonomia de até 24h



Labi em Casa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

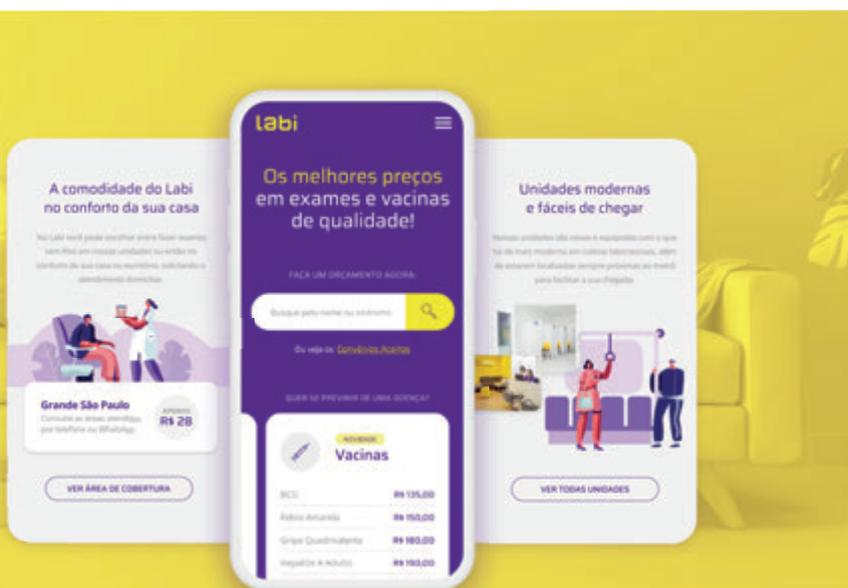
O Labi Exames é um laboratório de análises clínicas que oferece mais do que exames e vacinas de qualidade. Sua proposta é oferecer exames e vacinas sem complicação, por meio de uma experiência sem barreiras financeiras ou de atendimento. Seu objetivo é que todos possam viver mais e melhor, tendo mais informação e controle sobre sua saúde. Em 2020 o laboratório aproveitou a oportunidade criada pela pandemia para lançar o serviço Labi em Casa, que leva todos os serviços da empresa para o conforto e comodidade da casa do cliente. Entre os desafios encontrados ao longo do projeto estavam a logística, comunicação, treinamento e alinhamento entre áreas técnicas e áreas de negócio dentro da companhia. O resultado é um serviço inovador que valoriza o cliente e o colaborador interno da empresa.

AUTORIA

Labi + Grupo Criativo

CLIENTE

Labi





Relacionamento das Galáxias - Algoritmo Preditor para assertividade de negócios

DESCRIÇÃO DO PROJETO

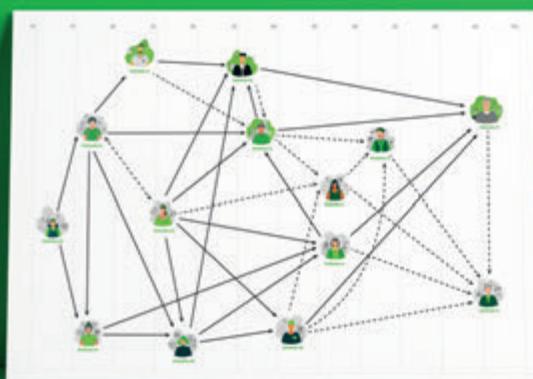
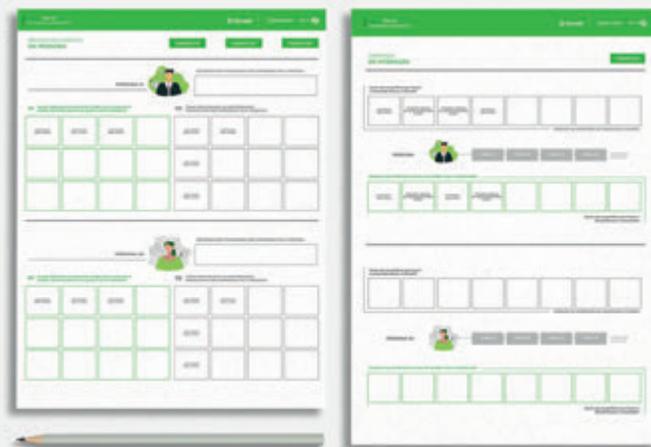
Fomos chamados para atuar em uma das principais dores do Sicredi Serrana: a sua estratégia de segmentação de clientes defasada. Ou seja, precisaríamos elaborar uma nova abordagem para definir uma segmentação. Propusemos que isso fosse baseado em um conhecimento profundo de comportamento, jornada de compra, momento profissional, estrutura familiar, sonhos e todas as variáveis possíveis que contribuem para uma decodificação social. Nossa missão foi reunir dados que entregassem uma inteligência sobre cada perfil de associado. A partir de pesquisas robustas de comportamento e data science, desenvolvemos uma segmentação por Personas. De forma interativa com centenas de associados, entendemos suas histórias de vida, suas expectativas futuras, e como isso influencia na relação com a cooperativa.

AUTORIA | ANO

Estúdio Nômade, Data Pocket

CLIENTE

Sicredi Serrana



DESIGN DE SERVIÇO

DESENVOLVIMENTO DE NOVAS
TÉCNICAS PARA O DESIGN DE SERVIÇO



Map.in - Mapa de Inovação

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Map.in - Mapa de inovação é uma ferramenta criativa que auxilia no mapeamento de uma ideia, fazendo com que designers, gestores de inovação, professores e planejadores percebam a amplitude de aplicação e possibilidades existentes no projeto que será desenvolvido. A ferramenta auxilia equipes no processo de convergência para solução criativa e inovadora, seja para um novo produto, serviço, processo ou negócio. Amplia as lentes e percepções sobre o projeto, cenário e cultura presente, facilitando o mapeamento, planejamento e prototipação de soluções inovadoras. Map.in é composta por: - 54 Cartas de Elementos de Ativação; - 36 Cartas de Categorias da Inovação; - 6 Canvas de Processo para utilização das cartas; - 1 Manual - Guia para um uso criativo.

AUTORIA | ANO

Metoludi

CLIENTE

Metoludi





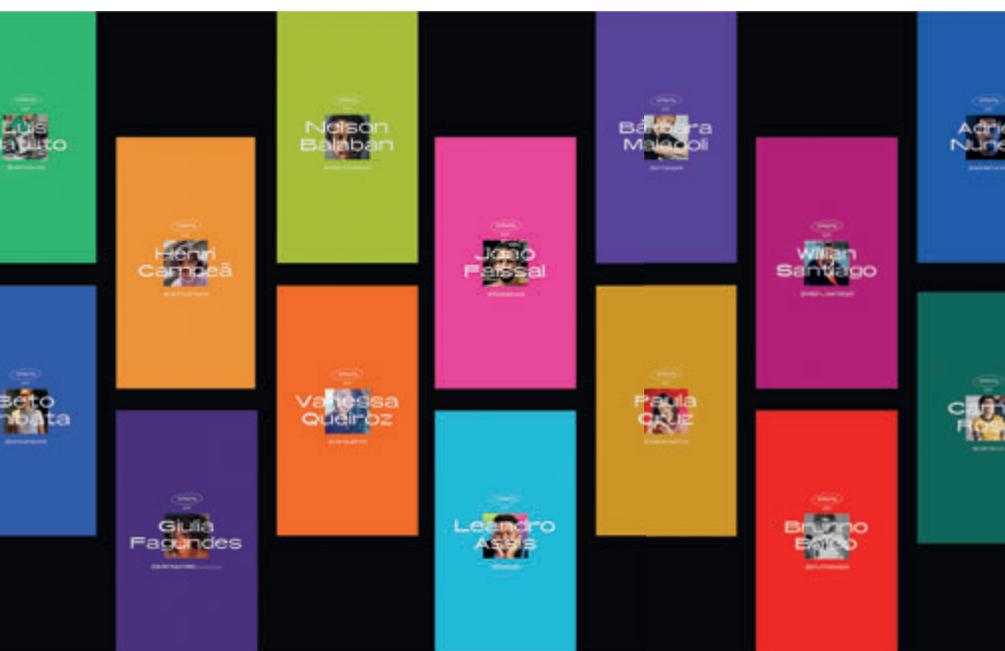
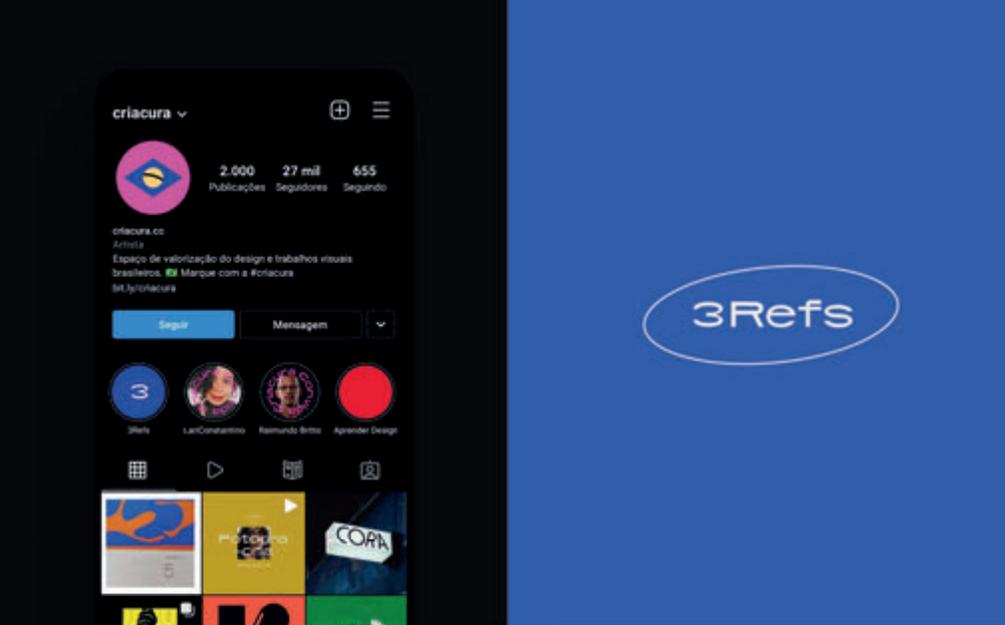
Design Digital



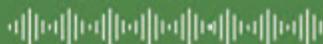
REALIZAÇÃO

ABEDSIGN





E desde 2013 ela trabalha com seu ateli e próprio.
Ela trabalha muito com acessórios, joias, pinturas, desenho.



3Refs

DESCRIÇÃO DO PROJETO

3Refs é uma série de conteúdos em vídeo, criado para o perfil do Criacura no Instagram. Nascida com o intuito de proporcionar a audiência, a amplia o de uma rede de profissionais, inspira o e principalmente descoberta de trabalhos brasileiros de áreas como o design, fotografia, ilustra o, artes plásticas e comunica o. A motiva o para a cria o do projeto foi construir mais uma ponte que possibilitasse a abertura de um novo espaço para a valoriza o de trabalhos brasileiros dentro da atua o do perfil, em um momento onde essa pauta se faz tão necessária. Cada vídeo conta com um convidado que se apresenta e conta sua história, e depois cita tr s referências brasileiras que influenciam o seu repertório pessoal para a constru o de seus trabalhos.

AUTORIA

Thomas Cosin

CLIENTE

Criacura



Museu Itamar Assumpção

DESCRIÇÃO DO PROJETO

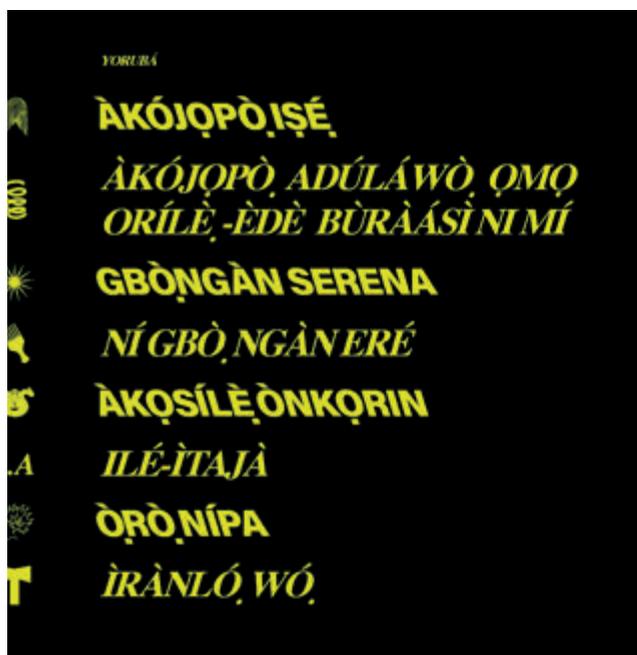
Projeto do Museu Itamar Assumpção (MU.ITA), o primeiro museu virtual de um artista negro brasileiro e o primeiro a ser traduzido para iorubá, a língua-mater nigeriano-congolesa. Fundado em 2020 pela família de Itamar Assumpção, trata-se do mais importante acervo de arte de um músico e artista da palavra do Brasil, com mais de 2 mil obras reunidas, incluindo pinturas, músicas, objetos, teses acadêmicas sobre sua obra, fotografias, textos, vídeos, figurinos e acessórios originais, das mais diversas fases da vida e carreira de Itamar.

AUTORIA | ANO

Frederico Teixeira, Juno B e Lucas Candido

CLIENTE

Museu Itamar Assumpção



PORTUGUÊS

ACERVO

AFRO BRASILEIRO
PURO

SALA SERENA

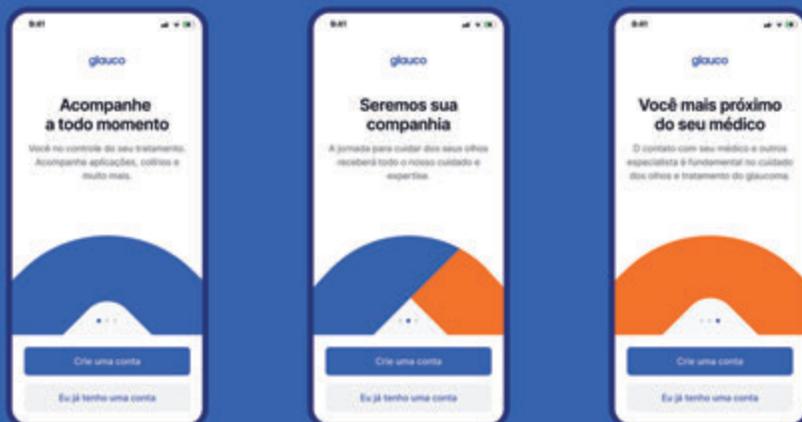
EM CARTAZ

DISCOGRAFIA

LOJA S/A

SOBRE

APOIE



Glauco

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Glauco é um aplicativo que conecta médicos e pacientes com glaucoma para facilitar o acompanhamento e tratamento da doença. Com o Glauco, o médico possui maior transparência sobre o tratamento e acesso a dados sobre a saúde ocular de seus pacientes com glaucoma. Já os pacientes, possuem controle sobre a própria aderência ao tratamento contando também com um assistente durante esta jornada. Com uma experiência exclusiva para o glaucoma, o paciente, ou o cuidador, tem controle sobre o uso dos colírios (horários, tipos de colírios cadastrados, histórico de colírios utilizados) com uma linguagem amigável e embasada na literatura. Tudo isso registrado no aplicativo. Além disso, ele tem na palma da mão a visualização sobre a aderência, informações sobre a doença, dados de saúde, entre outros.

AUTORIA

Stoika

CLIENTE

Eyecare





Minha pele by Nivea

DESCRIÇÃO DO PROJETO

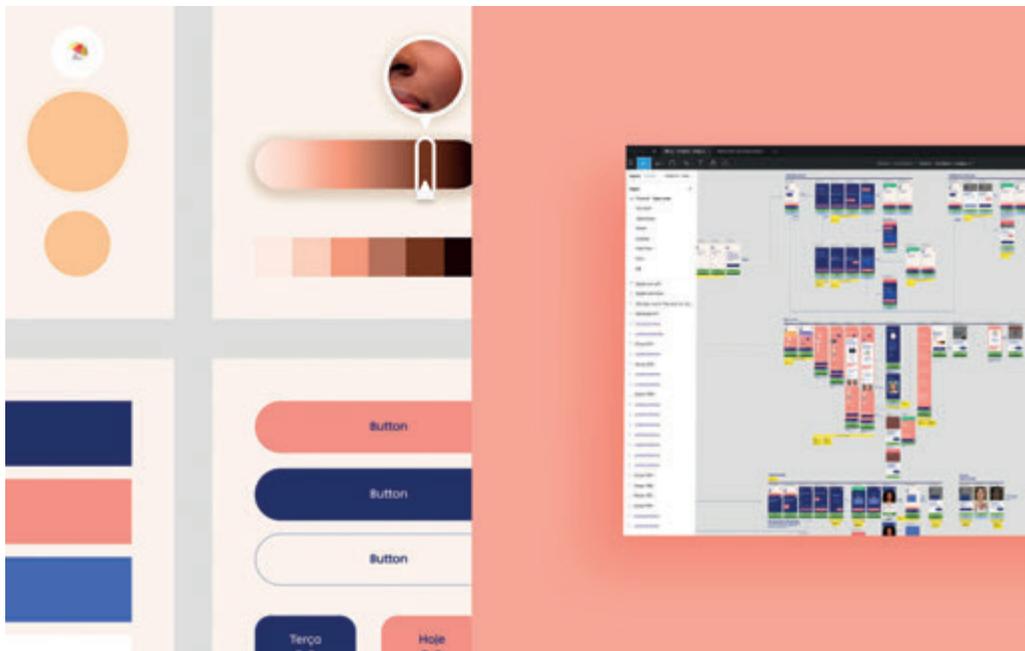
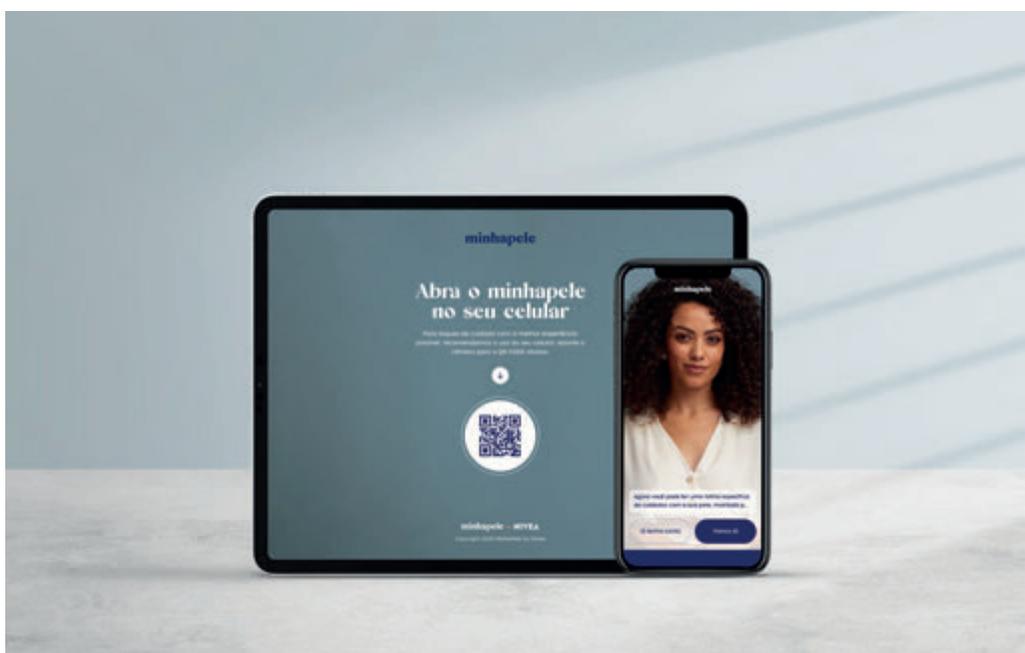
Construir experiências com significado é o que define o sucesso da jornada de digitalização de uma marca ou empresa. Conhecer bem seus usuários, suas rotinas, suas crenças e os seus hábitos é fundamental para realizar a transformação digital. Uma marca global de peso, a Nivea precisava fazer essa mudança, e a Questtonó Manyone propôs a criação de um serviço para apoiar a indústria de cuidados da pele e conduzir a empresa a essa nova era.

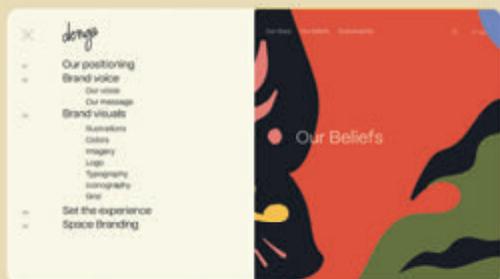
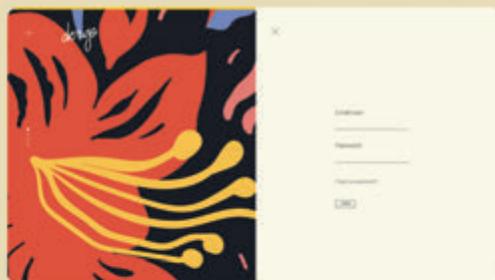
AUTORIA | ANO

Questtonó Manyone

CLIENTE

Nivea





Dengo Hub

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento do Hub da marca Dengo, uma plataforma digital que concentra o brandbook da marca em diferentes idiomas.

AUTORIA
REBU

CLIENTE
Dengo



Floresta, a gamificação da Árvore Livros

DESCRIÇÃO DO PROJETO

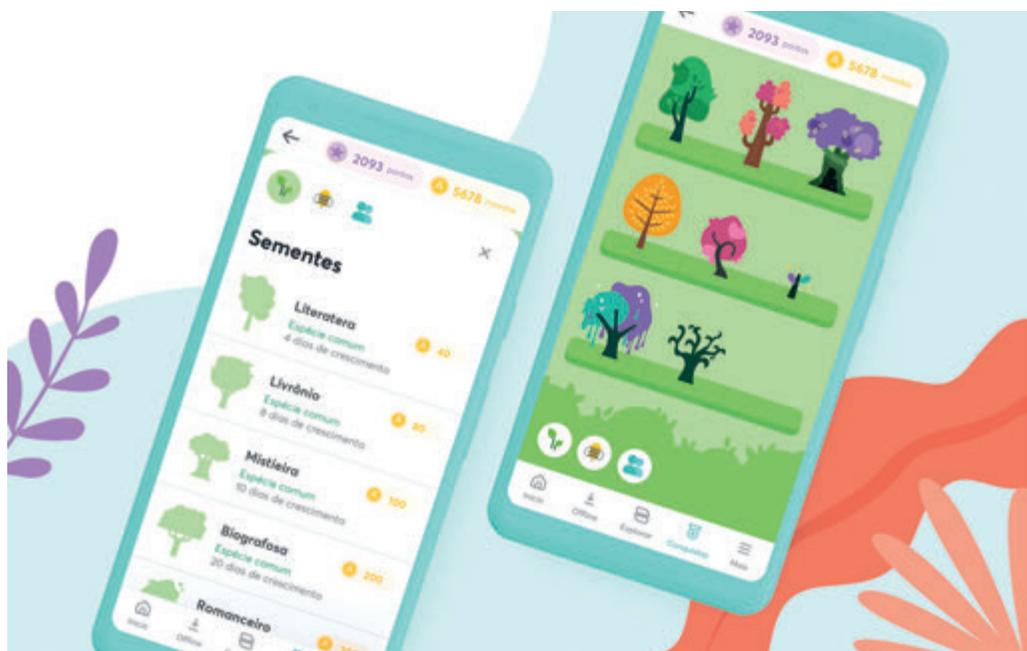
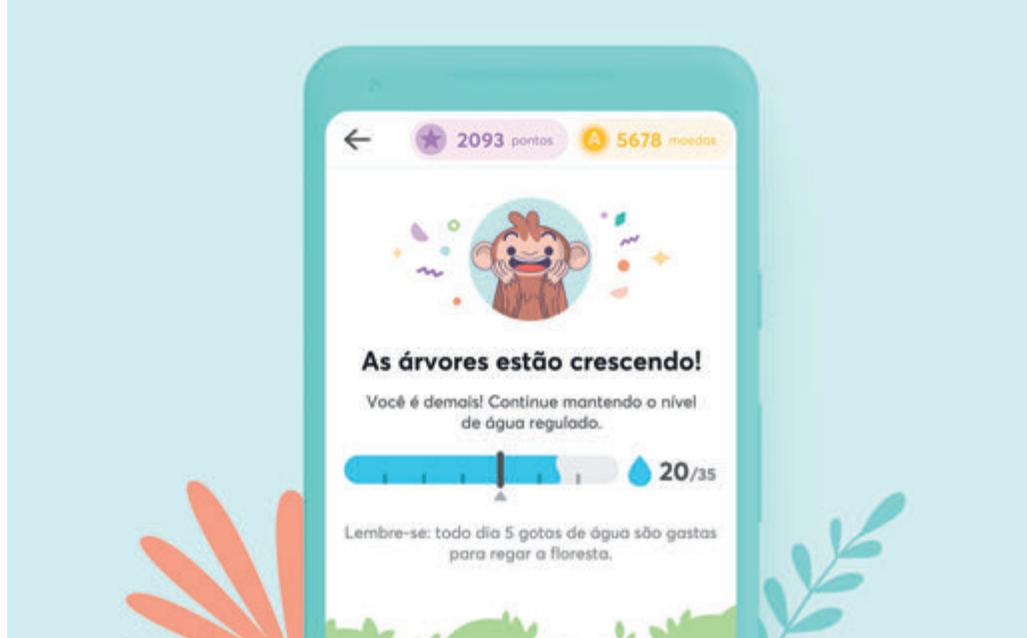
Sob o desafio de incentivar a leitura e engajar estudantes, criamos uma experiência de leitura gamificada para a plataforma Árvore Livros. Com essa gamificação, os usuários têm a missão de coletar recursos e manter a Floresta viva por meio da leitura na plataforma. Quanto mais os estudantes leem, mais pontos e recursos conquistam para salvar o habitat do nosso mascote Otto, plantando novas árvores e cuidando de cada uma delas. Essa foi a forma que encontramos de garantir o desenvolvimento da leitura, a frequência de uso da plataforma e o aumento do protagonismo do usuário de forma divertida e com uma narrativa encantadora. Damos mais detalhes sobre a gamificação na Árvore Livros aqui: <https://www.arvore.com.br/livros/floresta>

AUTORIA | ANO

Árvore

CLIENTE

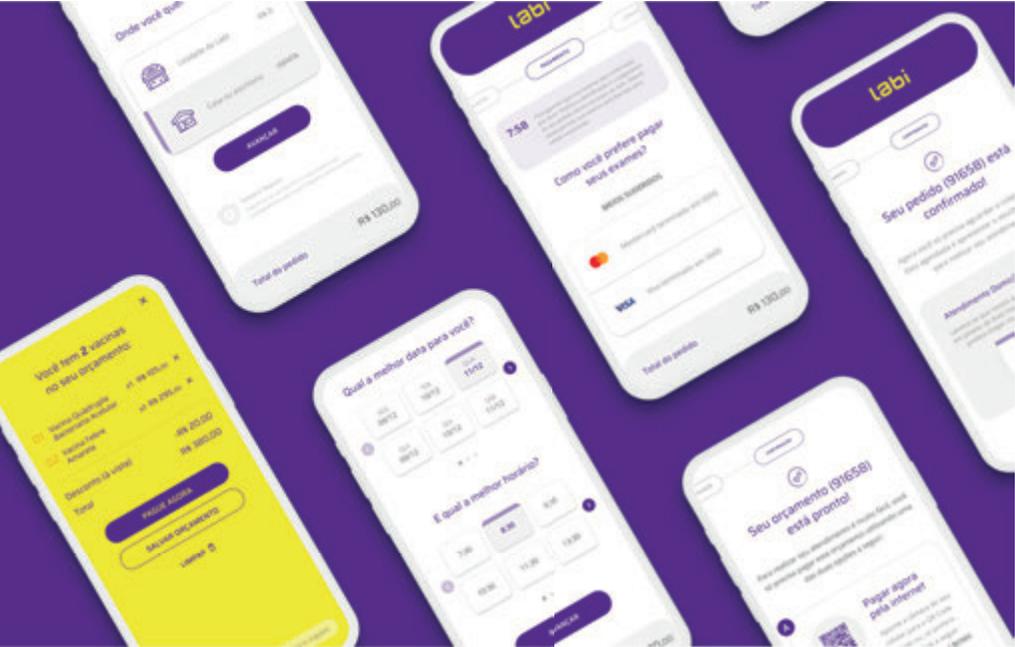
Árvore





DESIGN DIGITAL

DESIGN DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO (UX)



Labi Vacinas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

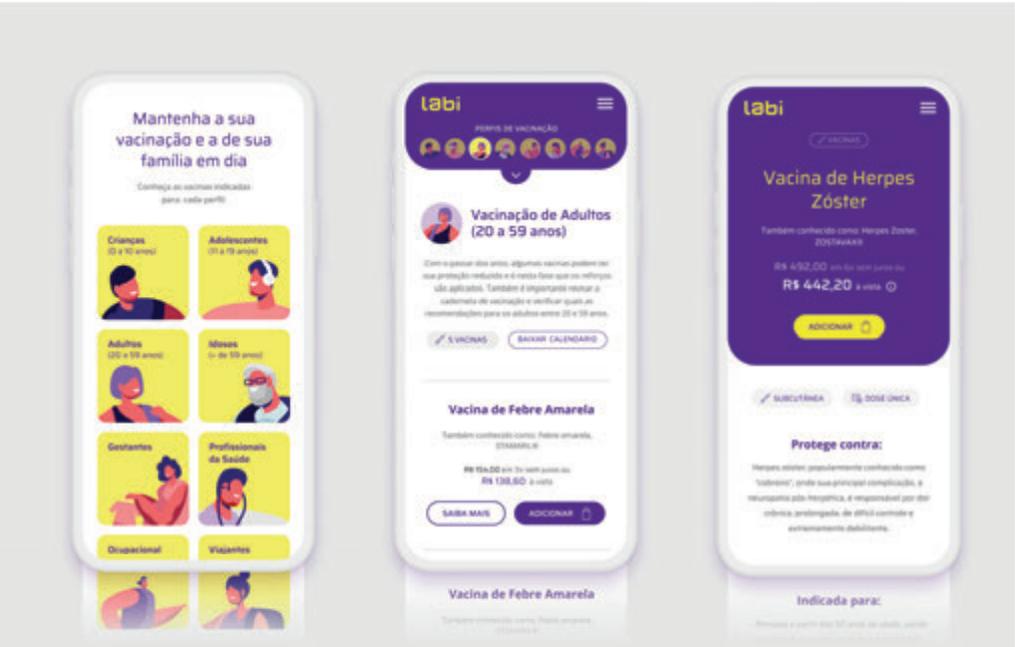
Em 2020, a healthtech Labi decidiu encarar o desafio de ampliar o acesso à imunização de qualidade no Brasil, país onde a taxa de abandono de vacinas cresceu 47,6% (DATASUS) nos últimos cinco anos. Além dos problemas logísticos e da desinformação, a pandemia do novo Coronavírus também contribuiu para que metade das crianças brasileiras não tenham recebido todas as vacinas que deveriam em 2020 (DATASUS). A necessidade de distanciamento social e a falta de digitalização do setor eram os principais obstáculos a serem cruzados nesse contexto. Apostamos em tecnologia e design para oferecer um jeito descomplicado de manter a vacinação em dia, pois acreditamos que a inovação é a melhor forma de abordar e solucionar questões complexas, especialmente às ligadas à cultura da prevenção de doenças.

AUTORIA

Labi

CLIENTE

Labi



DESIGN DIGITAL

DESIGN DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO (UX)



Where

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em meio à pandemia, focamos na inovação para acelerar os negócios de uma startup que pensa o futuro do trabalho: Where é a ferramenta de gestão para o escritório do futuro, só que hoje. A startup nasceu como uma spinoff, a partir das expertises de design e tecnologia da Questtonó e da Bolha. Com o objetivo de otimizar a gestão de espaços de trabalho flexíveis, o serviço beneficia grandes e pequenas empresas que buscam se adequar ao contexto do home office e do distanciamento social nos escritórios.

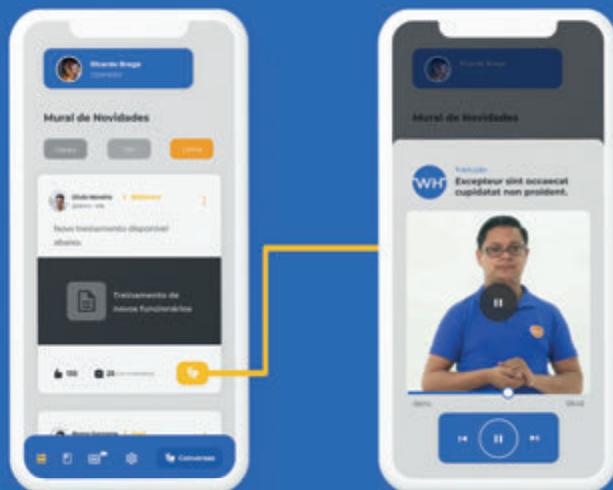
AUTORIA | ANO

Questtonó Manyone

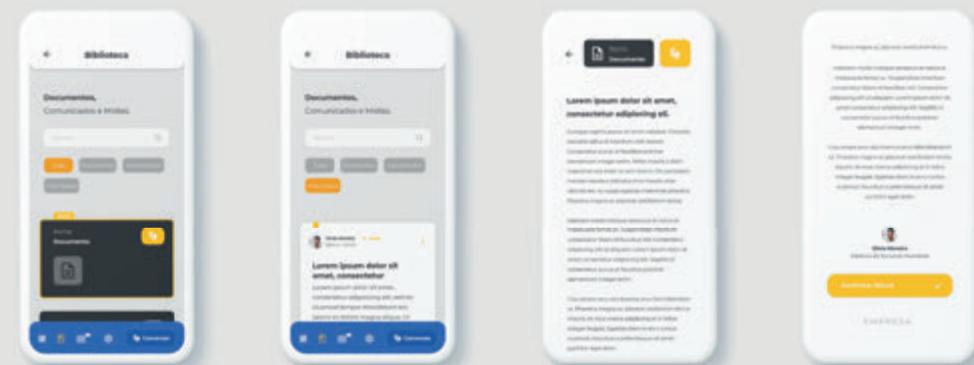
CLIENTE

Questtonó Manyone

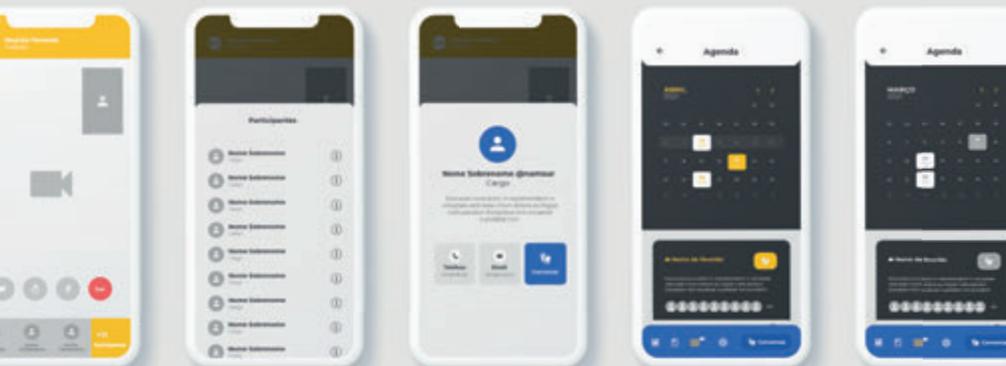




Biblioteca



Agenda e Reuniões



Acessibilidade Wise Hands

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Acessibilidade Wise Hands é uma solução de gerenciamento e rede social interna para grandes empresas. Trata-se de uma plataforma mobile para smartphones que visa a digitalização de toda a comunicação, incluindo não só colaboradores genéricos, mas também colaboradores com deficiência auditiva. O projeto de design constituiu-se no desenho das interfaces e melhorias de experiência do usuário. Sendo assim, foi realizado em uma equipe multidisciplinar dentro da Wise Hands, uma empresa que promove acessibilidade através de projetos de tecnologia, fornecendo também traduções em língua de sinais para toda e qualquer empresa. A solução deveria possibilitar a tradução de qualquer conteúdo postado na plataforma, conectando os serviços da Wise Hands.

AUTORIA

Gustavo Miranda

CLIENTE

Wise Hands



CIDADE CITY CITÉ | VIDEOPOEMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

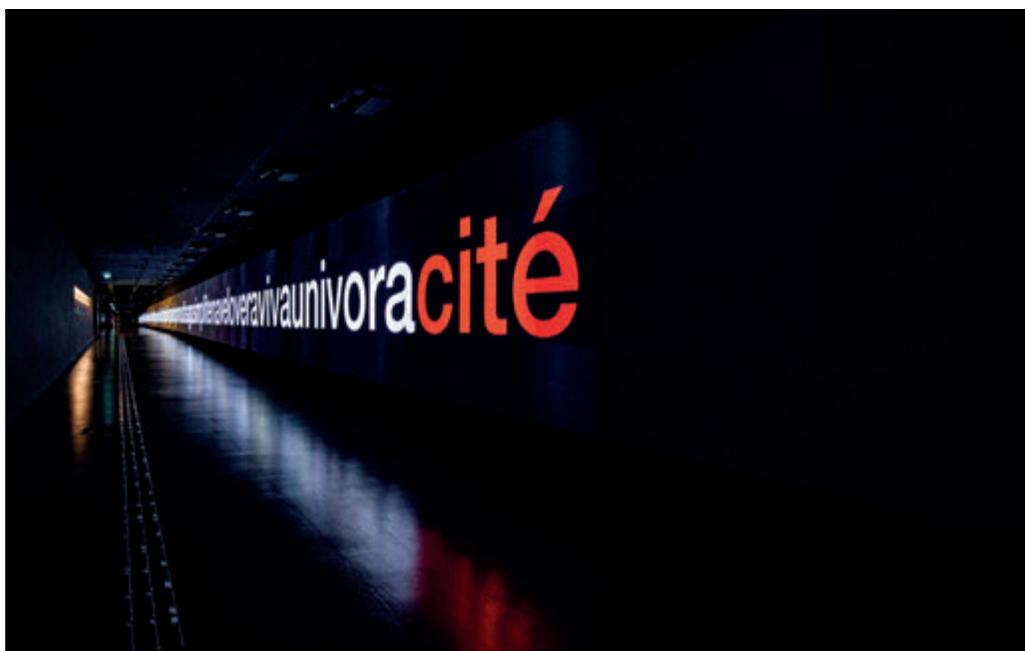
Nova versão videográfica do poema “Cidade City Cité”, de Augusto de Campos: O poema de Augusto de Campos foi publicado originalmente em 1963, ganha uma nova versão videográfica para ocupar o acervo do reinaugurado Museu da Língua Portuguesa, em São Paulo. Com roteiro de José Miguel Wisnick e Direção de Arte e Animações feitas por nós, integra a plataforma de exposição permanente “Rua da Língua”; concebida por Carlos Nader, Wisnick, Leandro Lima e Isa Grinspum. Consiste em um mural audiovisual de 99,71 metros exibindo trabalhos produzidos por artistas com Arnaldo Antunes, Guto Lacaz, GG (Susto), Ricardo Aleixo e outros

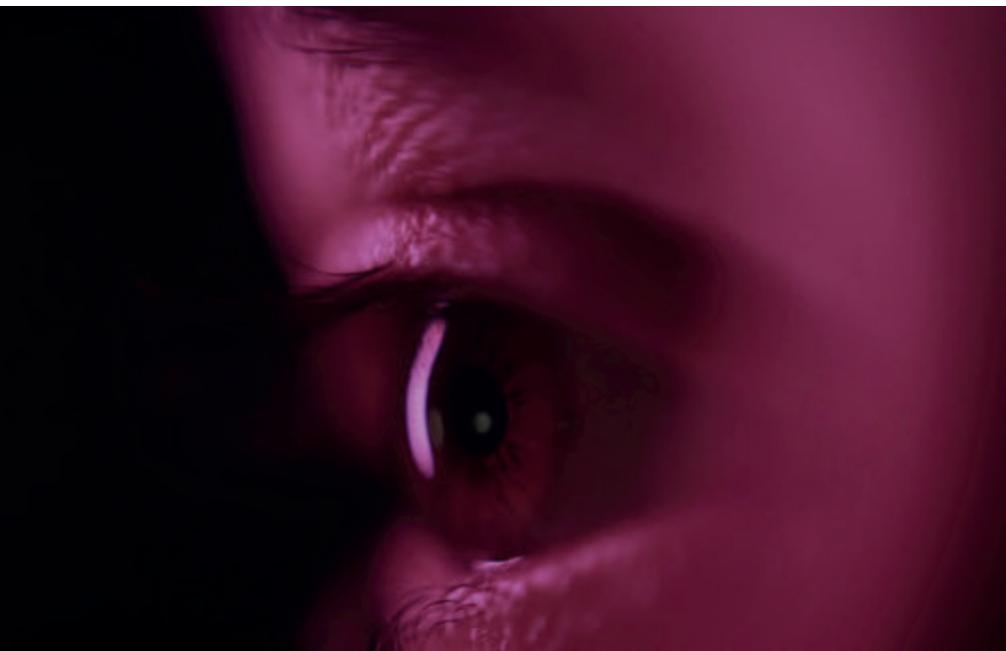
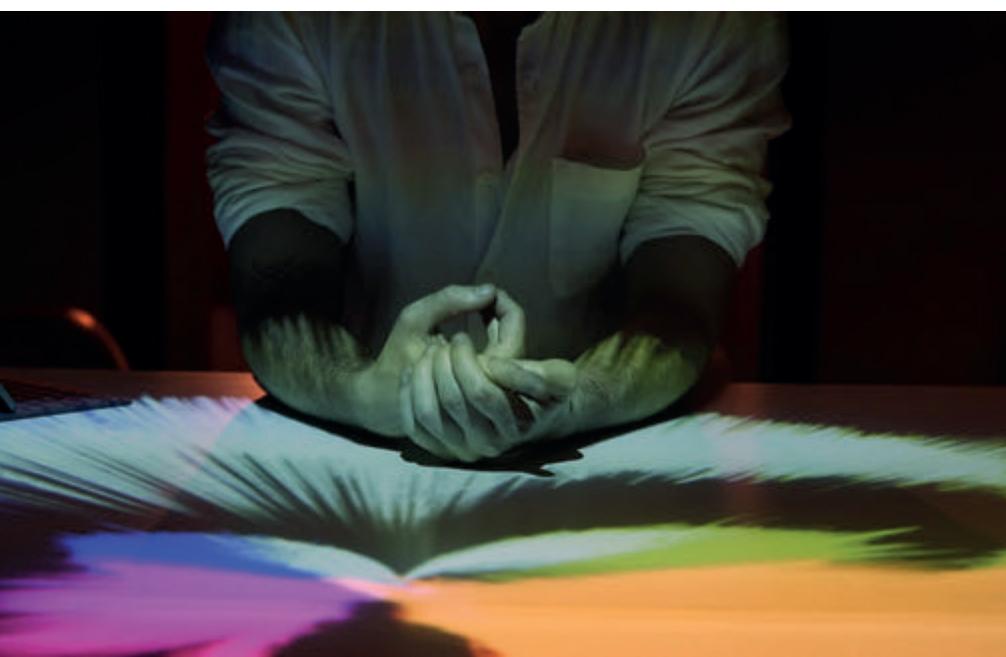
AUTORIA | ANO

Bijari

CLIENTE

MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA





Estímulos Emocionais

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A obra Estímulos Emocionais convida seis pessoas à emergirem juntas em uma experiência interativa audiovisual na qual dados de cada participante são coletados em tempo real através de sensores conectados aos seus corpos, e devolvidos ao grupo como respostas gráficas e sonoras na superfície da mesa, formadas com base nos batimentos, pulsações e emoções de cada um que compõe esse circuito-humano. Trata-se de uma instalação imersiva interativa que convida os visitantes a se conectarem consigo e com outras pessoas para refletirem sobre a qualidade das nossas conexões, trocas e afetos com as pessoas e a cidade que habitamos. A instalação busca impactar o público sobre os efeitos que as emoções têm em nosso corpo e em nosso cérebro, o único e grande ser coletivo e social que somos.

AUTORIA

Estudio Guto Requena

CLIENTE

Sesc Sorocaba



Exposição Virtual 360º dos Destaques da 13ª. Bienal Brasileira de Design Gráfico - ADG Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

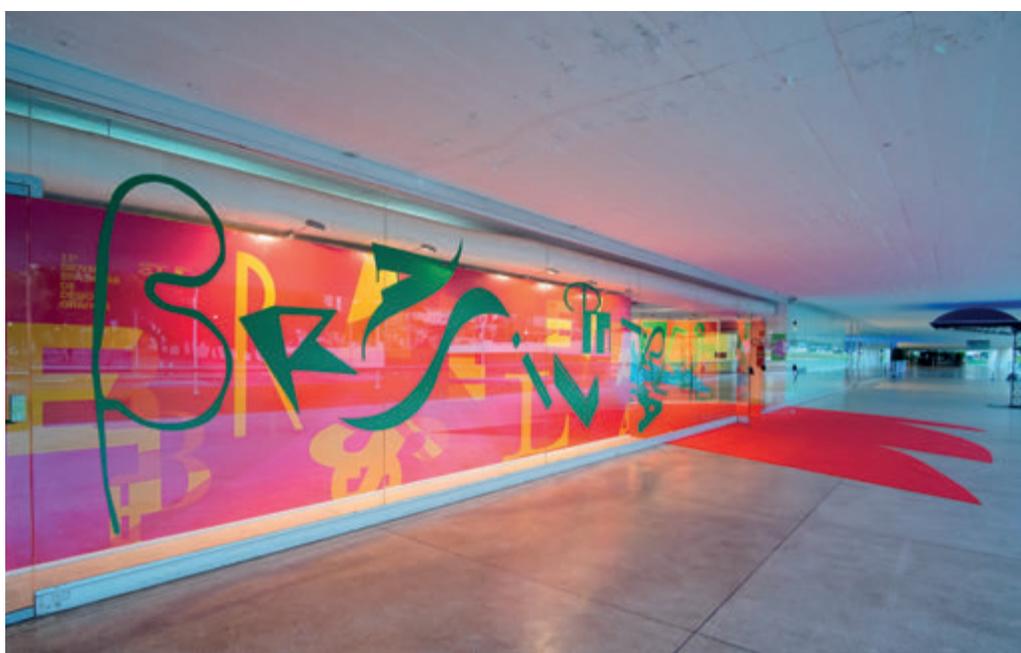
Website da Exposição Virtual 360º dos projetos que foram escolhidos como Destaque na 13ª. Bienal Brasileira de Design Gráfico - ADG Brasil. Disponível em: Disponível em: <https://13.bienaladg.org.br/#exposicao-virtual> *Obs: A exposição ocorreu em dezembro de 2019, porém a completude de todo projeto de exposição física e virtual, deu-se em 2020.

AUTORIA | ANO

ADG Brasil (Airton Jordani, Dandara Almeida, Haro Schulenburg e Rachel Lima)

CLIENTE

Associação dos Designers Gráficos - ADG Brasil





Proposta de valor inicial

...necer informações segmentadas por...
...as de cada pessoa que passa pelo...
...ssistema Dasa para ajudar na...
...mprensão objetiva do histórico.



...ta de valor futura

Alertas dos exames aparecem para profissionais de saúde que tomam as decisões com base na análise...
...que foi apresentado pela ferramenta.

Plataforma Nav

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cuidar da saúde sempre foi um universo fragmentado e com o olhar focado na doença. O acompanhamento médico é a consequência da descoberta de um quadro clínico, e é apenas por esse motivo que as visitas ao consultório se tornam regulares. Diante desse cenário, o ecossistema Dasa percebe a importância de mudar a maneira de enxergar a saúde. A lente deixa de focar a doença. Agora o foco são as pessoas, e como oferecer serviços de saúde integrados para elas. É nesse momento que nasce Nav, a plataforma de saúde integral do ecossistema Dasa. Nav veio para empoderar e dar autonomia às pessoas. Olhando o ser humano como um todo, gerando saúde através de serviços integrados e digitais.

AUTORIA | ANO

Dasa

CLIENTE

Dasa

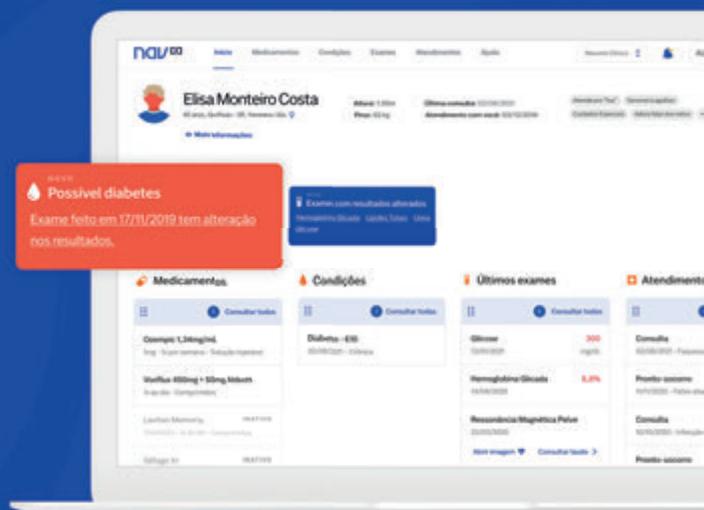
...U/00

BRASIL DESIGN AWARD

...a de valor futura

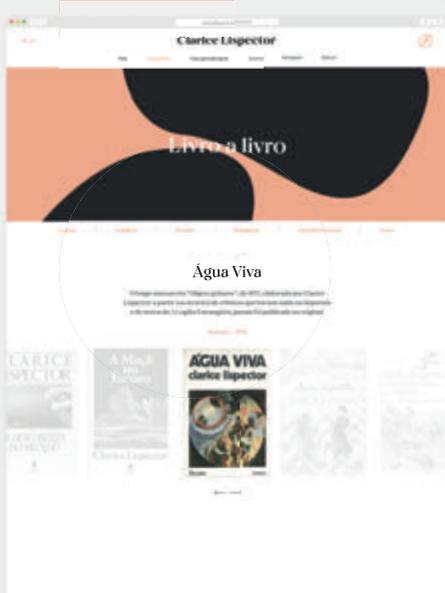
gestões

...rramenta cruza...
...os e dá sugestões de...
...síveis diagnósticos a...
...em investigados.



...U/00

BRASIL DESIGN AWARD



100 anos de Clarice Lispector

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da identidade visual e desenvolvimento do Website bilíngue sobre a obra de Clarice Lispector, lançado no dia do seu centenário, em 10 de dezembro de 2021: <https://claricelispector.ims.com.br>

AUTORIA

ESTUDIO CRU

CLIENTE

Instituto Moreira Salles





30 anos ADG Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para comemorar os 30 anos da ADG Brasil, a Diretoria 2018-2020 ofereceu a trinta nomes do Design Brasileiro a oportunidade de se manifestar livre, artística e ideologicamente, sobre cartazes de grande dimensão, e articular suas opiniões sobre o que seria o design no futuro. A seleção de nomes abrange desde designers que participaram da fundação da Associação até jovens estúdios cujos integrantes nunca viram distinção entre virtual e real, e, quiçá nascidos depois de 1989, para quem a ADG Brasil e a Bienal sempre existiram. Mais do que trabalhos simplesmente autorais, são manifestações multifacetadas que refletem uma diversidade de estilos, referências, bagagens, angústias e ideais que convivem no cenário do Design Brasileiro em 2019.

AUTORIA | ANO

Bruno Bianco, Dandara Almeida, Eduardo França e Programatário

CLIENTE

Associação dos Designers Gráficos - ADG Brasil



Aloysio Magalhães

1989

2019

Elaine Ramos

Poster
30 ANOS
ADG





transparência
sem crise papo reto

Elástica

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Elástica é um site sobre comportamento, política, cultura, pautas identitárias e outros assuntos que acreditamos que não recebem a devida cobertura na mídia. O projeto vive, hoje, sua segunda fase, que estreou em junho de 2020 com visual totalmente repaginado. A Elástica tem como identidade uma grande valorização ao design. Além da relevância editorial e jornalística das pautas, a arte é totalmente pensada para que a informação fique atrativa. Nenhum conteúdo figura na Elástica sem a devida atenção da arte.

AUTORIA

Elástica

CLIENTE

Editora Abril



Marcos Urbanos - Acervo Digital de Monumentos de Belo Horizonte

DESCRIÇÃO DO PROJETO

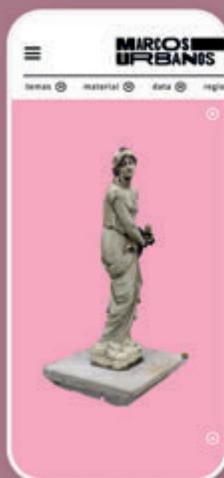
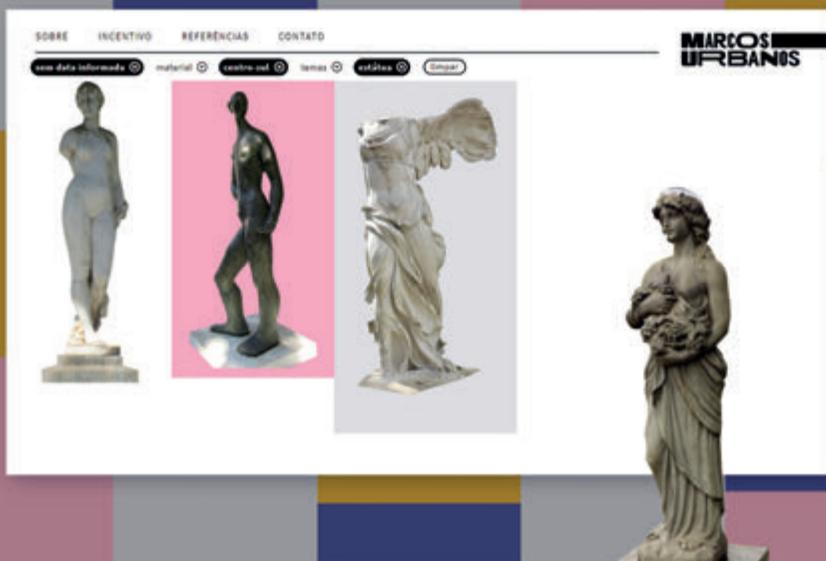
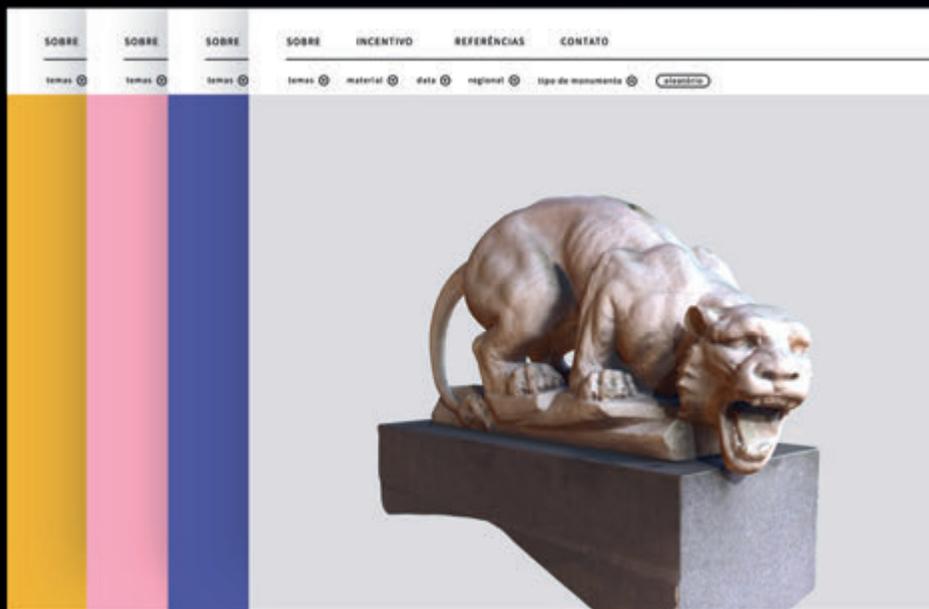
Marcos Urbanos - www.marcosurbanos.com.br - é um catálogo digital para o conhecimento de elementos escultóricos da cidade de Belo Horizonte. Através do seu celular, tablet ou computador, você pode visualizar esculturas em 3D, conhecer informações a seu respeito, realizar filtagens e buscas específicas e até mesmo imprimir qualquer uma das peças exibidas. O site é gratuito e explora a vanguarda das tecnologias digitais para digitalização 3D e sua exibição online sendo um marco exemplar enquanto recurso para a fruição do patrimônio cultural. O projeto foi desenvolvido através da Lei de incentivo à Cultura de Belo Horizonte.

AUTORIA | ANO

Equipe B Arquitetura Design e Multimídia LTDA

CLIENTE

Patrocínio: MGS Serviços Política de Fomento à Cultura Belo Horizonte Lei nº11.010 / 2016





Mulheres em Tempos de Pandemia | Laboratório Think Olga de exercícios de futuro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

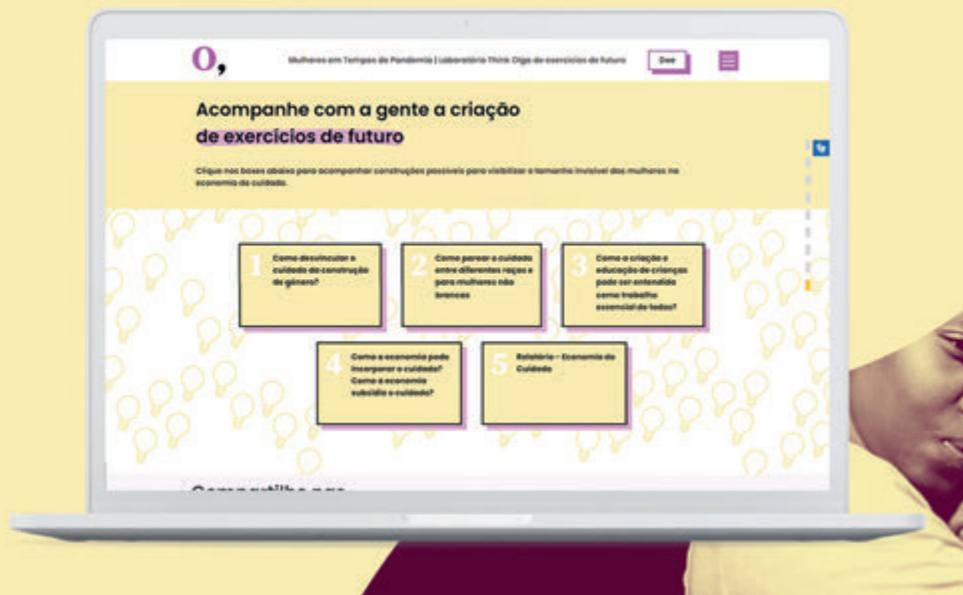
A Think Olga é uma ONG que visa educar e instrumentalizar pessoas que se identificam como agentes de mudança na vida das mulheres, e o Laboratório Mulheres em Tempos de Pandemia - Lab ThinkOlga é uma das ações realizadas por essa organização de forma aberta e replicável, um espaço digital para investigação e comunicação sobre as crises desencadeadas ou agravadas pela COVID-19 na vida das mulheres, bem como o mapeamento de possíveis ideias de soluções em inovação social para reduzir tais impactos. O desafio inicial era criar um site informativo e prático para comunicar esse assunto tão importante, de forma objetiva e madura, transformando o estereótipo de apenas vítimas para mulheres agentes de mudança que buscam por seus direitos.

AUTORIA

Raincake

CLIENTE

Think Olga





Website da 13^a. Bienal Brasileira de Design Gráfico - ADG Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Website da 13^a. Bienal Brasileira de Design Gráfico - ADG Brasil, incluindo Trabalhos Seleccionados, Destaques e Exposição Virtual. Disponível em: <https://13.bienaladg.org.br/>

AUTORIA | ANO

ADG Brasil (Airton Jordani, Dandara Almeida, Haro Schulenburg e Rachel Lima)

CLIENTE

Associação dos Designers Gráficos - ADG Brasil





Website Quilombolas contra Racistas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O site “Quilombolas Contra racistas”, que entrou no ar no dia da Consciência Negra – 20 de novembro de 2020 –, reúne notícias, denúncias, depoimentos e informações relevantes à temática das lutas antirracista e a favor dos direitos humanos. O projeto toma como dever a denúncia de discursos racistas de políticos a fim de torná-los públicos, intensificar a atenção sobre eles e politizar a população, mobilizando-a para tomar atitude diante deste problema. O briefing propunha o desenvolvimento de uma plataforma que possibilitasse a divulgação e a documentação das informações, bem como a conversão de assinaturas para um abaixo-assinado.

AUTORIA

Amí Comunicação & Design

CLIENTE

Coordenação Nacional de Articulação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas (CONAQ) e Terra de Dir



mesmo é parar :)



A vida lá fora



Mas, na opinião do Slinky, o Woody vale muito mais do que isso

Next Joy

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um produto que ofereça educação financeira para menores de 17 anos através de um aplicativo de banco.

AUTORIA

Banco Next

CLIENTE

The Walt Disney Company Brasil



Fala by Cloe Site

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Que a pandemia acelerou o processo de transformação digital de quase todos os setores não é novidade, mas quando falamos em educação básica ainda existe um longo caminho e diversas barreiras a serem vencidas pelas escolas. Por isso, criamos uma plataforma digital exclusiva para a transmissão do “Fala”, maior festival de aprendizagem e inovação já feito no Brasil, promovido pela Cloe, startup protagonista da transformação da educação no país. A plataforma foi pensada para integrar mundo físico e digital e construir um ambiente de troca em que a construção do conhecimento crítico e as discussões sobre o futuro da aprendizagem fossem feitas de forma ativa. Mais do que um festival de aprendizagem, o site do evento é um convite ao diálogo.

AUTORIA | ANO

Keenwork Branding e Estratégia

CLIENTE

Cloe - Plataforma de Aprendizagem



Paleta de cores



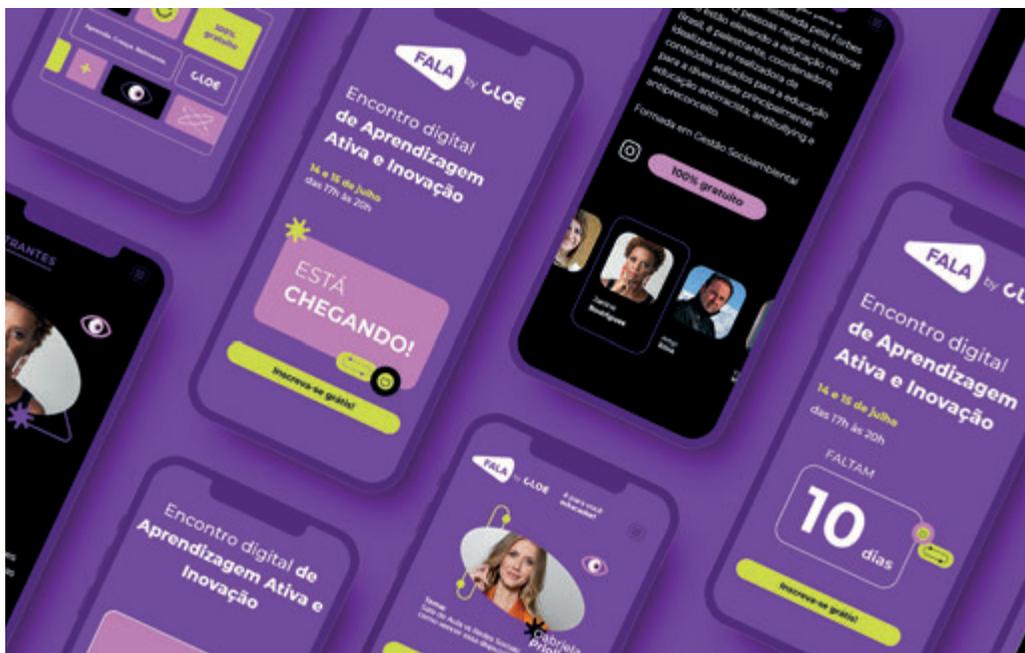
Tipografia Montserrat

AaBbCc *
0123_

AaBbCc *
0123_

AaBbCc
0123_

AaBbCc *
0123_





DESIGN DIGITAL

WEBSITE



Foxbear

DESCRIÇÃO DO PROJETO

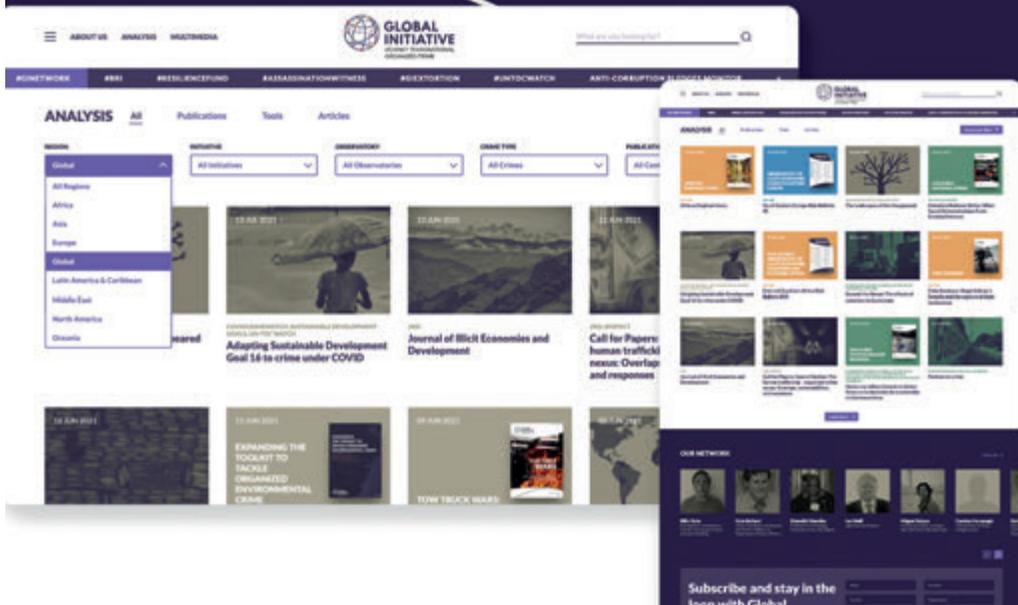
Foxbear é um Studio in the house da Wildlife, o estúdio tem como grande objetivo recrutar os maiores talentos da produção de games mobile. A Wildlife é um dos unicórnios brasileiros avaliada em mais de 3 Bilhões.

AUTORIA

Engine.ag

CLIENTE

Wildlife Studios



GI-TOC Website Redesign

DESCRIÇÃO DO PROJETO

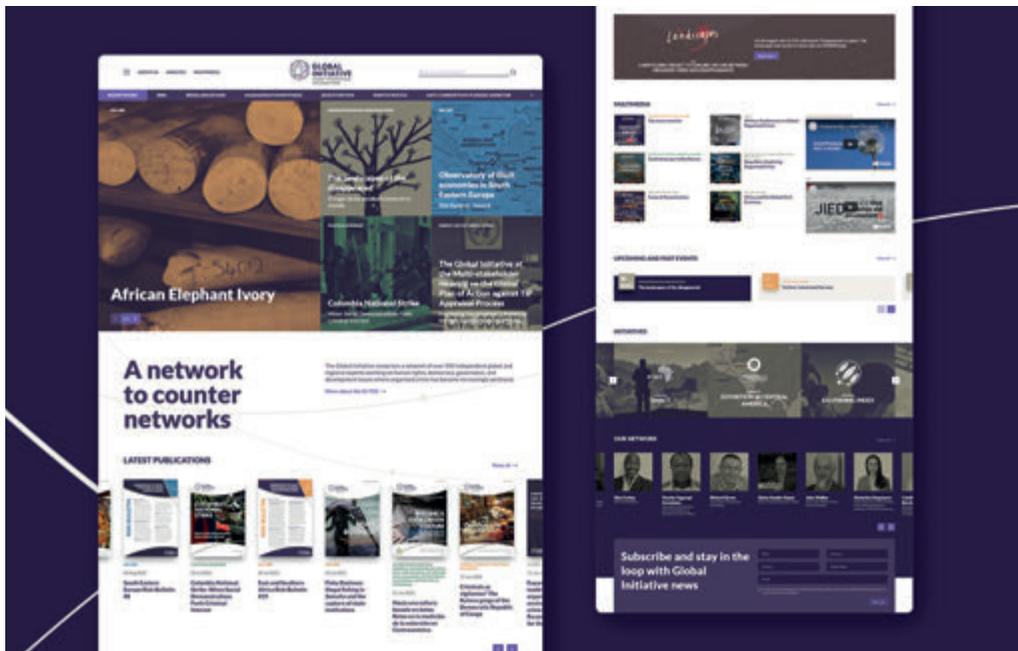
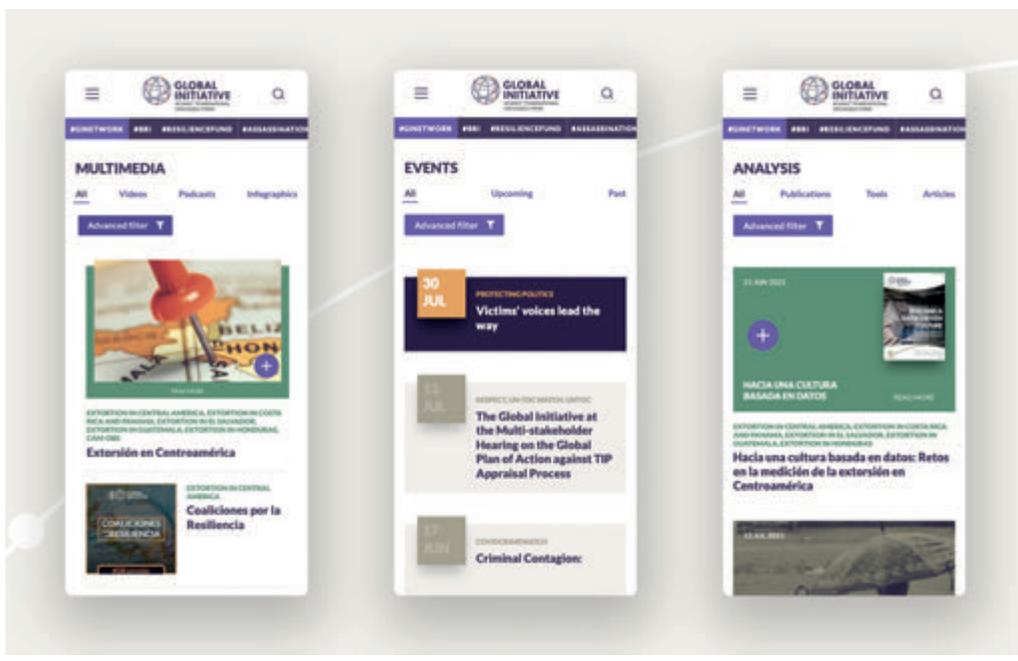
Redesign do site institucional da Global Initiative Against Transnational Organized Crime (GI), uma organização da sociedade civil, com sede em Genebra, Suíça, com um secretariado globalmente disperso e um conselho consultivo de alto nível. Os membros de sua rede incluem proeminentes agentes da lei, governança e desenvolvimento que se dedicam a buscar estratégias e respostas novas e inovadoras ao crime organizado. Com 6 anos de existência e um crescimento exponencial, seu site estava completamente defasado tanto em termos de design quanto de tecnologia. Com o aumento da rede de especialistas, novas iniciativas, a criação de observatórios regionais do crime organizado, e inúmeras publicações e eventos, o site antigo já não fazia jus ao trabalho de excelência que o GI executa.

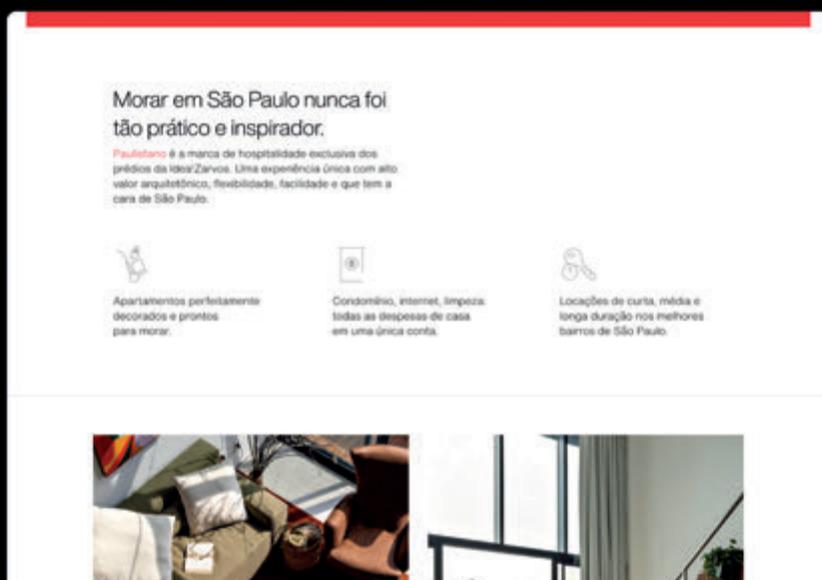
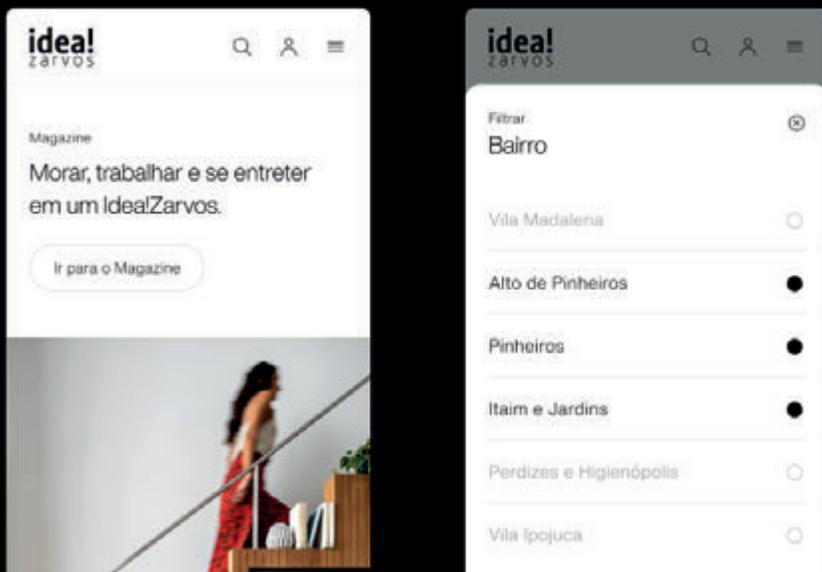
AUTORIA | ANO

Café.art.br

CLIENTE

The Global Initiative Against Transnational Organized Crime (GI-TOC)





Idea!Zarvos by Try

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Idea!Zarvos é a incorporadora que vem revolucionando a arquitetura paulistana com projetos que transformam o tecido urbano. Os edifícios, reconhecidos mundialmente, tornaram-se referência, trazendo um novo jeito de morar, flexível e conectado com as necessidades dos moradores. O grande objetivo do projeto era estabelecer a presença digital da marca e criar um novo site que unisse as experiências de marketing e vendas. O projeto valoriza a arquitetura e elimina qualquer excesso, garantindo fluidez através das microinterações. Uma experiência inspiradora de imersão completa no universo de cada empreendimento, da ideia aos últimos detalhes da construção.

AUTORIA

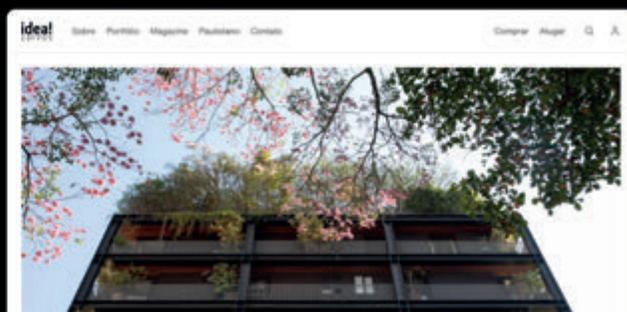
Try Consultoria

CLIENTE

Idea!Zarvos

Idea!Zarvos

Minimalismo e sofisticação refletem o DNA da incorporadora responsável pelos projetos mais icônicos da cidade de São Paulo.





NOVO SITE RIO ENERGY

DESCRIÇÃO DO PROJETO

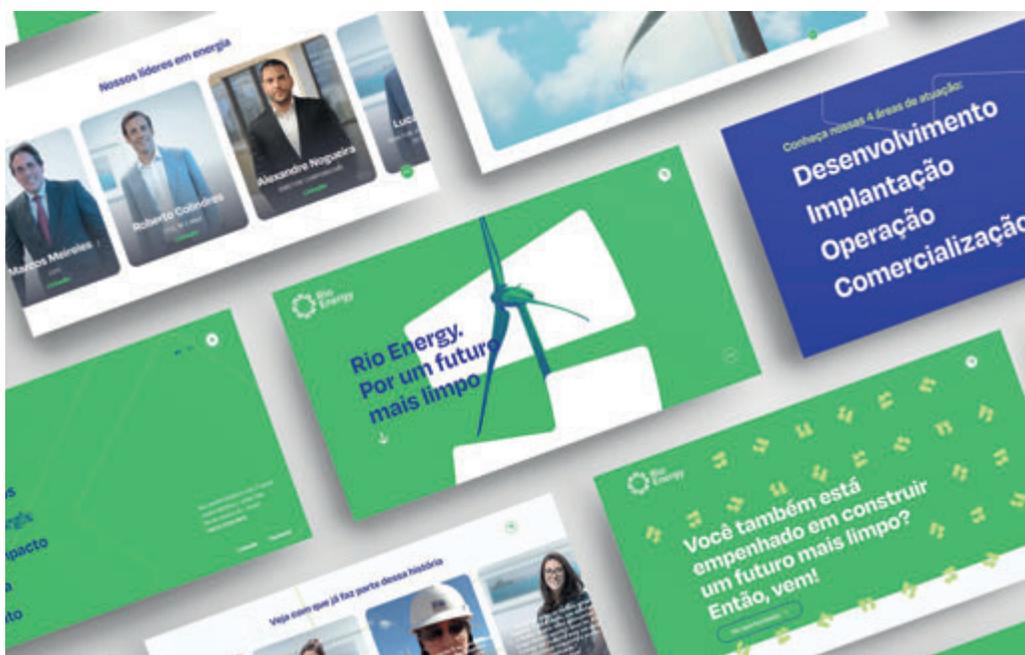
A Rio Energy é uma empresa brasileira por excelência e de grandes números. Desde 2012, quando começaram suas operações no Rio de Janeiro, tem investido pesado em levar energia eólica renovável para diferentes partes do país em projetos que totalizam mais de 3,2bi de reais investidos. Depois de quase 10 anos de amadurecimento tanto da marca quanto de seu público, dores de crescimento bateram à porta do negócio: a marca já não performava bem, a comunicação eficiente com novos clientes se tornou um gargalo para o time e a prestação de contas à sociedade ficou opaca diante de uma presença digital que já não oferecia uma experiência de qualidade para seus públicos de interesse.

AUTORIA | ANO

Ana Couto

CLIENTE

Rio Energy

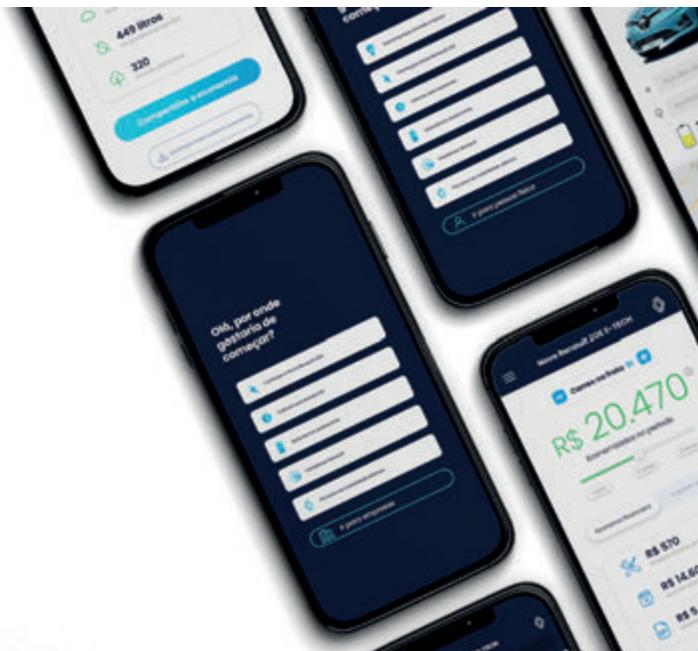




PLATAFORMA NOVO RENAULT ZOE E-TECH



DIFERENTES PERFIS
feito para cada
consumidor
Desfrute os benefícios para empresa
ou pessoa física selecionando seu perfil.



SIMULAÇÃO calcule sua economia

Descubra quanto é possível
economizar com o planeta e também
com o bolso, através de uma
experiência personalizada.



Plataforma Renault ZOE E-Tech

DESCRIÇÃO DO PROJETO

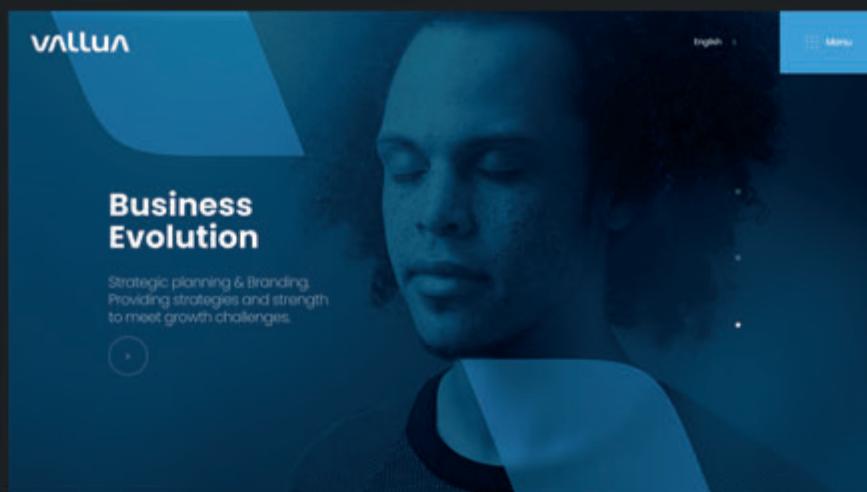
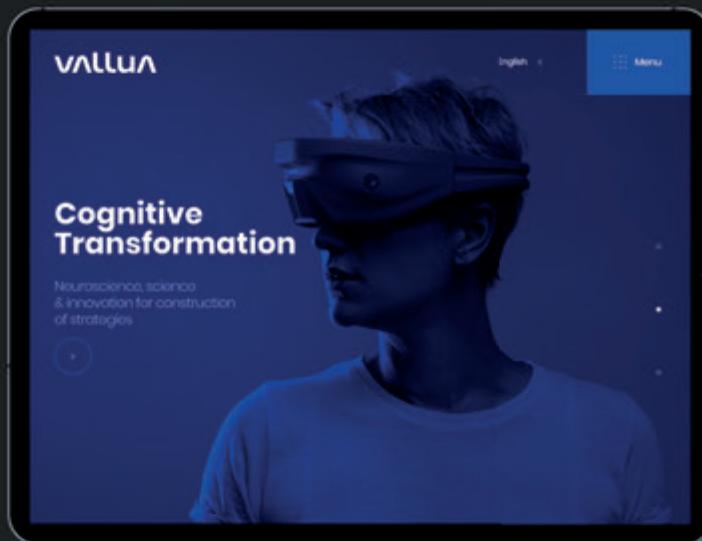
O novo Renault ZOE E-Tech chegou ao Brasil com o objetivo de apresentar os veículos elétricos ao mercado nacional e abrir caminho para que a Renault seja reconhecida como a montadora referência no segmento. Entre os brasileiros, ainda existem muitas dúvidas e preconceitos com os modelos elétricos, principalmente em relação a autonomia da bateria e o custo de manutenção. Para desmistificar essas ideias, desenvolvemos uma plataforma digital, que prova na prática os benefícios Renault ZOE E-Tech, com base em dados reais e informações personalizáveis do dia a dia do cliente.

AUTORIA

DMSBOX

CLIENTE

Renault do Brasil



Vallua

DESCRIÇÃO DO PROJETO

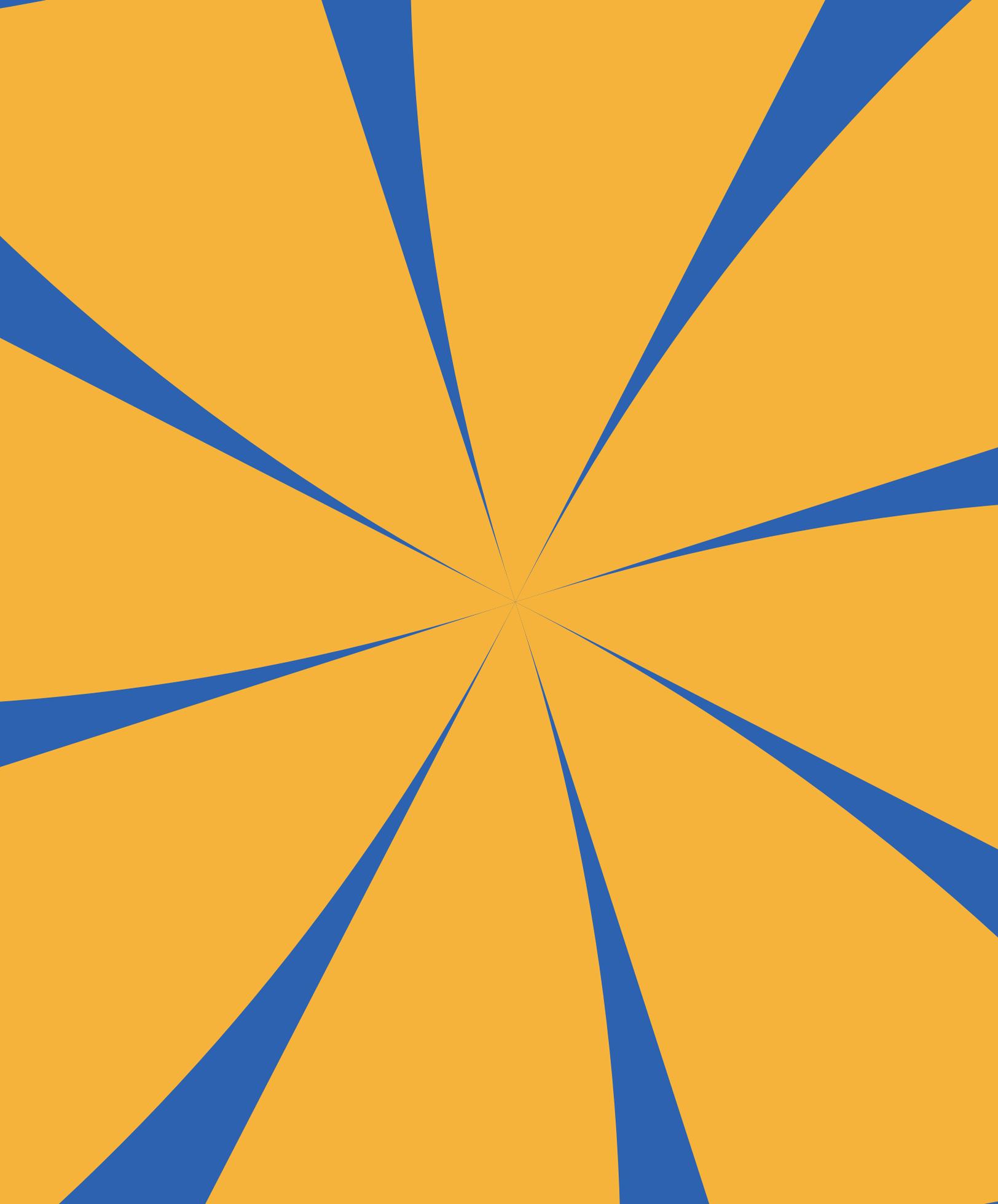
Vallua é uma consultoria de branding especializada nas áreas de farma e tecnologia e que auxilia no crescimento dos negócios dos clientes.

AUTORIA | ANO

Engine.ag

CLIENTE

Vallua



Design Editorial



REALIZAÇÃO

ABEDSIGN



DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES
LIMITADAS



GRAND PRIX



Textos Putos Vol.2

DESCRIÇÃO DO PROJETO

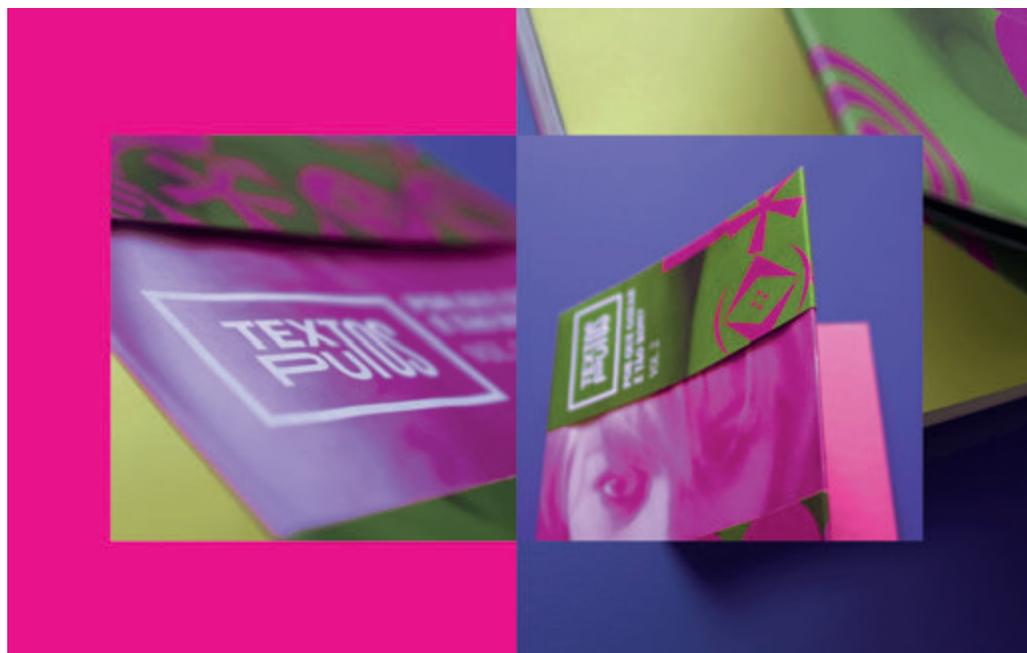
“Textos Putos Volume 2- Porque Gozar é tão bom?” É o livro da artista, atriz e produtora Abhyana que traz 128 páginas recheadas de contos eróticos apresentados por meio da conjugação da escritura com a fotografia. É a reunião de textos narrados em primeira pessoa que descrevem as experiências sexuais da autora e imagens protagonizadas por ela. Para apresentar esse livro, foram desenvolvidos os projetos editorial e gráfico, além de 25 ilustrações inéditas que dão suporte aos textos.

AUTORIA | ANO

Colletivo Design

CLIENTE

Abhyana





Malungo nº2

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Malungo é um jornal impresso distribuído gratuitamente em Belo Horizonte, com o objetivo de estimular a reflexão sobre a presença do design gráfico no combate ao preconceito racial negro. Em 2020, finalmente foi lançada a tão aguardada segunda edição do jornal.

AUTORIA

Matheus de Souza Viana

CLIENTE

A Onça Preta



Seu Emmanuel

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Manuca Almeida construiu sua obra levando “a palavra em primeiro plano”. Ao longo de 40 anos de carreira sua poesia foi registrada em diversas obras literárias e na música, onde foi premiado no Grammy Latino 2001 como melhor música Brasileira. “Seu Emmanuel, quando o amor venceu a dor”, é o 13º livro de Manuca que foi escrito a próprio punho em formato de “diário poético” e contou com organização e finalização por sua companheira de mais de 3 décadas, Lu Almeida. O livro retrata o olhar de um poeta que acredita e vive sob a ótica que a “esperança é a última que dorme” e foi a última obra escrita por Manuca, que faleceu em novembro de 2017 deixando boa parte da obra pronta para ser lançada.

AUTORIA

Bruno Bianco e Dandara Almeida

CLIENTE

Lu Almeida



A Pirâmide do Piques

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Livro sobre a história de São Paulo

AUTORIA | ANO

Casa Rex

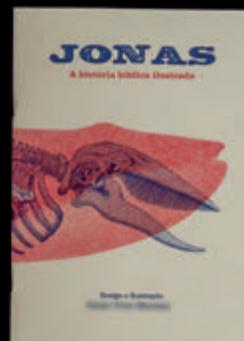
CLIENTE

Edições Sesc





Capa com cinta



Capas sem a cinta



Jonas: A história bíblica ilustrada

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O conteúdo deste trabalho é o livro de Jonas, história integrante do Antigo Testamento. Além de apresentar o texto, o livro busca conscientizar os leitores (religiosos ou não) acerca da mensagem e ensinamentos do conteúdo. Para tanto, desenvolveu-se um projeto gráfico que explora o conceito de transformação por meio da tipografia, da colagem, do formato e da risografia para a construção de uma narrativa visual que potencializa o conteúdo do texto e foge dos padrões gráficos do segmento. Formato fechado: 12,5 x 17 cm Nº de Páginas: 48 páginas Papéis: Capa em Markatto Edition 200g/m² e miolo em Pólen Bold 90g/m². Técnica de impressão: Risografia Tiragem: 100 exemplares

AUTORIA | ANO

Universidade FUMEC

CLIENTE

Autopublicação



Encadernação Dos-à-Dos



Encadernação Dos-à-Dos





Zine Manifesto Nordeste é Uma Ficção

DESCRIÇÃO DO PROJETO

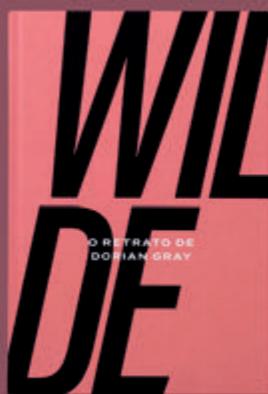
Zine Manifesto Nordeste é uma ficção é uma publicação que surgiu de um lugar muito pulsante, experimental e pessoal. Para ilustrar e embasar o manifesto foi escolhido um trecho do livro “Os Sertões”, de Euclides da Cunha, da parte “o homem”, onde ele descreve e caracteriza o sertanejo nordestino de forma grotesca, pesada e superficial. O zine é uma expressão do errôneo retrato sofrido pelo homem (e mulher) nordestino(a) desde os primeiros anos do nosso país. O título foi dado em homenagem à canção escrita por Belchior, “Conheço meu lugar” a qual fala que esse nordeste menos-prezado, subjugado e extremamente caricato, na verdade não existe, esse nordeste é uma ficção.

AUTORIA

Lorena Araújo

CLIENTE

Lorena Araújo



Clássicos Internacionais – O Retrato de Dorian Gray

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Capa para livro de coleção.

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Panda Books



Espelho partido

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico de capa e miolo e ilustração do livro, luva, marcador, capa da revista e um álbum de fotos do kit da TAG para o livro Espelho partido de Mercè Rodoreda. O livro acompanha a saga de uma família da elite de Barcelona desde meados do século 19 até pouco depois de terminada a Guerra Civil Espanhola (1936-1939). Tudo gira em torno de uma moça simples que, após desilusão amorosa, se casa com um triste milionário atormentado pelo suicídio de uma amada no passado e se torna a matriarca de uma linhagem marcada pela tragédia.

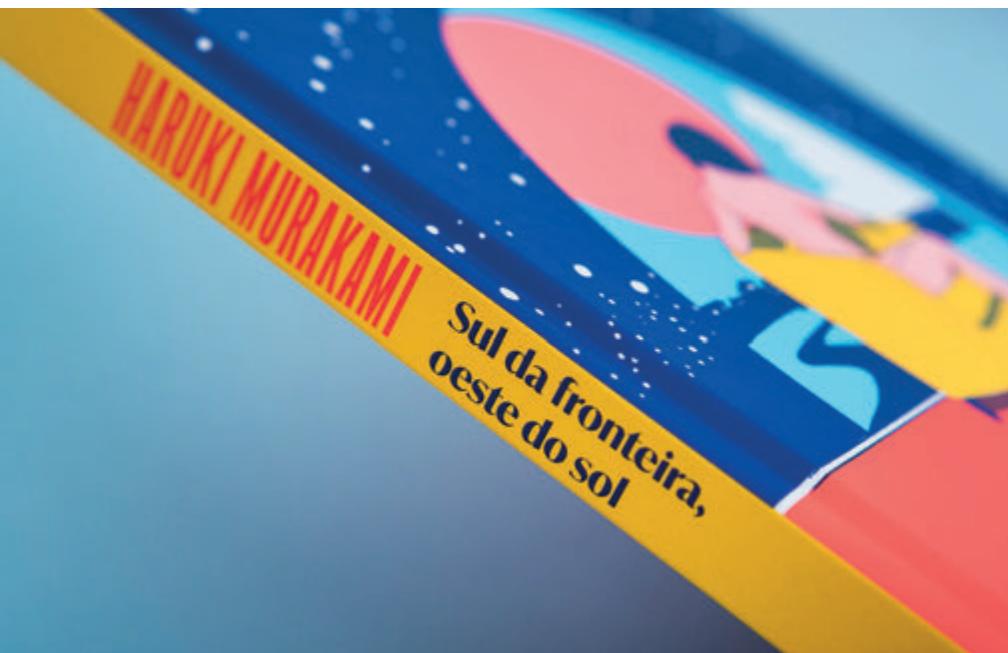
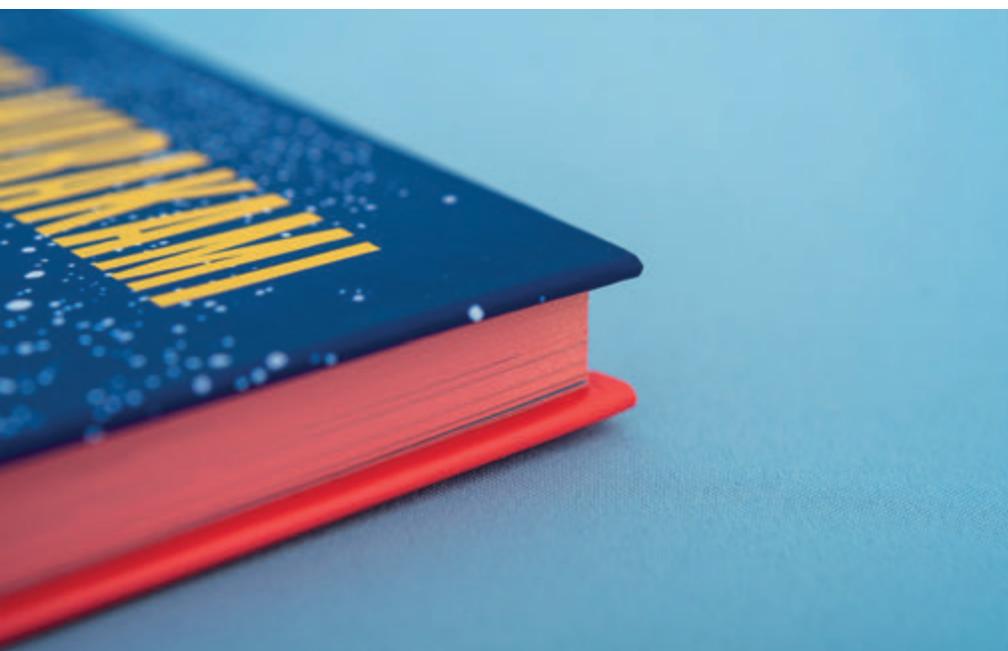
AUTORIA | ANO

Rafael Nobre

CLIENTE

Planeta / TAG livros





Sul da Fronteira, Oeste do Sol

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro Sul da Fronteira, Oeste do sol, de Haruki Murakami, foi enviado em julho de 2020 para os associados da TAG Curadoria, um clube de assinatura de livros. A trama acompanha a história de Hajime, jovem nascido no Japão pós-guerra que leva uma vida ordinária como revisor de livros didáticos, e Shimamoto, sua ex-namorada dos tempos de escola. Além do livro, a edição da TAG acompanha uma luva, um marcador de páginas e uma revista literária sobre a obra do mês.

AUTORIA

TAG - Experiências Literárias (Bruno Miguell Mesquita, Paula Hentges) e Sabrina Gevaerd

CLIENTE

TAG - Experiências Literárias | Editora Alfaguara



VKHUTEMAS desenho de uma revolução

DESCRIÇÃO DO PROJETO

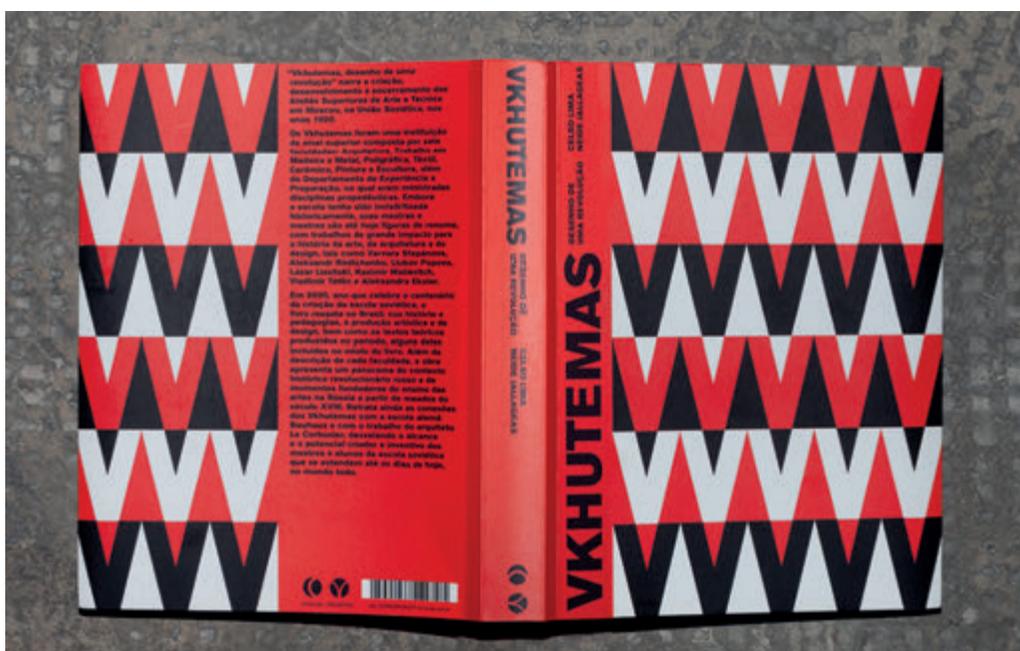
O projeto gráfico do livro “Vkhutemas” teve o desafio de apresentar a vanguarda soviética de 100 anos atrás sem recair em mimetismos. Trata-se do primeiro livro em português sobre a importante escola do período pós revolução Bolchevique (1920-1930). A linguagem desenvolvida na época pelos artistas, revolucionários e professores, foi a base de grande parte das produções gráficas do século XX. Foi um desafio trazer essa bagagem histórica assumindo toda sua complexidade, ao mesmo tempo que com inventividade e provocação.

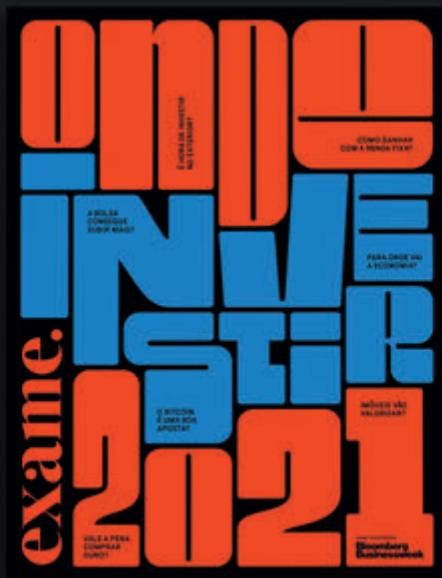
AUTORIA | ANO

Maria Cau Levy e Julio Mariutti

CLIENTE

Editora Kinoruss





CAPA EXAME – ONDE INVESTIR 2021

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capa para a tradicional edição da revista EXAME sobre os melhores investimentos do ano. Essa capa é publicada há cerca de 15 anos pela revista EXAME – maior publicação na área de economia e negócios do país. A chamada se repete e o desafio de criar e inovar também. Este ano, pela primeira vez, a publicação parte do novo projeto gráfico, adequando-se a uma nova linguagem criativa.

AUTORIA

EXAME

CLIENTE

EXAME



SEGUNDAS E FÓRUNS DE PERFORMANCE NEGRA, PRETA, PRETINHA, CRESPA E BLACK

NEGRURAS CÊNICAS EM EBULIÇÃO

texto Denilson Tourinho

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES
LIMITADAS



Legítima Defesa - Uma revista de Teatro Negro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico e diagramação da terceira edição da revista Legítima Defesa - Uma revista de Teatro Negro, após um hiato de cinco anos. A revista é uma publicação da Cia Os Crespos, na qual critérios estéticos e políticos do Teatro Negro são discutidos, possibilitando a inscrição e historicização dos processos artísticos para futuras pesquisas, através de material impresso e também virtual.

AUTORIA

Muvilab

CLIENTE

Cia Os Crespos



Zine Poemeus Poeminhas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

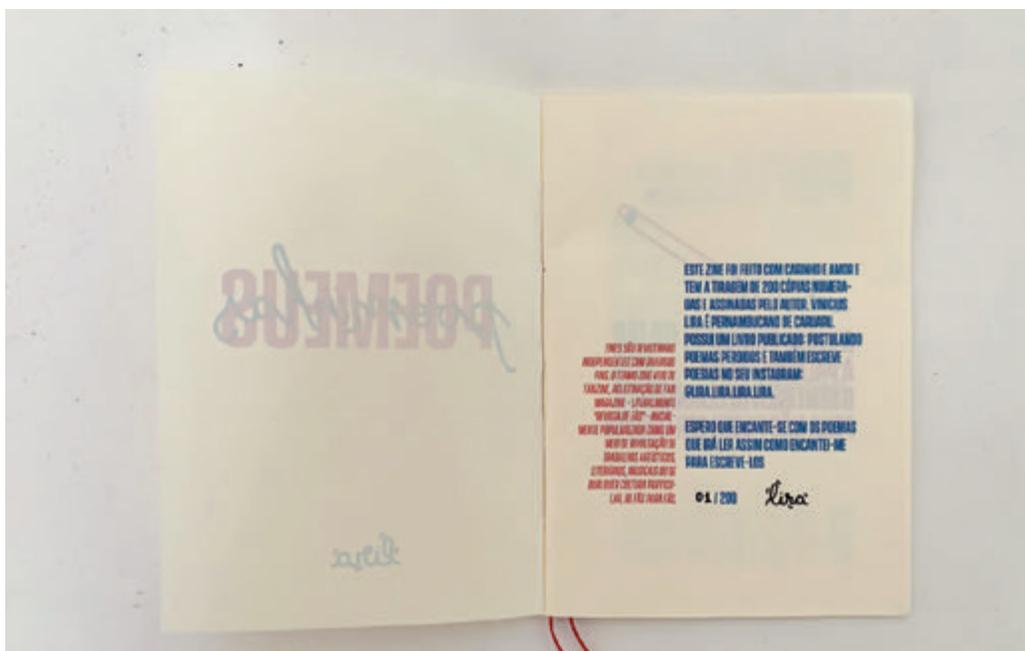
Um zine é uma autopublicação produzida por artistas independentes e entusiastas de uma determinada cultura, com o objetivo de expandir a criatividade, apresentar seu trabalho as pessoas e, sobretudo, dizer o que é preciso dizer através de várias formas de expressão. O zine Poemeus poeminhas consiste em um projeto concreto de publicação de poesia. O zine surge como uma formatação de conteúdo com mídia impressa de baixo custo, que visa além de divulgar a arte por meio da poesia marginal, incentivando os poetas que deixam de publicar seus trabalhos nas grandes editoras a fazer publicações independentes, apresentando que a arte pode se tornar acessível e barato.

AUTORIA | ANO

Vinicius Lira

CLIENTE

Autoral





Zine-manifesto - 1903

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O zine 1903, com o trecho final de “BB King” de Baco Exu do Blues, tenta trazer a expressividade do texto - e a personalidade do próprio Blues, por processos manuais e algumas experimentações com texturas feitas à mão. O trecho é um convite a entender que pretos são autores, poetas, pintores, músicos e que somos diversos em nossas particularidades. Qualquer tentativa de estereotipar o povo preto é, no mínimo, falta de Blues.

AUTORIA

Lorena Costa

CLIENTE

CC Espaço / 5 Exercícios Simples



**Caderno especial –
Seminários
Folha/Cultura na
Pandemia**

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capa para caderno especial que discutia o cenário cultural brasileiro durante a pandemia.

AUTORIA | ANO

Casa Rex

CLIENTE

Folha de S.Paulo





Amílcar de Castro - Poemas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Coletânea com 216 páginas contendo mais de 50 poemas escritos entre 1975 e 2001, o livro “Amílcar de Castro - Poemas” dialoga, na forma, com as esculturas e, no conteúdo, apresenta ao público, pela primeira vez, poemas pertencentes ao arquivo pessoal deixado pelo autor. A edição tem uma embalagem que se assemelha às formas geométricas das obras do artista, tornando-a mais que um livro: um “livro-objeto”.

AUTORIA | ANO

Lúcia Nemer e Martuse Fornaciari

CLIENTE

Instituto Amílcar de Castro





Box George Orwell

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Re-design dos livros clássicos de George Orwell A revolução dos Bichos, 1984 e Um pouco de ar por favor!. O design das capas utilizou a linguagem de colagens com fotografias para interpretar visualmente o conteúdo dos livros. Cada livro trás uma cor predominante. O projeto de miolo é o mesmo para os 3 livros de forma que pôde ser adaptado as características estruturais de cada texto.

AUTORIA

Rafael Nobre

CLIENTE

Nova fronteira



Capas Coleção Machado de Assis

DESCRIÇÃO DO PROJETO

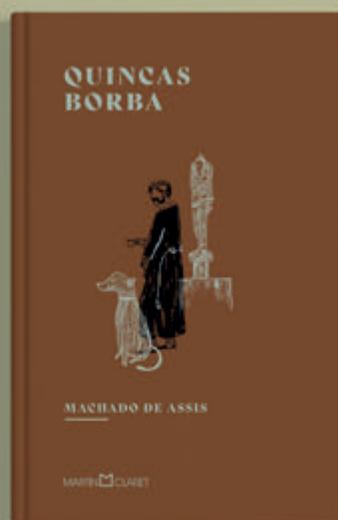
A Martin Claret é conhecida por sua extensa coleção de clássicos da literatura. No início dos anos 2000 era possível encontrar, em edições de bolso, com preço acessíveis, inúmeros títulos que fizeram parte da formação de muitos leitores brasileiros. Machado de Assis estava entre eles. A pedido do cliente, foram repensados e executados os títulos “Dom Casmurro”, “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, “Quincas Borba” e “Helena”.

AUTORIA | ANO

Luyse Costa

CLIENTE

Martin Claret





Escafandrista

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ao longo de quase dez anos, o escritor Louraidan Larsen produziu uma coletânea de histórias ficcionalizadas a partir de diálogos com pessoas desconhecidas e de conversas ouvidas em ruas e espaços públicos das cidades. Em 2019 o autor decidiu publicar o compilado de contos. O projeto editorial deveria expressar o profundo mergulho do escritor nas narrativas urbanas, construindo uma cartografia de vozes plurais. O livro contaria ainda com ilustrações do artista argentino Fernando Poletti e um prefácio em formato de tirinha assinado pela cartunista Laerte Coutinho.

AUTORIA

Filipe Lampejo

CLIENTE

Louraidan Larsen



King/Black Dogs

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Luva + Capas para novelas gráficas "King" e "Black Dogs", de Ho Che Anderson

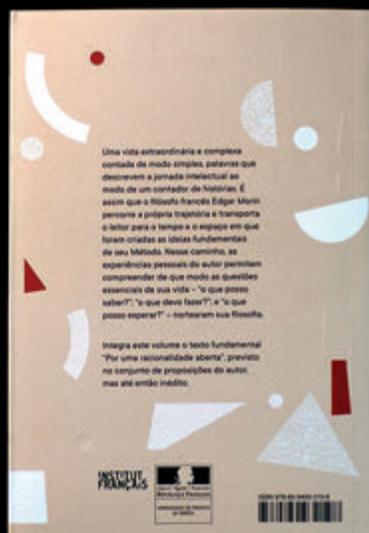
AUTORIA | ANO

Casa Rex

CLIENTE

Editora Veneta





Livro A aventura de O Método e Para uma racionalidade aberta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico do livro A AVENTURA DE O MÉTODO E PARA UMA RACIONALIDADE ABERTA do filósofo Edgar Morin para Edições Sesc-SP. A aventura do método sintetiza a trajetória intelectual de Edgar Morin desde sua juventude até sua maturidade intelectual. A aventura intelectual de Morin, acompanhada de incertezas, indeterminações e novas elaborações, fazem deste livro, nas palavras do próprio autor, “uma reflexão de vida e de intelectualidade”.

AUTORIA

Daniel Brito

CLIENTE

Edições Sesc-SP





Meridiano de Sangue

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capa para "Meridiano de Sangue".

AUTORIA | ANO

Casa Rex

CLIENTE

Cia. das Letras





Moisés negro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro *Moisés Negro*, de Alain Mabanckou, foi enviado em dezembro de 2020 para os associados da TAG Curadoria, um clube de assinatura de livros. *Moisés negro* conta a história do personagem Moisés e de sua infância sofrida em um orfanato da República do Congo. Apelidado de Pimentinha, o menino vai amadurecer e flertar com a loucura entre órfãos, ladrões, prostitutas e outros excluídos de um país chacoalhado por uma revolução comunista. Além do livro, a edição da TAG acompanha uma luva, um marcador de páginas e uma revista literária.

AUTORIA

TAG - Experiências Literárias (Bruno Miguell Mesquita, Paula Hentges) e Gabriela Heberle

CLIENTE

TAG - Experiências Literárias | Editora Malê



Mulheres: autoconhecimento, lutas e empoderamento

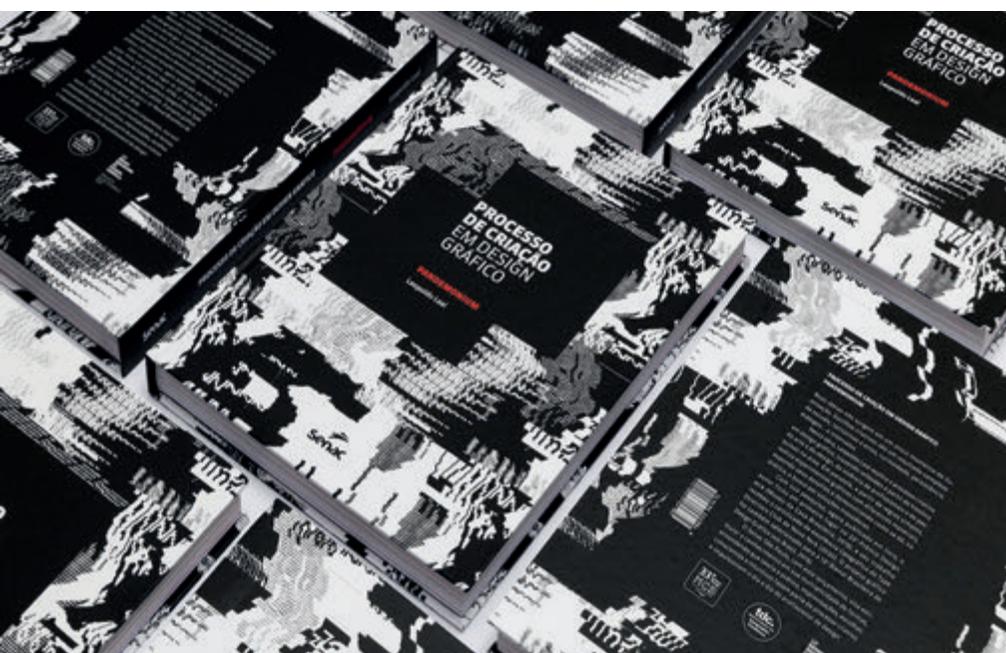
DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro “Mulheres: autoconhecimento, lutas e empoderamento” da autora Sofia Pellegrini apresenta informações e discussões relevantes como: o feminismo e sua importância; a história das lutas femininas por direitos; o corpo feminino e seus processos biológicos; dicas sobre saúde e até informações que pretendem ajudar a identificar relações abusivas e padrões de dominação sobre as mulheres. O projeto gráfico funciona como um almanaque, onde os diversos tópicos foram organizados para que cada dupla de página abrangesse um tema. Para as ilustrações, contamos com a colaboração das ilustradoras Ana Matsusaki, Catarina Bessel e Larissa Ribeiro.

AUTORIA | ANO
LASCA STUDIO

CLIENTE
PELE Editorial





Processo de criação em design gráfico: Pandemonium

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Neste livro o autor/designer explica o processo criativo em design gráfico, trazendo reflexões a partir da história da arte e do design, da vivência de profissionais e de pesquisas na área. Em paralelo, a partir de regras simples, o autor/ designer realiza experimentos gráficos com diferentes materiais, expondo seus desafios e demonstrando como se dá, na prática, a busca por soluções inovadoras.

AUTORIA

Leopoldo Leal

CLIENTE

Leopoldo Leal





(011).lab: Inovação pública para transformar o governo com as pessoas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A publicação (011).lab: inovação pública para transformar o governo com as pessoas compila em texto e imagem os três primeiros anos de história do laboratório de inovação em governo da prefeitura de São Paulo, destacando projetos realizados, lições aprendidas e perspectivas para o futuro. O conteúdo foi especialmente preparado para fundamentar a gestão de conhecimento do laboratório e comunicar a pessoas e instituições a relevância do trabalho desenvolvido, necessitando um projeto de design alinhado com estes objetivos para dar-lhe materialidade física e digital.

AUTORIA | ANO

Estúdio Marujo

CLIENTE

Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia de São Paulo





DESIGN EDITORIAL

PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS



Natura&Co Relatório Anual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

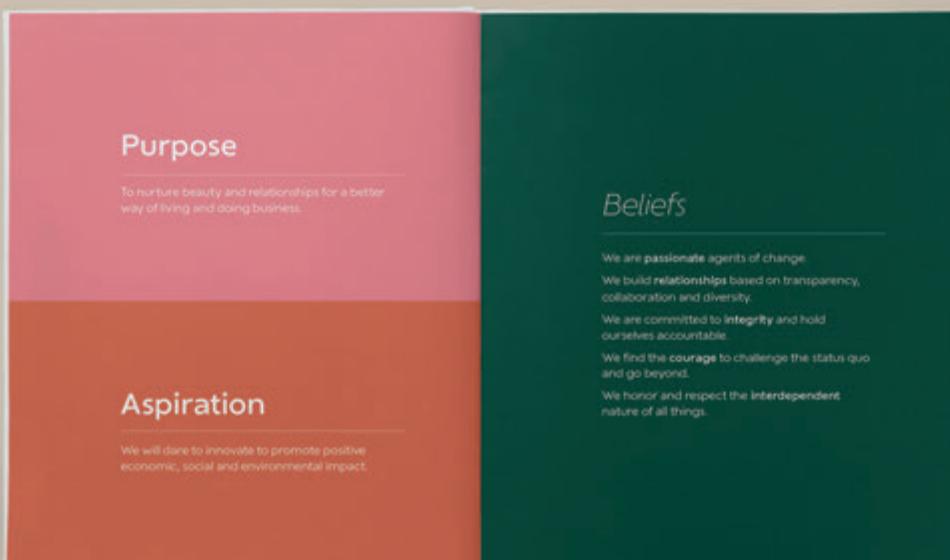
A partir da evolução de linguagem de Natura &Co, definimos um conceito editorial e projeto gráfico para o Relatório Anual 2020 da maior B-Corp do mundo. Já seria um ano emblemático com a chegada da Avon, mas em 2020 o “poder do coletivo” ganhou novas interpretações, desafiou a Natura &Co a colocar seu propósito à frente de tudo e olhar ainda mais para as pessoas. 2020 foi um ano transformador.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Natura&Co





Guia dos Bancos Responsáveis - 8ª edição

DESCRIÇÃO DO PROJETO

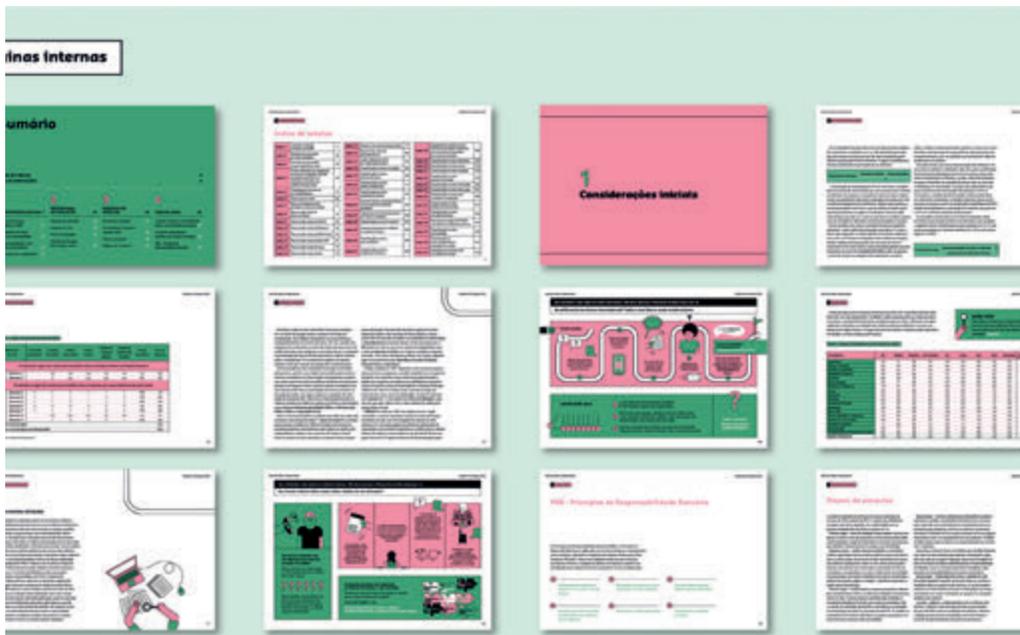
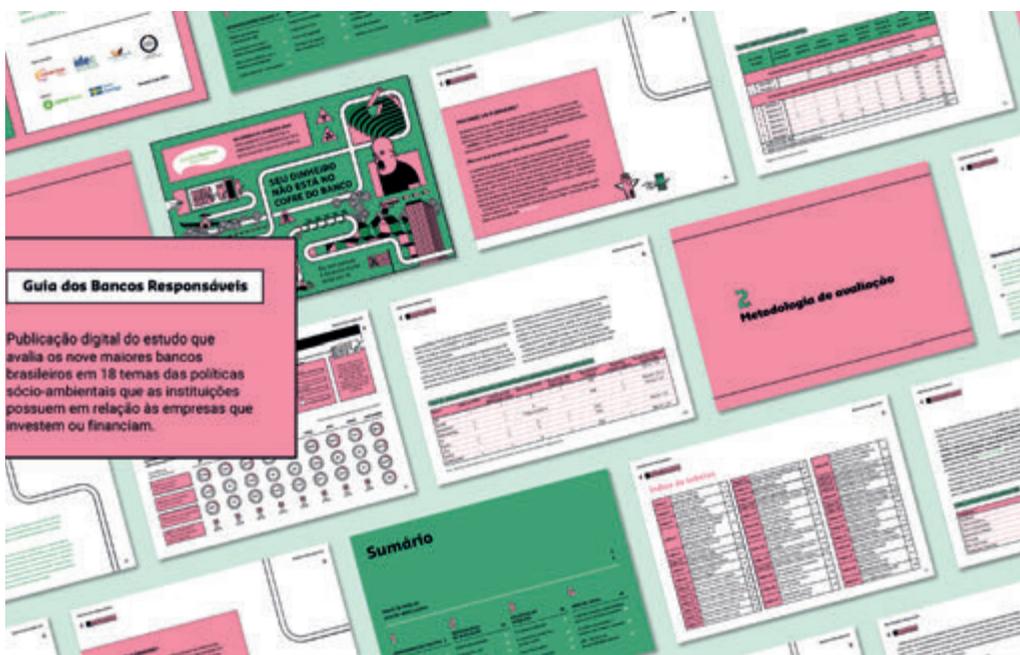
O Guia dos Bancos Responsáveis é uma publicação digital do estudo que avalia os nove maiores bancos brasileiros em 18 temas das políticas socioambientais que as instituições possuem. O objetivo é oferecer aos consumidores um panorama sobre o que as instituições financeiras fazem com seu dinheiro, que tipo de empresas financiam e se consideram aspectos como por exemplo, desmatamento, respeito aos direitos humanos e relações trabalhistas. A publicação faz uso de textos e tabelas que expõem as avaliações e notas dos nove bancos e seus comparativos. A publicação conta também com 9 infográficos que sintetizam graficamente pontos de interesse, sugestões de possíveis ações a serem tomadas pelo consumidor e dados alarmantes.

AUTORIA | ANO

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

CLIENTE

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor





Natgeo Ilustra - Biomas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

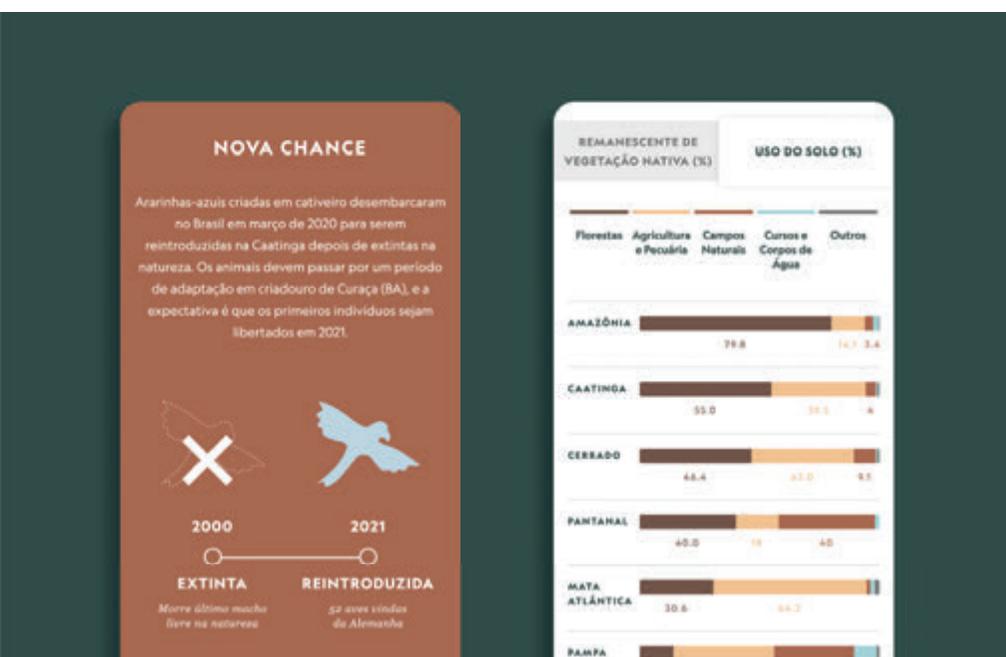
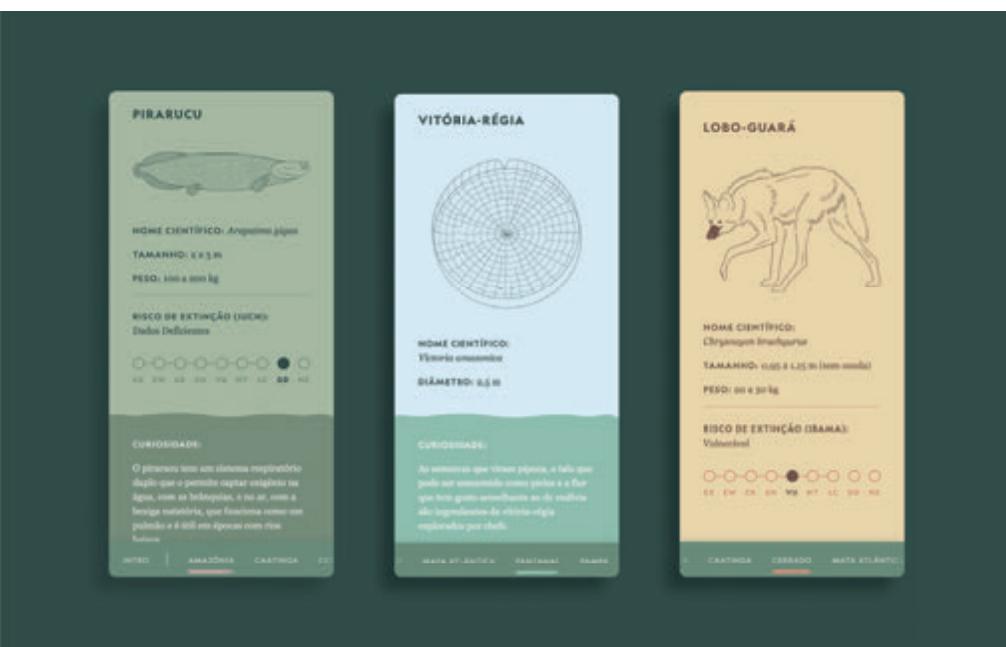
Que tal explorar a exuberante biodiversidade dos ecossistemas que formam a Amazônia, a Caatinga, o Cerrado, a Mata Atlântica, o Pantanal e o Pampa? Com essa premissa, o National Geographic Brasil nos convidou para participar do Natgeo Ilustra - Biomas que tinha como objetivo trazer informações sobre os biomas brasileiros com depoimentos e estudos de especialistas. O projeto conta com animações curtas de cada bioma e uma página online, uma reportagem especial pela qual ficamos responsáveis, com informações mais profundas, funcionando como um guia dos biomas brasileiros.

AUTORIA

Grande Circular

CLIENTE

National Geographic Brasil





Natura Ekos Revista Digital

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Ekos é uma marca de beleza, mas, acima de tudo, uma marca de causas, ativista, com muito conteúdo - e um conteúdo complexo. Falar de Ekos é falar de um modelo de negócios inovador (apesar de seus 20 anos), e tornar tudo simples e convidativo é o desafio deste projeto. Na evolução da linguagem da marca, o coletivo ganhou mais força, seja na linguagem visual - com fotos de pessoas juntas, apostando na diversidade e trazendo um casting masculino - como na linguagem verbal, colocando o discurso no plural: SOMOS TODOS UMA NATUREZA SÓ. Fruto dessa evolução, ainda mais proprietária e ativista, a Revista Digital de Ekos pode dar mais espaço para os assuntos da marca, trazendo editorias que abordam seus pilares (biobeauty, biocomércio, bioprocessos) e valorizando seus personagens. A revis

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Natura





2020 nas páginas da Revista Exame

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fundada em 1967 pela Editora Abril e adquirida em 2020 pelo grupo BTG Pactual, a Exame se reinventou durante 2020 para continuar líder na produção de conteúdo sobre empreendedorismo, negócios e carreiras. As edições que antes eram marcadas por uma linguagem gráfica tradicional, traziam pouca flexibilidade, além de texto muito longo, com pouco respiro na mancha gráfica. Em 2020, com o novo projeto gráfico e linha editorial foi possível explorar a diversidade e dinamismo de outras linguagens para além da fotografia, com o uso de ilustrações e mais famílias tipográficas. O que ajudou a reposicionar a revista no mercado editorial e trazer novos olhares sobre o universo de negócios no Brasil.

AUTORIA

Lucas Jatobá

CLIENTE

Exame



Ouriço

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ouriço é uma nova revista de poesia e crítica cultural, que publica poesia inédita e traduzida, resenhas, ensaios, depoimentos e imagens.

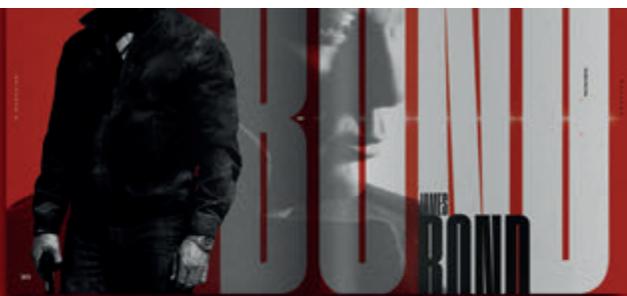
AUTORIA | ANO

Leo Passos

CLIENTE

Edições Macondo





Projeto Gráfico B Magazine

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de projeto editorial e gráfico para a revista B Magazine, da marca Bergerson Joias, voltado para clientes da marca.

AUTORIA

Taste

CLIENTE

Bergerson



Redesign VC S/A

DESCRIÇÃO DO PROJETO

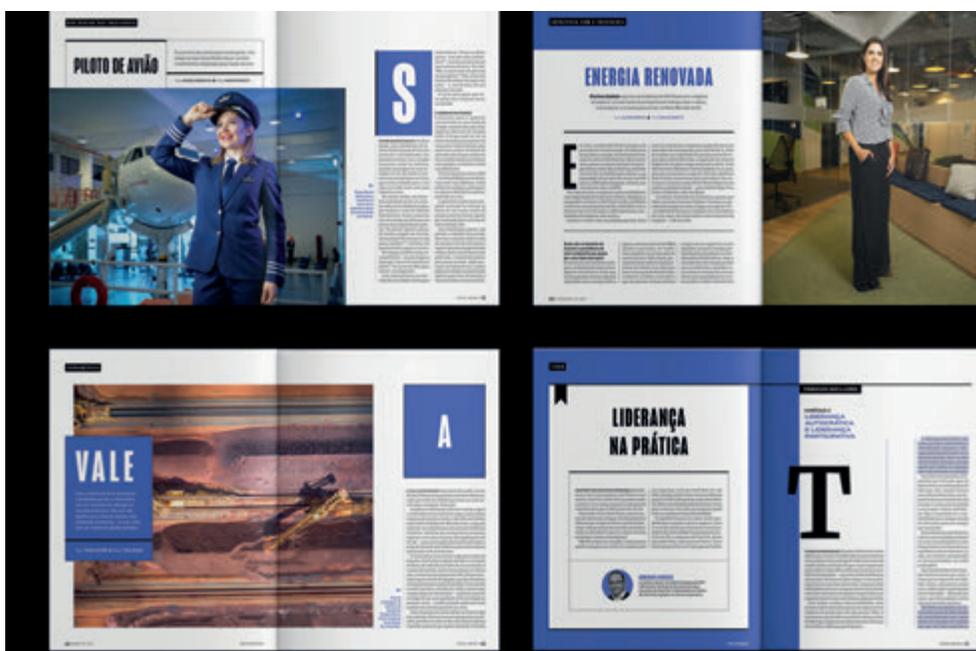
Em 2020, a diretoria da Editora Abril acionou uma nova equipe de arte com o objetivo de redesenhar o projeto gráfico da revista Você S/A. Vigente há mais de uma década, empregava um grid engessado e poucos recursos para diferenciar matérias e seções entre si, por conta também de um cardápio antiquado de famílias tipográficas. Era necessário modernizar e readequar a linguagem visual da marca como um todo, nos meios impresso e online, a um novo momento do mercado. A Você S/A passaria a abordar com muito mais força o mercado financeiro e investimentos, além de carreira e finanças pessoais. O resultado foi uma publicação e uma marca mais competitivas e alinhadas com as expectativas do mercado, respeitando sua herança. Mantendo os lançamentos mensais, o projeto estrearia em novembro de 2020.

AUTORIA | ANO

VC S/A

CLIENTE

Editora Abril





“Fácil e Simples” - Catálogo de Stencil (Moldes Vazados)

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O desafio da Acrilex era lançar no mercado um catálogo diferente dos modelos tradicionais, além de propor uma solução para se destacar dentro os concorrentes.

AUTORIA

Capokial Studio

CLIENTE

Acrilex



Design Gráfico



REALIZAÇÃO

ABEDSIGN





Quer ver escuta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2020, fomos convidados para criar a identidade visual do espetáculo Quer Ver Escuta do Grupo Galpão, uma das companhias mais importantes do cenário teatral brasileiro. Com direção de Marcelo Castro e Vinícius de Souza, a 25ª montagem da companhia leva à cena a poesia viva do Brasil contemporâneo. As soluções criadas para o design gráfico e comunicação envolveram uma profunda imersão no processo de pesquisa do espetáculo: um diálogo entre poesia e imagem. Realizamos, com os atores e atrizes do grupo, oficinas práticas de experimentação gráfica e ensaios fotográficos. A articulação deste material levantado resultou num extenso repertório visual com grande poder de comunicação com o público.

AUTORIA

Filipe Lampejo e Rita Davis

CLIENTE

Grupo Galpão

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



GRAND PRIX

CANAL BRASIL

Nova Marca Canal Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Brasil. Essa mistura colossal de contrastes. Miscelânea de gente, referências, culturas e saberes selvagens. Caldeirão de possibilidades de dimensões continentais. Sim, somos um canal que tem Brasil no nome. A celebração de muitos Brasis que cabem dentro de um só. A nova marca do Canal Brasil traz em si a nossa riqueza cultural e a história da tipografia brasileira no cinema, na arte e no design. É diversidade em movimento.i

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Canal Brasil



CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL

CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL

CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL
CANAL BRASIL

VERSÕES DE REDUÇÃO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



Campana

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os Irmãos Campana são reconhecidos há mais de 35 anos por trabalhos que desafiam as fronteiras entre o design e a arte, entre o familiar e o surpreendente. Junto ao Estúdio, fundaram o Instituto Campana por meio de programas sociais e educacionais. O desafio era criar um projeto de identidade visual que desse vida ao novo propósito do nome Campana, organizando a arquitetura visual estabelecida entre o Estúdio e o Instituto. O projeto de identidade nasce de duas características muito próprias da obra dos irmãos: primeiro, de seu olhar experimental, que não se intimida diante das regras do design e segue permanentemente desobediente; depois, da “materialidade” improvável que este olhar possibilita em cada obra.

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design

CLIENTE

Estúdio e Instituto Campana





AFRIKA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

AFRIKA é um cartaz criado para destacar a extensão do continente africano evidenciando quantitativamente as suas diferentes nações.

AUTORIA | ANO

Matheus de Souza Viana

CLIENTE

A Onça Preta





Danone Global Design marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reposicionar uma marca global que tem mais de 100 anos de história e é sinônimo da categoria, tornando o iogurte atraente para as novas gerações? Mais do que um projeto de redesenho de embalagens, um reposicionamento capaz de comunicar atributos de forma estratégica e mover a marca e seus produtos na direção dos desejos contemporâneos.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Danone

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



Cuia restaurante - Design de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação do conceito visual de Cuia, novo restaurante da prestigiada Chef brasileira Bel Coelho.

AUTORIA | ANO

REBU

CLIENTE

Cuia





mangaba



Mangaba - Marca de Serviço

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de logotipo e linguagem visual do restaurante Mangaba.

AUTORIA | ANO

REBU

CLIENTE

Mangaba





DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



mobypet

Mobypet - marca de produto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Mobypet é uma empresa de mobiliário para gatos que oferece design inteligente para donos que buscam diferentes formas de estimular os instintos do seu animal. Nosso objetivo era trazer para marca aspectos de qualidade, versatilidade, praticidade e o design inteligente, tão característicos do produto.

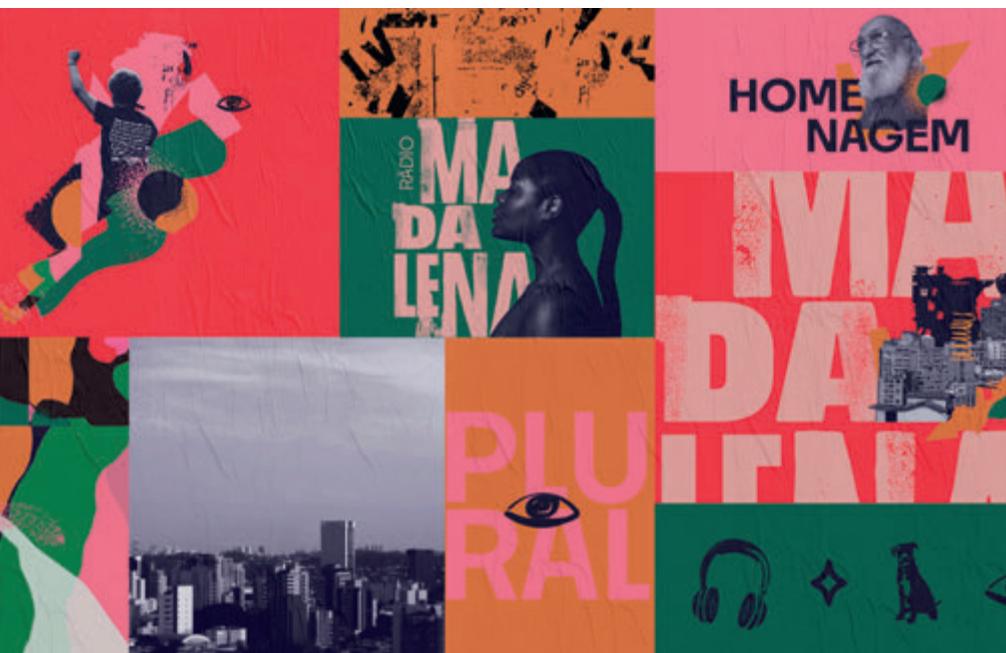
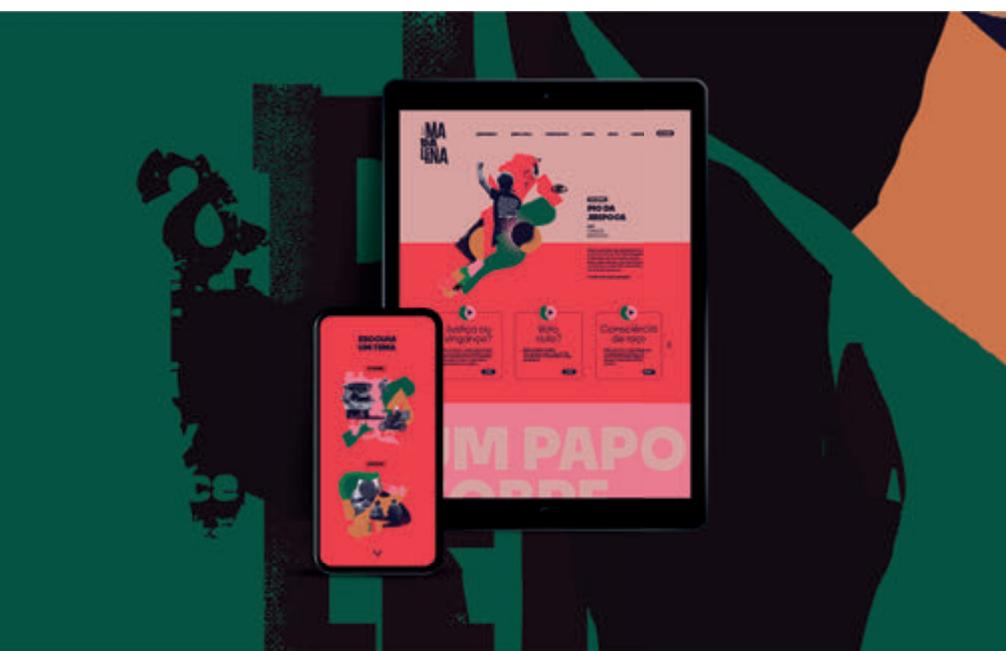
AUTORIA

iN - Consultoria de marcas

CLIENTE

Mobypet





Identidade Rádio Madalena

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Rádio Madalena é um espaço comunitário de discussão de ideias, promoção e defesa dos interesses da Vila Madalena. A iniciativa surgiu da movimentação voluntária de pessoas que vivem e trabalham no bairro para estimular a valorização e a preservação da região. Com o amadurecimento de sua proposta, pautas mais abrangentes, como cidadania, ética, economia, justiça social e outros, foram agregadas, e hoje, os temas abordados e sua audiência ultrapassam os limites da região. Para suportar essa atuação e potencializar o fomento das atividades no bairro, um processo de reorganização das relações com apoiadores e parceiros está sendo implementado, e foi nesse momento de aprimoramento que nos juntamos aos amigos de nosso bairro e nos propomos a criar o universo visual do projeto.

AUTORIA

Megalo

CLIENTE

Rádio Madalena



Uma História de Inspiração

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para anunciarmos a nova embaixadora do estádio do Corinthians F.C., participamos da produção da campanha “Uma História de Coragem: Marta Silva”. Composta por um filme e uma série de peças gráficas para a marca Neoquímica. Nosso objetivo era impactar o público amante do futebol com o exemplo de superação desta que é nossa grande rainha, estreitando laços entre a saúde, o respeito, a diversidade e o esporte.

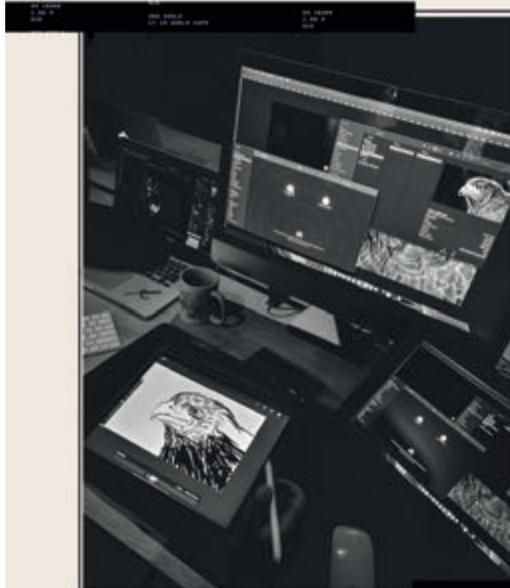
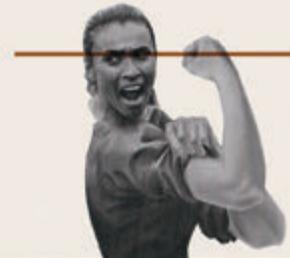
AUTORIA | ANO

Asteroide + Flavor

CLIENTE

Hypera Pharma / Neo Química Arena

MARTA, THE QUEEN
OF FOOTBALL //
ST DIRECTION &
OTION GRAPHS (())





...DO, SOLTEI A MÃO DELE
TARDE
BICHAS



Disformia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Disformia é um projeto pessoal de cartazes lambe-lambe onde texto e imagem falam sobre homofobia, racismo e toda uma existência vista como anomalia. É um manifesto gráfico de ode a dor, que escancara as agressões que uma bicha preta sofre diariamente.

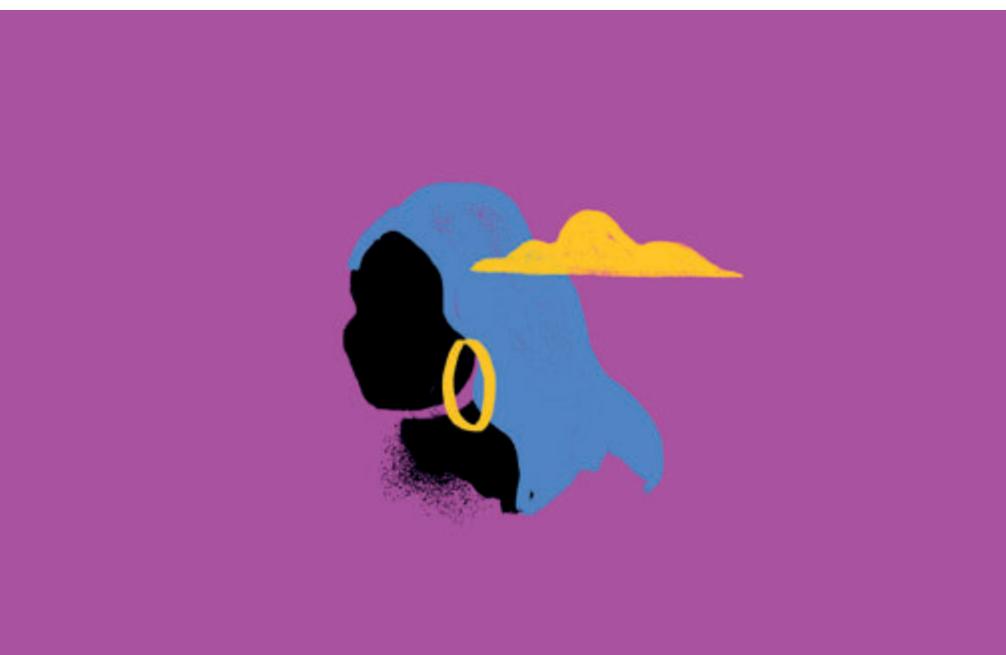
AUTORIA | ANO

Kevelyn Oliveira

CLIENTE

Projeto Pessoal





Pôster Topo CUFA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de cartaz para a CUFA - Central Única das Favelas com o objetivo de posicionar a imagem da instituição como porta voz das Favelas em temas que tangem sua atuação, além de conscientizar sobre a importância do trabalho voluntário na missão de dar oportunidades diferentes de vida a moradores de comunidades carentes.

AUTORIA

Thomas Cosin

CLIENTE

CUFA



BEATS

AONDE BEATS
VAI ——— TE
LEVAR HOJE ?

UMA MARCA
COM DNA
SURPREENDENTE,
MISTERIOSO
E LIGADO EM
ALTA POTÊNCIA.

» Beats lançou a categoria de bebidas ready-to-drink no Brasil e, desde então, se caracteriza por surpreender – tanto em produtos e sabores quanto em conteúdo e ativações.

» Os mistérios em torno dos líquidos e dos sabores indescritíveis de Beats sempre despertaram curiosidade e fascínio.

» Beats sempre foi sobre uma frequência mais alta: nasceu de um festival de música e sempre marcou presença em bebidas e eventos caracterizados pelo apagar seus produtos com alto teor etéreo sob reconhecidas por potencializar as experiências.

UMA MARCA MUITO
PRESENTE NA VIDA
NOTURNA E SÍMBOLO
DO CARNAVAL BRASILEIRO.

Como se tornar mais presente e relevante na vida da geração Z?

Como aumentar sua conexão com o público-alvo?

Como torná-la icônica?



Beats

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Depois de quase 20 anos de sucesso no mercado sob a marca guarda-chuva Skol, era hora de Beats se tornar uma marca independente e com uma personalidade proprietária, consolidando sua liderança no segmento de bebidas alcoólicas ready-to-drink e se descolando do universo das cervejas. Com um forte DNA de inovação e alta atratividade entre os consumidores jovens, a marca precisava de uma nova identidade visual marcante e protagonista, que não apenas traduzisse o seu novo posicionamento, mas sobretudo fosse capaz de alçar Beats ao patamar de marca icônica, suportando as ativações surpreendentes e experiências impactantes que ela se propõe a oferecer aos consumidores.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Ambev

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



Branding Eletromidia - design de marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Eletromidia, dos principais players de mídia OOH, ao adquirir a Elemídia, se torna uma das maiores empresas de mídia da América Latina. Para garantir que a fusão entre as duas marcas unisse o melhor de cada uma delas, era necessário um trabalho aprofundado de branding. Entendemos que era preciso trazer à tona os seus diferenciais, para tornar a nova marca mais relevante e construir relacionamento com os seus públicos. Para isso, trouxemos a conversa mais próxima ao consumidor final - e não só anunciantes - como hábito da marca e, também, construímos uma identidade que combinasse esse momento de fusão ao fato dessa marca estar presente nas ruas e na jornada das pessoas.

AUTORIA | ANO

Ana Couto

CLIENTE

Eletromidia

PROPOSITO

Tirar a mesmice do caminho.



PERSONALIDADE - NOSSO JEITO DE SER

Ambiciosa Cativante Criativa Visionária

POSICIONAMENTO

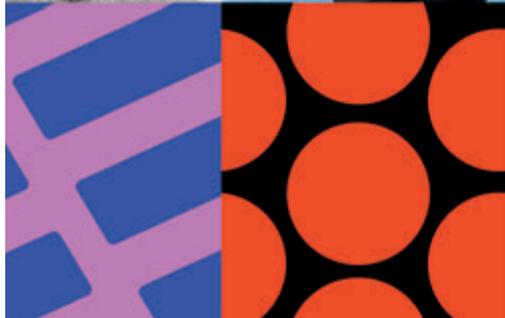
Tirar a mesmice do caminho. Esse é o objetivo da Eletromidia. Porque acreditamos que a vida nas grandes cidades é muito mais do que o ir e vir do dia a dia.

Com criatividade, a gente sempre inventa um jeito melhor de fazer. Cativamos a todos, porque transformamos nossos ambientes em verdadeiras experiências.

Online, offline, all lines.

Assim lideramos movimentos e tendências, porque sabemos o que as pessoas e as marcas desejam, conexões relevantes. A vida não tem mais espaço para piloto automático. Por isso, onde quer que a gente esteja, oferecemos uma seleção de conteúdos, serviços e experiências que facilitam e surpreendem a jornada urbana de cada pessoa, a qualquer hora, em qualquer lugar.

Eletromidia. Urban Connections.



eletromidia

cia hering



Cia.Hering

Antes

cia hering

Depois

Cia. Hering

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cia Hering, uma das maiores marcas nacionais, completou 140 anos em 2020. Para marcar essa data, fomos convidados a criar uma nova marca que pudesse potencializar sua presença no mercado e abrir novos caminhos de atuação para os próximos anos. Em um contexto no qual as mudanças de comportamento do consumidor são constantes, a demanda pela sustentabilidade cresce e o online se confunde com o offline, nosso desafio foi conectar todos esses elementos e, assim, preparar a Cia Hering para os próximos anos. Buscamos criar uma identidade proprietária para a marca, priorizando um mindset digital e um olhar centrado no cliente. Um dos maiores desafios do projeto foi conectar esse olhar atual aos tantos anos de tradição e às demandas do futuro.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Cia. Hering

logotipo completo

cia hering

versão reduzida

CH

paleta de cor

principal

auxiliar

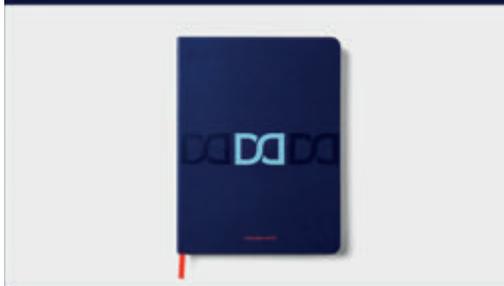
tipografia

nexa

Thin	Thin italic
Extra light	Extra light italic
Light	Light italic
Book	Book italic
Regular	Regular italic
Bold	Bold italic
Extra bold	Extra bold italic
Heavy	Heavy italic
Black	Black italic



DASA



Dasa Linguagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a fusão das três marcas Dasa, Ímpar e GSC um novo grupo nasce. Fomos convidados para desenvolver a marca e a linguagem dessa rede de saúde integrada, um ecossistema que valoriza o lado mais humano do cuidado e investe em tecnologia e inteligência de dados para transformar vidas.

AUTORIA | ANO

Tátil

CLIENTE

Dasa

DASA

Marca completa

DASA

Marca Estrutural

DASA

Agrupamento de todas as letras



Formação estrutural do símbolo Dasa

DA

Símbolo Dasa

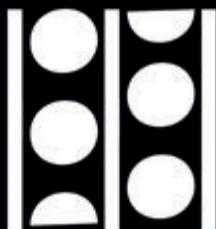


É
TEMPO
DE
REGENERAR

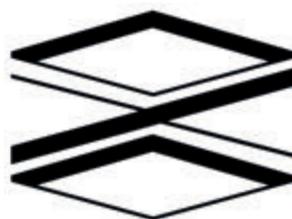
AMA
ZÔNIA
VIVA



O
I



V



Natura Ekos Linguagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Ekos, que está desde 2018 em um processo de reposicionamento, deu mais um passo e lançou novas fórmulas mais potentes e naturais em seus produtos. Para isso, foi proposta uma evolução da sua linguagem, tornando-a ainda mais proprietária e ativista. O coletivo ganhou mais força, seja na linguagem visual - com fotos de pessoas juntas, apostando na diversidade e trazendo um casting masculino - como na linguagem verbal, colocando o discurso no plural: SOMOS TODOS UMA NATUREZA SÓ. Além disso, para valorizar as novas fórmulas e reforçar a potência dos produtos, a embalagem ganhou destaque no visual e foi desenvolvida uma linguagem infográfica, para destacar o aspecto racional sem tirar espaço e importância do sensorial. Em Ekos, a linguagem tem um mantra: inspirar, informar e impactar

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Natura



AVON

Aēsop.



Natura&Co Linguagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura &Co é a maior B-Corp do mundo. Um grupo composto por quatro marcas de beleza icônicas: Avon, Natura, The Body Shop e Aesop. Assim como o poder do coletivo guia e inspira as manifestações da empresa e orienta a sua forma de fazer negócios, ele também deve estar presente em cada detalhe da identidade visual. Afinal, essa identidade é igualmente formada por um coletivo: de cores, imagens, símbolos e formas. A união de todos esses elementos cria um poderoso todo, que só pode expressar sua potência em toda a sua totalidade porque suas partes se somam, se complementam e se fortalecem.

AUTORIA

Tátil

CLIENTE

Natura&Co



exame.

Rebranding Exame

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Exame começava a repensar qual seria seu papel para o mundo e buscava uma visão mais contemporânea sobre o que é uma revista nos dias de hoje. O projeto de branding veio para estruturar essa visão e marcar o novo momento da empresa, que havia trocado de gestão recentemente. O plano era repensar o papel de conteúdo e educação no momento atual da história e ressignificar o que é a Exame, fazendo uma referência à sua tradição mas trazendo o simbolismo dessa marca para o mundo de 2020.

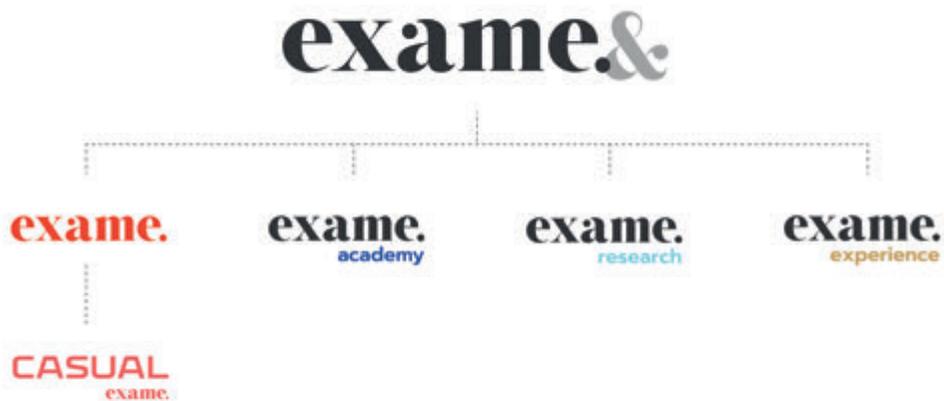
AUTORIA | ANO

Brand Gym

CLIENTE

Exame

estrutura de Marcas



anterior



sações e refino do novo logo tipográfico para ambientes digitais





CARADEPAU
marcenaria

LOGOTIPO

versão positiva



versão negativa



redução mínima



TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

principal **Avenir Next - heavy**

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno pqrstuvwxyz
1234567890 @#%*&!?

apoio Gabriel Sans - medium

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno pqrstuvwxyz
1234567890 @#%*&!?

PALETA CROMÁTICA



CARADEPAU Marcenaria

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para uma nova marcenaria em Belo Horizonte, criada para atender um nicho de designers cujas demandas específicas não são contempladas pelas empresas tradicionais do ramo.

AUTORIA

Gabriela Abdalla

CLIENTE

Fabício Faria

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



LOGO ANTIGO



REDESIGN

Das Pretas | Logo Redesign

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Redesign de logo desenvolvido para o Instituto Das Pretas, Laboratório de Inovação em Tecnologia Social com atuação em Vitória (ES) promovendo o Protagonismo Preto Feminino e Periférico e inserção no mercado local e nacional.

AUTORIA | ANO

Amanda Lobos

CLIENTE

Instituto Das Pretas

DAS • PRETAS



VERSÃO PRINCIPAL
PARA MEIOS GRÁFICOS E
REDES SOCIAIS

DAS.PRETAS



VERSÃO SECUNDÁRIA
ASSINATURA PARA MEIOS
CORPORATIVOS



DE ONDE PARTIMOS?

A identidade visual anterior trazia uma série de desafios técnicos para sua aplicação e elementos gráficos que pouco remetiam ao universo de jogos de tabuleiro ou valores e atributos da marca.

Outro importante desafio considerado foram os ambientes em que a marca se faz presente: desde as embalagens dos jogos até o meio digital, contextos extremamente ruidosos, com excesso de informação.

Por outro lado, era uma identidade que já havia estabelecido uma relação afetiva com o público da marca, que demonstrava familiaridade com ela, em especial com sua mascote, a iguana. Presente em todas as versões do logo, e, portanto, um dos principais assets visuais da marca e que deveria ser considerada em seu redesenho.



IGUANA

A iguana literalmente sai da caixa - que antes simbolizava um dado, elemento que já não representa o universo dos jogos - e torna-se um elemento gráfico dinâmico, que expressa mais personalidade e movimento.



versões do logotipo



DESCRIÇÃO DO PROJETO
<<descricao>>

AUTORIA | ANO



CLIENTE
<<cliente>>



Selo

Um módulo simples e flexível, cuja relação entre figura e fundo possibilita a combinação de cores contrastantes entre si para facilitar a aplicação nos mais diversos fundos das caixas dos jogos.



Galápagos Jogos - Identidade Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Galápagos Jogos é uma editora e distribuidora de jogos de tabuleiro, cartas, miniaturas, RPG, livros e brinquedos que tem o propósito de “aproximar pessoas por meio de uma experiência fantástica de entretenimento”, além de demonstrar que os jogos de tabuleiro também evoluíram. Essa ideia é representada tanto pelo nome Galápagos (arquipélago que inspirou Darwin a formular a teoria da evolução) quanto pela iguana, mascote presente no logo desde os primeiros momentos da marca e importante elemento mnemônico para seu público. Nosso desafio foi o de redesenhar sua identidade visual de forma a manter a imagem positiva conquistada com seus clientes desde 2009 e, ao mesmo tempo, deixar clara a direção na qual a marca está alinhada para o futuro, tornando sua proposta acessível para mais pessoas.

AUTORIA

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

CLIENTE

Galápagos Jogos

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



M.WEITZ Logo + IdV

DESCRIÇÃO DO PROJETO

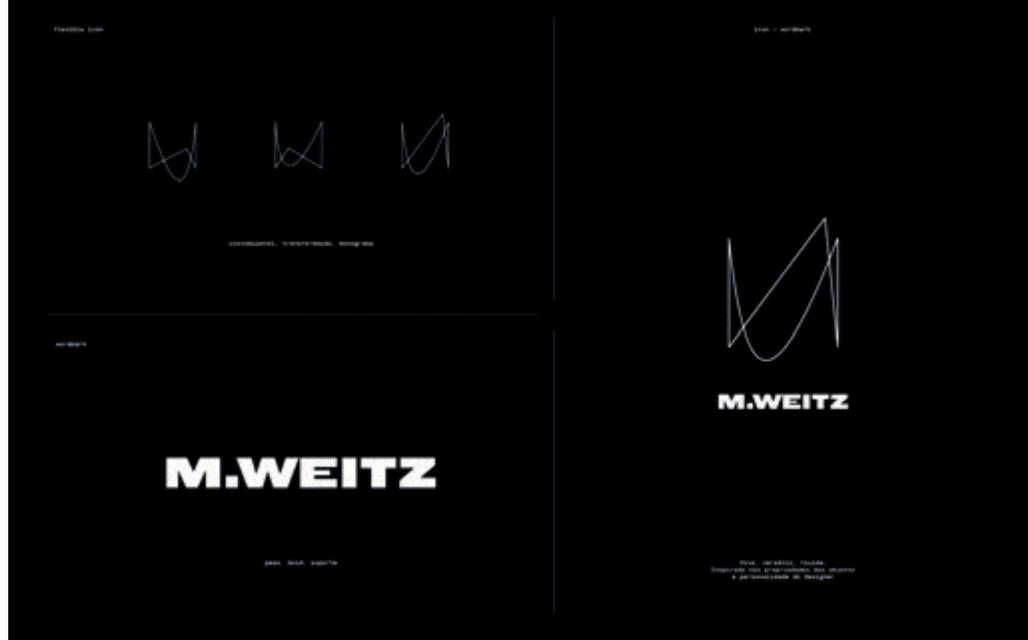
O logotipo é composto por um ícone flexível e leve que contrasta com uma wordmark bold e pesada. O ícone funciona como um monograma e apresenta-se como um organismo vivo, é composto das iniciais M e W que causam surpresa ao espectador ao decifrar seu significado inicialmente abstrato. O M é mais orgânico e fluido enquanto o W apresenta arestas mais secas e precisas, que são características presente nas criações do designer. Na cor, o logotipo é preto ou branco já na paleta de apoio, que faz referência aos materiais utilizados, encontramos uma mescla de tons naturais com o laranja vibrante e o peso do azul denso que faz referência aos metais.

AUTORIA | ANO

STUDIO FREIHEIT

CLIENTE

M.Weitz





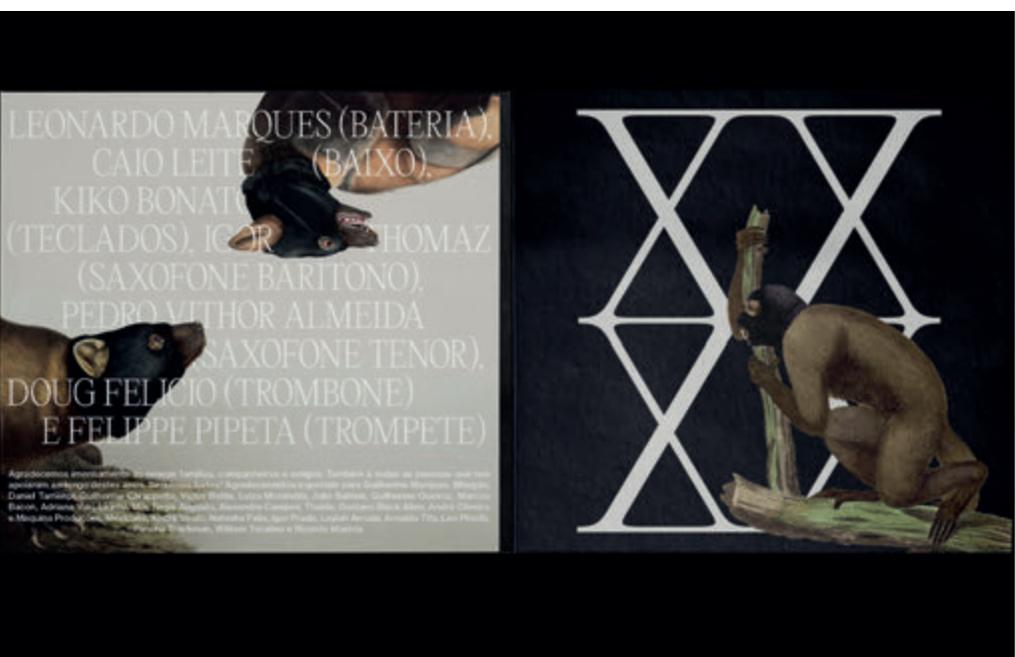
Yuper: Viva Novos Períodos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vivemos em uma sociedade em que o sexo feminino aprendeu a sentir vergonha e até mesmo desrespeitar seu corpo. Mas isso já não pode ser realidade, ainda mais quando falamos em saúde feminina. A Yuper nasce, então, por acreditar que as mulheres merecem mais. Chega com Im"menstruação sem tabu" como seu conceito embrionário. Transformando a forma que lidamos com a menstruação, a marca promove reeducação e liberdade de fala, além de repensar hábitos e conceitos ao redor do período menstrual. A empresa comercializa produtos como copos e discos menstruais que coletam o fluxo menstrual de forma saudável ao corpo. A concepção do trabalho de branding se inicia na estratégia de posicionamento, desdobrando-se em pontos de contato que materializam verbal e visualmente o propósito da marca.fer

AUTORIA
StudioBah

CLIENTE
Yuper



XXXX

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Black Mantra é uma big band instrumental paulistana de soul funk 70s e composta por renomados músicos da cena independente da cidade. Em 2020 lançou seu segundo álbum autoral, chamado de “2020” (lê-se vinte-vinte), produzido pela lenda BNegão, que marcava uma nova fase da banda, mais engajada politicamente e com foco na cena e movimentos artísticos-independentes da noite.

AUTORIA
carne

CLIENTE
Black Mantra





Bestiário do Bicho Comum

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Bestiário do Bicho Comum é uma coletânea de animais ordinários que estão presentes no nosso cotidiano.

AUTORIA

Kevelyn Oliveira

CLIENTE

Projeto Pessoal



BK'

O LÍDER EM MOVIMENTO

2020



O Líder em Movimento

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual desenvolvida para o terceiro álbum de estúdio do BK', rapper de grande peso no cenário nacional, intitulado "O Líder em Movimento".

AUTORIA | ANO

Lucas Rodrigues

CLIENTE

BK'





Arroio



Arroio

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Arroio é um curta-metragem experimental produzido de forma independente. Fui convidado para desenvolver toda linguagem visual utilizada na divulgação do projeto, partindo de sua personalidade indie e experimental.

AUTORIA

Diego Silva

CLIENTE

Isabela Stresser

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



MAUC 60 anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nos 60 anos do Museu de Arte da Universidade Federal do Ceará, o selo comemorativo parte do conceito “Nossa arte é presente”, refletindo sobre passado, presente e futuro. Com um desenho inspirado diretamente nas formas do logotipo do museu, a marca celebra o MAUC como a Joia da Universidade e marca sua presença no cenário da arte cearense.

AUTORIA | ANO

UFC Informa

CLIENTE

Museu de Arte da UFC

MAUC
60
ANOS



The
Fable
Fund
Save the Wild Ones



The Fable Fund

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criado pela marca de cosméticos Fable & Mane, The Fable Fund é um serviço para arrecadar donativos com o intuito de preservar a vida de grandes felinos, em especial tigres e guepardos. Com raízes indianas, os fundadores da marca se preocupam em elaborar não apenas produtos, mas retribuir ao universo o que ele nos permite viver. A empresa Fable & Mane tem sede em Londres e faz parte de grandes lojas como Sephora e Boots, estando presente em diversos países.

AUTORIA

LASCA STUDIO

CLIENTE

Fable & Mane





Bar Astor 20 anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nascido no bairro da Vila Madalena, conhecido pelo seu clima boêmio e cocktails precisos, o Bar Astor completou 20 anos e para comemorar lançou um pequeno lote do GIN ASTOR, desenvolvido pela Virga em parceria com bartender Fabio La Pietra. Para marcar o lançamento a Elefante Project foi convidada para pensar em um cartaz que transmitisse a essência do bar e seu novo Gin.

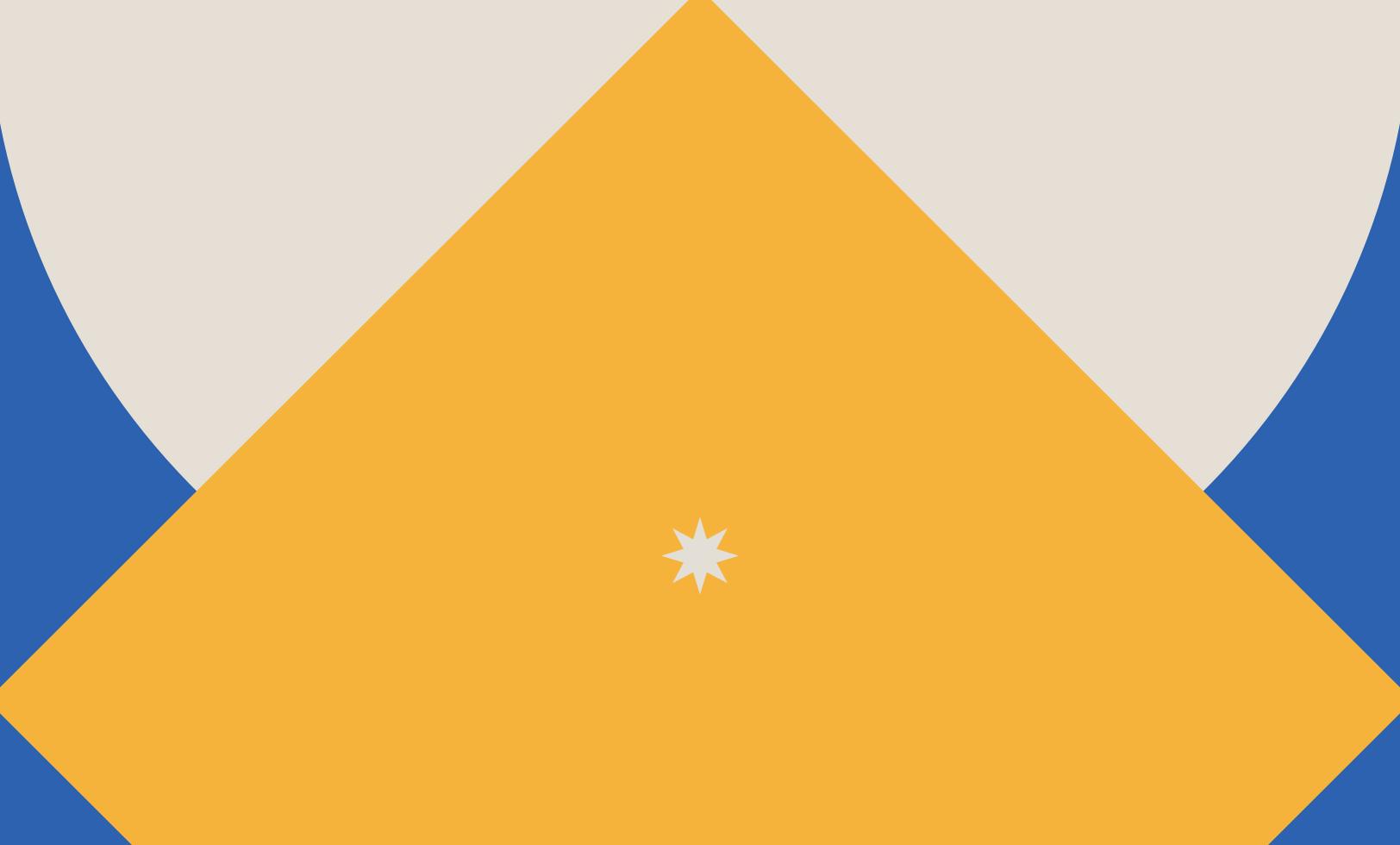
AUTORIA | ANO

Elefante Project

CLIENTE

Cia Tradicional de Comercio





REALIZAÇÃO

ABEDSIGN