BRASIL DESIGN Award 2022

SEM FRONTEIRAS para o DESIGN BRASILEIRO

REALIZAÇÃO
ABEDESIGN

REALIZAÇÃO

ABEDESIGN

PATROCINADORES

Klabin

empathy
Human of Things

ioasys

LICOR 43 ORIGINAL

VINEYARDS SUNTANA

APOIADORES

abd
Associação Brasileira de Designers de Interiores

abre
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM

ADG Brasil

ap:design

CENTRO BRASIL DESIGN

Colletivo

peita.me
- puta apoio

PretADG

RM2soluções

2022

Sumário

Palavra do Presidente 5

Palavra da Diretora 7

Presidentas do Júri 9

Júri 10

Equipe Executiva 11

Homenageados 13

Branding 15

Craft for Design 29

Design de Ambiente 49

Design de Embalagem 69

Design de Produto 93

Design de Serviço 105

Design Digital 115

Design Editorial 127

Design Gráfico 161

Design Social 237

Design Sustentável 277

Destaques do Ano 281

Gabriel Lopes

Este material é um breve registro do incrível evento que foi o BDA 2022. Apesar de todos os nossos esforços, é desafiador transmitir plenamente a energia contagiante do tema “Design sem Fronteiras”, que celebrou com entusiasmo a produção nacional do design brasileiro. A grandiosa celebração realizada no centro histórico de São Paulo foi um testemunho da presença marcante de talentosos profissionais do design.

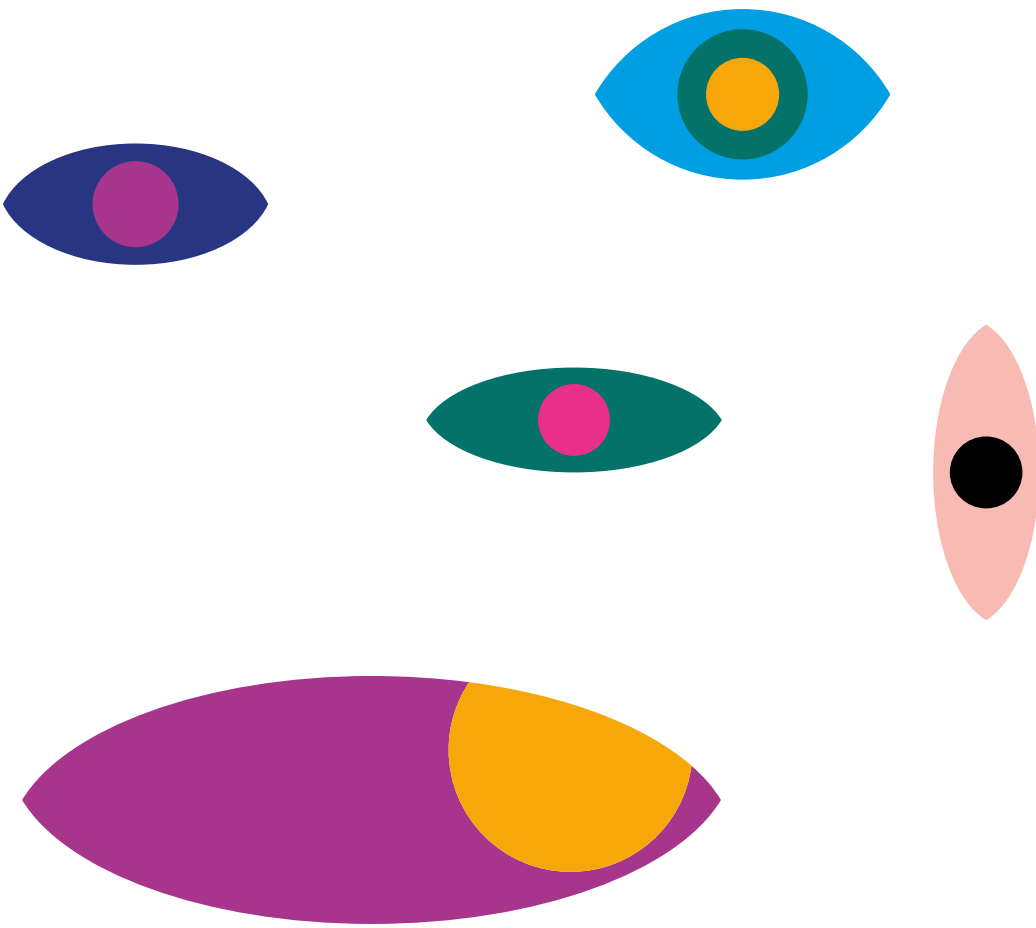
Hoje, temos o orgulho de afirmar que o BDA se consolidou como o maior prêmio de design do Brasil. Ele representa uma plataforma que impulsiona o design nacional para além das fronteiras, tanto internamente quanto globalmente.

“Transformação” é a palavra que melhor descreve a essência deste evento.
Ela destaca a capacidade do design de moldar e transformar o mundo ao nosso redor.
O design brasileiro se destaca pela sua abordagem inovadora, criativa e solucionadora de problemas. Ao participar do BDA, você contribui para o impacto positivo que o design pode ter na sociedade, por meio de ações diversas e inclusivas.
“Conexões” é outra palavra fundamental que reflete a proposta do evento.
Ela simboliza a união, colaboração e intercâmbio entre designers brasileiros.

No BDA 2022, tivemos a honra de apresentar um corpo de júri com maioria feminina liderado, pela primeira vez, por presidentes de categoria exclusivamente mulheres, representando a diversidade de mulheres do Brasil no mundo. Essa iniciativa destacou a importância de valorizar o talento feminino no campo do design.

2022

Palavra do Presidente



O BDA 2022 foi verdadeiramente um marco na história do design brasileiro, um evento que impulsionou a transformação e fortaleceu as conexões em nossa comunidade. Agradecemos a todas as talentosas designers e profissionais que contribuíram para o sucesso dessa celebração memorável, tornando-a ainda mais especial com a participação diversa e inspiradora de mulheres do Brasil e do mundo.

Parabenizamos a todas as mulheres do júri e aos participantes do BDA 2022 por tornarem esse evento uma vitrine brilhante do talento e da criatividade no design brasileiro.

Gabriel Lopes
Presidente ABEDESIGN

Vanessa Queiroz

Olá, querides,

O tema desta edição do BDA 2022 é uma resposta e uma provocação à angústia na maneira de ver e viver o design e as nossas relações frente a tantas transformações depois de 2 anos (e contando) de pandemia. As mudanças no comportamento do trabalho e tantas outras que vivenciamos atingem todos os mercados, inclusive o do design. Uma descentralização forçada da nossa forma de trabalhar e atuar nos fizeram repensar tudo.

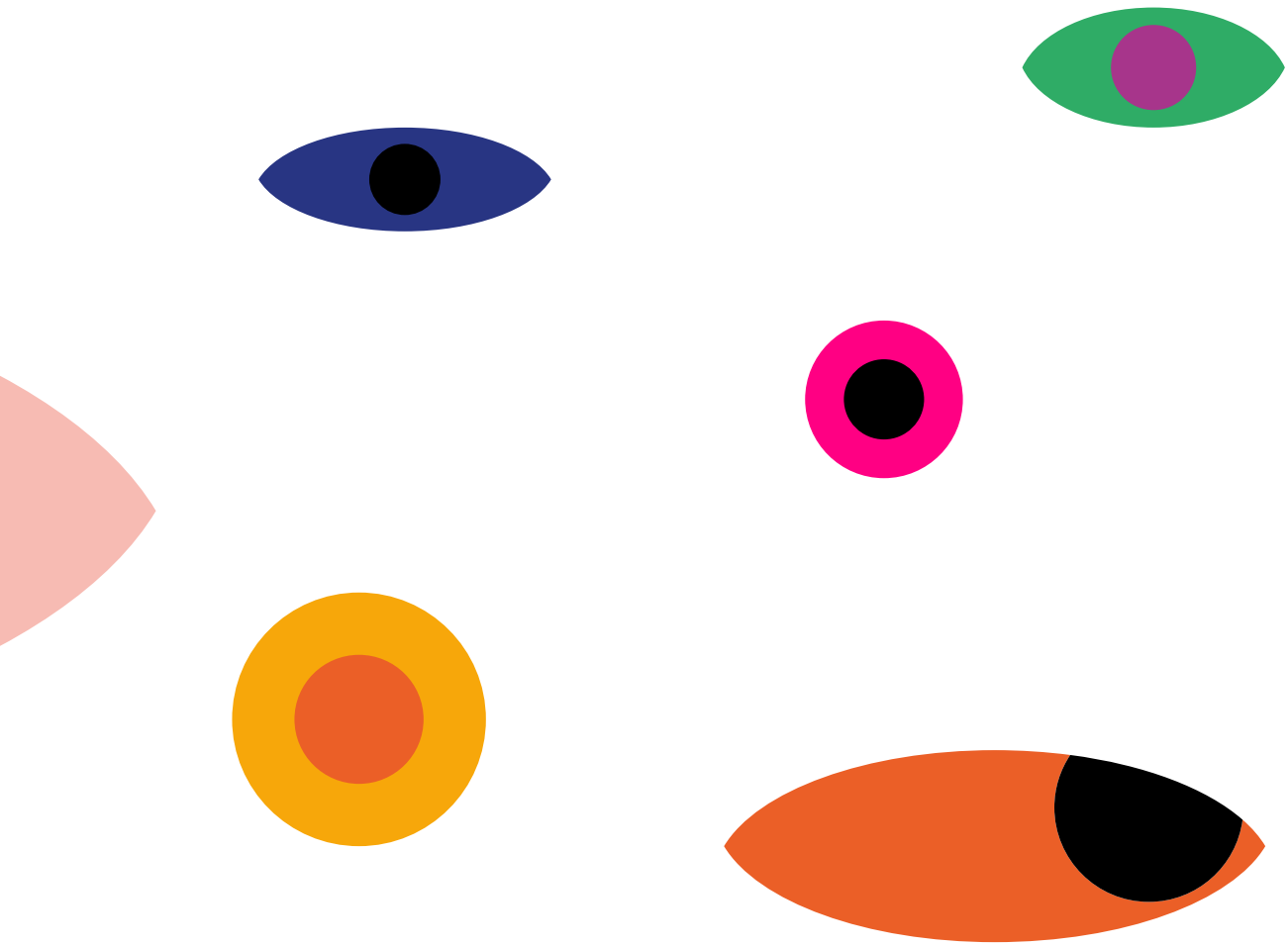
Queríamos que o tema fosse uma provocação ao diálogo já que precisávamos olhar para frente e entender que ainda temos muito trabalho quando se fala de design no Brasil.

Precisamos olhar com profundidade, reforçar nosso DNA, encontrar nossos caminhos e linguagens, mas sem esquecer de um pano de fundo muito importante: um país de tamanho continental com uma série de diferenças sociais e estruturais que fazem com que projetos e negócios sejam mais “fáceis” na região sudeste, em especial em São Paulo, e muito mais complexos em outras regiões do país. Admitir, encarar e escancarar esta realidade é um começo.

Nossa provocação é e será para um futuro em que uma associação brasileira de empresas de design tenha como obrigação fomentar e trocar com um mercado múltiplo e diverso, cheio de sotaques, culturas e meios de produção diferentes. Essa riqueza cultural é nossa maior vantagem competitiva enquanto negócio e profissionais, dentro e fora do país, portanto não podíamos como premiação não ter este olhar.

2022

Palavra da Diretora



Mas para que isso aconteça, temos que trabalhar mais, batalhar pela nossa valorização, olhando para nossa cultura, natureza, povo e relações, entendendo que nada é mais importante do que estimar o que é nosso. Não precisamos copiar e recopiar nada, quando no mundo o que mais se valoriza é a diversidade que o Brasil tem.
Por isso, temos que escolher trabalhos que venham carregados com o que temos de precioso em cada canto do país, desenvolvido por profissionais e empresas de todas as regiões, mantendo a troca entre todos e que possamos trabalhar de maneira colaborativa para não só engrandecer nossos projetos como também o desenvolvimento do mercado e do design brasileiro, de forma regional e global.

Portanto esse evento é um convite para descentralizar, didatizar, aproximar, democratizar e trocar ainda mais nosso conhecimento, o saber e o poder do design entre todos os espaços criativos do país e toda sua linguagem e potência.

Vamos juntos lutar para valorizar o design nacional sem fronteiras.

Vanessa Queiroz
Diretora de Premiações ABEDESIGN / Diretora Geral BDA 2022

CAMILA MOLETTA

Presidente Branding
BDA 2022
Diretora de Design Coca-Cola LATAM
Co-fundadora da MORE GRLS

FLAVIA ZIMBARDI

Presidente Craft for Design
BDA 2022
Typeface Designer e Artista Visual - Commercial Type, Frere-Jones, Adobe Originals, Google Fonts, entre outros

BEBEL ABREU

Presidente Design de Ambiente BDA 2022
Arquiteta, Produtora Cultural, Diretora da Mandacaru Design, Bebel Books e What Design Can Do - Brasil

DANIELA CACHICH

Presidente Design De Embalagem BDA 2022
Presidente de Unidade de Negócios de Bebidas do Futuro - AMBEV

RENATA MOURA

Presidente Design de Produto
BDA 2022
Especialista em Design Emocional e Designer Industrial do Estúdio Renata Moura

IANA CHAN

Presidente Design de Serviço
BDA 2022
CEO e Fundadora da PrograMaria
Colunista IT Forum 365 - Diversidade e Inclusão na Tecnologia

2022

Presidentas de Júri

RACHEL LIMA

Presidente Design Digital BDA 2022
Design Lead da AmbevTech
Diretoria PretADG

THAÍS KLEIN

Presidente Design Editorial BDA 2022
Lead Design Global da Condé Nast EUA

MONICA MOURA

Presidente Design Gráfico BDA 2022
Professora Doutora e Pesquisadora em Design na UNESP

MEL CAMPOS

Presidente Design Social BDA 2022
Designer Estratégica em Inovação Social na Natura
Diretoria PretADG

LAURA BRETANHA HERTER

Presidente Design Sustentável BDA 2022
Chefe de Operações | Gerente Geral KLABIN

DANDARA ALMEIDA

Presidente Destaques do Ano BDA 2022
Diretora de Criação da Tátil Design

2022

Júri

BRANDING

Camila Rodrigues
Erika Martins
Fabiana Falcão
Fernanda Salgado
Guilherme Sebastiany
Mariana Hermeto
Mayra Messora
Renata Decoussau
Samuel Martins
Sillas Maciel
Thomas Cosin
Victor Garcia

CRAFT FOR DESIGN

Álvaro Franca
Ana Laydner
Andrea Kulpas
Daniel Sabino
Giovani Castelucci
Guilherme Falcão
Flora de Carvalho
Juliana Vomero
Marcelo Roncatti
Rodrigo Saiani
Romildo Rocha
Tassiana Nuñez Costa

DESIGN DE AMBIENTE

Adriana Fontana
Adriana Marto
Bruno Siqueira
Celso Longo
Marcelo Machado de Araujo (Jackow)
Marcos Ham
Mariana Machado Coelho Hardy
Renata Figueiredo-Lanz
Silvia Maciel Sávio Chataignier
Tiago Guimarães

DESIGN DE EMBALAGEM

Adriana Lotaif
Alessandra Camara
Chantal Goldfinger
Ciro Ribeiro Rocha
Fabiola Souza Lima
Fatima Aparecida dos Santos
Felipe Bernardes
Felipe Silva
Gabriela Moura
Henrique Del Lama
Jessica Gomes
Luciana Pellegrino

DESIGN DE PRODUTO

Cindy Renate Piassetta
Xavier Medeiros
Daniel Innarelli
Daniel Jorge Vieira Reis
Eduardo Borem Teixeira
Giulliano Beck Puhle
Glaucia Binda
Haro Schulenburg
Ilse Lang
Marina Cota
Nydia Rocha
Pietro Oliveira
Rafael Fernandes Marcondes
Raphael Manfré
Susana Bastos Alvarenga

DESIGN DE SERVIÇO

Ana Gouvêa
Claudia Niemeyer
Herick Ferreira
Isabella Lima Barbosa Santos
Leonardo Becker
Livia Gabos
Raquel Bernabó
Tainá Salomão
Thaly Sanches
Yvone Delpoio Marques de Oliveira

DESIGN DIGITAL

Alice Oliveira
Caio B. N. de Albuquerque
Diogo Farias
Katja Aquino
Liliane Claudia Marcilon de Melo (Marck Al)
Maria Julia Carneiro dos Santos
Polliana Lopes
Renata Westenberger
Vilma Vilarinho

DESIGN EDITORIAL

Alceu Chiesorin Nunes
Amanda Lobos
Beto Shibata
Camila Rosa
Carla Piaggio
Cassia Leticia Carrara Domiciano
Julius Wiedemann
Leonardo de Vasconcelos Santana
Paula Cruz
Rodrigo Bleque
Tereza Bettinardi

DESIGN GRÁFICO

Cyla Costa
Delano Rodrigues
Felipe Miranda
Fernanda Didini
Filipa Pinto
Jorge Romanos
Júlia Lefcadito Alvares Comin
Kareen Sayuri
Kevelyn Oliveira
Leonardo Buggy
Lucy Niemeyer
Marcelo Kimura
Marlon Motta

DESIGN SOCIAL

Adriane Shibata
Ana Beatriz Simon
Factum
Cristiana Ribeiro
Giselle Prado
Jonathan Prateat
José Lazzaris
Juliana Buso
Lígia Dembinski
Neymar Leonardo
Sâmia Batista
Thais Fabris

DESIGN SUSTENTÁVEL

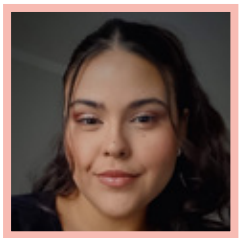
Betania Vilas Boas
Eduardo Moreno Batista
Helena Chamma
Horrana Porfirio
Karen Cesar
Marcelo Quinan
Silvana Meister Sommer

DESTAQUES DO ANO

Breno Loeser
Camilla Mattos
Carina Flexor
Daniele Mattos
Elizandro Rabelo
Germana Gonçalves de Araujo
Lane Marinho
Lucas Foster
Ludmila Oliveira
Raiza Costa
Sarah Veloso

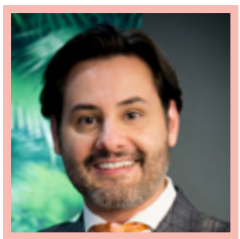
2022

Equipe Executiva

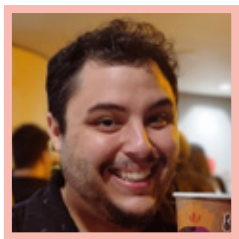


ANNA BERNARDO
Administração

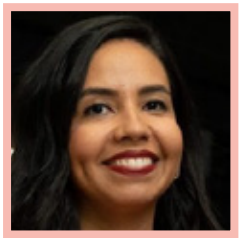
DIEGO MARQUES
Equipe Executiva



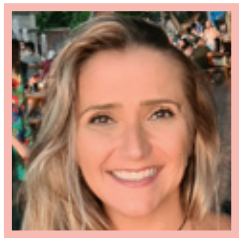
ANDERSON PASSOS
Equipe Executiva



GUTO BERNARDO
Designer Gráfico



BÁRBARA DUAVY
Equipe Executiva



LARISSA DENIS DALLAL
Gerente Executiva

BRUNO GARCIA
Direção de Arte

ROSANA BRITO
Financeiro

Klabin

Design e Inovação

Cazoolo/Braskem

Design ESG/
Economia Circular

InnoWomen/AmBev

Iniciativa de Apoio
à Diversidade no Design

CCBC - Câmara de Comércio Brasil-Canadá

Instituição de Apoio ao Design

2022

Homenageados

IESB - Instituto de Educação Superior de Brasília

Instituição de Ensino de Design

Tomorrow Cast/ Institute for Tomorrow

Veículo do Ano

Luiz Gustavo Pacete

Profissional de Promoção ao Design

Raphael Abreu

Internacionalização do Design

2022

Branding

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS

OURO 2022

GRAND PRIX

Rio Carnaval

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Aceitamos o convite único e irresistível de desenvolver um projeto de Branding para o Carnaval das escolas de samba da cidade do Rio de Janeiro. Conhecido como o "maior espetáculo da terra", o evento tão apreciado no Brasil e no mundo ganhou uma identidade própria que foi desenvolvida em conjunto com a comunidade do samba e com parceiros, amantes e profissionais do Carnaval que deram vida, movimento e samba à marca. O processo envolveu mais de 7 mil pessoas e o caminho foi experimental, repleto de recursos tecnológicos e analógicos para que o resultado fosse contemporâneo e, acima de tudo, representasse todos que fazem parte dessa festa. Entrevistamos milhares de pessoas e tivemos o prazer de conversar com grandes personalidades do samba como Monarco, Laíla, Rosa Magalhães e Milton Cunha.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Liesa

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS

Smolbol

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Smolbol é a primeira de uma série de marcas criada por um grupo empreendedor no ramo alimentício, que tem como objetivo criar snacks simples e saudáveis, especialmente originários da América Latina e alinhados com o crescente interesse por produtos clean label nos Estados Unidos. O primeiro produto da linha, são os famosos ovinhos de amendoim, tão presentes na cultura brasileira e desconhecidos no país destino. Um produto alinhado à crescente tendência de snacks saudáveis para consumidores conscientes que desejam uma vida mais gostosa, simples e divertida. Smolbol vai contra os alimentos ultraprocessados, complexos e cheios de ingredientes. Smolbol Peanut + Cassava é um amendoim coberto por uma camada de mandioca, frita com apenas 5 ingredientes naturais em sua fórmula.

AUTORIA

Questtonó Manyone

CLIENTE

Smolbol

BRANDING
ESTUDANTES COMPLEMENTARES

BATEKOO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Se colocando como um ambiente de celebração e afetividade, principalmente para a comunidade negra, a BATEKOO é uma marca que nasceu despretensiosamente como uma festa de aniversário na periferia de Salvador. Além de promover bailes de norte a sul do Brasil, já estreou sua primeira turnê internacional e agora viabiliza a produção de artistas vinculados à marca. Nesse tempo, ampliou sua atuação para um novo eixo educacional, onde produz cursos que contribuem para a formação profissional da juventude negra e LGBTQIA+. Dado o crescimento da BATEKOO e de seus pontos de contato, nasceu a necessidade de pensar o sistema de marca que traz como ponto-chave sua personalidade periférica, insubmissa, diversa, enérgica e que ousa como vanguarda de um (afro)futurismo brasileiro.

AUTORIA

BILE

CLIENTE

BATEKOO

BRANDING
NAMING

Amassa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Naming para marca de massas artesanais. Um dos universos que compõem a culinária mineira são as receitas tradicionais de família. Foi esse o ponto de partida para Amassa: empresa de massas artesanais feitas pelos irmãos Miguel e Pedro Valente que misturam os conhecimentos familiares a novas texturas, cheiros e sabores. Uma culinária baseada no resgate, mas que também dialoga com o presente. O desafio neste projeto foi criar nome, linguagem e identidade que expressassem a proposta de oferecer produtos práticos e de boa qualidade com um toque de descontração e bom humor. Construímos um projeto que aproxima, humaniza e transmite uma maneira fácil de desfrutar de uma refeição caseira com qualidade de restaurante no conforto de casa.

AUTORIA

Estúdio Girundi

CLIENTE

Amassa Cozinha

BRANDING
NAMING

Cazoolo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

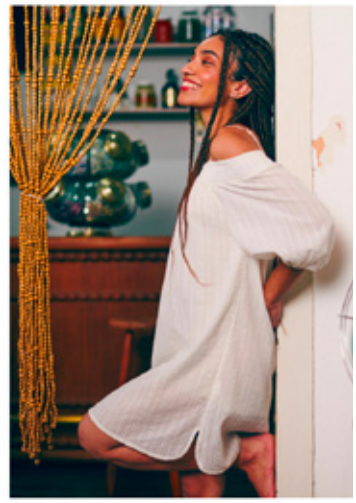
Cazoolo é o novo Lab de Design de Embalagens Circulares da Braskem, maior petroquímica da América Latina, criado para fomentar a inteligência coletiva para o desenvolvimento de soluções de embalagens sustentáveis.

AUTORIA

CBA B+G

CLIENTE

Braskem



Hering: o Básico do Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No cenário pós pico da pandemia, muitas marcas entenderam a necessidade de se adequar melhor aos consumidores que, hoje, transitam de uma forma diferente entre o digital e o físico. Esse público também passou a ser mais consciente na forma como se relaciona com as marcas que fazem parte de sua vida e com o impacto social e ambiental que elas deixam no mundo. A Hering, então, enxergou uma oportunidade de aumentar sua relevância ao se reposicionar, fortalecendo seus atributos já consolidados e buscando outros tantos que seriam diferenciadores nesse novo contexto. Esse foi o grande desafio que assumimos: como ressignificar o Básico mantendo a sua essência? Como comunicar melhor o que a marca já faz muito bem? Como levar para o futuro um ícone que há gerações faz parte da vida do brasileiro?

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Cia. Hering

BRANDING
NAMING

Igapó - Projetos incentivados da Amazônia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Igapó é uma iniciativa de construir uma rede de empreendedores sociais na Amazônia, com o propósito de impactar radicalmente o cenário do investimento social na região.

AUTORIA

Calebe_

CLIENTE

Igapó

BRANDING
VOZ

Neon com luz própria

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como se conectar com jovens da classe C diante de uma crise econômica nunca vista por essa geração? Evoluímos a expressão verbal dessa marca que tem uma proposta ousada de falar de finanças de uma maneira simples e justa para todos terem um futuro brilhante. De mãos dadas com a Neon, assumimos o desafio de construir uma linguagem popular, cheia de brilho e com conteúdos acessíveis sobre um assunto tão complexo quanto o mercado financeiro. O novo universo verbal evidencia o novo posicionamento e potencializa elementos proprietários, o cotidiano e as nossas diferentes expressões. Com muito neologismo e ritmo, desenhamos um caminho que pretende engajar nossa Neonzada e dar a segurança para explorar a criatividade com alto-astral em diferentes pontos de contato. Vamos pra cima!

AUTORIA

Ana Couto

CLIENTE

NEON

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS

Nova Identidade MIS Ceará

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Museu da Imagem e do Som do Ceará iniciou um processo de transformação de sua identidade - que pretendia alinhá-lo aos contextos atuais e - que compreendeu desde seu espaço físico, ampliação e novo projeto arquitetônico, até sua identidade visual em todos os pontos de contato. O museu ganharia instalações e tecnologias de última ponta, um programa educativo e de curadoria completamente renovados. A nova identidade deveria acompanhar esse movimento. O resultado colocou o MIS em um lugar onde ele nunca esteve: de visibilidade, com personalidade e voz ativa e o mais importante, mais possível para todes.

AUTORIA

Estúdio Tropical

CLIENTE

Secretaria da Cultura do Estado do Ceará

BRANDING

POSICIONAMENTO PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESA

RUSKA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ruska é um bowl que traz uma solução simples, mas engenhosa, para um problema comum dos animais de estimação: a falta de interesse na ração. Recém lançada, a marca nasce com a missão de revolucionar a relação que os cachorros têm com a alimentação. Todos sabemos como é difícil comer a mesma coisa todos os dias e, para os pets, isso não é diferente. Muitos enjoam da ração e outros adoecem e precisam de rações menos palatáveis. O bowl da Ruska cria uma experiência para o cachorro e, por meio do olfato, torna a ração mais atrativa. Seu sistema consiste em três partes: (1) uma base; (2) um recipiente interno, onde o petisco é colocado; e (3) um prato para a ração. O prato apresenta perfurações que permitem a dispersão do aroma do petisco, perfumando a ração. Sim, os cachorros adoram isso!

AUTORIA

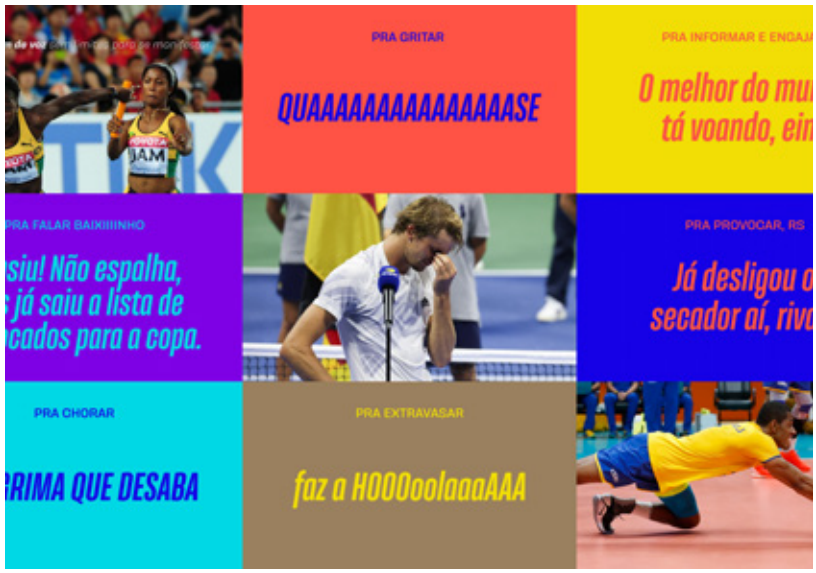
PETRIKÓR

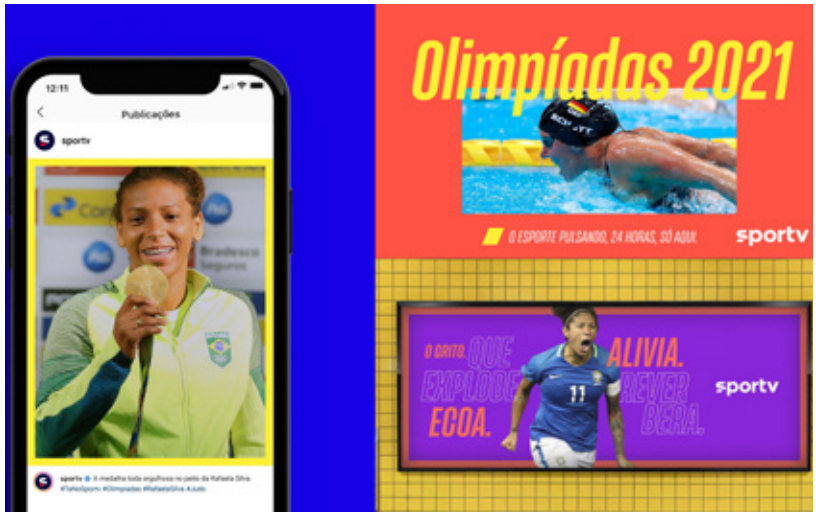
CLIENTE

RUSKA

BRANDING
VOZ

Sportv. Como fazer o esporte pulsar com palavras?





DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Sportv é um veículo brasileiro consagrado de transmissão esportiva que passava por uma perda de relevância devido à dificuldade de se aproximar de novos públicos e se adaptar às mudanças nos hábitos de consumo. A chegada de seus 20 anos foi um marco para atualizar a experiência de forma mais dinâmica, vibrante e calorosa – características tão inerentes ao esporte, sem perder sua essência jornalística. Em um mercado com novos players, criar uma conexão dos públicos com a marca para além da programação televisiva era essencial. A partir do conceito “pulsar esporte”, foram criados posicionamento, identidade visual, verbal e plataformas de ativação, que passaram a traduzir o potencial da marca de aplicar seu olhar proprietário, espontâneo e humano de transmitir esporte.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Grupo Globo

BRANDING
NAMING

Vibra Energia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

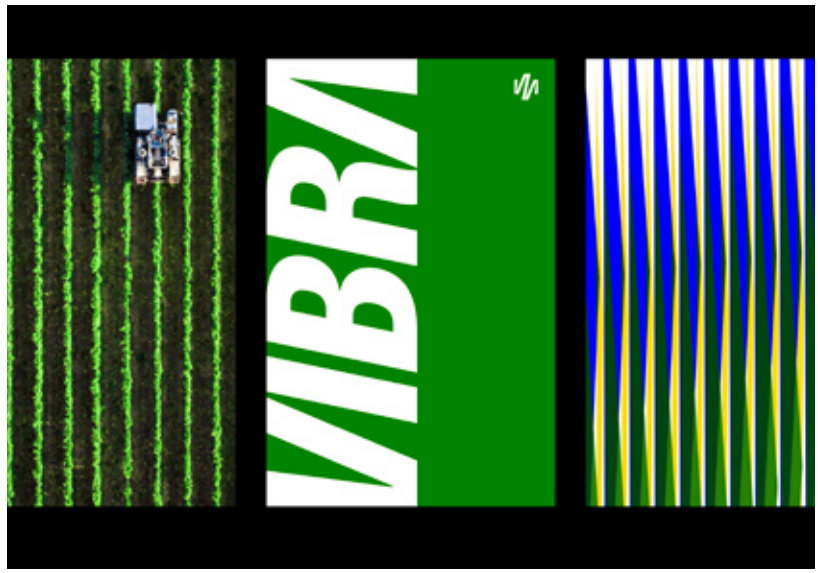
Imagine o desafio de criar o novo nome de uma das maiores empresas do país. Uma marca admirada por todos os brasileiros, que trazia o legado de 50 anos da BR Distribuidora, mas que agora precisava evoluir inspirada pelo seu propósito na direção dos desejos do mundo. Era preciso encontrar uma síntese potente. Um nome capaz de traduzir a estratégia, despertar orgulho e abrir caminhos para o futuro, fazendo com que todos se sentissem representados de norte a sul do país.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Vibra Energia



2022

Craft for Design

CRAFT FOR DESIGN
MOTION

Rio Carnaval

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Aceitamos o convite único e irresistível de desenvolver um projeto de Branding para o Carnaval das escolas de samba da cidade do Rio de Janeiro. Conhecido como o “maior espetáculo da terra”, o evento tão apreciado no Brasil e no mundo ganhou uma identidade própria que foi desenvolvida em conjunto com a comunidade do samba e com parceiros que deram vida, movimento e samba à marca. O processo foi experimental, repleto de recursos tecnológicos e analógicos para que o resultado fosse contemporâneo e, acima de tudo, representasse todos que fazem parte dessa festa. Entrevistamos mais de sete mil pessoas, dentre elas amantes e profissionais do carnaval e tivemos o prazer de conversar com grandes personalidades do samba como Monarco, Laíla, Rosa Magalhães e Milton Cunha.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Liesa

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

23º Festival de Cinema Kinoarte

DESCRIÇÃO DO PROJETO

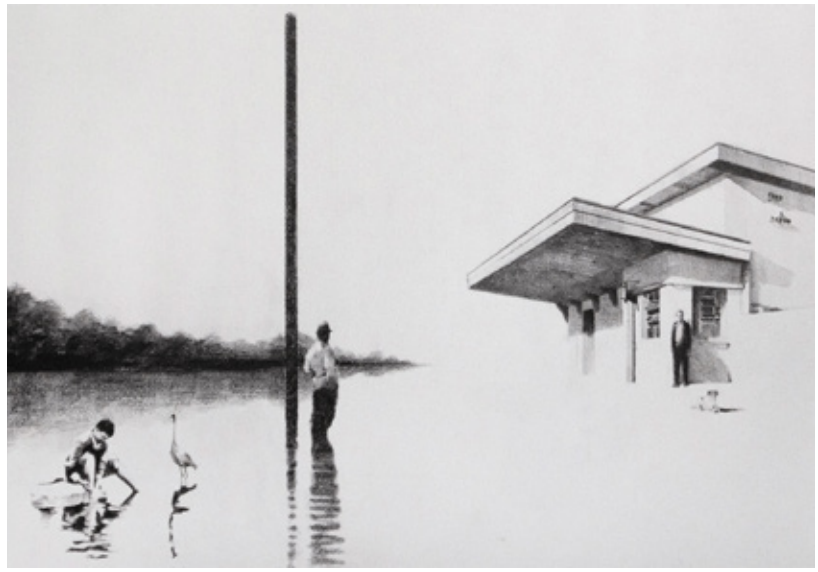
Ilustrações que compõem a identidade visual da 23ª edição do Festival Kinoarte de Cinema, o mais antigo no estado do Paraná na linguagem artística. O evento prioriza a valorização do cinema brasileiro autoral, além de incentivar a produção e disseminação do conhecimento audiovisual. Há competitivas e premiações de curtas-metragens nas categorias Iberoamericana, Brasileira, Paranaense e Londrinense, avaliados por júri popular e oficial.

AUTORIA

LESTE

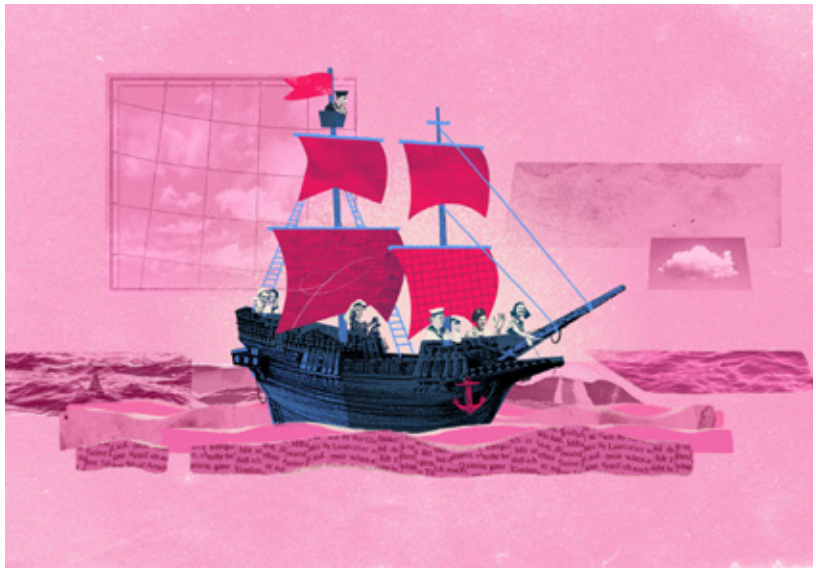
CLIENTE

Kinoarte – Instituto de Cinema e Vídeo de Londrina



CRAFT FOR DESIGN
MOTION

Tales from Enterprise - Fernanda Waiden



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este projeto é parte da estratégia de reforço por forma indireta e amigável da marca VTEX, uma plataforma de comércio digital para grandes empresas. Durante o período de confinamento do covid-19, a empresa realizou diversas lives, discutindo assuntos relevantes ao mundo corporativo. Em meio às falas espontâneas dos convidados, surgiram analogias interessantes para serem exploradas visualmente. Neste vídeo, a narração é um recorte da fala de Fernanda Weiden, CTO da VTEX, durante o webinar ela comenta a importância de trabalhar ao lado de uma boa equipe, assim como o estímulo que isso traz para vencer as tarefas mais tediosas, como até mesmo descascar batatas. A fala ganhou vida com uma diversidade de personagens tendo uma estética de colagem, assimilando a equipe à tripulação de um navio.

AUTORIA

Lasca Studio e Rando Bando

CLIENTE

VTEX

CRAFT FOR DESIGN

PICTOGRAMA

Suzano

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto que tem como base a evolução dos pictogramas de Suzano para nova adequação à linguagem visual da empresa.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Suzano

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

Pipoca, a família de fontes da Pipo Saúde

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Família tipográfica serifada, composta por 4 pesos, criada sob medida para a Pipo Saúde.

AUTORIA

Flora de Carvalho

CLIENTE

Pipo Saúde

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Ilustrações Pipoverso 2022

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade ilustrada para o primeiro Offsite presencial da Pipo Saúde. A Pipo nasceu pouco antes do início do lockdown, o que a fez tornar-se uma empresa primariamente remota. Já em 2022, com foco em reunir todos seus 250 colaboradores espalhados em todo o país, foi criado o Pipoverso. Com o desafio de desenvolver a identidade em um curto prazo, levando em consideração o espírito da empresa, tema e local escolhidos para o evento, além da replicabilidade dos elementos nos mais diversos tipos de superfícies e materiais, a solução encontrada foi a criação de ilustrações com elementos modulares, criadas com base nos animais, elementos e cenários característicos do próprio local do evento e que remetesse ao convite para adentrar uma nova jornada, repleta de celebração, conexão e cuidado.

AUTORIA

Pipo Saúde

CLIENTE

Pipo Saúde

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Adobe Stock Artist Development Fund Portfolio

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Portfólio de ilustrações/assets criados para o programa Adobe Stock Artist Development Fund (ADF) como receptora da bolsa em 2021. O programa selecionou 40 artistas para desenvolverem portfólios de áreas criativas diversas: ilustração, fotografia, design e música. O portfólio é constituído por 500 peças e segue o propósito de representar mais fielmente o Brasil e sua pluralidade em uma banco de imagens de uso mundial.

AUTORIA

Amanda Lobos

CLIENTE

Adobe

Ana Banana

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criada internamente como uma tipografia proprietária para uma consultoria de branding liderada por mulheres e com foco na diversidade, essa família foi desenhada para criar diálogo. Seja através de posts de rede social ou por extensos contratos de serviço, ela se comunica de maneira clara, divertida, interessante e, às vezes (como é o caso do estilo Display), de uma forma inesperada. É uma família sucinta, cujos pesos estão ali para te ajudar da melhor forma possível, seja discretamente ou fazendo barulho. Ana Banana é uma fonte variável, contendo 9 pesos + versão display.

AUTORIA

Motora

CLIENTE

Motora

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Bar Exquisito

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após 15 anos de história no mesmo endereço, no centro de São Paulo, o Bar Exquisito atualizou não só a localização, como também toda sua identidade visual.

AUTORIA

Estúdio Caxa

CLIENTE

Bar Exquisito

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

Dupincel

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Família tipográfica serifada com três tamanhos óticos diferentes e um total de 36 fontes.

AUTORIA

Plau

CLIENTE

Plau

CRAFT FOR DESIGN
FOTOGRAFIA

Natura Ekos.
Óleos trifásicos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um ritual de cuidados que perfuma, hidrata e ilumina a pele. A potência biocosmética de Natura Ekos deu origem às novas fórmulas dos Óleos Trifásicos, com ou sem enxágue. Ainda mais naturais e com maior concentração de bioativos, hidratam, protegem formando um filme protetor e realçam o tom natural da pele, com toque leve e perfumado. Para traduzir a leveza e os benefícios dos novos Óleos Trifásicos de Natura Ekos, foi desenvolvida uma linguagem visualmente potente e extremamente sensorial, trazendo um convite a essa explosão de sensações.

AUTORIA

Tátil Design + Pict Estúdio

CLIENTE

Natura Ekos

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Revista Tartaruga

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Revista Tartaruga é sobre igualdade, liberdade, histórias inventadas e lembradas. Com foco na ludicidade do universo infantil mas, não se limitando a isso, a publicação aborda arte, design, ilustração e reflexões sobre o cotidiano e interesses comuns entre crianças e adultos. A revista se propõe a trazer um novo olhar sobre as relações, a leitura e ao que está ao nosso redor.

AUTORIA

Biabum

CLIENTE

Auto iniciado

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

Rio Carnaval

DESCRIÇÃO DO PROJETO

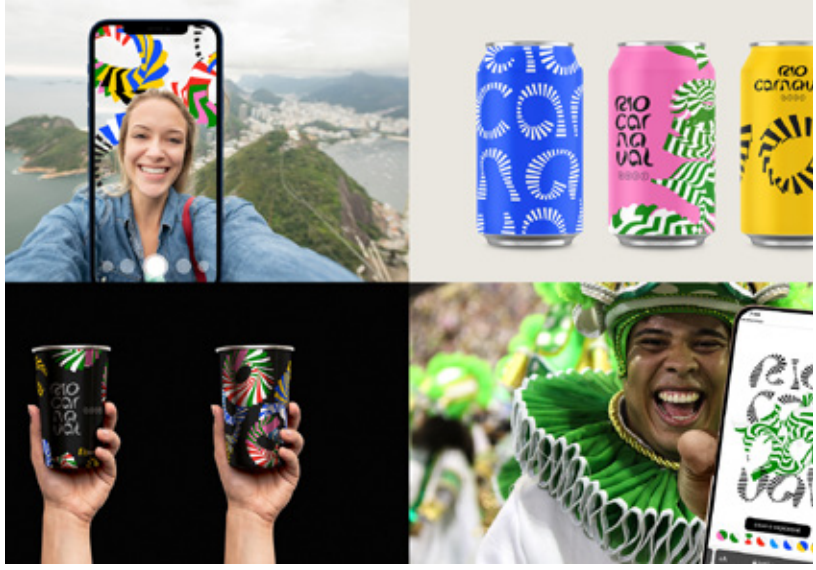
Uma tipografia para o samba no maior show da Terra onde as letras nascem a partir do principal símbolo do carnaval: a Bandeira. Elas, que dançam nas mãos da porta-bandeira na avenida e que são a alma das escolas, com seus movimentos fluidos, ritmados, contínuos trazendo a ginga carioca e as curvas do rio em suas formas.

AUTORIA

Tátil Design + Plau

CLIENTE

Liesa



CRAFT FOR DESIGN
MOTION

Tinder Funcionalidades

DESCRIÇÃO DO PROJETO

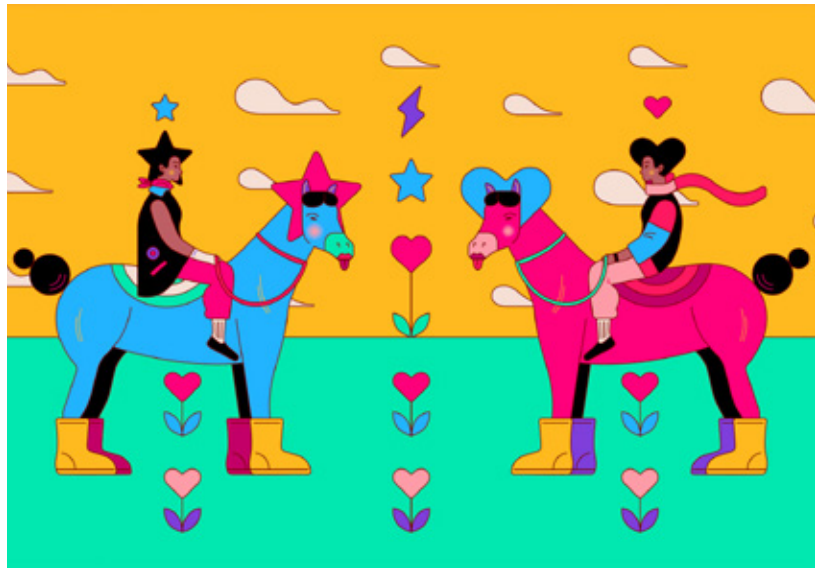
O Tinder é um aplicativo de encontros conhecido no mundo todo, e o mais popular entre os brasileiros. Em junho de 2022, surgiu o convite para ilustrar e dirigir uma série de vídeos ilustrados que detalham algumas das funcionalidades do App.

AUTORIA

Jun Ioneda

CLIENTE

Tinder Brasil



CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Uber Souvenirs

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Junto com uma viagem importante sempre surge o desejo de trazer algum souvenir. Ímã de geladeira da Torre Eiffel, camiseta do Hard Rock, Caneca de NY, etc. Mas com a pandemia, as grandes viagens se tornaram menos viáveis. Com isso, a campanha Uber Souvenirs buscou transpor esse momento para as pequenas viagens cotidianas de 2021, com merchs ilustrados que relataram cada pequeno grande acontecimento desse ano.

AUTORIA

Estúdio Barca

CLIENTE

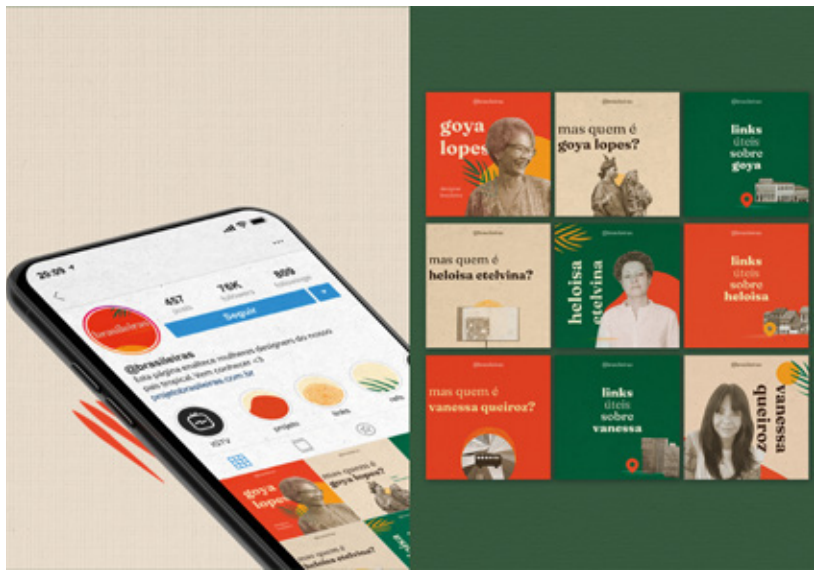
Uber

CRAFT FOR DESIGN
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Brasileiras

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A invisibilidade das mulheres no âmbito social, político e profissional somada à chegada tardia do Design Gráfico no Brasil ainda reverbera: há pouco material sobre designers brasileiras disponível. O pouco existente retrata as mesmas pessoas, está em língua estrangeira ou em formatos densos, como documentários ou entrevistas. “Brasileiras” é uma série de animações informativas e atrativas que dá visibilidade a designers gráficas no cenário brasileiro. Para o seu desenvolvimento, o projeto utilizou apenas criadoras mulheres com o intuito de promovê-las, fortalecendo o cenário criativo do Brasil. Com ele, estudantes e profissionais da área terão acesso a um material acessível e simplificado sobre mulheres que contribuem diretamente para a profissão no país.



AUTORIA

Bruna Costa Cim

CLIENTE

Universidade do Estado
de Santa Catarina

CRAFT FOR DESIGN
ESTUDANTES COMPLEMENTARES

Alice in Wonderland PaperDoll

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto foi desenvolvido como uma Tese de Conclusão de Curso para uma Especialização de Ilustração feita na EBAC e concluída em Fevereiro de 2022. O projeto teve boa receptividade entre os professores, demais alunos do curso e público em geral para o qual o projeto foi exposto e por isso no momento estou tentando viabilizar sua produção e comercialização de forma independente.

AUTORIA

Nicole Bustamante

CLIENTE

EBAC - Escola Britânica de Artes Criativas

2022

Design de Ambiente

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES

OURO 2022

GRAND PRIX

Instalação temporária șiré (Xirê)

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de uma linha de cobogós para a entrada da CasaCor Minas (mostra nacional de arquitetura e decoração). O tema da mostra – "A Casa Original" – traz o desafio de retomar os laços ancestrais essenciais à identidade, resgatando projetos que reflitam elementos milenares, contem histórias e expressem sentimentos. Baseado no eixo principal da mostra, șiré (Xirê), palavra em yorubá que significa a roda ou a dança dos orixás , é o nome do projeto que exibe símbolos que representam os orixás. Essas divindades, trazidas ao Brasil com ancestrais vindos da África, são cultuadas nas religiões de matriz africana e representam as energias da natureza.

AUTORIA

GRECO.

CLIENTE

CASACOR Minas

DESIGN DE AMBIENTE

CENOGRAFIA

Demolição | Bruna Louise

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Conteúdo vídeo mapeado para cenografia do especial de comédia da Netflix com a humorista Bruna Louise. É o primeiro especial de Stand Up Comedy da Netflix estrelado por uma mulher e coroa a trajetória de Bruna Louise, que se destaca por uma linguagem que compõe de forma singular o humor e crítica social ao denunciar as diversas formas de violência do machismo estrutural e criando também alívios cômicos e fanstasias que nos entretem e inspiram. O especial foi gravado 2021, em uma única noite com 02 sessões no Tom Brasil, São Paulo. A ambiência das cenas é dada através das animações videomapeadas que transformam a volumetria cenográfica e contava com um clímax surpreendente; a demolição do cenário, que era remontado físcamente e remapeado durante o intervalo para a troca de público!

AUTORIA

Bijari e Ludmila Machado

CLIENTE

Netflix

DESIGN DE AMBIENTE
COMUNICAÇÃO VISUAL

Sistema de identidade visual Sesc Verão 2022

DESCRIÇÃO DO PROJETO

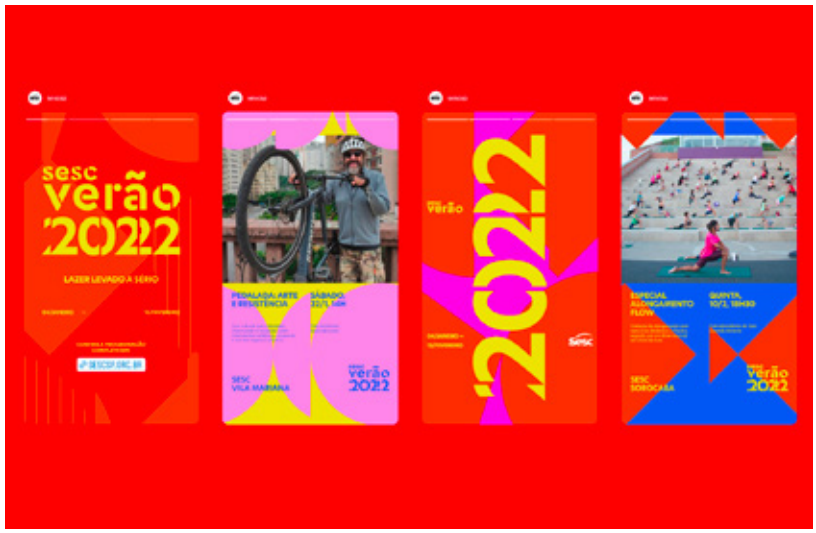
Com o slogan “Lazer levado a sério”, a proposta da 27ª Edição do Sesc Verão convidou as pessoas a pensarem sobre a importância do lazer no seu cotidiano e reforçou o lugar do Sesc como um espaço que favorece o direito ao lazer. Além de oficinas, clínicas, palestras e festivais esportivos, foram realizadas instalações e uma campanha promovendo a cultura esportiva e motivando as pessoas para a inclusão de atividades na vida diária, com foco em seu bem-estar.

AUTORIA

Papanapa

CLIENTE

Sesc



DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO

Pop-up Granado na Galeries Lafayette Champs-Élysées

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Montar uma pop-up em pleno átrio da Galeries Lafayette Champs-Élysées (GLCE). A partir deste convite, nasceu uma criação diferenciada para destacar a brasilidade dos produtos da empresa e o seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. A estampa floral utilizada no cenário foi inspirada em uma natureza vibrante e tropical. Além disso, as plantas naturais oxigenaram o espaço e realçaram a importância das nossas florestas. Como o átrio permite uma visão 3600, a base hexagonal foi escolhida. Para dar dinamismo à estrutura, formas desconstruídas foram aplicadas em vários tamanhos, além de telas de LED. O público e a direção da GLCE consideraram uma das pop-ups mais surpreendentes que já passaram por ali. Inclusive, o período de permanência de 15 dias foi estendido para 33 dias.

AUTORIA

Granado Pharmácias

CLIENTE

Granado Pharmácias

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO

History Cars Loja

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A History Cars é a primeira loja temática de carros antigos de Minas Gerais.

AUTORIA

Agência Mosca

CLIENTE

History Cars

DESIGN DE AMBIENTE

CENOGRAFIA

Copa Inter Atléticas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Direção Artística para o palco principal das festas noturnas da Copa Inter Atléticas 2022. O projeto traz um conceito upcycling que conta com elementos cênicos da edição anterior (2019) repaginado e algumas peças na integra para trazer sustentabilidade, história e nostalgia, proporcionando um design autoral, transformando a festa noturna em uma “Reconexão ao que te move à união para reconectar e celebrar”.

AUTORIA

Views Produções Artísticas

CLIENTE

EXP Produções

DESIGN DE AMBIENTE
DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS

Havaianas
Deu Onda

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Localizada em uma das principais redes de lojas de departamentos, “El Palacio de Hierro”, a marca Havaianas decide lançar uma estratégia que faça com que as pessoas interajam e lembrem da marca por muitos verões. “A Onda” foi a ativação criada para que a marca fique na memória do público.

AUTORIA

SUPERUNION BR

CLIENTE

Havaianas

BRONZE 2022

Instituto Mano Down

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o Instituto Mano Down, foi criada uma sinalização que potencializa, de maneira divertida, o desenvolvimento, a inclusão e a autonomia entre crianças e jovens com e sem deficiência. O conceito do sistema de sinalização se apoia na ideia de os próprios equipamentos serem interativos, coloridos e lúdicos com base em um grid feito com módulos de compensado naval e fixado por cavilha, tornando o projeto funcional e integrado ao ambiente. Formas, cores e até a própria tipografia foram pensadas dentro do universo e repertório do público principal frequentador do instituto: as crianças com T21.

AUTORIA

GRECO.

CLIENTE

Instituto Mano Down

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO

Ludique Superstore

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mais que uma loja de calçados: um universo de encanto surge na nova superstore da Ludique. A marca tinha um negócio de muito sucesso vendendo calçados infantis, mas era hora de expandir o portfólio de produtos para além da marca própria e aprimorar a experiência nas lojas físicas.Com pouco mais de uma década no mercado brasileiro, a Ludique aposta na experiência lúdica para encantar pais e filhos. Com o desafio de evoluir a experiência da marca e abrir espaço para o crescimento conectado ao propósito, o projeto evoluiu para um espaço contemporizado e criativo, mas, sem abandonar sua história e essência. O poder do universo lúdico da marca foi aproveitado para impulsionar a transformação e contemporização como um todo.

AUTORIA

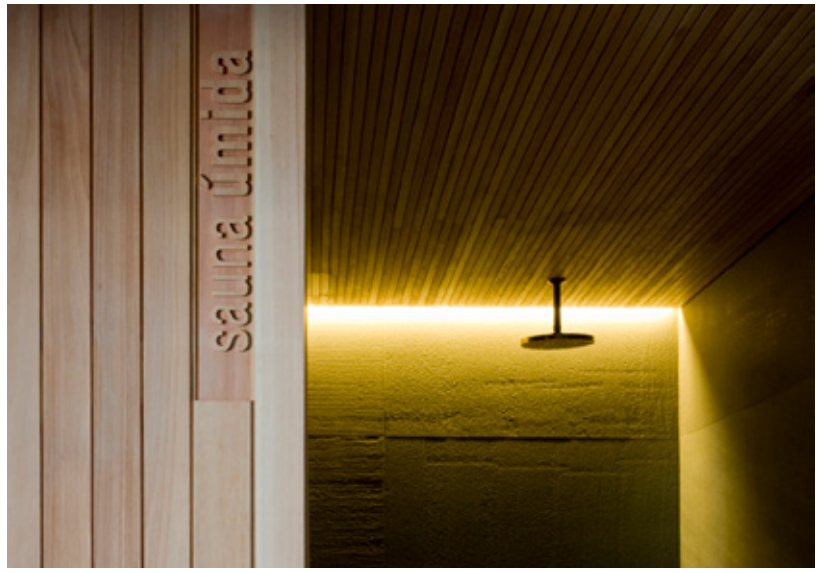
FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Ludique

DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



Ourânia 231

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Através deste trabalho buscamos integrar o projeto de design gráfico ao projeto de arquitetura, de maneira sutil e elegante, a fim de potencializar o caráter multidisciplinar do trabalho de comunicação visual e design de ambiente. Luz e sombra destacam os contornos das peças gráficas em alto e baixo relevo, gravadas nas próprias superfícies do edifício, destacando a tridimensionalidade do projeto e criando uma relação lúdica e dinâmica com o projeto de arquitetura. As linhas verticais, presentes nos interiores, definem a orientação, a escala e o espaçamentos dos textos e números, que são dispostos com precisão através do espaço construído do edifício. As intervenções são pontuais e espaçadas e dão ritmo e leveza ao projeto gráfico.

AUTORIA

Nitsche Projetos Visuais

CLIENTE

Idea!Zarvos

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES

Painel Cantoneira

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O painel artístico foi criado a partir de cantoneiras metálicas galvanizadas, pintadas em duas tonalidades, preto e branco, dispostas lado a lado, conformando uma enorme instalação de arte cinética.

AUTORIA

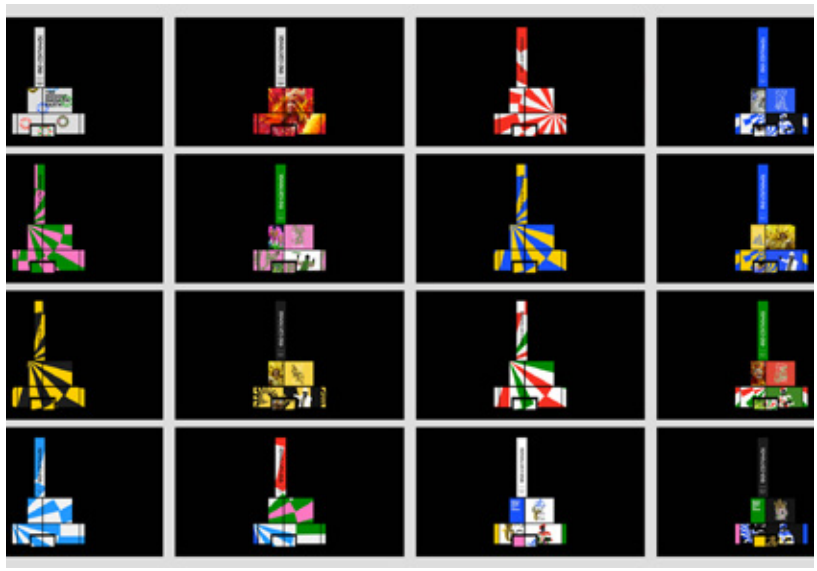
Nitsche Projetos Visuais

CLIENTE

Idea!Zarvos

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES



Rio Carnaval

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como pensar em um projeto de marca e linguagem que traduzem a energia contagiante do maior espetáculo da Terra? A marca Rio Carnaval nasce para reverberar pro Brasil e pro mundo a magia criativa que se espalha pela Sapucaí, provocando todos os sentidos de uma forma única, difícil de explicar! Nossa imersão aconteceu na própria Cidade do Samba, junto às escolas e seus integrantes com mais de 7 mil pessoas envolvidas, dentre elas, amantes e profissionais do Carnaval.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Liesa

DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS CORPORATIVOS

Sede Fintech Insole

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Localizada no parque tecnológico Porto Digital em Recife-PE, a sede da Insole ocupa um edifício centenário com mais de 1500m² que foi revitalizado e recebeu uma nova infraestrutura, que reverbera a identidade dinâmica da empresa. Patrimônio, história e tecnologia coexistem em espaços amplos com estações de trabalho abertas, áreas de descompressão, varandas, auditório e espaços variados para diálogos e reuniões. O edifício de 4 pavimentos, de tipologia eclética, foi recuperado previamente com base no projeto original e procurou-se valorizar sua materialidade e memória, sobrepondo outra camada contemporânea de organização e tecnologia.

AUTORIA

MOBIO ARQUITETURA

CLIENTE

Insole

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO

Silvia Furmanovich

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um lugar sofisticado, que conecta a artista com o público: assim nasce o novo conceito da joalheria artesanal. A marca Silvia Furmanovich, que recebe o nome de sua designer, foi fundada a mais de 20 anos, sendo considerada a mais visionária no ramo da joalheria nacional. Localizada no shopping Cidade Jardim, o ambiente transita entre uma galeria de arte e um espaço que estimula o toque e a experimentação das peças.

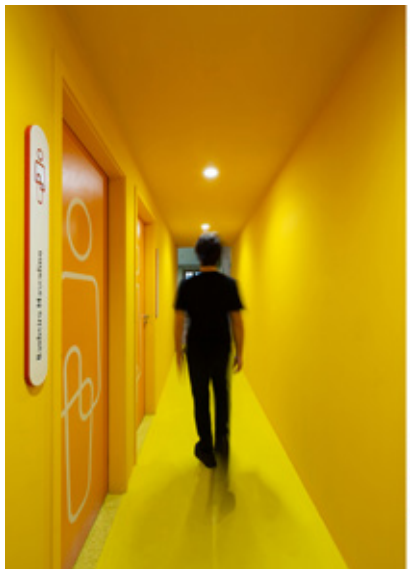
AUTORIA

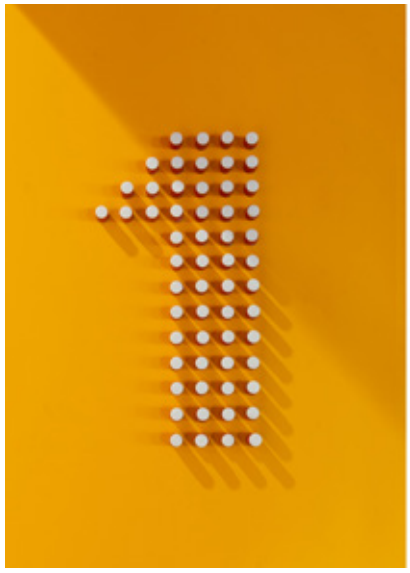
FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Silvia Furmanovich

DESIGN DE AMBIENTE
COMUNICAÇÃO VISUAL





Sinalização Fintech Insole

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Insole é uma fintech da área de energia solar que está em plena expansão e busca por uma sede para receber todos os colaboradores, parceiros e clientes. Ao escolherem como seu novo espaço um casarão do início do século XX, no centro do Recife antigo, a empresa reforça sua solidez e inovação, através do design e da arquitetura.

AUTORIA

Estúdio Triciclo e Gustavo Magno

CLIENTE

Insole

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE REDES DE VAREJO

Westwing - Lojas Físicas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto das novas lojas da Westwing parte da premissa de espacializar o conceito de omnichannel, proporcionando uma jornada pela loja que se aproxime da experiência do cliente no site da marca: fácil de navegar, com leitura rápida dos ambientes e melhor visualização das peças que o cliente quer comprar. Outro fator de destaque é a flexibilidade de proposta pelo projeto, que permite a fácil montagem e desmontagem de ambientes, variação de exposição de produtos, e a replicação do conceito em diferentes tamanhos e tipologias de lojas, que sempre contam também com uma instalação nas paredes ou no forro que instiga a curiosidade dos clientes.

AUTORIA

Superlimão

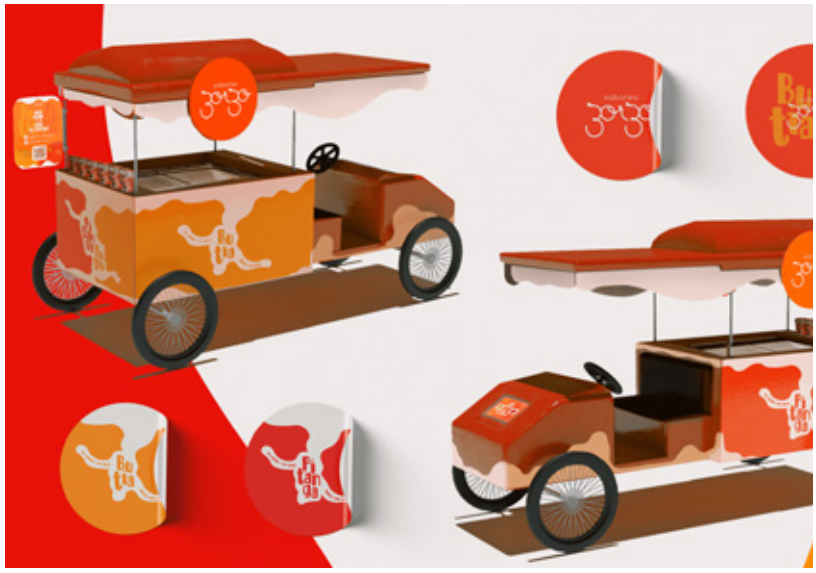
CLIENTE

Westwing

DESIGN DE AMBIENTE

ESTUDANTES GRADUAÇÃO

O SABOR DA CAPITAL



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de display itinerante para campanha de degustação e de lançamento de dois novos sabores de sorvete no mercado da região sul do Brasil, composto de uma bike truck com um freezer que estará em pontos estratégicos da capital gaúcha, como a Redenção e a Orla. Junto com a degustação, o display conta com uma tela para votação dos dois sabores da campanha, possibilitando à pessoa escolher o sabor que gostou de acordo com a degustação. No display estarão disponíveis as vendas dos potes de sorvetes, com um espaço para exposição destes. A bike truck é composta pelo freezer que servirá para armazenar os sorvetes disponíveis no momento e também de um baú com espaço de armazenamento para os brindes, como o Bowl e a Tote Bag, que estarão disponíveis para quem votar e comprar o produto.

AUTORIA

Caroline Amaral de Araújo

CLIENTE

ESPM POA

2022

Design de Embalagem

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS
E PROMOÇÃO

Páscoa com Danke. Da nossa família para a sua.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Danke é a marca de uma família chocolateira que compra o cacau diretamente da agricultura familiar no sul do Pará. Pensando nisso, criamos o conceito Da nossa família para sua e ilustramos as famílias parceiras nas embalagens. Para a linha adulta nos inspiramos em postais de Páscoa do final do século XVII e criamos ilustrações com estilo vintage de coelhos trabalhadores do cacau. Para a linha infantil, grandes closes de coelhinhos no mesmo estilo chamam a atenção do nosso target. O acabamento, as ilustrações e as cores pasteis se diferenciam no ponto-de-venda chamando a atenção do consumidor para a marca.

AUTORIA

Nata Design

CLIENTE

Danke

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS
E PROMOÇÃO

Embalagem Quanto Café

DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Quanto Café" é um projeto de embalagem para cafés especiais, com foco na experiência do cliente no uso e pós uso do produto. Dada a grande variedade de tipos de cafés especiais, imaginamos uma forma de se vender café que introduzisse o cliente nesse universo de maneira lúdica e didática, sendo assim criamos um kit composto por 3 copinhos de papel; cada um deles representando uma característica sensorial diferente, todos armazenados em uma cinta de papel para transporte, repleta de informações sobre o universo dos cafés especiais. Essa abordagem permite que o cliente se descubra no universo dos cafés de forma sustentável, isto porque as tampas com as informações dos micro lotes podem ser colecionadas e os copos, assim como a cinta podem ser reutilizados de diversas maneiras.

AUTORIA

Choque design

CLIENTE

Quanto Café

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Escalvada London Dry Gin

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Gin Escalvada é a realização do sonho de 2 sócios de Espírito Santo que idealizaram um destilado que homenageasse sua terra natal: Guarapari - ES. A escolha do briefing foi trazer a Ilha Escalvada que possui um imponente farol avermelhado como símbolo, também alertando a população para os cuidados com a biodiversidade e preservação da ilha. Os sócios também possuaim uma admiração pela história do Gin e seus primórdios e buscavam no projeto remeter a grandes clássicos do mundo dos destilados.

AUTORIA

Holy Studio

CLIENTE

Escalvada Destilaria

PRATA 2022

Ruska

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ruska é um bowl que traz uma solução simples, mas engenhosa, para um problema comum dos animais de estimação: a falta de interesse na ração. Recém lançada, a marca nasce com a missão de revolucionar a relação que os cachorros têm com a alimentação. Todos sabemos como é difícil comer a mesma coisa todos os dias e, para os pets, isso não é diferente. Muitos enjoam da ração e outros adoecem e precisam de rações menos palatáveis. O bowl da Ruska cria uma experiência para o cachorro e, por meio do olfato, torna a ração mais atrativa. Seu sistema consiste em três partes: (1) uma base; (2) um recipiente interno, onde o petisco é colocado; e (3) um prato para a ração. O prato apresenta perfurações que permitem a dispersão do aroma do petisco, perfumando a ração. Sim, os cachorros adoram isso!

AUTORIA

PETRIKÓR

CLIENTE

RUSKA

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Southwest Destilaria - Embalagens

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A árvore genealógica do mestre destilador britânico, levou a pesquisa do projeto até a origem de seus antepassados, em um remoto arquipélago, as ilhas Shetland. No Sudoeste da ilha se localiza o: Sumburgh Head, o primeiro farol da região. A imponência deste monumento, sua importância para os navegadores da época e o padrão de seu vitral, foram inspirações para a forma da garrafa e a trama de losangos ao seu redor, com adição de elementos da marca como monograma, gota e coordenadas geográficas do farol. A identidade da destilaria explora grafismos e picotes que remetem a selos de viagem antigo, além de gravuras de botânicos e animais antropomórficos da região em um contexto vitoriano de coquetelaria. O que se manifesta nos rótulos discretos, pela presença das ilustrações e faca especial.

AUTORIA

Electric Duo e Moonshine

CLIENTE

Southwest Destilaria

DESIGN DE EMBALAGEM
STORYTELLING

Southwest: uma viagem de séculos que termina no seu paladar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

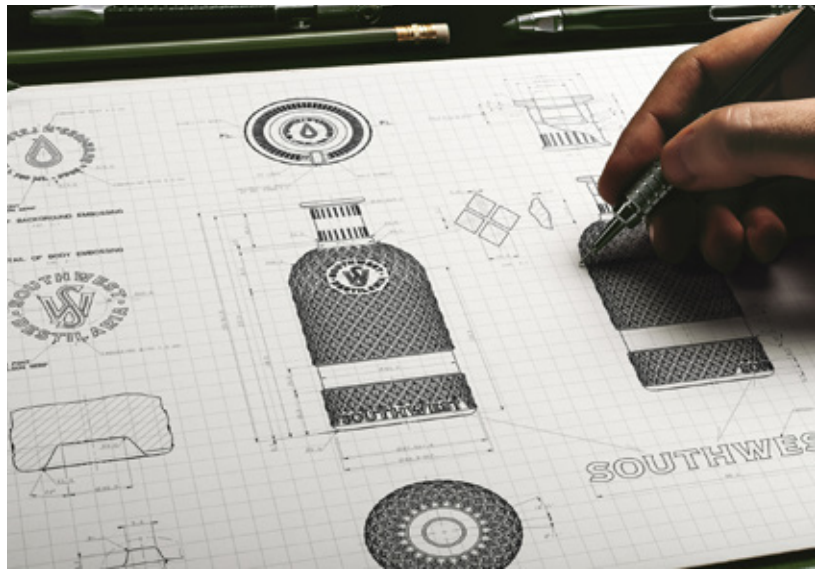
Navegando pelo mar dos destilados, a Southwest Destilaria se guia com sua própria bússola. Com coragem, se diferencia das velhas ideias, mesmo assim, é tradicional à sua maneira. Sediada em São Roque, no interior paulista e rodeada pela mata atlântica, a destilaria tem por missão o cuidado com a fauna e a flora local, por isso ajuda animais feridos da região, por meio de instituições. A história da empresa começa em uma ilha remota do Reino Unido e encontra seu caminho até o Brasil, pelo seu mestre destilador, parte de uma linhagem de navegantes, apotecários e amantes de uma boa bebida. Para lançar os 2 primeiros gins da Southwest, foi feito um design de garrafa exclusiva, rótulos e caixas que evocam este legado com elegância e instigam consumidores e amantes da natureza à degustação.

AUTORIA

Electric Duo e Moonshine

CLIENTE

Southwest Destilaria



DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

YVY Vodka

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Destilaria YVY valoriza a essência do país em seus processos, produtos e escolhas. Após o bem-sucedido lançamento da trilogia de gins, a YVY amplia seu portfólio apresentando a Vodka YVY. Produzida a partir de cana-de-açúcar e coco babaçu – ingredientes tipicamente brasileiros – o projeto reúne funcionalidade, sustentabilidade e excelência gráfica. Sua identidade representa a relação entre as principais características da bebida: pureza e sabor, exaltando a ideia do contraste como harmonia. Além da convencional garrafa de vidro, o projeto conta com o sistema refil: lata e garrafa reutilizável, implementado para reduzir impacto ambiental. A Vodka Yvy faz parte do design nacional de alta competitividade e prestígio entre os consumidores que reconhecem a YVY como sinônimo de qualidade.

AUTORIA

Estúdio Bogotá

CLIENTE

Destilaria YVY

DESIGN DE EMBALAGEM
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

PRATA ESTUDANTE 2022

Coast to home: embalagens retornáveis e biodegradáveis para frutos do mar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Atendendo as exigência do modelo de negócios da empresa familiar Wild Harbour de peixes frescos com entregas em até 48h, a embalagem proporciona a conservação do peixe, traduzindo a identidade da costa Inglesa e unindo a tecnologia de materiais, proteção do alimento e sustentabilidade por meio do reuso e decomposição. A empresa possui kits de vendas dos peixes desafiando a formatação das embalagens para que comportem os diversos tamanhos dos frutos do mar. O resultado: dois conjuntos de embalagem para entrega em curta e longa distância, com adaptações para todos os kits, além de atender as necessidades de personalização. Em sua representação visual marcante englobou os peixes e frutos do mar vendidos pela empresa.

AUTORIA

Elias Bornancini, Milena Pauli, Ricardo Hagen e Thaís Schneider

CLIENTE

UFRGS

DESIGN DE EMBALAGEM
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Projeto Nike Don’t Waste It

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma linha da Nike voltada à personal care para atletas - no pré, durante e após a prática esportiva. Os produtos são pensados com base nas limitações e especificações de cada esporte, visando o maior aproveitamento e cuidado pessoal de cada consumidor. Essa linha é dividida em 3 kits específicos visando o maior aproveitamento dos produtos - sendo um geral, um para idosos e o último, para pessoas que menstruam. Junto disso, temos um evento que serve de amplificador da experiência de uso dos produtos e da própria prática esportiva, com aulas exposições e ponto de coleta de materiais.

AUTORIA

Carolina Aranha, Lucas Tadeu e Nicolle Felix

CLIENTE

ESPM-Rio

DESIGN DE EMBALAGEM
CONSUMO DE MASSA

Brasileira
Hard Seltzer

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto desenvolvido para a valorização da cultura brasileira. Motivado pelo modernismo brasileiro e reconhecendo a natureza rica do Brasil, escolhemos o artista e paisagista brasileiro Roberto Burle Marx para guiar a estética da marca. Ao mesmo tempo que valoriza-se as cores chamativas que enriquecem e aquecem o brasileiro, a marca carrega cores de frescor que balanceiam esse clima paradisíaco. As curvas utilizadas na identidade visual foram inspiradas não só por Burle Marx, mas também pela malemolência do povo brasileiro. A marca deseja trazer o jeitinho do brasileiro, aquele que sabe curtir a vida, é descontraído, receptível e caloroso. A identidade para a Brasileira foi feita para que as pessoas se sintam valorizadas por serem brasileiras e se sintam sexy com a bebida.

AUTORIA

Lucas Felske

CLIENTE

Brasileira

DESIGN DE EMBALAGEM

ARTIGOS DE LUXO

Barrel Aged Coffee

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Esta é uma embalagem de café verídico, o mé da roça após um dia duro de labuta. São cafés maturados em barris de madeira nobre onde antes repousaram excelentes uísques, vinhos, rum e claro, cachaça - porque nada é mais brasileiro do que café bão e uma cachacinha. Os cafés são realmente diferentes, resultado de um processo de maturação único e minucioso trazido da Dinamarca. A linha de cafés Barrel Aged não tem álcool, mas é inspirada nas tonturinhas que a gente gosta de vez em quando.

AUTORIA

Diego Carneiro

CLIENTE

Moka Clube

DESIGN DE EMBALAGEM
STORYTELLING

Chocolates Clássicos Haenssgen

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de embalagem desenvolvido para a Haenssgen é um resgate histórico dos mais de 100 anos da empresa, que tem o título de mais antiga fábrica familiar de chocolates do Brasil, em funcionamento desde 1895, sempre sob a gestão da família. Desenvolvido a partir de uma cuidadosa pesquisa visual nas embalagens que fizeram a história da Haenssgen, o projeto resgata elementos tipográficos, ornamentos e até mesmo o sistema de numeração que a empresa utilizava para catalogar os seus produtos. Para caracterizar o visual vintage e dar mais destaque ao hotstamping dourado, o papel cartão foi utilizado de forma invertida, ou seja, com o lado áspero na parte externa e o lado liso no interior da embalagem, área utilizada para contar a história da empresa, valorizada pelo pantone dourado.

AUTORIA

Frente Design

CLIENTE

Haenssgen Chocolates

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Erva Mate Sokolowski

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cultivar a tradição da terra à cuia, foi o propósito que guiou a criação da marca para a Ervateira Sokolowski, da região de divisa do Paraná com Santa Catarina. Uma marca que já nasceu com as décadas de experiência no cultivo, respeito à natureza, compartilhamento e boas histórias sobre a erva mate. No Sul o momento do chimarrão é uma experiência, é a hora de partilhar e aquecer o coração das famílias. Por isso, escolhemos ilustrar a marca com desenhos que representem os valores da tradição, cuidado, campo e família. Além do visual moderno que deu personalidade às gôndolas de erva-mate na região, a marca desenvolvida tem força para ser considerada um brasão, pois com ela representamos diversos detalhes da tradição da família e o estilo de vida de uma cultura centenária.

AUTORIA

MAD Creative

CLIENTE

Ervateira Sokolowski

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Kaê - Chocolate com axé

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de identidade visual para a Kaê, um chocolate puro que carrega e respeita a rica história do cacau brasileiro. Apenas com ingredientes naturais, sem conservantes nem aromatizantes, cada barra é feita artesanalmente com muito axé e borogodó!

AUTORIA

Capim - Estúdio criativo

CLIENTE

Kaê Chocolates

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Linha de embalagens Ivaí Gin

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Ivaí é o 1º gin carbono negativo do Brasil, cuidadosamente produzido na Água da Glória destilaria, sediada na bela paisagem rural paranaense, ao lado do rio Ivaí (“Riacho de frutos” na língua Tupi). A linha de produtos foi criada por um mestre destilador inglês, responsável pela receita e seu parceiro brasileiro, apaixonado pela agricultura orgânica sustentável. O resultado: 6 gins artesanais que celebram as origens da destilação inglesa, mas também abraçam novos sabores, inspirados na beleza e aromas naturais dos arredores da destilaria. Dentro deste contexto, criamos uma linha de embalagens, que apresenta o posicionamento sofisticado e sustentável da marca, desde o design de garrafa exclusiva, adereços, até rótulos que convidam o consumidor a percorrer a embalagem como o fluxo do rio.

AUTORIA

Electric Duo e Moonshine

CLIENTE

Água da Glória Destilaria

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Make B. Cocoa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Make B. Cocoa de O Boticário é a extensão de linha especial de palette e batons que reforça o posicionamento da marca, apaixona e desperta enorme desejo visual. A nova linha traz cacau em pó e manteiga de cacau em sua composição, elementos ricos em nutrientes e antioxidantes essenciais. Além de icônica e altamente presenteável, a linha deveria estar de acordo as limitações dos órgãos reguladores de alimentos e de cosméticos. Por isso, propusemos uma embalagem secundária de flowpack (inédito dentro do Grupo Boticário) inspirada nas barras de chocolate e trouxemos acabamentos em hot stamping dourados e tons escuros como na chocolateria premium. Ao abrir a palette temos embossings inspirados nos quadradinhos de chocolate, deixando todo o conjunto irresistível.

AUTORIA

MAD Creative

CLIENTE

O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS
E PROMOÇÃO

Make B. Cocoa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de embalagens para a linha Make B. Cocoa de O Boticário que traz cacau em pó e manteiga de cacau em sua composição. Buscamos inspiração na chocolateria premium para identificar os códigos da categoria e conseguimos inovar trazendo uma embalagem secundária em flow pack, acabamentos upper premium para o cartonado e embossing estilo barra de chocolate para os granéis. Através do design conseguimos imprimir códigos do mundo da maquiagem e do chocolate sem criar empecilhos e complicações para sua regulamentação e comercialização, atendendo todas as normas dos órgãos reguladores.

AUTORIA

MAD Creative

CLIENTE

O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM
STORYTELLING

Não Me Kahlo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Double IPA Não Me Kahlo da Ignorus Cervejaria, é uma edição limitada em parceria com a Janaina Pinho (@beerinfluenza) e é um convite à denúncia e enfrentamento da violência contra as mulheres. O desenho do rótulo e ilustração foi inspirado em um grande ícone feminista, que empresta também o seu nome ao produto, a Frida Kahlo. Em seu lançamento tivemos atividades em conjunto com ongs e ações de divulgação do Disque Denúncia. O lucro do primeiro lote foi destinado a ONG Mais Marias. Inspirada nos auto retratos de Frida Kahlo ilustramos rostos de mulheres reais em uma composição que fortalece a união feminina e representa a força coletiva.

AUTORIA
MAD Creative

CLIENTE
Ignorus Cervejaria

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS
E PROMOÇÃO

Nescafé Origens do Brasil Colmeia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2021, Nescafé Origens do Brasil uniu forças com o instituto AgroBee e ao NovoMel para criar uma edição limitada com o objetivo honrar uma peça fundamental na produção do café: as abelhas. Foi criado, então, o Nescafé Origens do Brasil Colmeia, uma linha exclusiva com o melhor do Nescafé e um pote de mel feito de flor de café. Uma linha que foca na colaboração, regeneração e o cuidado com as abelhas. Por ser uma edição limitada, demos prioridade para uma embalagem lúdica, altamente elaborada e reutilizável. Uma peça que reflete inovação, sustentabilidade e ethical luxury.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Nestlé

DESIGN DE EMBALAGEM
CONSUMO DE MASSA

SAPÉ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

SAPÉ é uma marca brasileira voltada ao mercado de cosméticos em barra, lançada em outubro de 2021. SAPÉ traz em sua linha de produtos xampus, condicionadores, hidratantes e desodorantes, estabelecendo como premissas em todo seu processo a responsabilidade socioambiental. Não utiliza plástico em suas embalagens, além de optar por ingredientes livres de crueldade animal/veganos, low poo/baixo sulfato.

AUTORIA
Estúdio Barca

CLIENTE
SAPÉ

DESIGN DE EMBALAGEM

USABILIDADE

Track&Field | Uma nova relação com o esporte

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após se consolidar na moda esportiva, a Track&Field precisava renovar os ares: sair da visão de performance e tecnologia, e se conectar mais com as necessidades das pessoas. O impulso para essa evolução veio das tendências que têm ressignifcando a relação das pessoas com o esporte. Se antes a atividade física era vista tratada quase como uma imposição, agora, há um consenso do quanto o movimento traz bem-estar. O segmento começou a se mobilizar e foi preciso acompanhar esse avanço. E com a virada da marca, foi necessário também renovar o conjunto de embalagens de Track&Field.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Track&Field

DESIGN DE EMBALAGEM
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Amor é pra somar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

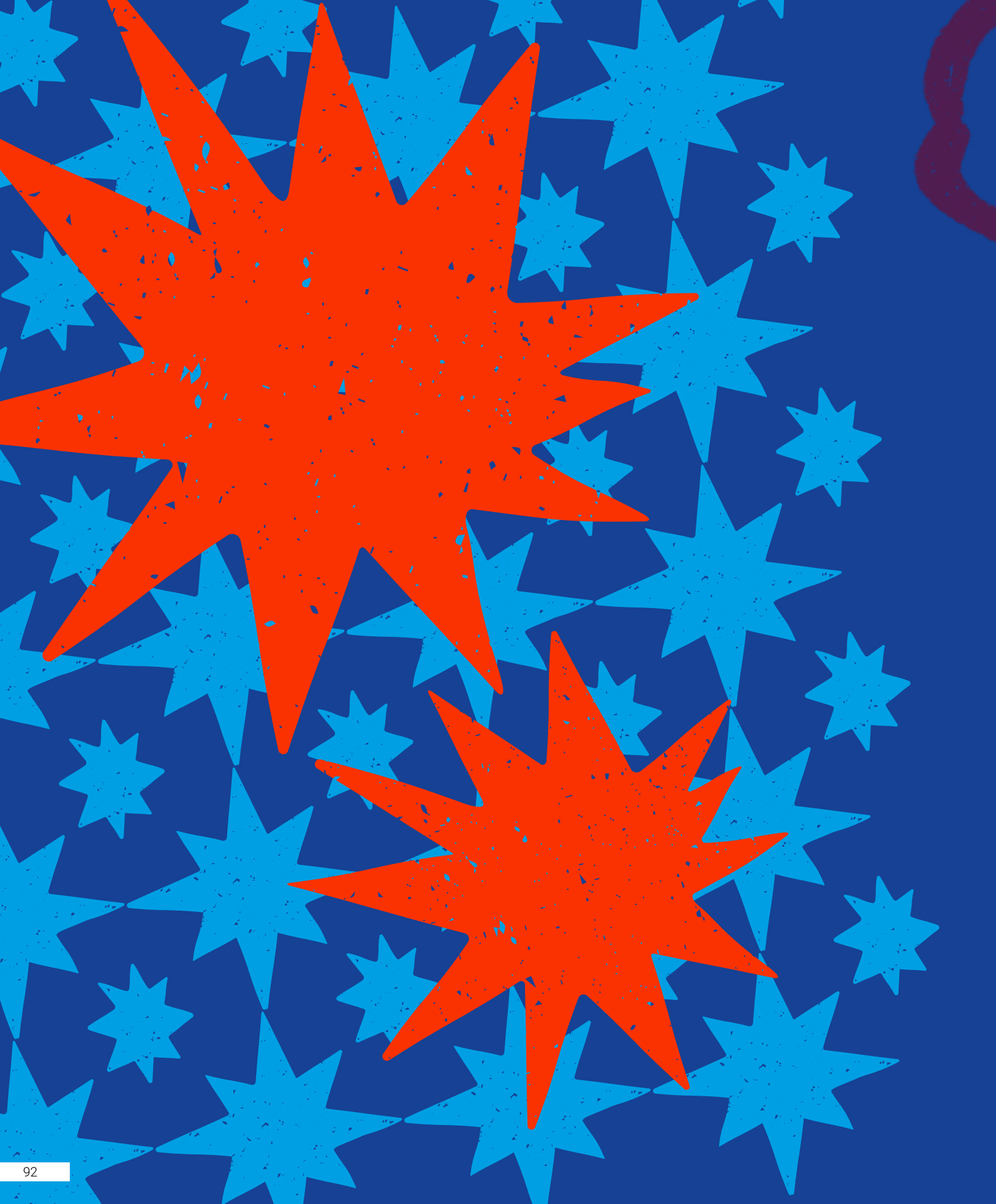
Embalagem promocional para o dia dos namorados efetuada para disciplina de graduação como trabalho de entrega final. Comporta 12 bombons em cada unidade e se diferencia pelo formato e layout. Cada unidade é disposta na vertical e simula rostos que quando juntos se unem em um beijo e formam um coração. Caixa combináveis entre si, sem nenhuma determinação de gênero ou características físicas para poderem combinar. Embalagem funcional sozinha, mas por adquirir um outro formato e significado quando unidas estimula a venda em pares.

AUTORIA

Aniele de Macedo Estevo, Ana Carolina Fructuoso, João Mateus Luciano

CLIENTE

UNESP



2022

Design de Produto

DESIGN DE PRODUTO

ESTILO

Troféu Centro Brasil Design

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Troféu para o prêmio “Design for a Better World”, iniciativa do Centro Brasil Design (CBD), que premia projetos de design brasileiros com impacto social. Enquanto algumas premiações mantêm sempre o mesmo troféu, o CBD convida, a cada ano, diferentes criativos para expor o seu olhar sobre o troféu Curupira. Mantendo suas formas originais, o Curupira deste ano foi produzido em cerâmica. O fogo é elemento fundamental para a elaboração das peças de cerâmica, transformando os pigmentos de nossa terra em cores, muitas vezes inesperadas. E é de fogo também o cabelo do personagem do folclore brasileiro que deu origem ao troféu do “Prêmio Design for a Better World”. O resultado são troféus com variação no uso dos pigmentos, fazendo com que cada um tenha suas peculiaridades.

AUTORIA

GRECO.

CLIENTE

Centro Brasil Design

OURO ESTUDANTE 2022

Dispositivo para auxiliar na movimentação de pessoas acamadas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O dispositivo desenvolvido auxilia pessoas com mobilidade reduzida ou imobilidade a sentar na cama, realizar fisioterapia no leito e serem transportadas para diferentes ambientes. A solução reduz os efeitos colaterais da longa permanência no leito e os riscos de acidentes ao eliminar o esforço do acamado e reduzir consideravelmente o esforço realizado pelo operador. O processo criativo envolveu usuários e especialistas e permitiu chegar a um produto mais intuitivo, prático e amigável, se comparado aos similares do mercado. Esses aspectos foram citados como os mais importantes pelos usuários e as principais causas da não adesão dos produtos similares. Além disso, este produto consegue atender diferentes momentos das tarefas de transferência e mobilização, algo que os similares não fazem.

AUTORIA

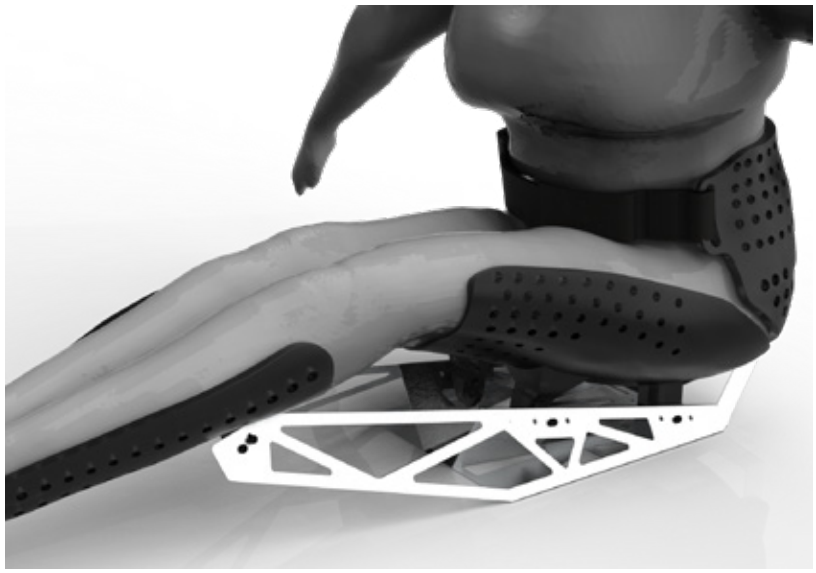
Rafaela Rocha Giozza

CLIENTE

UFRGS

DESIGN DE PRODUTO

ESTUDANTES GRADUAÇÃO



DRI-KL1 - Adaptação para Canoagem Paradesportiva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvido de forma colaborativa para melhoria do conforto e segurança da atleta o projeto é uma adaptação de assento para canoa. A adaptação é composta por uma base para fixação à embarcação e três elementos ajustáveis, sendo, assento, encosto com cinta de fixação e apoio para pernas e pés. A configuração do produto é resultado de escaneamento direto do corpo da atleta, possibilitando ajuste ótimo, assim como, os elementos são reguláveis em ângulos e alturas. A partir de simulações computacionais e otimização topológica em ambiente CAD foi possível reduzir o peso do produto mantendo o desempenho o mecânico necessário a um produto de alta performance.

AUTORIA

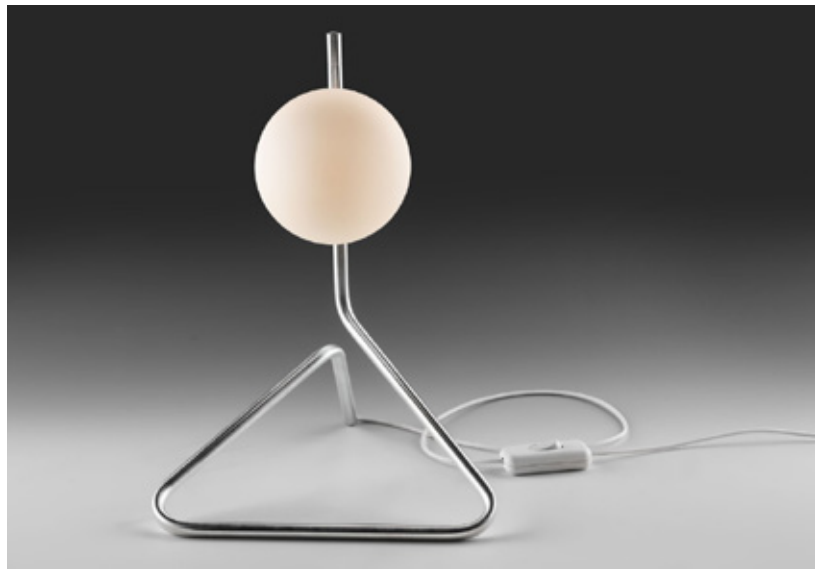
João Gabriel Massaro e Luiz Otávio Torres Siqueira

CLIENTE

UFPR

DESIGN DE PRODUTO

ILUMINAÇÃO



Luminária Asana

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A luminária baseia-se no conceito minimalista e atemporal, que através de uma linha continua resulta em uma forma orgânica e escultural.

AUTORIA

Márcio Gonçalves

CLIENTE

MAGON DESIGN

DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO

Cadeira Galgo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cadeira para uso geral, área interna. Feita em madeira maciça, sem pregos ou parafusos, somente encaixes colados. Esses detalhes construtivos deixados à vista fazem parte da identidade da peça. Traço arquitetônico simples e único.

AUTORIA

BAÚ Marcenaria

CLIENTE

BAÚ Marcernaria

DESIGN DE PRODUTO
TRANSPORTE

JUPITER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O dosador de adubo JUPITER é um acessório criado para o agronegócio, compatível com a maioria das máquinas de adubagem do mercado. Busca atender a todas as necessidades do agricultor, oferecendo uma dosagem precisa e excelente desempenho. Seu sistema único de dosagem volumétrica por rotor e calha possibilita uma dosagem sem falhas, menor variação entre linhas, alta performance em terrenos acidentados e um dispositivo para preservar as peças mecânicas. Seu design foi pensado para ser robusto e prático, contando com elementos de engates rápidos que eliminam a necessidade de ferramenta em seu manuseio. A manutenção e troca de peças pode ser feita de maneira simples e confortável, visto que permite a remoção completa do dosador, diferente dos produtos concorrentes.

AUTORIA

J.ASSY

CLIENTE

J.ASSY

DESIGN DE PRODUTO
UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS

Lixeiras Octos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Design é a essência da nova linha de lixeiras Octos. Com o intuito de inovar e apresentar mais que um simples produto com atributos ao mercado, ela nasce para entregar uma nova experiência ao consumidor, elevando o design, a funcionalidade e a decoração no ramo de lixeiras fabricadas no Brasil para outro patamar. Disponíveis nos tamanhos de 10, 15, 20 30 (15+15L) e 45 litros, as lixeiras Octos chegaram ao mercado para desvincular a ideia de que servem apenas para o descarte de resíduos. Suas linhas limpas, refinadas e tratadas nos mínimos detalhes trazem um olhar 360° sobre cada parte dos itens. Entregamos ao mercado um produto global, com olhar responsável de alta qualidade e durabilidade. Criados para consumidores que buscam excelência e design para suas residências.

AUTORIA

Tramontina Teec S.A.

CLIENTE

Tramontina Teec S.A.

DESIGN DE PRODUTO
ILUMINAÇÃO

Mobi

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mobi é uma luminária de mesa portátil com módulo led e bateria recarregável que explora a união entre tecnologia e materiais comuns aos brasileiros. Com desenho limpo e versátil, possui base em concreto e alça em alumínio que facilita seu deslocamento. Possibilita uma luz indireta quente e de alta qualidade que pode ser direcionada através do rebatedor orientável. Possui dimmer de toque em 3 níveis e bateria com autonomia de até 12 horas carregada por micro usb. Mobi pode ser usada na casa ou em lugares sem eletricidade, como varandas, jardins ou até mesmo para um passeio na praia.

AUTORIA

Fernando Prado Lopes

CLIENTE

Lumini

DESIGN DE PRODUTO

SAÚDE E BEM-ESTAR

Natura Biome

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma marca que surgiu a partir da necessidade de evolução para além da sustentabilidade. Se sustentabilidade é o mínimo que se espera das empresas, queremos entregar mais: regeneração. Uma plataforma de fomento à cultura regenerativa, traduzida em inovação de produtos, de embalagens, fórmulas, tecnologias e relações de consumo e produção. Com foco em um novo consumidor mais consciente no seu padrão de consumo: os Nativos Ecológicos. Engajados e ativistas, esse consumidor, early adopter, faz escolhas conscientes colocadas em práticas. Antes, a consciência existia, mas a prática diferia do discurso. As opções e as tecnologias existentes não viabilizavam a expectativa do consumidor no balanço entre escolhas e performance.

AUTORIA

Natura e Time Ampliado

CLIENTE

Natura

Design de Serviço

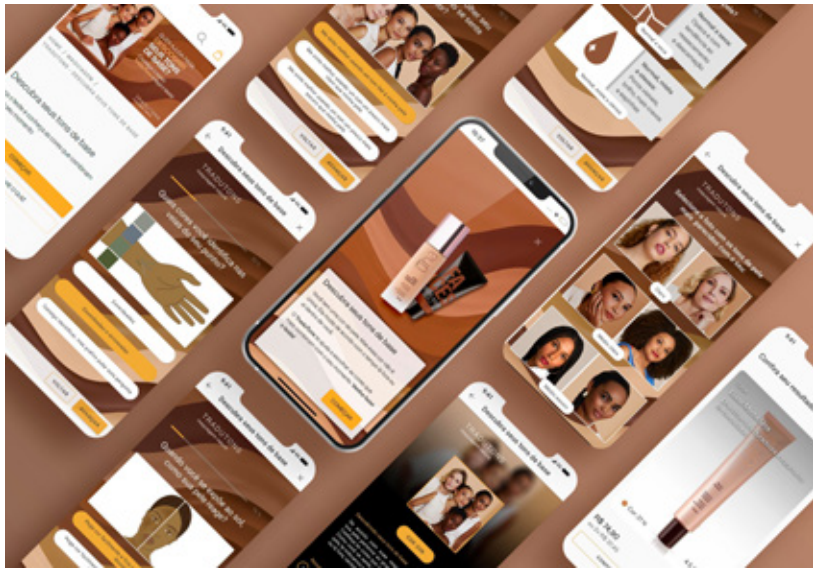
2022

DESIGN DE SERVIÇO
NOVOS SERVIÇOS

Descubra seus tons

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A escolha da base em maquiagem, conforme o tipo e tom da pele sempre foi um desafio, para não dizer uma dor, para quem consome esse tipo de produto. Essa foi a inspiração para, a partir da abordagem do design de serviço, criar soluções para apoiar as pessoas nessa etapa, considerando os diferentes canais e pontos de contato da marca e para isso, foi necessário envolver diferentes áreas da empresa como: P&D, desenvolvimento de fórmula, inteligência de mercado, gestão de marca, comunicação, treinamento, canais digitais, varejo e consultoras de beleza. O projeto iniciou a partir de um profundo estudo de comportamento que possibilitou a construção da jornada de compra e uso de bases para o rosto e um estudo data based para identificar as diferentes nuances de tons de pele de latino americanas.



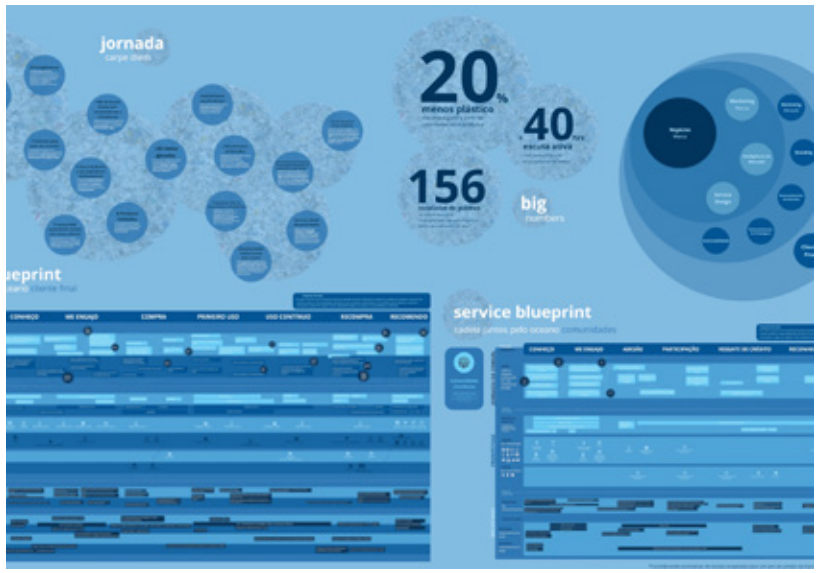
AUTORIA

Natura

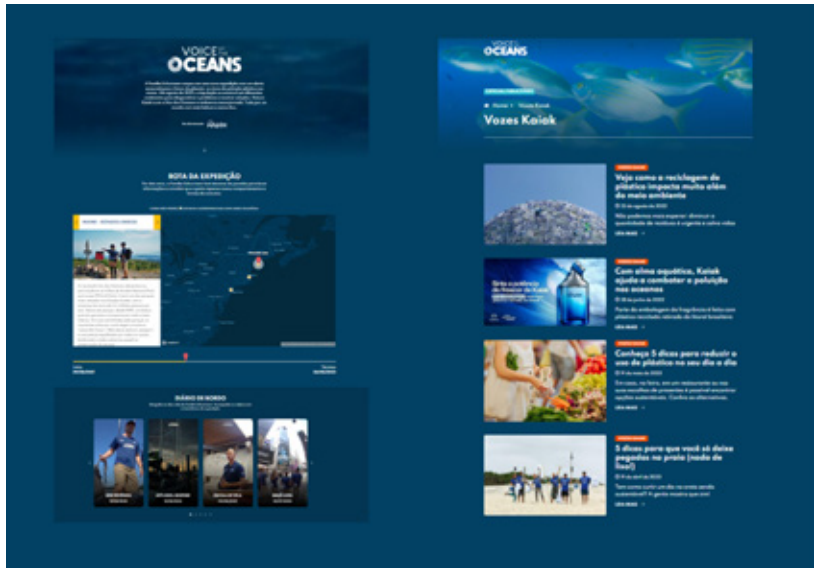
CLIENTE

Natura

DESIGN DE SERVIÇO
PESQUISA DE USUÁRIOS

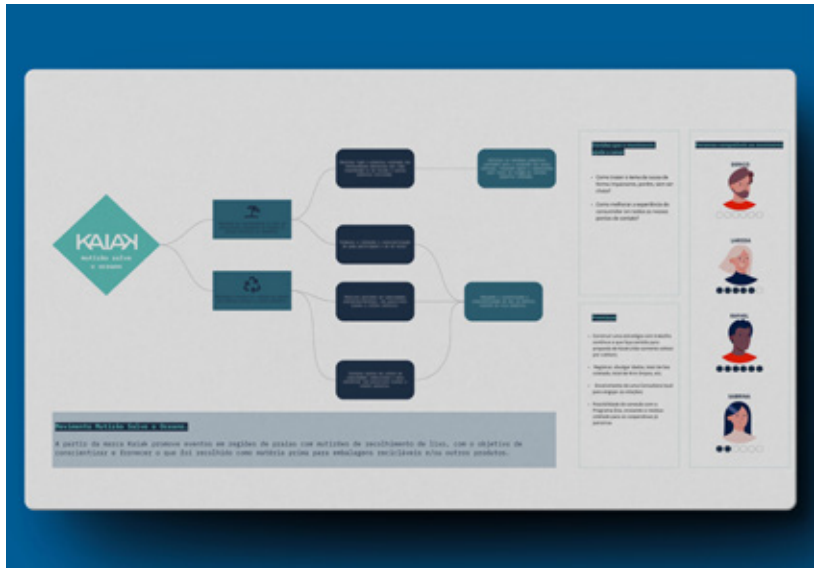


Carpe Diem de Kaiak - Jornada de Service Design



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Carpe Diem visa posicionar uma das marcas mais icônicas da empresa como embaixadora da causa “Mais beleza menos lixo” e pautados nas ODS 12 e 14 tem por objetivo promover consumo consciente, ações de impacto socioambiental positivo, apoiar na preservação dos oceanos e gerar renda para comunidades litorâneas, foram reunidas 10 áreas da empresa com diferentes expertises para co-criar as soluções a partir da abordagem do design de serviço, definimos as personas a partir do estudo sobre consciência e atitudes sustentáveis e relação com a marca; promovemos sessões de ideação, discussões e validação com as pessoas até chegarmos ao desenho final do ecossistema do serviço.

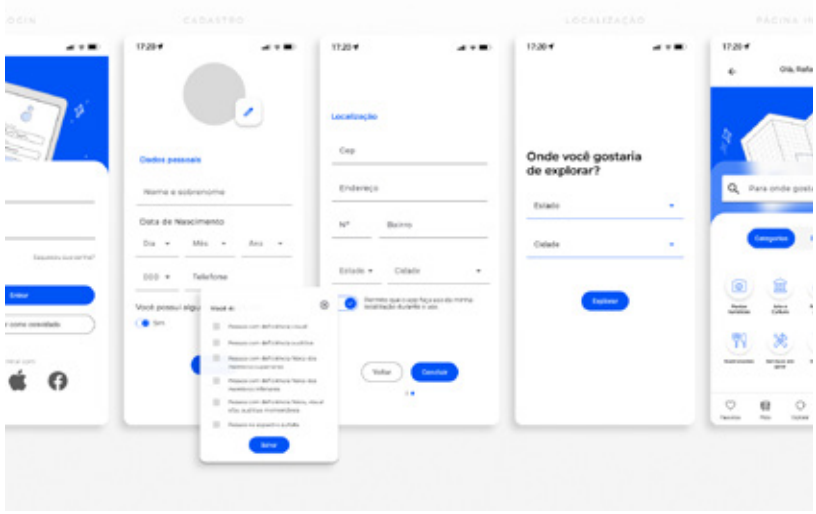


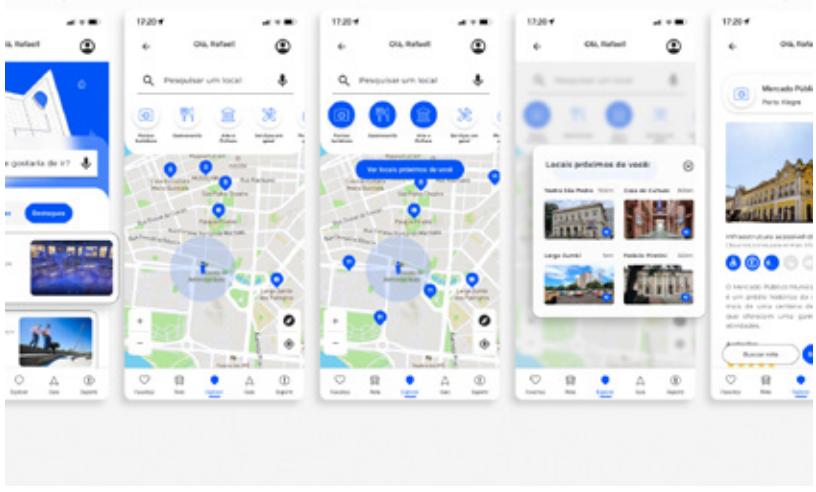
AUTORIA
Natura

CLIENTE
Natura

DESIGN DE SERVIÇO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Aplicativo Moobe: Cidades acessíveis





DESCRIÇÃO DO PROJETO

O aplicativo Moobe foi desenvolvido para ser uma experiência completa de acessibilidade nas cidades, promovendo o acesso ao turismo, esporte, lazer e serviços para Pessoas com Deficiência (PcDs), buscando impulsionar a independência de PcDs na exploração de locais nas cidades. Através do aplicativo é possível encontrar informações sobre os locais que oferecem uma infraestrutura adequada e acessível, além de compartilhar, através da integração com o transporte público, a rota acessível até esses locais por meio de um mapa interativo e por meio de um sistema guiado por voz artificial.

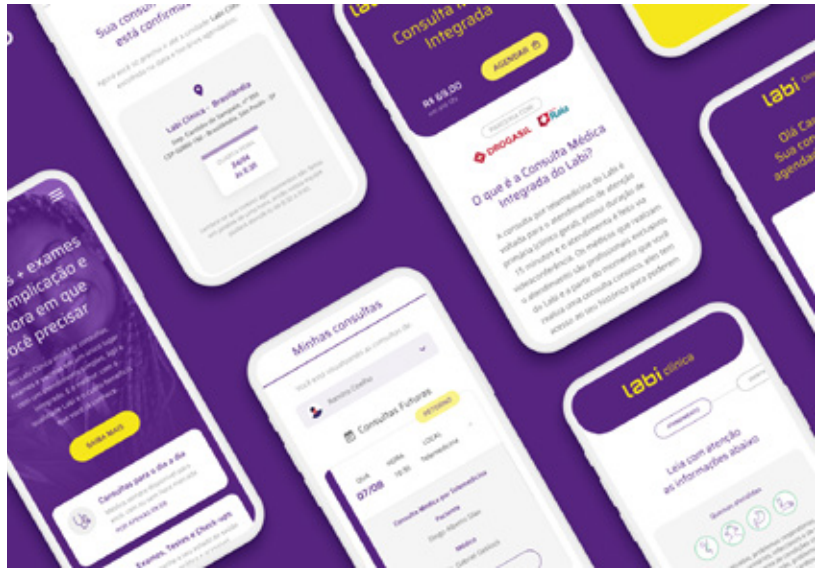
AUTORIA

Kelven Carvalho e Noelle Atkienson Ornelas

CLIENTE

IFSC

Labi Clínica - Hub de Saúde



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2021, a empresa líder do setor de varejo farmacêutico no Brasil, incorporou uma healthech focada em promover o acesso a exames de qualidade por baixos preços. O objetivo era buscar novas oportunidades de negócios e ampliar os serviços de saúde oferecidos nas farmácias do grupo até então. No início de 2022, as empresas lançam em parceria uma clínica popular, que funciona colado às unidades da drogaria. As novas unidades da clínica popular oferecem exames e consultas médicas. Focadas no pronto atendimento de baixa complexidade, as consultas médicas integradas possuem um formato até então inédito no país, que traz o atendimento de uma equipe de saúde formada por enfermeiros presentes no local e por médicos, que atenderão os pacientes via teleatendimento.

AUTORIA

Labi + RD

CLIENTE

Labi + RD

DESIGN DE SERVIÇO

DESENVOLVIMENTO DE NOVAS TÉCNICAS
PARA O DESIGN DE SERVIÇO

Pesquizap: etnografia virtual, chatbot e mensuração de impacto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reduzir o tempo gasto por gestores escolares com burocracias? Com o retorno das aulas presenciais, mais de 6 mil servidores da Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro ansiavam por mais tempo de foco no que importa: manter as crianças na escola. No entanto, se sentiam sobrecarregados, especialmente no tocante ao envio de informações da gestão escolar à Secretaria. Era necessário se aprofundar nas dores dos gestores e priorizar ações de otimização da experiência das equipes com os serviços internos - digitais ou analógicos. Por isso, a SME-Rio optou por experimentar algo novo: o Pesquizap. A técnica uniu etnografia virtual e chatbot de whatsapp para mapear as jornadas dos gestores e oportunidades de transformação digital mais assertivas.

AUTORIA

Catálise Social

CLIENTE

SME-Rio

DESIGN DE SERVIÇO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Melipo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O desafio inicial era desenvolver uma solução de design centrado na biodiversidade, que vise a preservação das abelhas nativas brasileiras e, consequentemente, das plantas que são polinizadas diariamente por elas. De forma eficiente, o serviço de assinatura orienta, mapeia e torna acessível a criação de abelhas sem ferrão por meio da entrega da colméia e de um aplicativo que orienta e conecta meliponiculores cerficados com o grande público. Em todas as definições de projeto, as necessidades das abelhas, dos meliponicultores iniciantes e experientes e, sobretudo, dos clientes foram consideradas e avaliadas com o mesmo rigor e cuidado. O valor estimado do projeto é 160 mil reais, incluindo as colmeias, design, back-end, programação e publicidade.

AUTORIA

Julia Berringer Cunha

CLIENTE

IED - Istituto Europeo di Design

DESIGN DE SERVIÇO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

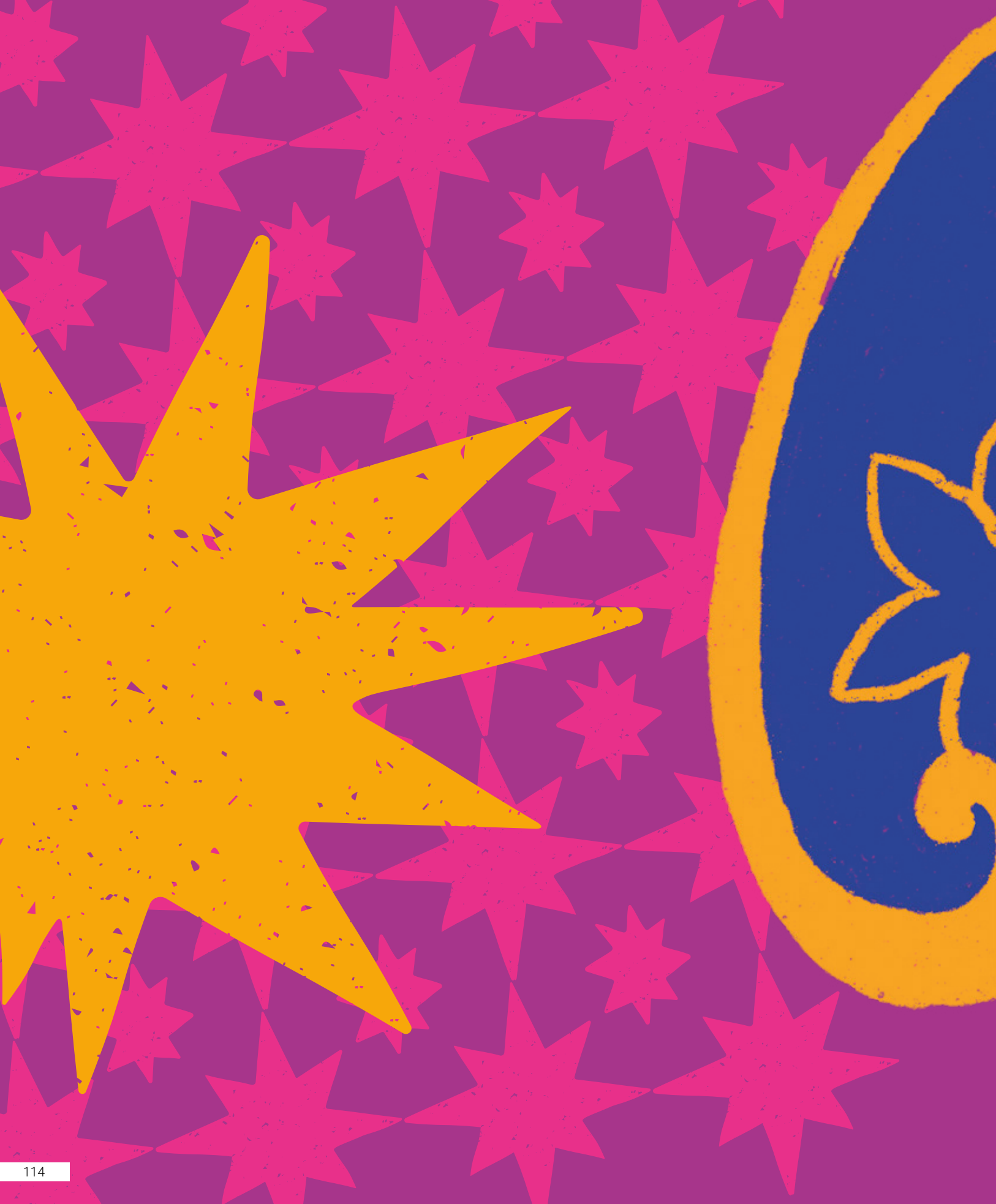
Projeto Amigar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diversas habilidades sociais são adquiridas na infância, e são essenciais para o desenvolvimento sócio-emocional da criança. Entre essas habilidades, duas são consideradas fundamentais para o convívio em sociedade: empatia e a alteridade, ambas relacionadas com a presença e a disposição para entender o outro. É a partir de brinquedos e brincadeiras que surge a oportunidade de estimular o desenvolvimento dessas habilidades em crianças, no ambiente escolar. Através da metodologia do design estratégico foi possível criar um sistema produto-serviço composto por um brinquedo principal e elementos secundários que compõem duas jornadas, uma individual e outra coletiva, para crianças de 5 a 7 anos, além de recursos informativos para professores, pais e responsáveis envolvidos.

AUTORIA
Laura Salvaterra

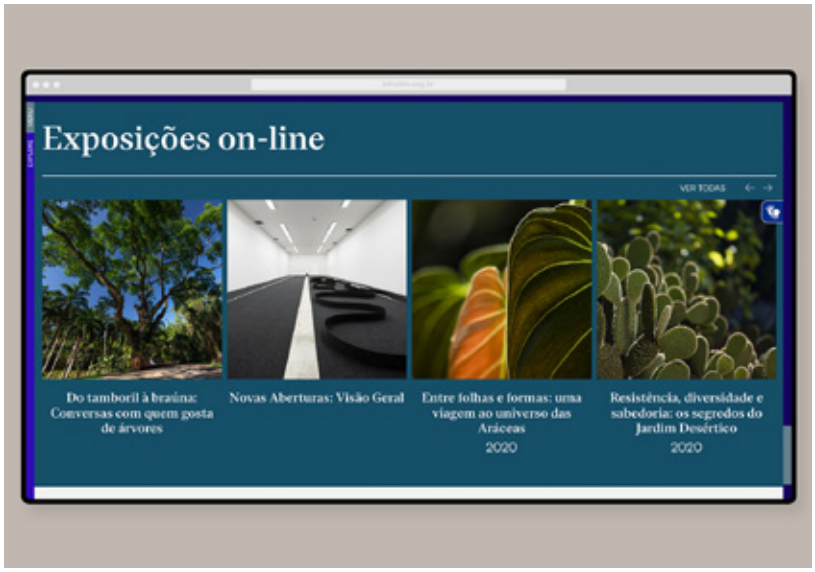
CLIENTE
UNISINOS



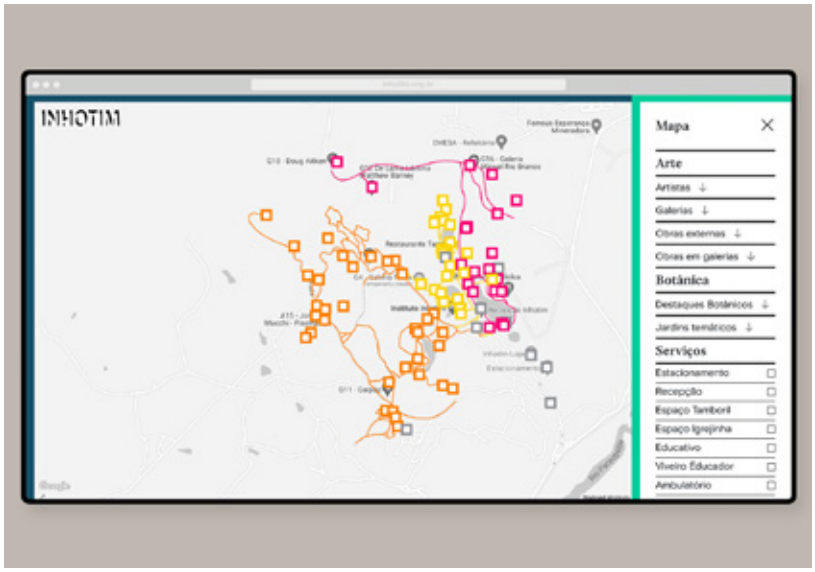
2022

Design Digital

DESIGN DIGITAL
WEBSITE



Novo Site Inhotim



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Construir no digital uma experiência proprietária e expandida para um dos maiores museus a céu aberto do mundo. O novo site do Inhotim, museu de arte contemporânea e jardim botânico, coloca o visitante - real e virtual - no centro da experiência e parte de aspectos físicos do parque e dos guidelines da marca para a construção de um território-plataforma, ancorado por um pensamento sistêmico de design e conteúdo, que alicerça a nova linguagem digital do museu. O usuário é orientado por rotas de conteúdo, em uma arquitetura que busca facilitar sua experiência de acordo com sua necessidade e desejo: de informações de serviço e programação à possibilidade de explorar os acervos de arte e botânica e amplificar a experiência Inhotim por meio de conteúdos/ produtos digitais.

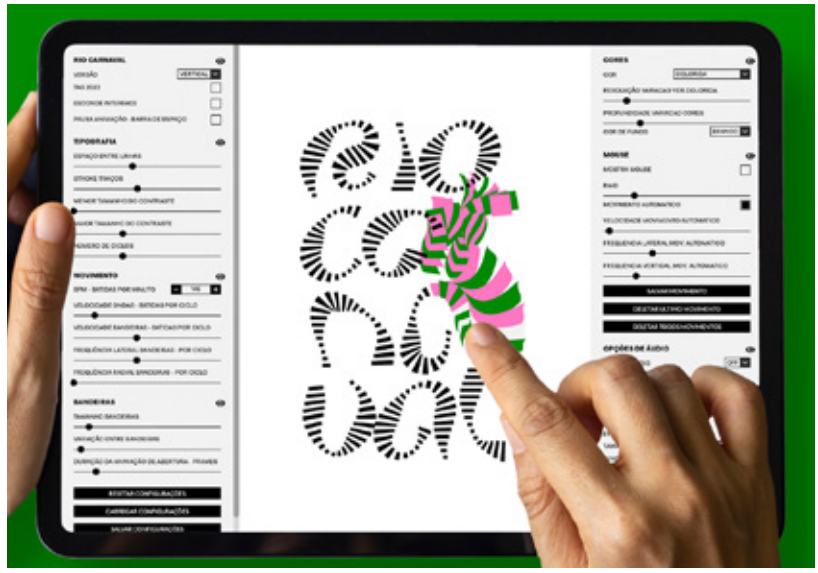
AUTORIA

Alles Blau

CLIENTE

Instituto Inhotim

DESIGN DIGITAL
PRODUTOS CONECTADOS (IOT)



Rio Carnaval

DESCRIÇÃO DO PROJETO

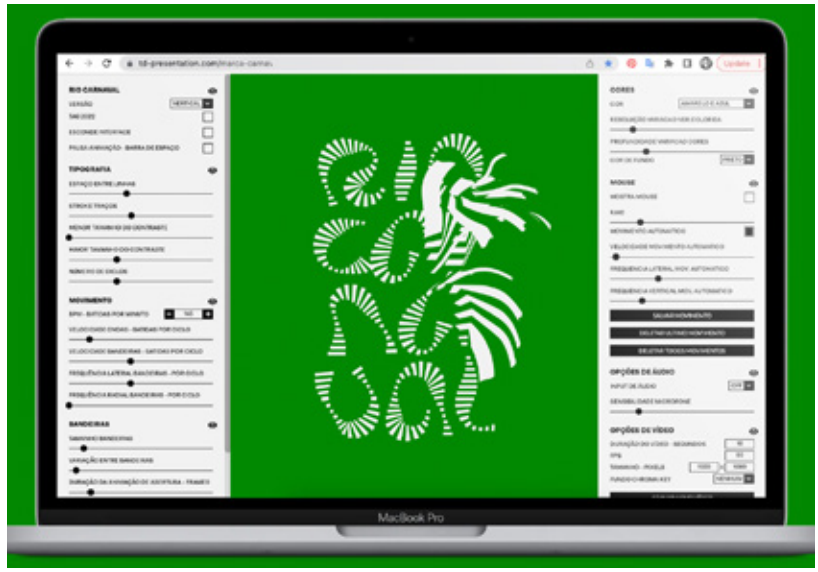
O processo foi bastante experimental, repleto de recursos tecnológicos e analógicos para que o resultado fosse contemporâneo e acima de tudo representasse todos que fazem parte dessa festa. Entrevistamos mais de sete mil pessoas, dentre elas amantes e profissionais do carnaval e tivemos o prazer de conversar com grandes personalidades do samba como Monarco, Laíla, Rosa Magalhães e Milton Cunha. Nascida da força coletiva, da energia contagiante, da capacidade de transformar o ordinário em extraordinário. Uma marca pulsante, viva, como o carnaval.

AUTORIA

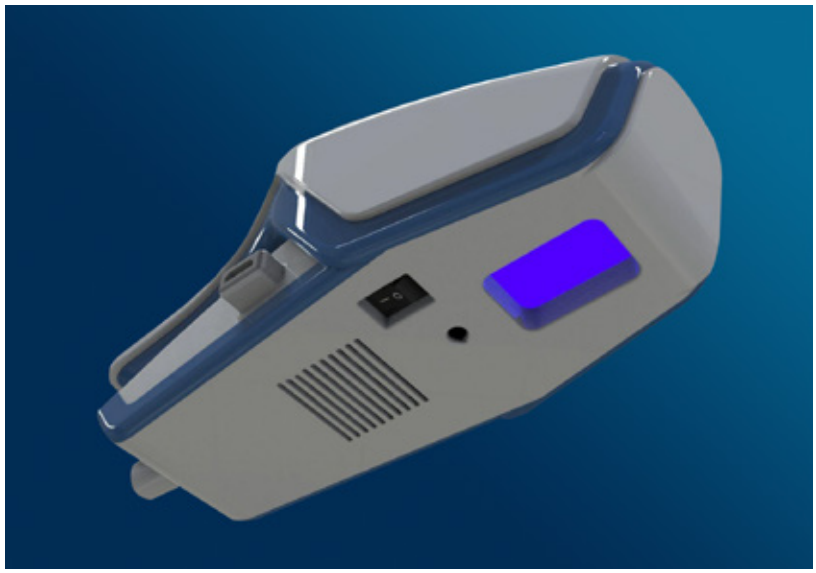
Tátil Design

CLIENTE

Liesa



DESIGN DIGITAL
PRODUTOS CONECTADOS (IOT)



R Inove

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A R-Inove oferece soluções para o segmento têxtil e desenvolveu uma tecnologia que imprime informações no fio antes dele se transformar em tecido. Ficamos responsáveis por viabilizar um produto que fosse capaz de escanear esse código, então unimos solução física e digital: desenvolvemos um leitor de bits, que escaneia o tecido e lê os dados, que ficam armazenados e podem ser acessados via aplicativo, para a conferência de Notas Fiscais e fornecedores. Essas informações garantem a originalidade do vestuário, além de ser uma ferramenta poderosa para fiscalizar o cumprimento de leis trabalhistas e ambientais ao longo da cadeia produtiva. A tecnologia permite rastrear todo o processo produtivo do vestuário, o que inibe falsificações e garante a idoneidade das etapas.

AUTORIA

Solúvel Design

CLIENTE

R Inove

DESIGN DIGITAL

APLICATIVOS (APPS)

NG.CASH APP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A NG.CASH é a maior carteira digital para a geração Z no Brasil. Criada do zero em 2020 por empreendedores da geração Z, atualmente somos a única solução financeira no nosso país que abre uma conta digital 100% gratuita para menores de idade em menos de 2 minutos. Acreditamos que educação financeira se aprende na prática. Temos como objetivo proporcionar aos jovens brasileiros o acesso ao seu dinheiro de forma independente, incentivando a educação financeira desde cedo. O aplicativo foi projetado para ter a navegação mais simples e intuitiva possível para a geração Z, sendo possível navegar pelas telas com apenas uma das mãos, valorizando o gestual e a característica multi-tasking da nova geração.

AUTORIA

NG.CASH

CLIENTE

NG.CASH

DESIGN DIGITAL

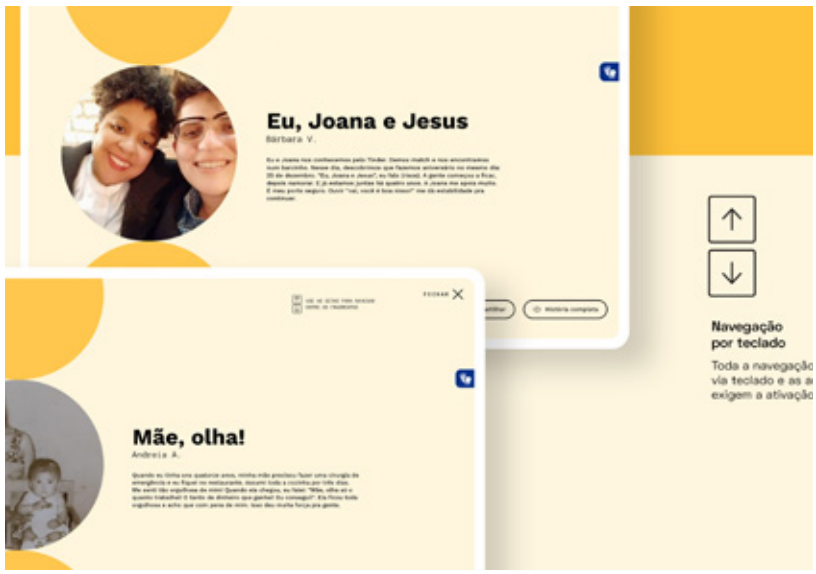
WEBSITE

BRONZE
2022

Site para a Exposição virtual “Vidas Femininas”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fundado em 1991, o Museu da Pessoa acredita que contar, escutar, conhecer e preservar histórias de vida pode mudar seu jeito de ver o mundo. Um museu virtual e colaborativo aberto à participação de todos. Nele, você pode contar sua história e conhecer outras de pessoas de todas idades, raças, credos e profissões do Brasil. Em 2021, surgiu o interesse de transformar o acervo de histórias protagonizadas por mulheres, que até então funcionava como uma editoria de conteúdo para redes sociais, em uma exposição. Fomos convidados a estruturar esses relatos, fotografias e produções audiovisuais em uma mostra online, planejando como essas narrativas que inspiram por sua força, criatividade, sensibilidade e resiliência seriam apresentadas.



AUTORIA

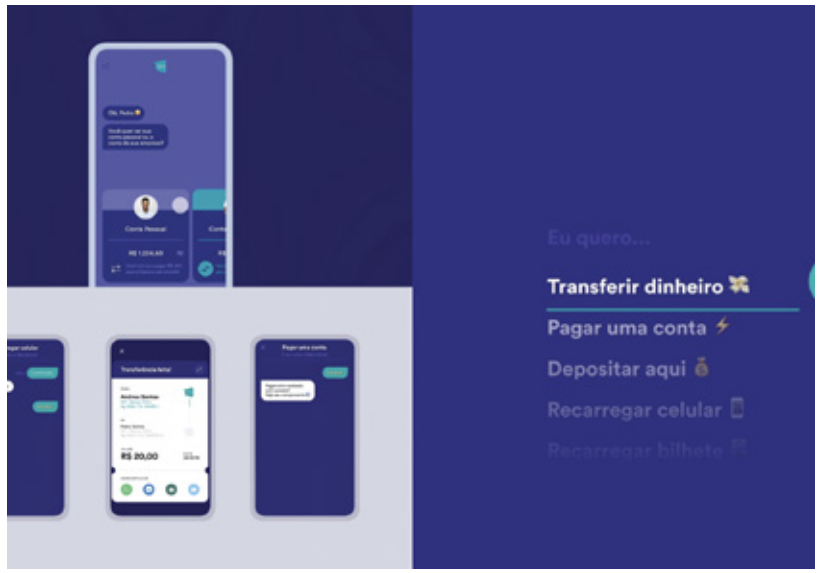
Megalo design

CLIENTE

Museu da Pessoa

DESIGN DIGITAL

DESIGN DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO (UX)



Voltz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Inclusão digital e financeira no Brasil é um grande desafio. A Voltz, fintech do grupo Energisa, tem a missão de bancarizar 5 milhões de clientes das classes C e D até 2025. Público esse que, até então, por falta de confiança e vínculo emocional com os bancos digitais atuais, pagavam suas contas quase exclusivamente em casas lotéricas, o que levava muitos a terem que andar por longas distâncias para conseguir quitar uma conta de luz. Com esse desafio, estudamos a realidade das pessoas que vivem fora do centros urbanos, o "Brasil profundo", e diagnosticamos que quase a totalidade das pessoa possuem acesso a celular, embora sua relação com a internet tenha suas peculiaridades: essa relação se dá majoritariamente por meio de aplicativos de mensagens e redes sociais.

AUTORIA

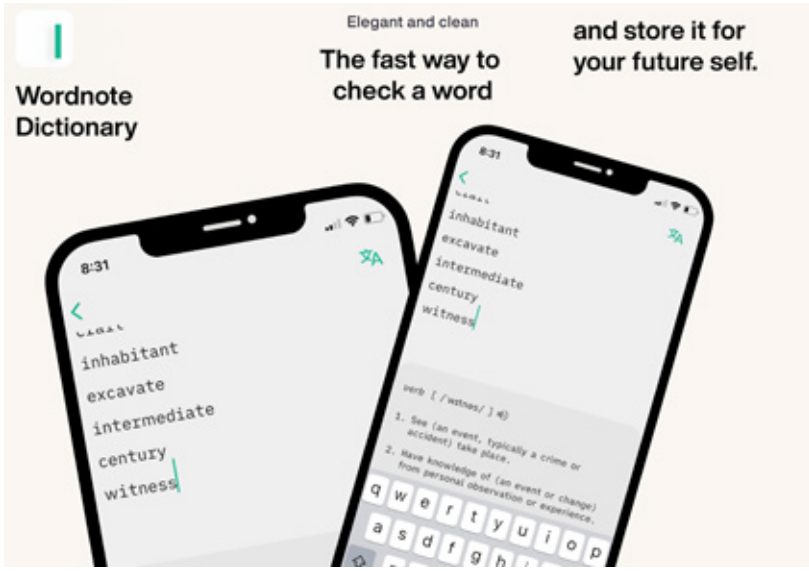
Questtonó Manyone

CLIENTE

Voltz

DESIGN DIGITAL

APLICATIVOS (APPS)



Wordnote Dictionary

DESCRIÇÃO DO PROJETO

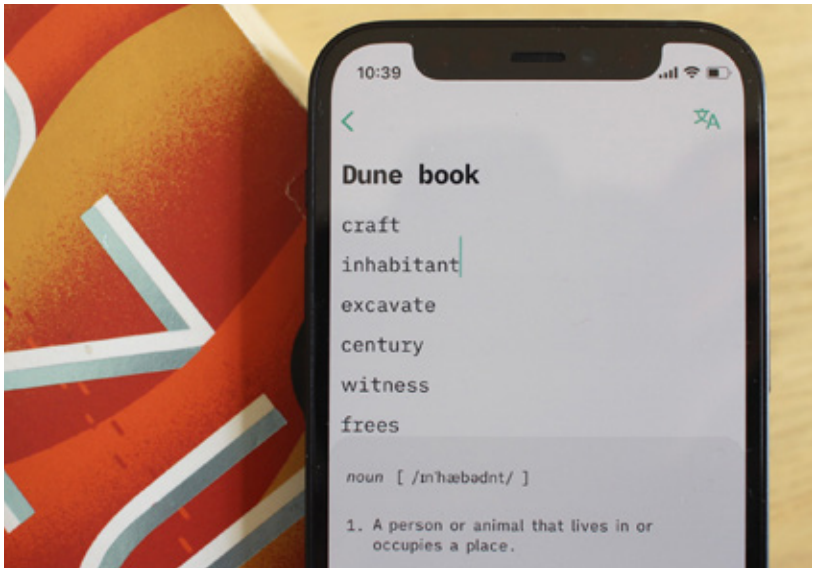
Wordnote é um aplicativo gratuito, de código livre, com design simples e elegante para escrever novas palavras e descobrir seus significados e sinônimos. Abra uma nova nota, seja para um livro específico ou para um novo idioma que você está aprendendo. Todos os dados são salvos no seu aparelho sem depender de conexão à internet. As consultas são instantâneas e 100% privadas.

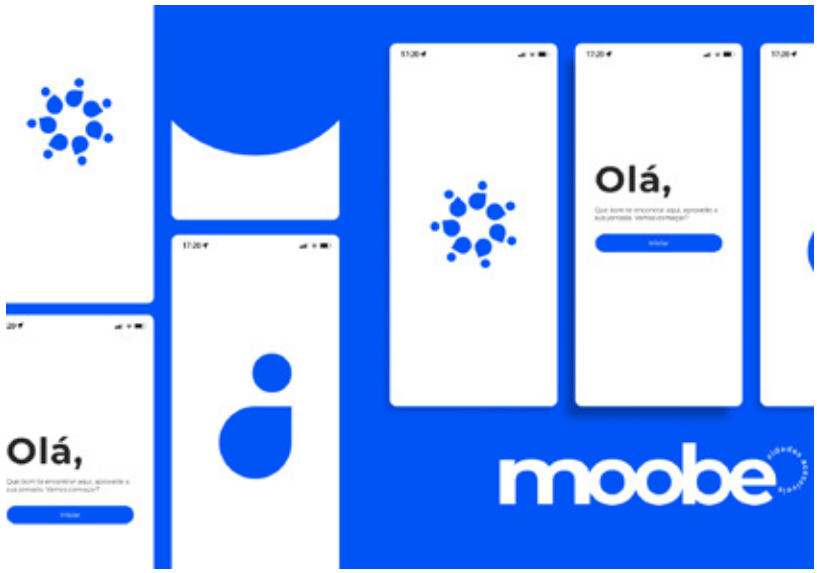
AUTORIA

Zeh Fernandes

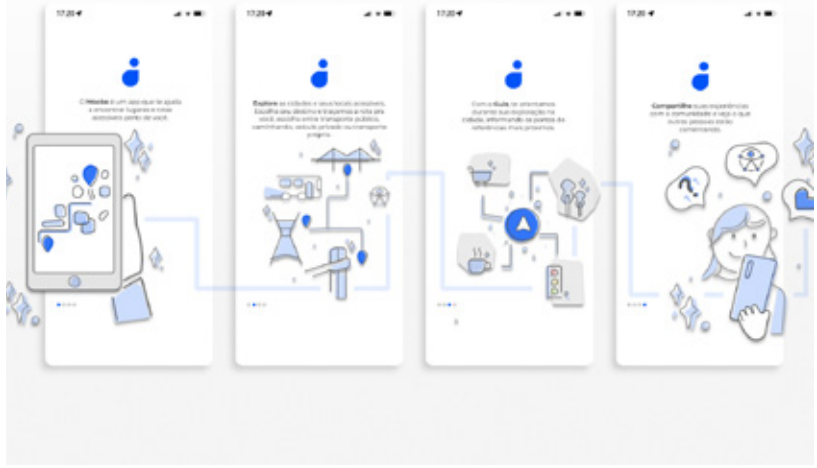
CLIENTE

Pessoal



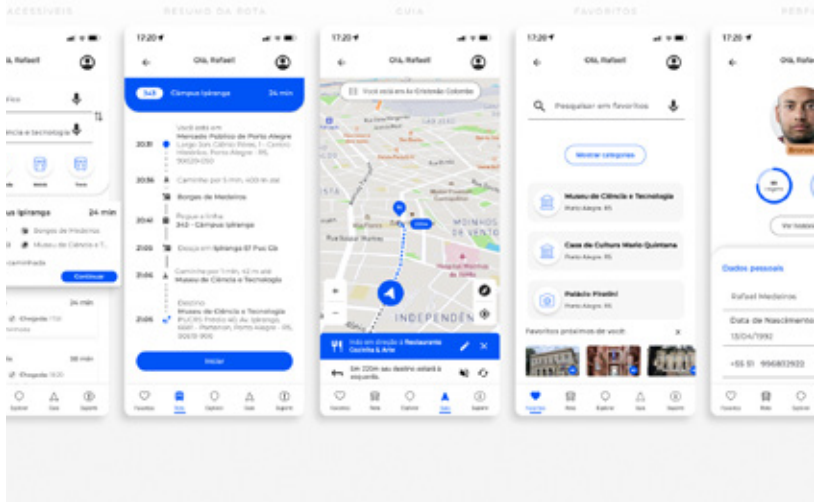


Aplicativo Moobe: Cidades acessíveis



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O aplicativo Moobe foi desenvolvido para ser uma experiência completa de acessibilidade nas cidades, promovendo o acesso ao turismo, esporte, lazer e serviços para Pessoas com Deficiência (PcDs), buscando impulsionar a independência de PcDs na exploração de locais nas cidades. Através do aplicativo é possível encontrar informações sobre os locais que oferecem uma infraestrutura adequada e acessível, além de compartilhar, através da integração com o transporte público, a rota acessível até esses locais por meio de um mapa interativo e por meio de um sistema guiado por voz artificial.



AUTORIA

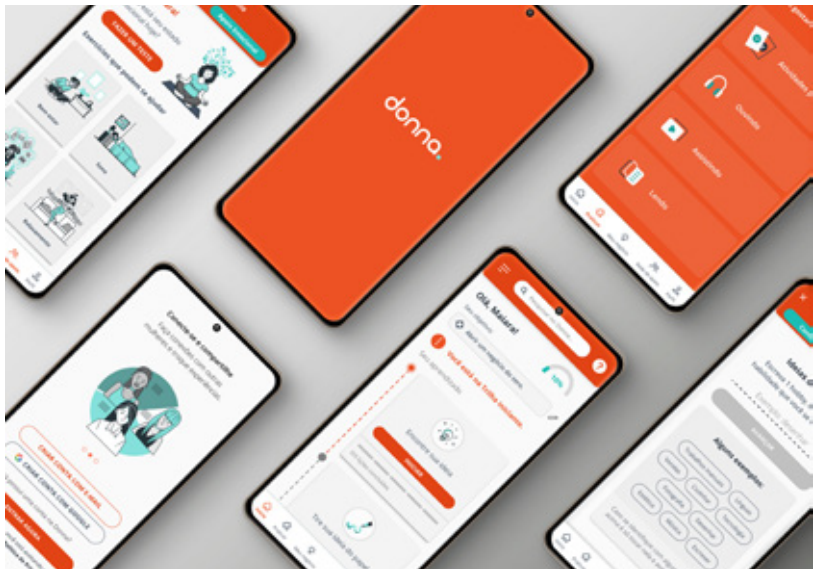
Kelven Carvalho e Noelle Atkienson Ornelas

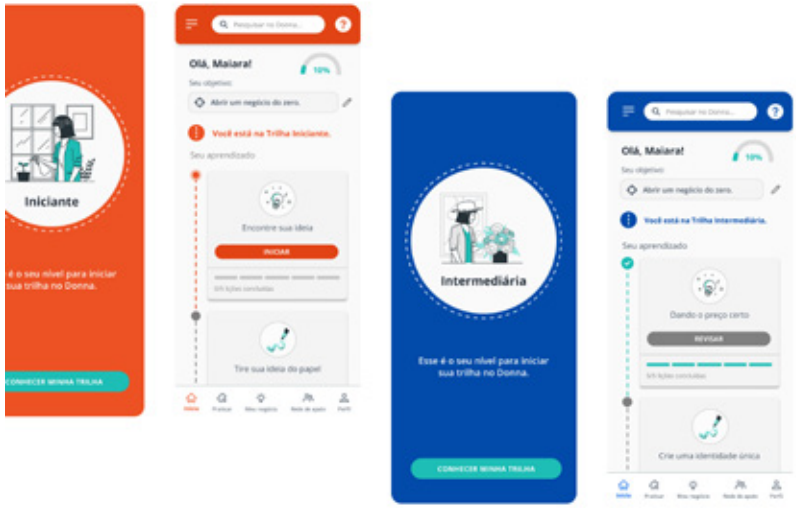
CLIENTE

IFSC

DESIGN DIGITAL
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Donna - Uma plataforma para desenvolver mulheres empreendedoras.





DESCRIÇÃO DO PROJETO

O desafio inicial foi propor uma solução de design de serviço, por meio de uma plataforma digital de aprendizagem, que auxilie mulheres a se sentirem confiantes, motivadas e capacitadas no processo de empreender. A escolha por projetar um serviço que apoia o empreendedorismo feminino surgiu a partir da percepção do seu impacto na vida das mulheres como opção para a geração de renda, trazendo autonomia e satisfação profissional. Além disso, é percebida a elevada desistência das empreendedoras antes de tornarem-se donas de um negócio, muitas vezes, devido a falta de planejamento e apoio ao empreender. Assim, foi proposta uma plataforma de capacitação com uma trilha de aprendizado gratuita, didática e acessível, que acompanha a usuária da concepção da ideia à implementação de seu negócio.

AUTORIA

Aline Mosqueira Marchese

CLIENTE

UEMG

2022

Design Editorial

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS

OURO 2022

GRAND PRIX

Ver/Ler

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O assunto central do livro é mostrar as famílias tipográficas criadas pela foundry, mostradas conforme os códigos tradicionais de outros type specimens: variação dimensional, set completo de caracteres, etc. Contudo, partindo da grande questão do design de tipos —o quanto o desenho de uma fonte deve se sobressair dos demais? (o velho debate entre forma e função) —, o projeto gráfico propõe um jogo que já fica evidente na capa do livro, através do jogo de palavras “VER” e “LER” : assim, as familias tipográficas aparecem dispostas sequencialmente, mas com todas as páginas do livro divididas ao meio. E essa divisão proporciona um sem número de combinações que, de uma maneira ou de outra, evidenciam ora a fonte em sua dimensão funcional de leitura, ora em sua execução visual.

AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

Fábio Haag Type

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS

Catálogo da 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Apresentamos o catálogo impresso da 13ª Bienal Brasileira de Design Gráfico. São mais de 700 páginas em papel off-set 120g, impressas a quatro cores e em capa dura, que ganha sobre-capa em serigrafia e abraça o registro definitivo deste importante momento.

AUTORIA

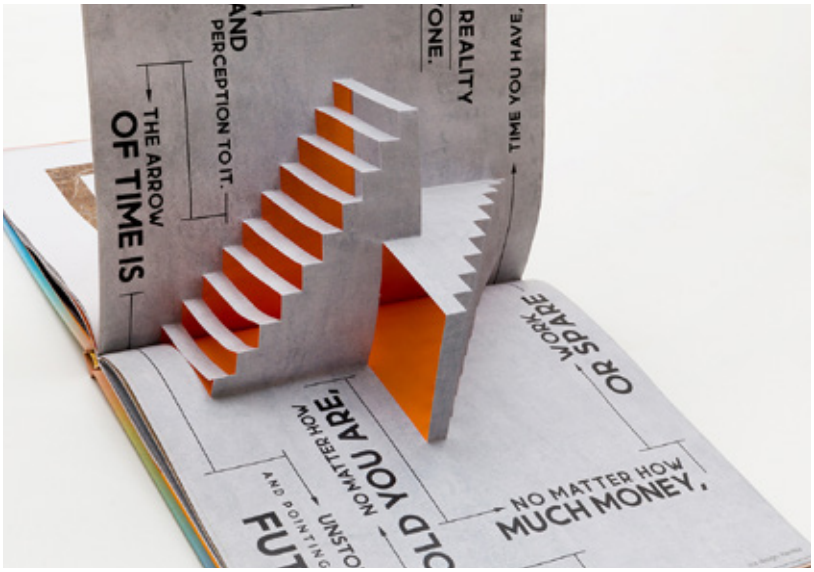
Diretoria ADG Brasil 2020-2022

CLIENTE

ADG Brasil

DESIGN EDITORIAL
AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS

UCHRONIA – A Utopia do Tempo



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uchronia é a ideia de nos livrarmos do tempo da forma como estamos acostumados. Há 100 acreditávamos que o progresso tecnológico nos daria mais tempo livre. Mas a sensação que temos hoje é de que estamos mais pressionados pelo tempo e que o próprio tempo em si é um recurso cada vez mais escasso. Baseados nos estudos da inglesa Dra Helga Schmid, abordamos o conceito "Uchronia", que é uma relação de liberdade temporal, onde as nossas vidas não são mais ditadas pelo tempo mecânico dos relógios e cronogramas de atividades baseados em horas ou minutos. Ao invés disso, Schmid propõe que direcionemos nossos esforços e atenção para outras dimensões do tempo, como nossos relógios internos, nosso tempo biológico, ou mesmo o relógio geológico. Assim viveríamos em mais harmonia conosco e com o planeta.

AUTORIA

Impress Decor, Idealize e Studio Renata Moura

CLIENTE

Impress Decor

DESIGN EDITORIAL

JORNAIS

A Lei Rouanet em pauta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capa do Caderno C (Cultura) de 4 de agosto de 2021, alusiva à tentativa de descaracterização da Lei Rouanet por parte do Governo Federal.

AUTORIA

Delfin [Studio DelRey]

CLIENTE

Correio Popular (Campinas/SP)

CADERNO C

Sugestões de pautas, críticas e elogios: cadernoc@rac.com.br

CORREIO POPULAR

Campinas, quarta-feira, 4 de agosto de 2021

A [redacted]

Lei Rouanet [redacted]

[redacted] em [redacted]

[redacted] pauta [redacted]

Projetos do legislativo tentam sustar decreto [redacted] de Bolsonaro que privilegia [redacted] arte sacra e belas artes e permite maior controle do governo na seleção de programas a serem contemplados pela lei de incentivo à cultura

Agência Estado

Três projetos de decreto legislativo foram apresentados nesta segunda-feira, na Câmara dos Deputados. Tanto o 336, de autoria de Marília Arraes (PT/PE), quanto o 339, de Natália Bonavides (PT/RN), e o 343, de David Miranda (PSOL/RJ), Fernanda Melchionna (PSOL/RS), Alice Portugal (PCdoB/BA), Túlio Gadêlha (PDT/PE) e Áurea Carolina (PSOL/MG), pedem para sustar os efeitos do decreto nº 10.755, de 26 de julho de 2021.

O decreto de Bolsonaro regulamenta e estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), conhecido popularmente como Lei Rouanet. Entre as principais alterações, estão a ênfase aos projetos de belas artes e arte sacra e um maior controle do governo para tomar decisões a respeito dos projetos contemplados. Este decreto nº 10.755, publicado no Diário Oficial de 27 de julho, regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, e estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), altera o Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007, e o Decreto nº 9.891, de 27 de junho de 2019, e dá outras providências.

Os três projetos apresentados pelos deputados da oposição criticam a centralização das decisões nas mãos de Mario Frias, secretário especial da Cultura, e alertam para a possibilidade de censura.

Em seu texto, Marília Arraes diz que essa centralização dificulta a participação da sociedade civil. Ela escreve ainda que "mesmo com a Lei das Agências Reguladoras estabelecendo a ausência de tutela dessas e pela sua autonomia funcional, o decreto é institucional ao definir que a avaliação da efetividade de estratégias promovidas por meio do Fundo Setorial do Audiovisual seja realizada pela Ancine em conjunto com a Secretaria Especial de Cultura e com o auxílio do agente financeiro credenciado".

Em sua justificativa, Natália Bonavides diz que o decreto nº 10 755 "é um passo dado pelo governo Bolsonaro no sentido de controlar a produção cultural do País". Ela escreve ainda: "Desde que assumiu a Presidência, Bolsonaro e seus subordinados não escondem a má-intenção cuja inspiração pode ser encontrada nos porões da ditadura militar. Ainda em 2019, o presidente falou de sua intenção de estabelecer um filtro nas produções audiovisuais brasileiras por meio da Ancine, ou seja, em seu primeiro ano de governo, Jair Bolsonaro externou seu projeto de transformar as ferramentas de fomento de produções culturais, dentre elas a Ancine, em agências de censura".

Ela prossegue: "O decreto promove uma centralização do poder decisório nas mãos de Mario Frias, um dos executores dessa agenda obscurantista e violadora da ordem constitucional, sobre as políticas de fomento à cultura, permitindo que sejam realizados controles sobre a produção cultural apoiada pelo Estado brasileiro". Ao fazer isso, ela escreve, "o governo pretende institucionalizar o dirigismo do Estado sobre a produção cultural, criando a prerrogativa inconstitucional de o Secretário Especial de Cultura cerear a liberdade de expressão por meio da imposição de pareceristas e da tomada de decisões *ad referendum*. Uma medida condizente com um governo que recebe de forma calorosa representantes de partidos neo-nazistas, e justamente por isso incompatível com a ordem democrática."

O terceiro projeto de decreto legislativo, de David Miranda, Fernanda Melchionna, Alice Portugal, Túlio Gadêlha e Áurea Carolina, afirma que o tal decreto do Pronac cumpre, basicamente, a função de atualizar a legalidade das ações, reformando o texto que mantinha a cultura na alçada do Ministério da Cidadania (onde foi abrigada até novembro de 2019). "Entretanto, numa leitura mais atenta, verifica-se que o decreto significa um aprofundamento da centralização do poder decisório nas mãos de Mario Frias, secretário Especial de Cultura, além de promover ingerência em diversas instâncias de deliberação da sociedade civil para aumentar o controle e a possibilidade de censura", escrevem os deputados que dizem ainda que ao secretário Especial de Cultura "foi concedido o poder de pautar pareceristas para analisar 'ações relevantes e não previstas' em lei, além de outras prerrogativas, como definir o que são instituições culturais sem fins lucrativos. "O texto abre brechas para se incrementar a possibilidade de cerceamento da liberdade de expressão", escrevem.

Para os deputados, segundo o texto, as mudanças foram feitas no sentido de travar a Lei Rouanet. Eles criticam, ainda, a falta de diálogo com agentes culturais e com a sociedade civil. "Essas mudanças, aliadas a uma futura instrução normativa que certamente virá, poderão ser o ato final da estratégia destrutiva do governo", diz o texto.

A publicação do decreto que altera o Pronac foi criticado pelo governo do Estado de São Paulo dois dias depois de sua publicação, e o órgão disse que estudaria como bazar as mudanças na Justiça. A classe artística também se manifestou e comentou que buscaria apoio também para anular a decisão do governo.

[redacted] Campinas [redacted] se mexe

Com o nome de Mobiliza Cultura, ocorre hoje, às 19h, um encontro que muito pode influenciar nos rumos das políticas culturais da cidade. Explica-se: o evento, que também pode ser definido como espécie de assembleia, tem como principal objetivo fazer um balanço do primeiro semestre de trabalho do grupo da representação popular do Conselho Municipal de Política Cultural.

O CoMCult, como é denominado o grupo da representação popular, tem previstas para hoje três pautas. "A primeira delas é justamente apresentar e contar o que é o conselho e suas atribuições. Depois faremos um histórico do trabalho até aqui e na terceira parte queremos escutar a sociedade em um debate sobre o cenário cultural de Campinas e como podemos, de forma democrática, planejar o futuro", comenta a presidenta do Conselho Municipal, Andrea Mendes.

Campinas iniciou em 2021 sua adequação às determinações da Lei federal 15.999, que pactua uma nova formação federativa do Sistema de Cultura e obriga todos os municípios brasileiros a se adequarem à uma nova formação de Conselho, envolvendo segmentos da sociedade civil, bem como administração municipal. Desta forma, além de representantes do poder público, incluindo, claro, da Secretaria de Cultura e Turismo, o novo conselho reúne o chamado grupo popular – são 38 conselheiros eleitos, entre titulares e suplentes. (**Adriana Giachini**)

Quer participar? Mobiliza Campinas - 1ª Assembleia da Cultura de Campinas, hoje, às 19h, pelo canal do YouTube do CoMcult (https://bit.ly/3760GwJ). Para integrar a sala de discussão, limitada a 100 pessoas, o link é https://bit.ly/3plehXm. Informações: comcultcampinas@gmail.com

DESIGN EDITORIAL

LIVROS

A Queda de Satã

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O primeiro, Satã, apresenta um apanhado histórico que vai desde o surgimento da figura até o final do século XX, ilustrado por mais de 200 imagens que mostram as várias maneiras pelas quais Satã foi retratado nesse período e o porquê de tantas — e tão substanciais — mutações. Já o segundo volume, A Queda de Satã, transforma-se numa obra de experimentação gráfica para falar, com desbragada ironia, do Diabo em nossos dias: de como, hoje, até mesmo produtos culturais dos mais complexos, como Satã, se viram reduzidos a unidimensionais ferramentas de propaganda. Assim, é possível assistir ao desfile de uma série de produtos ou marcas que se apropriam de Satã — de seu nome, de sua imagem ou de ambos — para construir a estratégia de marketing de biscoitos orgânicos, perfumes, pneus e cervejas.

AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

WMF Martins Fontes

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Escritos negros: textos contemporâneos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

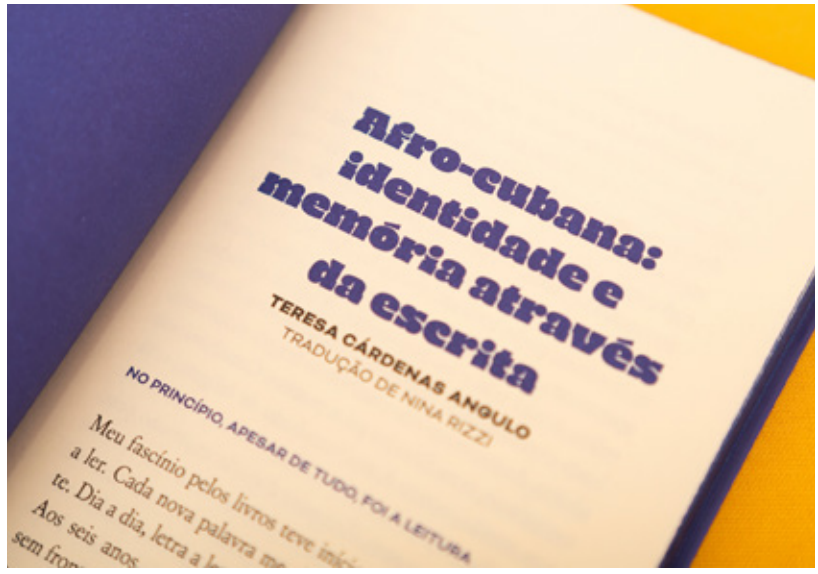
Com múltiplos autores na mesma publicação, o projeto gráfico unifica essas vozes e reforça a potência dos relatos. O livro foi impresso em preto e 1 Pantone, e utiliza uma mistura única de tipografias (Motter Ombra e Roslyn MN) na capa. Para o miolo, o uso da Mighty Slab traz o peso e o destaque para títulos. No texto, nomes de pessoas historicamente relevantes foram grifados e compilados ao fim do livro em um glossário. O autor de cada texto foi ilustrado para dar ritmo à leitura e também humanizar a pessoa que estava sendo lida – como eram relatos bastante pessoais, "ver" quem escreveu torna a experiência de leitura mais íntima.

AUTORIA

Leticia Quintilhano e Kalany Ballardin

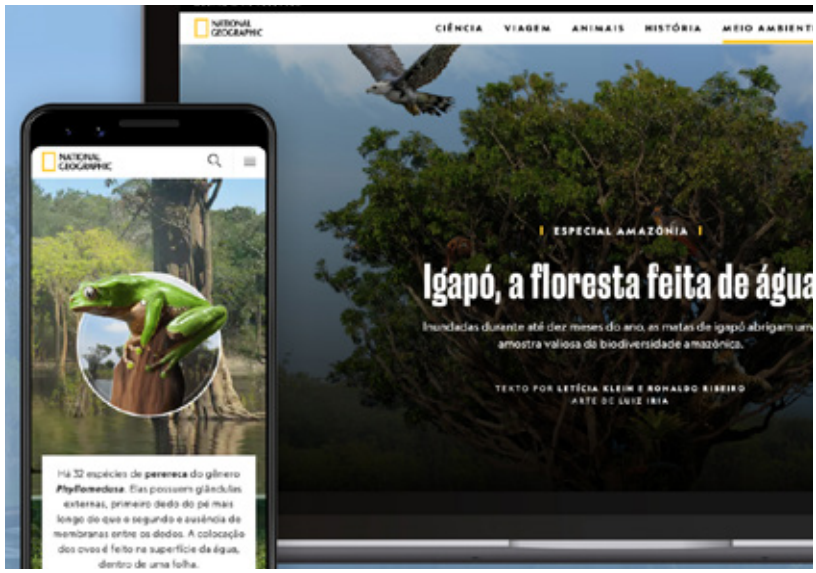
CLIENTE

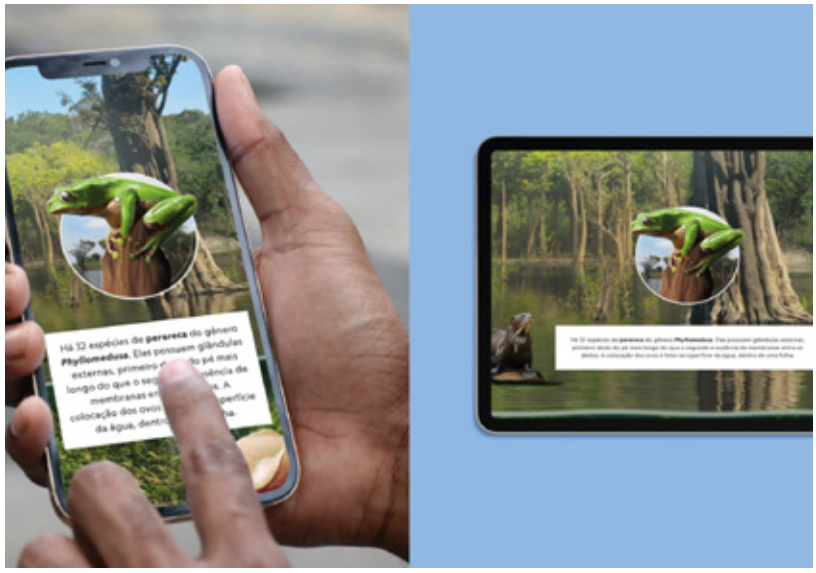
TAG Experiências Literárias



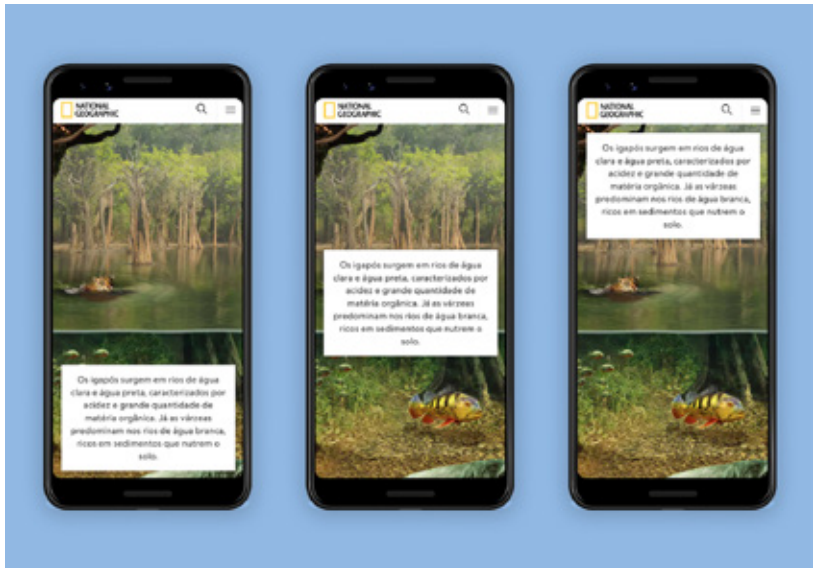
DESIGN EDITORIAL

PUBLICAÇÕES DIGITAIS





Igapó, a floresta feita de água



DESCRIÇÃO DO PROJETO

A pedido da equipe da National Geographic, tivemos o prazer de participar da criação da página infográfica sobre as florestas de Igapó, que abrigam uma valiosa amostra da biodiversidade amazônica. Cuidamos de pensar na experiência do usuário, cuidando da prototipagem, usabilidade e também da implementação de infográficos.

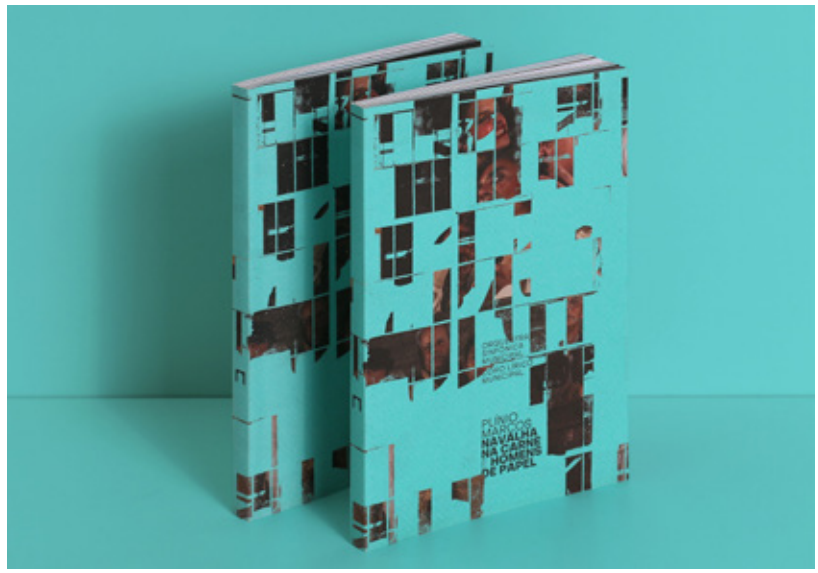
AUTORIA

Grande Circular

CLIENTE

National Geographic

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS



Navalha na Carne e Homens de Papel

DESCRIÇÃO DO PROJETO

As peças teatrais que deram origem aos libretos foram escritas há mais de 50 anos: “Navalha na Carne” é de 1967, “Homens de Papel”, de 1968. A primeira tem apenas três personagens, e as relações entre Vado, Neusa Sueli e Veludo num quarto de bordel – pautadas pela violência física e psicológica, pelo machismo, homofobia, etarismo e dependência de drogas— não deixam espaço para bons sentimentos. Em “Homens de Papel”, uma massa quase anônima de moradores de rua que tentam sobreviver como catadores de papel; à estrutura comportamental presente na outra peça, Plínio soma a intimidação opressora, o descontrole emocional, a pedofilia e o linchamento.

AUTORIA

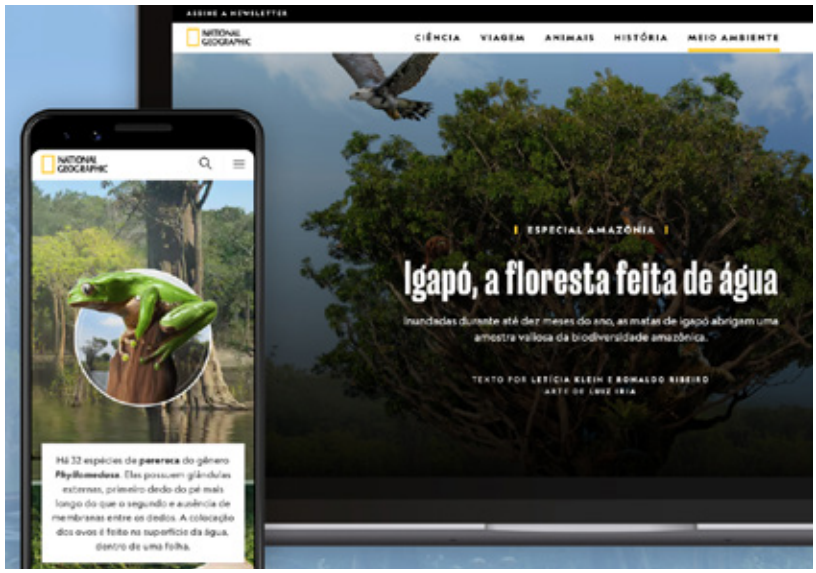
Casa Rex

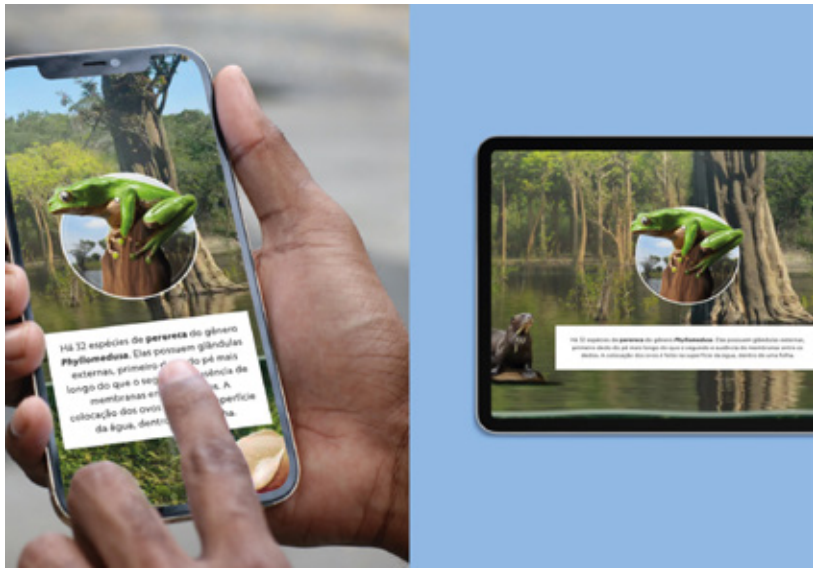
CLIENTE

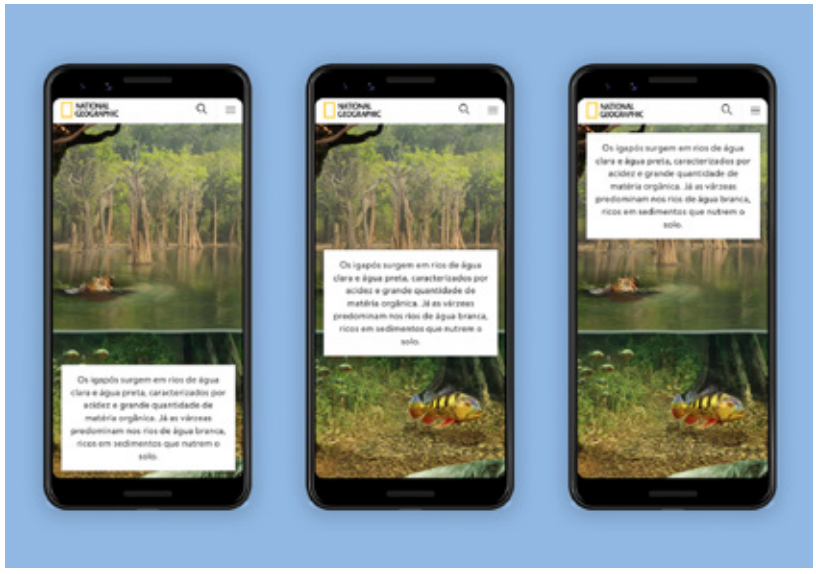
Theatro Municipal de São Paulo/ Sustenidos

DESIGN EDITORIAL
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

A Lenda do Guaraná, Editorial ilustrado da lenda de origem do povo Sateré-Mawé.







DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Lenda do Guaraná é um projeto editorial desenvolvido sob a perspectiva de valorização do povo Sateré-Mawé, suas crenças, costumes e, principalmente, sua relação com a terra. Ele busca criar conexões entre os aspectos semânticos, visuais e físicos de um livro ilustrado, com a carga de significado que a lenda possui e promovendo diálogos entre não nativos e a cultura indígena. Acredita-se que, através dele, seja possível disseminar os saberes e a luta desses povos. De texto original do autor indígena Yaguarê Yamã, o projeto conta com mais de 25 ilustrações originais que utilizam técnicas de desenho digital e tradicional e exploram diferentes linguagens, cores e formas para construção da narrativa. Ao final, o livro traz um glossário ilustrado da língua Sateré e Língua Regional Amazônica.

AUTORIA

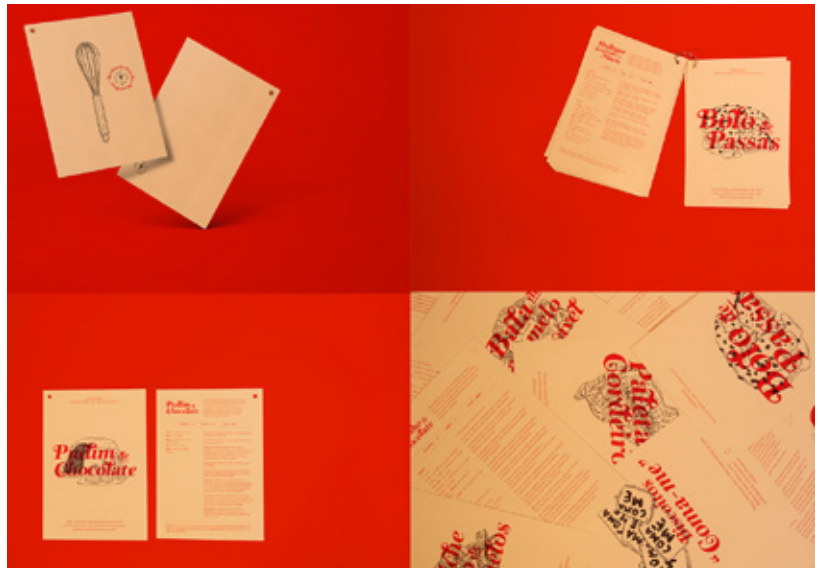
Lígia Mattos Maciel

CLIENTE

Escola de Design da UEMG

DESIGN EDITORIAL
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Alice – Caixa de Leitura Multissensorial



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Na pesquisa de TCC foi investigado o mercado editorial brasileiro e a tendência para edições físicas de caráter único. O resultado disso foi uma caixa de leitura multissensorial de 'Alice', que ativasse os 5 sentidos através de 8 produtos: livro (capa dura em couro ecológico com folhas 24k), almanaque (com diferentes sentidos de leitura, pop-up e folhas que se abrem), cards de receitas (laminados, possibilitando a limpeza de respingos de comida durante o manuseio), pôster (impresso em tinta fotocrômica, ativada por luz UV), marcadores de página, aromatizador, cartão playlist (músicas selecionadas especialmente para acompanhar a leitura) e certificado de autenticidade. Todos os produtos estão inseridos em um box identificado por uma tag "Abra-me/Open me" que nos convida a manusear o objeto.

AUTORIA
Giovanna Merlin

CLIENTE
SENAC-SP

DESIGN EDITORIAL

ESTUDANTES COMPLEMENTARES

Capas de livro no Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A pesquisa desenvolvida no mestrado visa analisar a relação entre tecnologia gráfica e linguagem visual tendo como objeto de estudo as capas de livro produzidas no Brasil entre o início do século XIX e o fim da década de 1960. Neste percurso revisita-se a história do mercado editorial brasileiro, passando por empresas como Laemmert, CEN, José Olympio, Civilização Brasileira entre inúmeras outras. Destaca-se também a figura do profissional responsável pela criação das capas de livro, relembrando nomes, por vezes esquecidos, além de destacar seus trabalhos e o status da profissão no decorrer do tempo, com suas conquistas em termos de importância e relevância no cenário nacional.

AUTORIA

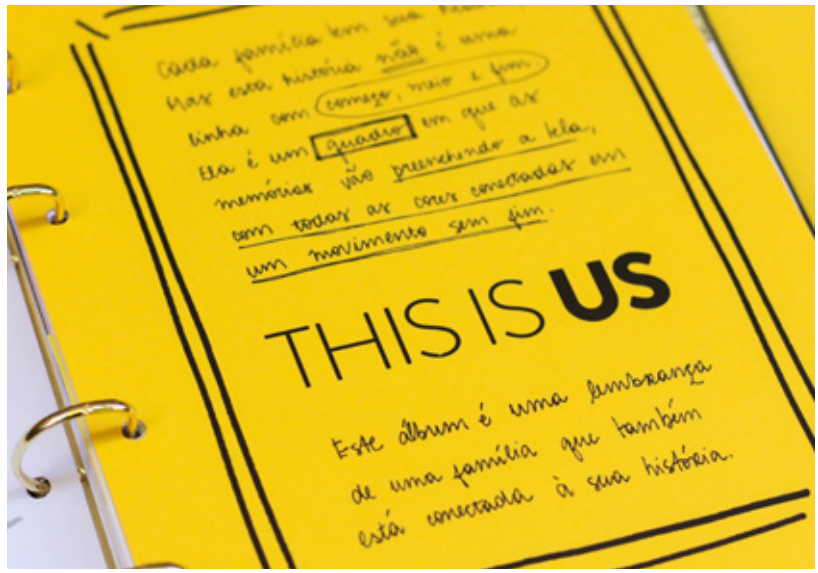
Anderson Junqueira

CLIENTE

UFRJ

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS



Álbum This is Us

DESCRIÇÃO DO PROJETO

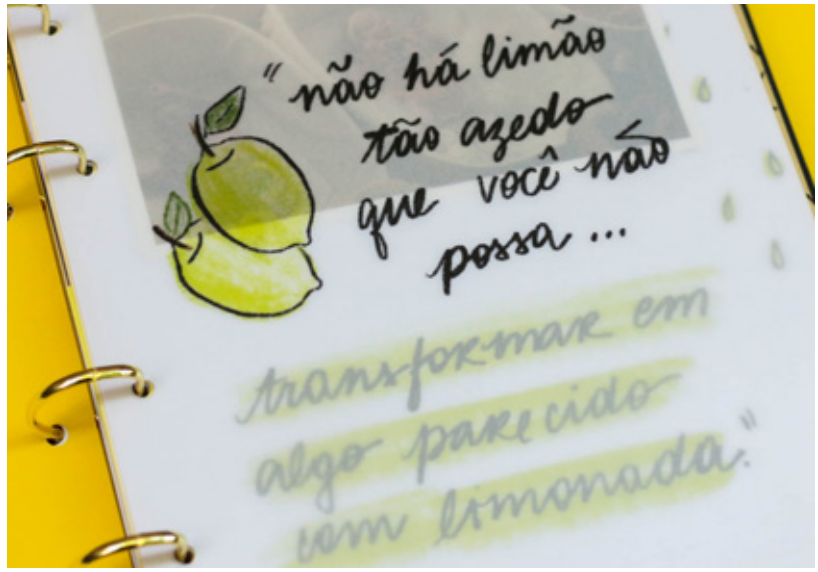
A convite da Star+ Brasil, criamos álbuns de família para tornar ainda mais memorável o lançamento da última temporada da série THIS IS US. Star+ é o único serviço de streaming no Brasil que mostrou a última temporada da série, simultaneamente à exibição nos Estados Unidos, seu país de origem. Utilizamos lettering, desenhos e fotografias de influenciadores que receberam, como kit promocional, o presente junto com momentos icônicos de THIS IS US. Foram produzidas 31 unidades, cada uma única e personalizada de acordo com a história de cada influenciador.

AUTORIA

GRECO.

CLIENTE

Star+ Brasil



DESIGN EDITORIAL

REVISTAS

As páginas de EXAME

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A revista EXAME é, há 55 anos, uma plataforma de comunicação e divulgação sobre negócios, investimentos e inovação. Em 2020 passou por transformações que permitiram novas possibilidades de design. O novo projeto editorial permitiu a inclusão de novas pautas e editorias, e o projeto gráfico também foi renovado. A partir dessas mudanças, a revista foi redesenhada; seu design passou a ganhar, a cada edição, mais protagonismo.

AUTORIA

EXAME DESIGN

CLIENTE

EXAME

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Box Hermann Hesse - Edição especial de colecionador

DESCRIÇÃO DO PROJETO

As capas comunicam a essência de cada livro através de uma única imagem simbólica do conteúdo (sem título ou informação textual). Os livros seguem uma gradação cromática – que também é uma gradação cronológica – transformando a caixa em um "arco-íris Hesse". [Demian (1917) Amarelo > Sidarta (1922) Laranja > Lobo da Estepe (1927) Roxo]. Os 3 livros juntos formam o nome do autor pela união de suas lombadas. O projeto trabalha os livros no limiar de objetos de desejo, visando atrair tanto os já cativos fãs de Hermann Hesse, quanto seduzir novos leitores, através de uma linguagem mais inusitada que a das edições comerciais.

AUTORIA

Leonardo Iaccarino

CLIENTE

Editora Record

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Caminhos: Guia de Visitação Inhotim

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Caminhos – Guia de Visitação Inhotim é a primeira publicação do Instituto Inhotim – um dos maiores museus a céu aberto do mundo e também um Jardim Botânico –, que apresenta ao visitante um amplo panorama sobre seu acervo botânico e artístico. O Inhotim traz em sua essência a integração entre arte e natureza – uma convivência inesquecível para quem percorre, por entre os inúmeros trajetos possíveis, os jardins e as galerias do museu. A publicação busca trazer essa experiência também em suas páginas, rememorando o corpo em deslocamento, na paisagem, que atravessa jardins, e descobre e se conecta com a arte e a natureza. Tudo no tempo deste corpo, marcado pela respiração e pelo ritmo próprio.

AUTORIA

Alles Blau

CLIENTE

Instituto Inhotim

DESIGN EDITORIAL
REVISTAS

EXAME NAS CAPAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fundada em 1967 pela Editora Abril e comprada em 2020 pela holding que controla o banco de investimento BTG Pactual, a EXAME se reinventou para continuar líder na produção de conteúdo. A imagem da revista, maior publicação na área de economia e negócios do país, se renovou em 2020 com o lançamento do novo projeto gráfico e, a cada edição, busca por capas mais contemporâneas e atuais. O conjunto de capas apresentadas aqui é um reflexo dessa iniciativa gráfica — quebrando com os paradigmas do antigo projeto gráfico.

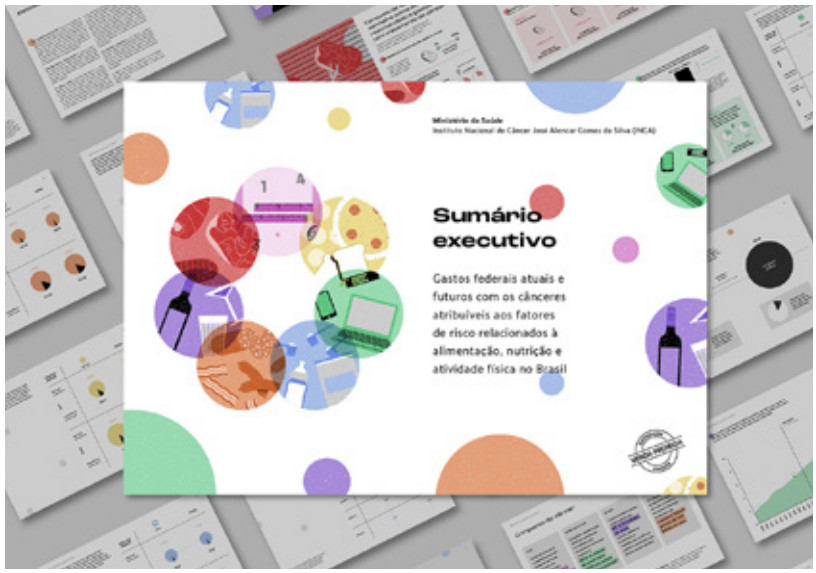
AUTORIA

EXAME DESIGN

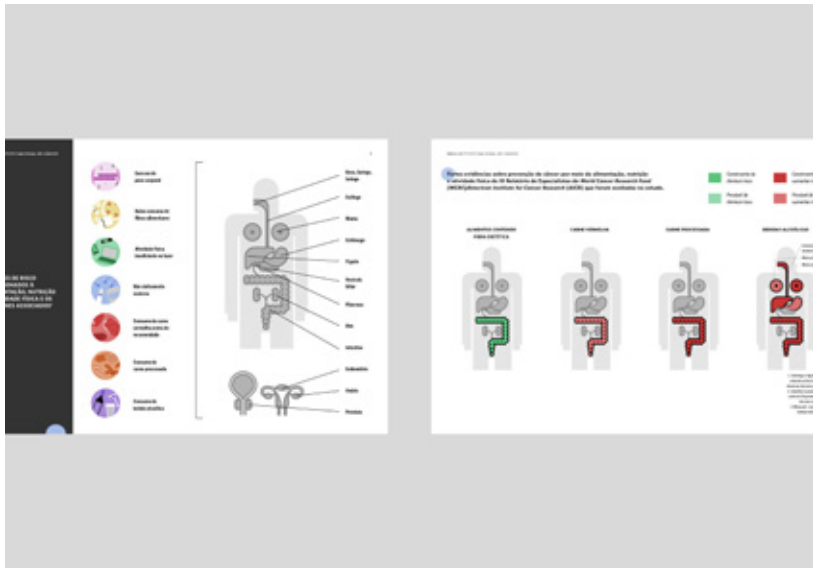
CLIENTE

EXAME

DESIGN EDITORIAL
PUBLICAÇÕES DIGITAIS

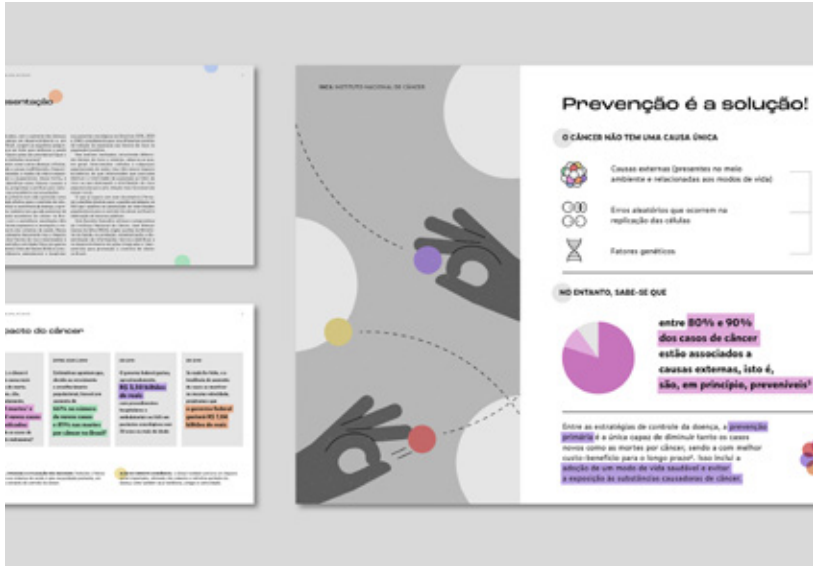


Gastos federais atuais e futuros com cânceres no Brasil



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O documento traz o impacto atual e futuro de sete fatores de risco relacionados à alimentação, nutrição e atividade física nos gastos federais do Sistema Único de Saúde (SUS) na prestação de atendimento ambulatorial e hospitalar aos pacientes oncológicos no Brasil em 2018, 2030 e 2040, considerando para isso diferentes cenários de redução da exposição aos fatores de risco na população brasileira. Na primeira parte do documento, são apresentados os sete fatores e aspectos gerais do estudo. Na sequência tem-se a análise do impacto financeiro com a assistência oncológica decorrente de cada um dos sete fatores, com uso de infográficos, gráficos e tabelas. Ao fim, há a análise desses gastos a partir da combinação dos sete fatores.



AUTORIA

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

CLIENTE

INCA – Instituto Nacional de Câncer

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Guia Aves do Inhotim

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto editorial do Guia Aves do Inhotim resgata diversos aspectos que conectam as escolhas gráficas ao conteúdo da publicação. A paleta do livro é composta pelo preto e amarelo, tonalidades inspiradas nas cores do Japu (Psarocolius decumanus), pássaro destaque desta edição. A única exceção são o laranja, utilizado na seção de curiosidades, e o azul, que simula um céu estrelado, na segunda capa da publicação. A face tipográfica Cera foi selecionada como a fonte principal do projeto editorial. Em seis pesos diferentes, ela apresenta um desenho simples, geométrico e contemporâneo, estabelecendo um diálogo próximo com a marca Inhotim.

AUTORIA

Hardy Design

CLIENTE

Inhotim

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS

Índice de fontes: vestígios da Semana de 22 no acervo do Theatro Municipal de São Paulo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Primeira publicação do Núcleo de Acervo e Pesquisa do Theatro Municipal, "Índice de Fontes: Vestígios da Semana de 22" reúne documentos que registram as diferentes celebrações da Semana de Arte Moderna no Theatro Municipal de São Paulo ao longo dos últimos cem anos. É resultado de uma densa pesquisa nos acervos do Municipal, que destaca sobretudo programas de espetáculo, mas também trajes, fotografias e outros documentos textuais.

AUTORIA

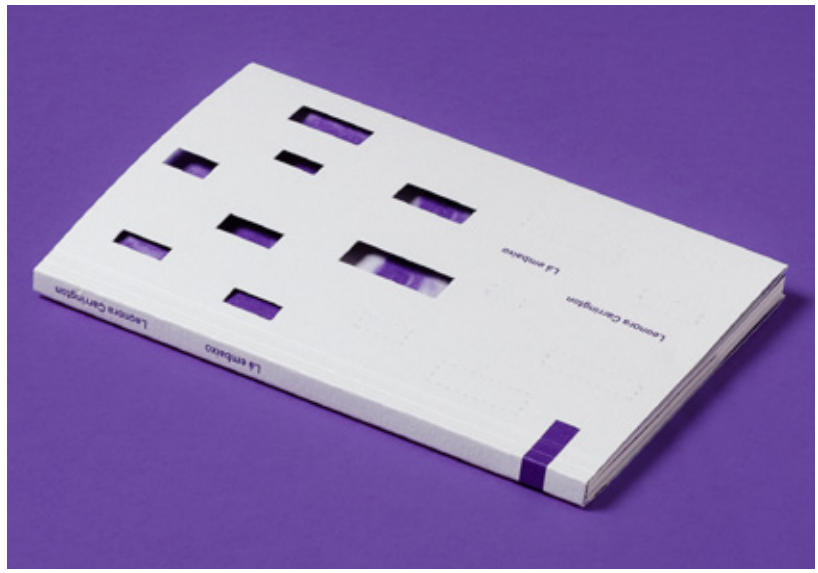
Casa Rex

CLIENTE

Theatro Municipal de São Paulo / Sustenidos

DESIGN EDITORIAL

LIVROS



Lá embaixo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Leonora Carrington foi uma mulher que transgrediu todos os limites que lhe foram impostos para poder ser livre e viver da maneira como acreditava. “Lá embaixo” é o relato autobiográfico de um dos mais sombrios períodos de sua vida: relata a dolorosa experiência como interna de um hospício, enquanto encantado pela narrativa mágica e iniciática, usada como resposta contra a pouca realidade.

AUTORIA

Lucas Blat

CLIENTE

100/cabeças

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS

Manobras para Espaços Libertários

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A publicação “Manobras para Espaços Libertários” deriva da pesquisa e produção artística do artista Gabriel Bonfim, no mestrado da UDESC em Processos Artísticos Contemporâneos, realizado durante a pandemia de Covid-19. A publicação inicia por sua estrutura organizada em três capítulos, chamados de quartos. Pois, sua pesquisa estava diretamente ligada ao espaço físico. Em cada abertura de quarto, inicia com uma palavra e sua definição. Representado o espaço físico dos quartos, assim como a fachada das casas, seu número e endereço. Cada quarto que o artista morou se tornou lugar de produção. Ao longo da experiência narrativa, o artista nos apresenta diferentes tons textuais, em momentos a publicação se torna algo íntimo, relatos que partem da sua perspectiva de vida, em outros momentos o texto se volta à produção poética, a vivência e as adaptações causadas pela pandemia.

AUTORIA

Gustavo André Estúdio Gráfico

CLIENTE

Gabriel Bonfim

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS

Modos de ver o Brasil: Itaú Cultural 30 anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desde o início, sabia-se do caráter colaborativo da mostra. A curadoria tomou como partido o conceito de pluralidade, nomeando-a “Modos de ver o Brasil”. Assim, a construção da “exposição-constelação” – na qual, a cada momento, uma imagem diferente se projeta – se expande indefinidamente mesmo depois de desmontada. Aquele conjunto de obras não permanece o mesmo, à medida em que a própria definição do que é o Brasil está em constante transformação. A partir dessa constatação, surge a necessidade de projetar um catálogo que deveria, além de registrá-la, reorganizar seus conteúdos gerando novos panoramas do acervo – e da arte brasileira – de maneira ampla e inédita.

AUTORIA

Estúdio Claraboia

CLIENTE

Itaú Cultural

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Oikoá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Oikoá é um livro infantojuvenil, ilustrado, cujas cores vibram nas páginas como uma floresta que respira. O design se deixa tocar pelas palavras e ilustrações, que coexistem em um mesmo movimento e sintonia. A partir de um olhar poético, estes elementos revelam o drama de uma floresta em chamas. Um instante que declara toda a força da existência e da resistência de seus habitantes, de seus idiomas, de suas cores, de seus traços, de seus sons. De seus silêncios. Combinando os idiomas Guarani Mbya e Mẽbêngôkre com o português, o livro abre espaço para que diferentes vozes se encontrem e se fortaleçam. Um convite para que as pessoas reconheçam a verdade das suas origens e lutem para que estas palavras e espaços tenham cada vez mais voz.

AUTORIA

Wanda Maria Mendonça Gomes / WG Produto

CLIENTE

Ôzé Editora

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS

Partículas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

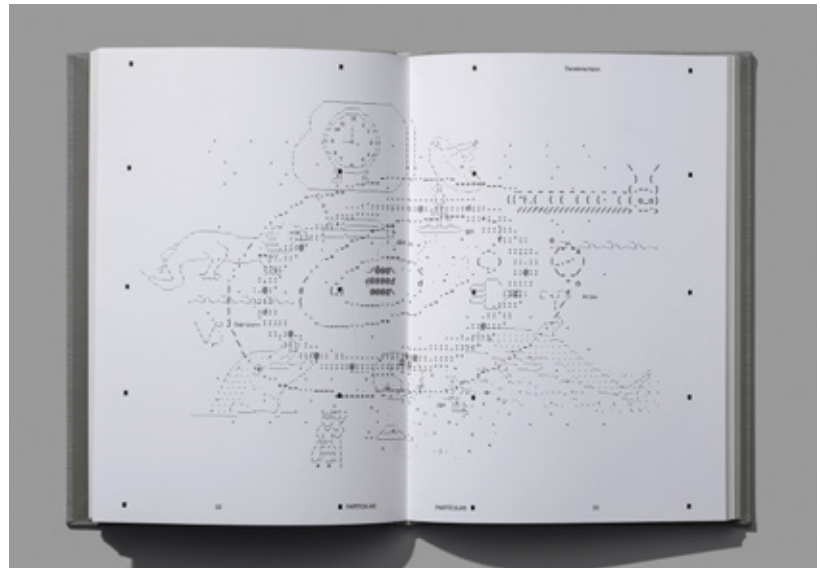
O projeto é um catálogo da exposição como um todo - com textos curatoriais, fotografias dos trabalhos - que foi feito via produção independente, e conta registros de todos os trabalhos expostos, sendo assim também é uma continuação da exposição para além do tempo em que ela aconteceu fisicamente. No projeto gráfico do livro contemplamos imagens e desdobramos o conteúdo a partir da identidade visual criada para a exposição - e também criado por nós - que abrange os aspectos de planejamento, metodológicos e técnicos para o desenvolvimento da concepção e a materialização da forma na comunicação com o público.

AUTORIA

Dandara Hahn, Simon Fernandes

CLIENTE

Massapê Projetos



DESIGN EDITORIAL
REVISTAS

Revista Propágulo N°7

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Atuando desde 2017 como vetor de experimentação gráfica e textual para seus colaboradores, entre artistas, pesquisadores e realizadores das artes visuais, a revista Propágulo é uma publicação semestral independente focada no mapeamento e na difusão da produção artística contemporânea do estado de Pernambuco. Tem também o compromisso de ser uma plataforma sensível de diálogos e experiências sobre arte. Lançada em outubro de 2021, a revista Propágulo Nº 7 contemplou artistas visuais e pesquisadores pertencentes a recortes LGBTQIA+ e atravessados pelo estado de Pernambuco, que produziram os textos e as imagens que compõem a publicação. Esta edição foi viabilizada através do Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura.

AUTORIA

Propágulo

CLIENTE

Propágulo

DESIGN EDITORIAL

REVISTAS

Revista Recorte
Ano 1 – 2021

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A edição impressa anual é uma tentativa de criar um registro perene dos textos produzidos para a revista, que sobreviva às oscilações da internet e possa ser encontrado em bibliotecas e livrarias do Brasil. O projeto é coletivo em diversas esferas. É financiado por estúdios, editoras e iniciativas relacionadas ao design. As revistas-livro são produzidas com os recursos arrecadados por um sistema de assinatura. O conteúdo, tanto verbal quanto visual, é produzido por múltiplos autores e editado por um grupo diverso de editores.

AUTORIA

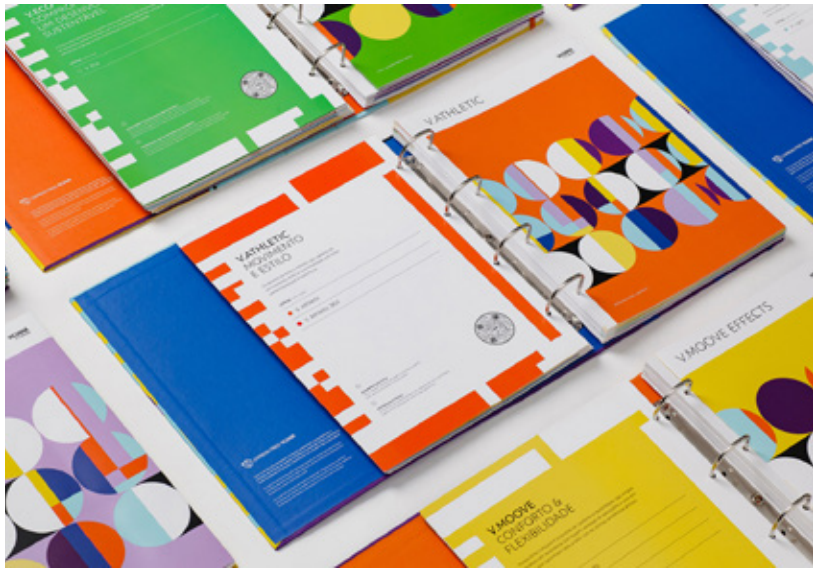
Flora de Carvalho

CLIENTE

Revista Recorte

DESIGN EDITORIAL
CATÁLOGOS

VICUNHA | Linguagem Books 22



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Foi criado um sistema gráfico versátil e multicolorido que se expande, se desdobra e evolui ao longo dos materiais. O objetivo desse novo sistema é conferir um aspecto vibrante, sofisticado e autoral aos books, gerando interesse e destaque em relação aos materiais dos concorrentes. Além disso, também foi desenvolvida uma nova arquitetura e lógica de informação para melhor organizar os dados, os códigos de produtos e as famílias de amostras, tornando os books mais práticos, dinâmicos e intuitivos. Para além dos books, o novo sistema gráfico foi utilizado em outros materiais de comunicação como posts para redes sociais, e-mails, vinhetas de vídeo, posters, materiais promocionais entre outros.

AUTORIA

Carme

CLIENTE

VICUNHA

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Vida à Deriva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um dos autores fundamentais na história dos mangás, Yoshihiro Tatsumi oferece neste livro um testemunho extraordinário do mundo editorial e do Japão na segunda metade do século XX. Ao mesmo tempo uma autobiografia, um romance social e um documento histórico, a obra é ganhadora de todos os principais prêmios dos quadrinhos mundiais, entre eles o Tezuka, o Angoulême e dois Eisner. Um épico de mais de 900 páginas dividido em dois volumes.

AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

Veneta

DESIGN EDITORIAL
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

BRONZE ESTUDANTE 2022

Presente perpétuo: zines sobre o distópico no contemporâneo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Presente perpétuo é um trabalho de conclusão de curso que estuda a distopia por meio de experimentações gráficas. A partir de pesquisa aprofundada sobre a temática da distopia –pautada em uma abordagem conceitual do tema– e seu entendimento pelos autores do projeto, foram produzidos diversos experimentos gráfico-visuais que, ao fim, culminaram em um conjunto de oito zines. Cada um com uma temática, estes fazem uma reflexão crítica, a partir do humor, do chiste e da linguagem dos memes, acerca das distopias do mundo contemporâneo capitalista. Carregado de um caráter de manifesto, o projeto se apresenta como uma investigação gráfica sobre o suporte zine e mídia impressa, bem como um exercício de pensar a responsabilidade do papel social e crítico do design na formação e atuação do designer.

AUTORIA

Fernando Akira, Pedro Modenesi, Thainara Simões e Victoria Daud

CLIENTE

Design ESPM-SP

DESIGN EDITORIAL

ESTUDANTES GRADUAÇÃO

REVISTA CHORUME

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este projeto foi realizado para a disciplina ofertada em curso de Design Gráfico no ano de 2021. A forma com que as pessoas e empresas descartam seu lixo é um problema de ordem nacional, por isso achamos relevante trazer esse tema em pauta dentro de uma revista de cunho social, satírica e provocativa. Desde o título da matéria escolhida para estampar a capa, “O que o lixo diz sobre nós” até a frase do travesso mascote Lixito “Separa o lixo, seu lixo”, o leitor é levado a repensar seus hábitos com um sorriso amarelo e a cada página virada sente um certo incômodo pelos dados expostos e os conteúdos com enfoque nas problemáticas residuais. aliado a um bom Design, faz com que esse conteúdo relevante também se torne mais atrativo, aumentando o número de leitores.

AUTORIA

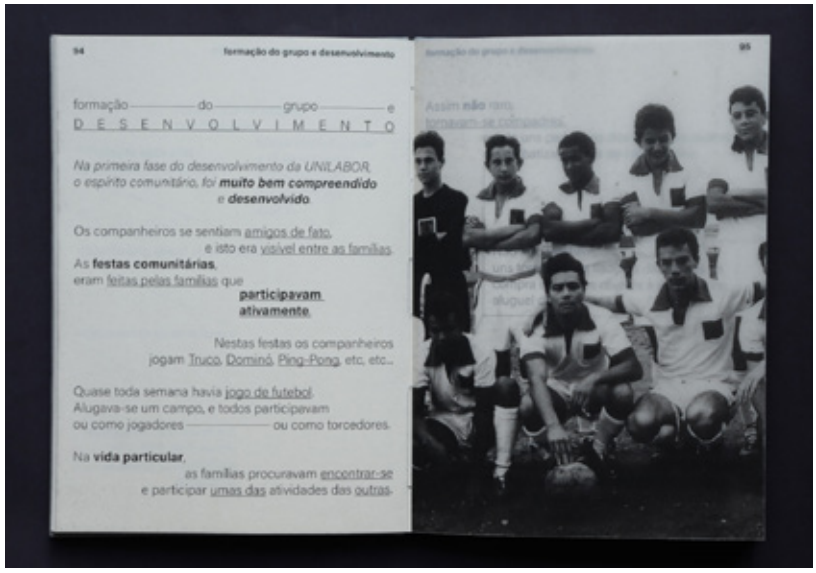
Ariel Haddad Ponce Salles, Eric Cavasani Vechi, Geraldo Bosco Bottaro, Juliana Gonçalves Coluce

CLIENTE

UNESP

DESIGN EDITORIAL
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Unilabor – Uma nova perspectiva concreta



DESCRIÇÃO DO PROJETO

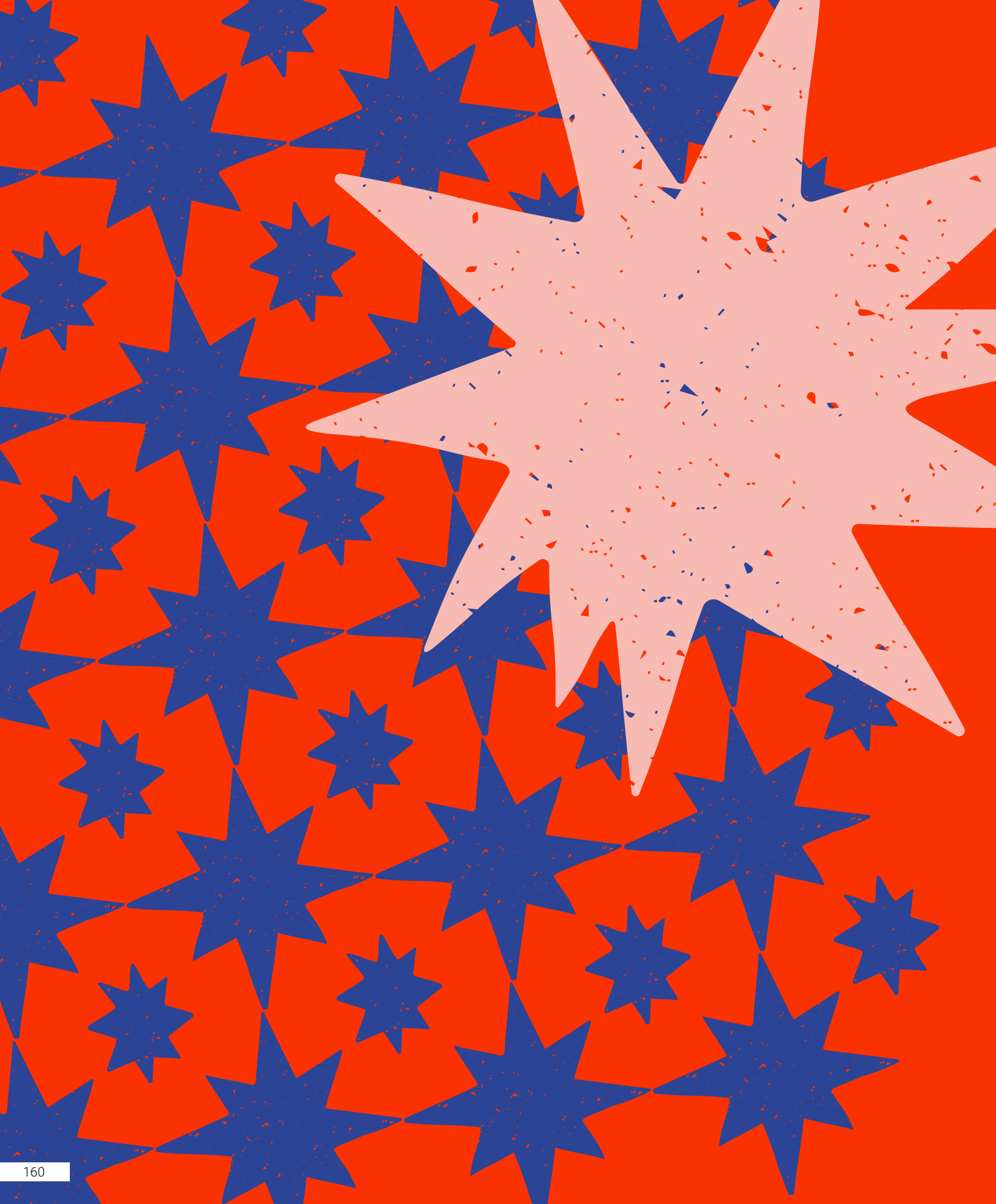
Projeto gráfico, curadoria e editoria feita como trabalho de conclusão de curso no Bacharelado em Design pelo Centro Universitário Senac – São Paulo. Uma publicação editorial experimental com um texto inédito de Alfredo Lopes, tio-avô do autor e ex-sócio da cooperativa de trabalho, Unilabor. O texto conta sua perspectiva interna sob um relato íntimo do início, meio e fim da comunidade que nasce da prancheta de Geraldo de Barros e dos ideais “comunitaristas” de Frei João Baptista. Não apenas uma fábrica de móveis com desenhos de Geraldo, mas sim uma comunidade operária que vivia a esperança de um amanhã mais igual e justo. A cooperativa é tida como referência fundamental no desenho de móveis brasileiros, autogestão operária, arte moderna e modelos colaborativos de design.

AUTORIA

Lucas DeMiranda

CLIENTE

Senac São Paulo



2022

Design Gráfico

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

Rio Carnaval

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O convite era irresistível; e o desafio, gigantesco. Como pensar em um símbolo que traduz a energia contagiante do maior espetáculo da Terra? A marca Rio Carnaval nasce para reverberar para o Brasil e para o mundo a magia criativa que se espalha pela Sapucaí. Nossa imersão aconteceu na própria Cidade do Samba, junto às escolas e seus integrantes com mais de sete mil pessoas envolvidas. Uma marca que representa a comunidade do samba e que provoca todos os sentidos de uma forma única, difícil de explicar.

AUTORIA

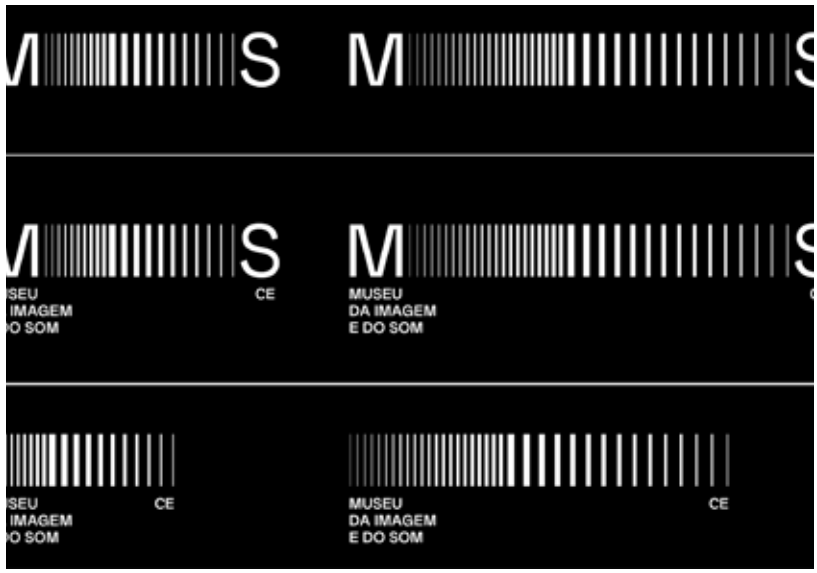
Tátil Design

CLIENTE

Liesa

DESIGN GRÁFICO

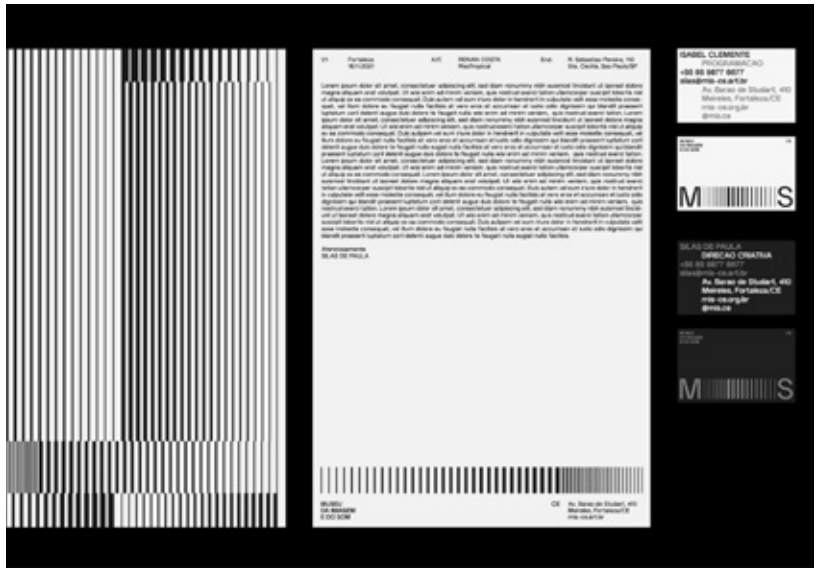
DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



Nova Identidade MIS Ceará

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Museu da Imagem e do Som do Ceará iniciou um processo de transformação de sua identidade - que pretendia alinhá-lo aos contextos atuais e - que compreendeu desde seu espaço físico, ampliação e novo projeto arquitetônico, até sua identidade visual em todos os pontos de contato. O museu ganharia instalações e tecnologias de última ponta, um programa educativo e de curadoria completamente renovados. A nova identidade deveria acompanhar esse movimento. O resultado colocou o MIS em um lugar onde ele nunca esteve: de visibilidade, com personalidade e voz ativa e o mais importante, mais possível para todes.



AUTORIA

Estúdio Tropical

CLIENTE

Secretaria da Cultura do Estado do Ceará

DESIGN GRÁFICO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Museu de Percurso do Negro de Porto Alegre: do apagamento à visibilidade

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Museu de Percurso do Negro é um caminho a céu aberto demarcado por alguns pontos de Porto Alegre que celebram as culturas negras e histórias apagadas pelo tempo. A camuflagem na paisagem urbana invisibiliza os locais aos olhos de milhares de pedestres e, assim, têm a sua validade questionada. O briefing propunha a mitigação desse problema através da criação estratégica de uma identidade visual, família de símbolos, produtos que fazem jus ao tema, ambiente expositivo para estes e sinalização do espaço público. O projeto se apoia em pesquisa documental acerca dos territórios negros por meio de dados sobre a história, mapas, relatos e fotografias que se traduzem em uma marca forte, identitária e representativa, trazendo à cena o reviver e o resgate de memórias.

AUTORIA

Débora Lima, Matheus Dutra, Natália Ely, Raquel Araujo, Thaís Andrade

CLIENTE

UFRGS

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

23º Festival de Cinema Kinoarte

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cartazes da 23ª edição do Festival Kinoarte de Cinema, o mais antigo no estado do Paraná na linguagem artística. O evento prioriza a valorização do cinema brasileiro autoral, além de incentivar a produção e disseminação do conhecimento audiovisual. Há competitivas e premiações de curtas-metragens nas categorias Iberoamericana, Brasileira, Paranaense e Londrinense, avaliados por júri popular e oficial. Os cartazes são o cartão de visitas do festival de cinema e dizem muito sobre os filmes da programação: cinema autoral, que em grande maioria testa os limites da linguagem. Além de serem a divulgação do evento, constroem um diálogo com o espectador, que contribui com sua versão da narrativa para cada um deles. Também há o reforço do posicionamento do Festival Kinoarte, que preza pela liberdade artística e a expansão dos limites da linguagem, seja ela cinematográfica ou do design.

AUTORIA

LESTE

CLIENTE

Kinoarte – Instituto de Cinema e Vídeo de Londrina

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Anônima

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vinculada à marca Herself, a ANÔNIMA é uma nova galeria cuja intenção é sair do lugar-comum do universo artístico tradicional e abordar a relação da arte com pessoas que sempre estiveram à margem dos circuitos “oficiais”: artistas mulheres racializadas, cis, trans e pessoas não binárias. O nome “Anônima” é uma referência – e um enfrentamento provocativo – à falta de registro e desvalorização que essas artistas, suas práticas e obras sofreram ao longo da história. Latino-americana, ativista, humana, plural, autêntica, ousada e corajosa, a marca busca demonstrar sua essência através de uma identidade visual inspirada em expressões de resistência gráfica e artística: mídia impressa alternativa e materiais têxteis.

AUTORIA

Renata Moroni Design

CLIENTE

Anônima — A Galeria Herself

Copo Americano

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Copo Americano é mais do que uma marca: é um tipo de copo com desenho exclusivo da Nadir, produzido desde 1947, que faz parte da história do design nacional. Buscando exaltar sua origem e valor histórico, elaboramos uma nova identidade visual que enaltece as formas primárias do produto e a sua iconicidade de maneira irreverente e cheia de informalidade.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Nadir

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Festival Turá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Festival Turá contou com 14 atrações nacionais além de DJs. A mis(tura) se inicia com as combinações de artistas compartilhando o mesmo palco e fazendo releituras de suas obras, a ilustração do Poster principal faz alusão a essa ramificação da musicalidade brasileira em frutos e folhagens ricos e plurais. As ilustrações dos artistas foram feitas digitalmente e fortalecem a visualização de combinações inéditas de vozes e criatividades, se aproximando ao público com uma identidade artística e integralmente ilustrada por uma mulher preta.

AUTORIA

Amanda Lobos

CLIENTE

T4F

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Folia de Folhas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

DESAFIO:
A Escola Primeira Estação realiza anualmente o seu Carnaval. Mas a quantidade de lixo gerado com confete era uma preocupação.
INSIGHT:
Como manter a diversão e ainda contribuir com o meio ambiente? Simples: usando a própria natureza na confecção dos confetes.
IDEIA:
Transformamos folhas das árvores da própria escola em cartazes e confetes devidamente limpos e furados. As crianças aprenderam a técnica na escola e fizeram em casa com os pais. O resultado? 100% de diversão garantida e 0% de papel desperdiçado."

AUTORIA

Agência Sala

CLIENTE

Escola Primeira Estação

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Gráfica Brasiliana

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Série de cartazes sobre a pesquisa a cerca do imaginário rural brasileiro. Seja de interpretação gráfica, memórias afetivas, festejos, costumes e pesquisas de folcloristas, biólogos e historiadores sobre o território Caipira. Os cartazes são uma espécie de materialização gráfica sobre a pesquisa rual. Além disso, é um exercício de experimentação gráfica, utilizamos na produção antigas máquinas offset e tipográficas. Fazendo de suas limitações um universo de possibilidades ao imprimir. A Gráfica Brasiliana foi escolhida para compor uma instalação encerrando a exposição Poesia do Cotidiano, organizada pela Apex Brasil no Furiosalone em Milão, 2022.

AUTORIA

Estúdio Arado

CLIENTE

Instituto Arado - Pesquisa e divulgação do Imaginário Rural Brasileiro

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Identidade Visual Studio SP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

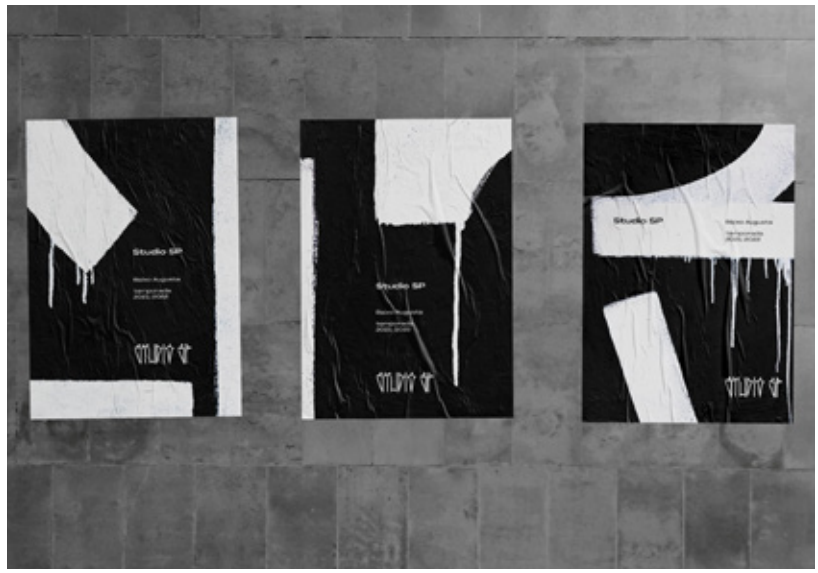
Projeto de rebranding para o Studio SP, uma das casas noturnas mais tradicionais de São Paulo, que retorna ao seu endereço emblemático na Rua Augusta após 8 anos de encerramento das atividades. O Studio SP foi berço de grandes nomes da cena musical dos anos 2000, lançando nomes como Céu, Criolo, Emicida, Tié, Tulipa Ruiz. O novo sistema de identidade visual em branco e preto resgata o histórico da casa, estabelecendo diálogo com o entorno, celebrando a arte de rua.

AUTORIA

Studio Cama

CLIENTE

Studio SP



Manifesto Tei

DESCRIÇÃO DO PROJETO

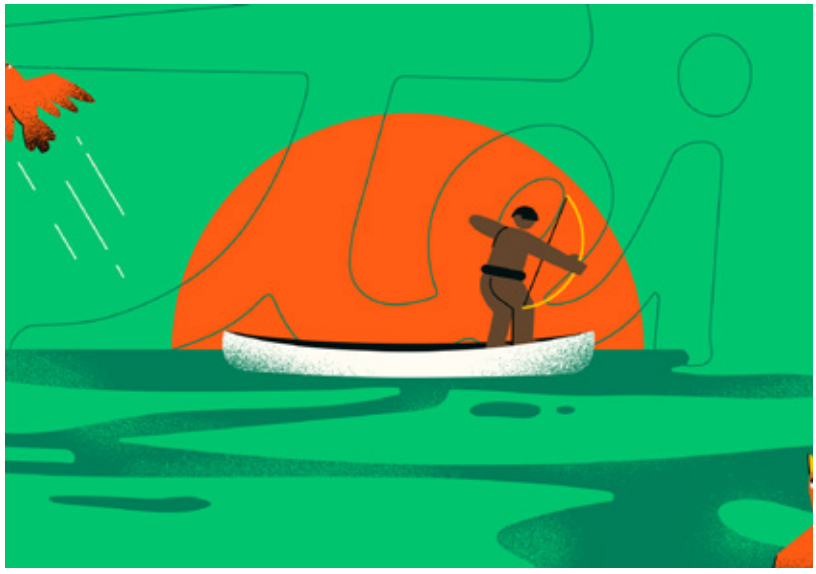
Para além de demonstrar as áreas de atuação e desenvolver o conceito do nome, sentimos a necessidade de explorar e abordar pautas que, desde o início, foram base para a construção do estúdio, como o meio ambiente e a cultura popular brasileira. Elementos como animais da nossa fauna e arquiteturas regionais foram utilizados no vídeo como referências visuais para manter viva a memória local e gerar sensação de pertencimento.

AUTORIA

Estúdio Tei

CLIENTE

Estúdio Tei



DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Mercado Paralelo e Suas Entrelinhas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Mercado Paralelo nasce em uma zona já desacreditada e até mesmo abandonada de Porto Alegre, mas que começava a ganhar um olhar de renovação por alguns empreendedores da cidade e de uma pequena parcela da população. A ideia do local surgiu da vontade de criar uma alternativa para o jeito habitual de consumir e viver aquele espaço da cidade, trazendo vivências por meio da gastronomia, do entretenimento, da cultura e do lazer. A partir dessa premissa, o trabalho de branding explora o conceito paralelo dentro do imaginário de um “novo ponto de vista”. O projeto provoca um olhar por outro ângulo, traz um conceito novo à cidade mas, paralelamente, acena ao passado, remetendo aos antigos mercadões que disponibilizavam de diversas opções ao público em um só lugar.

AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Mercado Paralelo

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO

Paninho - O pano pra quem não passa pano

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como lançar uma a empresa de design de Produtos Digitais sem nenhum produto digital no portfolio? A Meiuca precisava informar o seu novo posicionamento para o mercado, tão novo que precisávamos de uma campanha para atrair os nossos primeiros clientes. Já que nossos produtos digitais ainda não estão prontos, a solução foi criar um produto físico especial e com grande potencial viral para começar uma conversa com as pessoas. Criamos e lançamos o Paninho, o pano de prato para quem não passa pano pra antivacina, negacionismo, machismo, racismo e outras sem-vergonhices. Peça de design carregava o humor característico da empresa nas redes sociais e também do dna contestador da marca, uma crítica ao momento político de 2021 contra passadores de pano para movimentos retrógrados.

AUTORIA

Meiuca

CLIENTE

Meiuca

DESIGN GRÁFICO
DESIGN PROMOCIONAL

Semana de 22 no Theatro Municipal de São Paulo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos uma peça que se estrutura em torno de frases criadas por Oswald de Andrade em seu manifesto Antropofágico, texto que talvez seja a síntese máxima do ideário do Modernismo Paulista que marcou o período. As frases, mais do que simples documentos históricos, mantém-se provocativas e surpreendentemente atuais. Assim, sua aplicação em vigorosos manuscritos, alternando sentidos, escalas e posições, transformam a programação preparada pelo Theatro Municipal em muito mais do que um evento celebratório: trata-se de um evento para refletirmos quem somos e, acima de tudo, quem queremos ser. O passado para ser celebrado, mas também questionado, revisto e, se necessário, reescrito.

AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

Theatro Municipal de São Paulo / Sustenidos

DESIGN GRÁFICO
DESIGN PROMOCIONAL

Nike Welcome

DESCRIÇÃO DO PROJETO

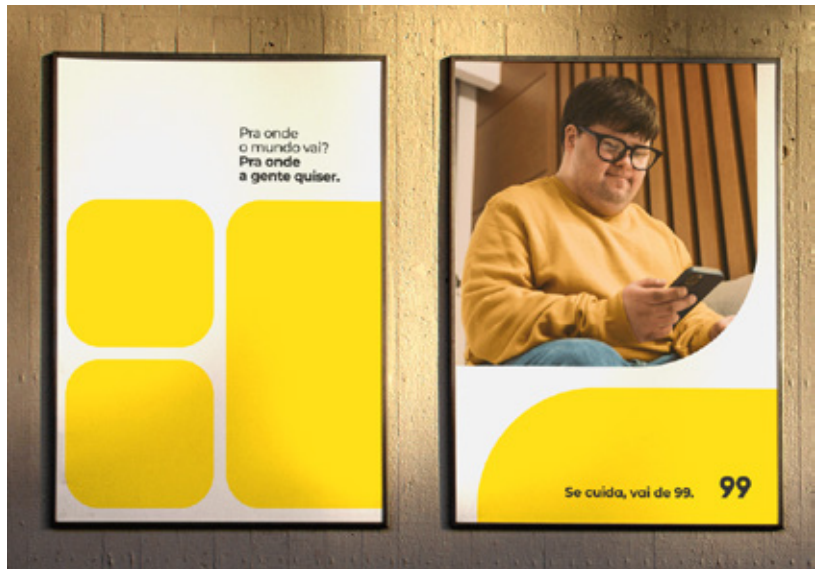
Nike fechou uma parceria com os canais Desimpedidos e Camisa 21, que juntos chegam a 10 milhões de inscritos só no YouTube, se estabelecendo como os mais relevantes canais de futebol da plataforma. Para a divulgação da novidade, um kit de boas vindas para cada um dos integrantes dos canais com um tão desejado tênis Air Jordan.

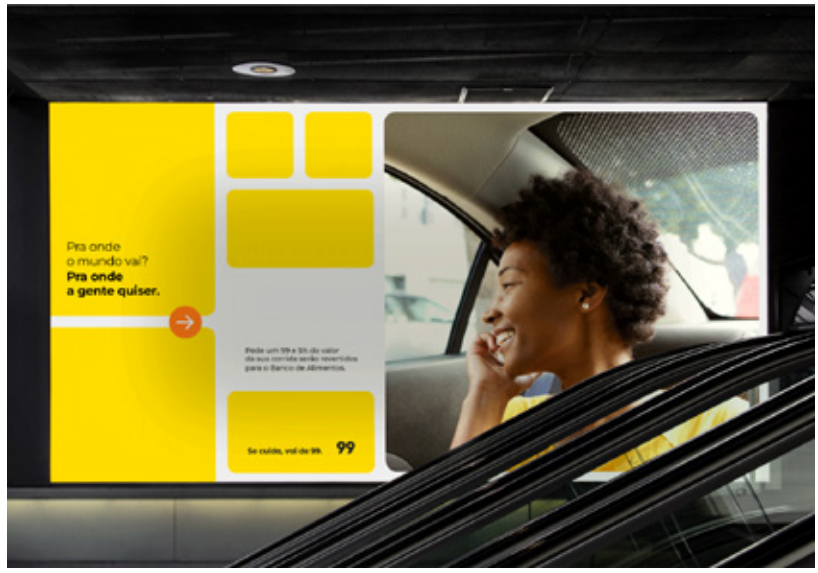
AUTORIA

Elefante Project

CLIENTE

Nike





99, projeto de linguagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

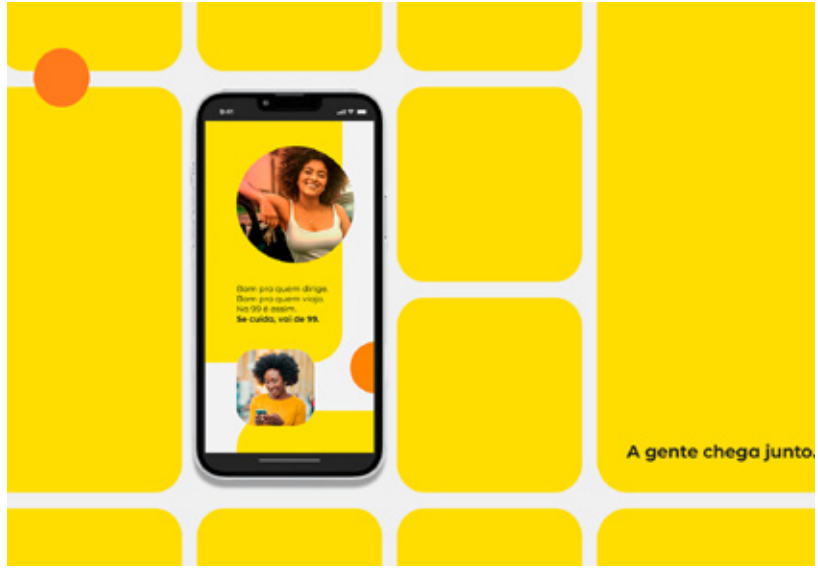
99 nasceu para democratizar a mobilidade. É uma marca que existe para que cada vez mais pessoas tenham acesso a oportunidades e possam potencializar sua trajetória. Nosso desafio neste projeto foi evoluir a linguagem da marca partindo de sua estratégia. Construímos uma abordagem visual que inclui, aproxima, humaniza e se conecta com o dia a dia de cada um, expressando em formas, tipografia, cores, ícones, composições e imagens o lugar de potência de 99: nosso cuidado abre caminhos e desperta novas histórias.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

99



DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Agô Afro Festival

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Envolvendo shows, apresentações culturais, workshops e mentorias com recortes raciais, o Ago precisava de uma identidade visual jovem, que se comunicasse com todes, que valorizasse as pessoas em suas potências e que traduzisse em códigos visuais a expressividade e importância que o projeto tem no cenário em que é produzido. Um projeto cujo intuito era trazer brasilidades pretas pro centro da conversa. Ver e ser visto.

AUTORIA

Diego Silva

CLIENTE

Felipe de Moraes e Rubia Divino

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

Amázzoni - Expressão visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da nova identidade visual de Amázzoni, gin brasileiro premiado internacionalmente, que preza pela cultura brasileira, a sustentabilidade e processos meticulosos em sua produção. Para a criação da nova identidade visual de Amázzoni, nosso desafio foi consolidar, organizar e aprimorar os elementos identitários da marca, expressando as novas diretrizes estratégicas.

AUTORIA

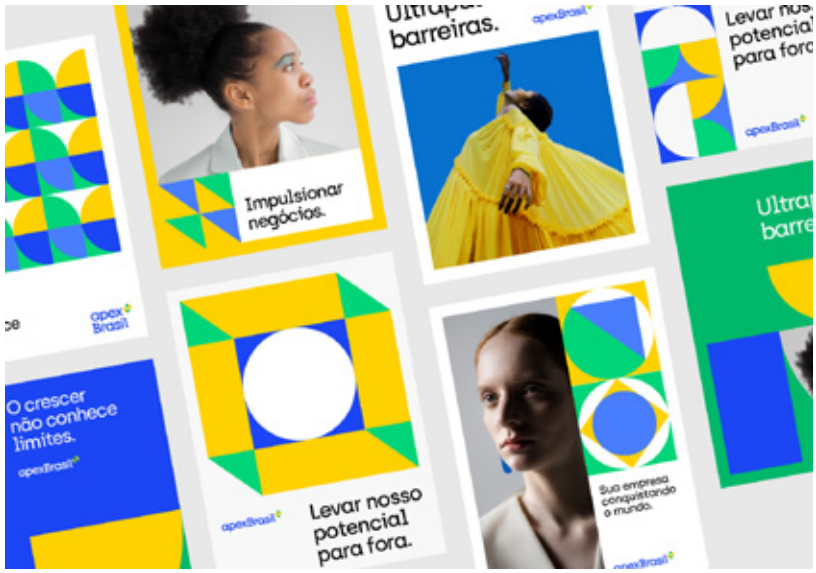
Rebu

CLIENTE

Amázzoni

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



Apex Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Apex Brasil é uma empresa que atua para facilitar e promover o acesso de empresas brasileiras aos mercados internacionais. Com a modernização do mercado, a marca embarcou no desafio de se reinventar, assim, elaboramos uma plataforma com uma identidade visual repensada para esse novo momento. Nossa ideia foi realizar o rebranding visando trazer ainda mais protagonismo para a marca e reafirmar o seu papel na internacionalização dos negócios brasileiros. Pensamos numa tipografia mais moderna desenhada a partir de elementos presentes no novo universo visual da marca. Elaboramos e arquitetamos um universo visual que não caísse no clichê e fosse capaz de realçar a autenticidade da marca.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

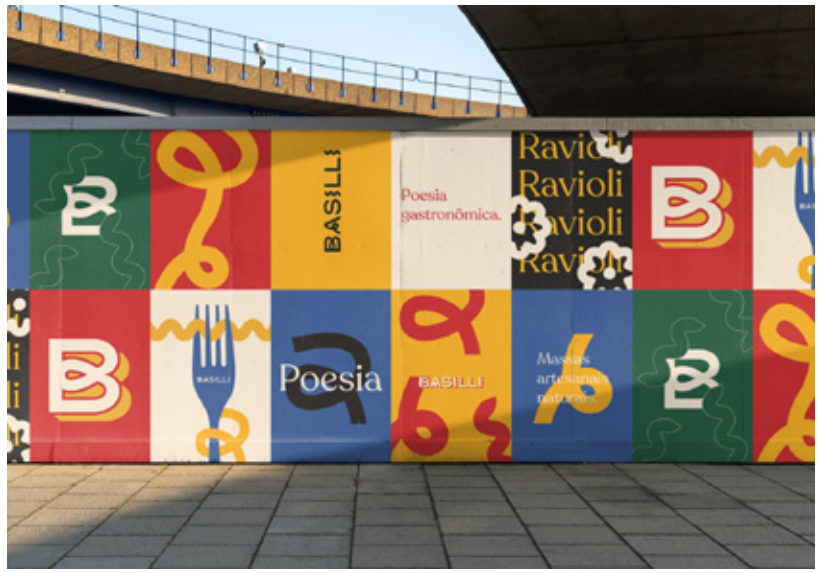
CLIENTE

Apex Brasil

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Basilli - Massas Artesanais



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O design da marca Basilli parte do território ítalo-brasileiro, mas se afasta completamente dos estereótipos existentes no segmentos. As curvas e linhas da tipografia do logo foram inspiradas nos diversos tipos de massas comercializadas pela marca. Já com a tipografia de apoio, Recoleta, transmitimos a atmosfera amigável e acionamos a memória afetiva do público. As linhas e curvas dos elementos gráficos foram desenhadas a partir dos formatos de spaghettis, raviolis dentre outros tipos de pasta. As cores - vermelho, branco, verde, amarelo e azul - promovem um design cambiante, com multiplicidade de usos, sem perder personalidade.

AUTORIA

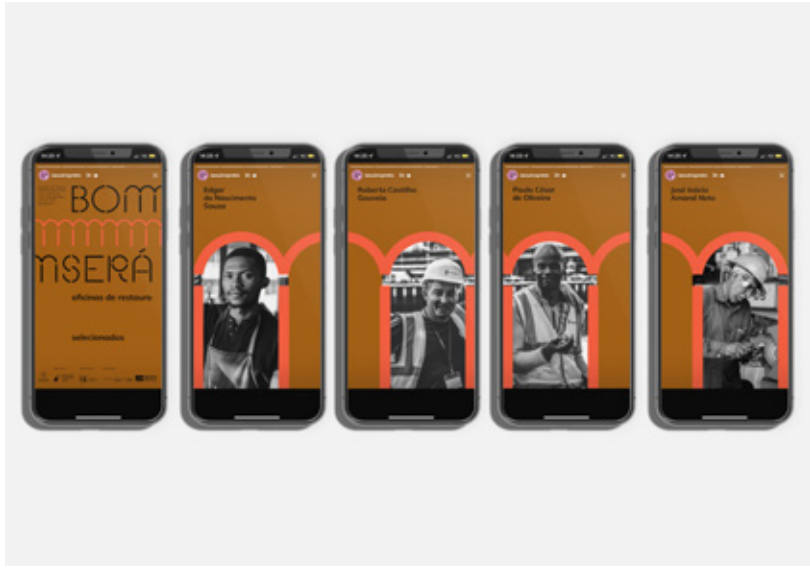
Bando

CLIENTE

Basilli

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



Bomserá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

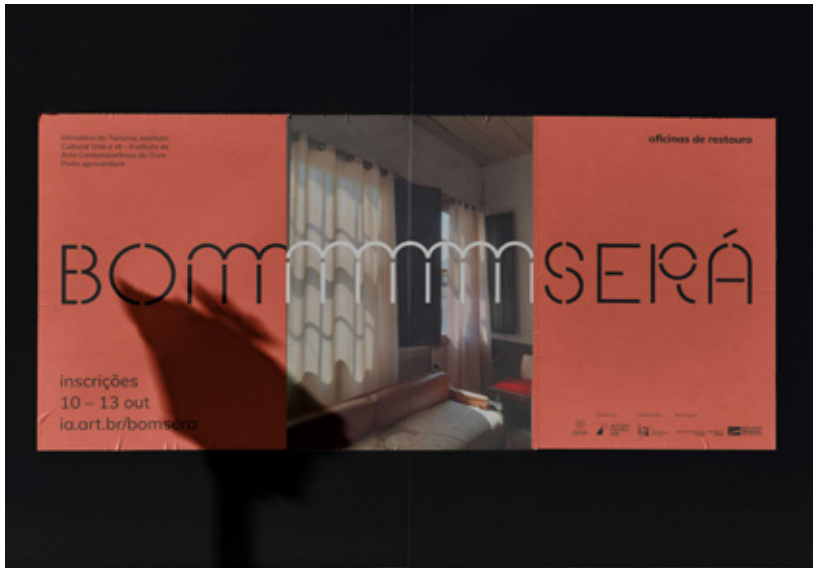
Identidade visual do projeto Bomserá que compreende uma política de conservação e restauração do patrimônio arquitetônico edificado no centro histórico de Ouro Preto, através de ações educativas e oficinas de formação que promoverão obras emergenciais realizadas em 3 habitações dos séculos XVIII e XIX, de propriedade de famílias de baixa-renda, com apoio técnico e legislativo do escritório do IPHAN, em Ouro Preto.

AUTORIA

Estúdio Claraboia

CLIENTE

Instituto de Arte Contemporânea de Ouro Preto



Branding Mantiqueira Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A criação da Marca Mantiqueira Brasil se inicia com o desafio de construir maior valor e relevância nacional em um mercado de commodity, repensando seu papel frente ao mercado de ovos e alimentos, com o compromisso de focar cada vez mais no bem-estar animal e puxar a evolução deste ecossistema. Após um aprofundado diagnóstico envolvendo todos os seus stakeholders, pesquisas e cocriação junto ao time da Mantiqueira Brasil, tínhamos como objetivo construir proposta de valor e personalidade diferenciadas da marca corporativa, garantindo destaque para o bem-estar de todo o ecossistema em seu storytelling, com uma marca, universo visual e verbal que dessem suporte ao reposicionamento da marca.

AUTORIA

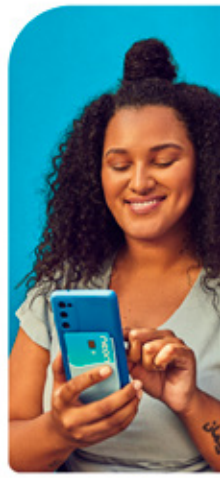
Ana Couto

CLIENTE

Mantiqueira Brasil

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



Branding Neon - Linguagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Neon nasceu como uma startup e, em apenas 6 anos, desbravou o mercado e se tornou um unicórnio. Em um mercado dinâmico e complexo, a marca ocupa hoje o 4º lugar em número de clientes. Com tanta ascensão, era preciso evoluir para ser do tamanho do seu negócio. Com o propósito da marca de diminuir as desigualdades mostrando caminhos financeiros mais simples e justos, porque todos merecem um futuro brilhante, a ideia era desenvolver o trabalho com uma proposta ousada de inovação e acreditando na cultura popular.

AUTORIA

Ana Couto

CLIENTE

Neon

Branding Vizi

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vizi é uma geladeira inteligente 24h da Ambev, com bebidas a preço de mercado dentro do condomínio. Tudo nela é mais fácil: são destravadas via aplicativo, permitem que o consumidor possa escolher quantos produtos quiser e o valor é cobrado automaticamente no cartão de crédito após a retirada dos produtos de dentro do equipamento. Sem atrito e com preço de mercado! Nosso desafio foi fazer essa marca nascer e ganhar presença no mercado. Para isso, ficamos encarregados de desenvolver sua essência, personalidade, posicionamento e narrativa. Em seguida partimos para o desenvolvimento do nome, marca e identidades visual e verbal.

AUTORIA

Papanapa

CLIENTE

Ambev

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Brownie Points

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Brownie Points é uma loja online estadunidense criada em 2017 por Rinny Perkins, em Los Angeles. Mulher negra, texana, escritora e artista, ela cria produtos decorativos que fortalecem e dão voz à minorias, nunca se calando em assuntos polêmicos como sexo e saúde mental. Com o design do final dos anos 70 e começo dos anos 80 como maior fonte de inspiração e com objetivo de profissionalizar e padronizar a comunicação da marca, a Rinny solicitou, em 2022, uma nova identidade visual, com a mistura do estilo vintage com uma estética contemporânea como principal direcionamento para o projeto.

AUTORIA

Monga Design

CLIENTE

Brownie Points

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Caixa Colonial

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Caixa Colonial é uma marca que oferece mensalmente uma seleção de alimentos cultivados por pequenos produtores selecionados, de cidades do interior do Brasil. Cada edição, enviada pelos correios aos assinantes, reúne produtos que resgatam a memória afetiva da produção sem pressa, de maneira artesanal, geralmente de origem familiar. A curadoria é feita pelos criadores da marca, que viajam o País em uma Kombi. Ficamos responsáveis pelo redesign da identidade visual da marca, a partir da demanda do cliente em sentir a necessidade de trabalho de reorganização, por conta da nova estratégia da empresa e de um sistema de identidade visual, para dar consistência à marca e fácil aplicação.

AUTORIA

LESTE

CLIENTE

Caixa Colonial

BRONZE 2022

Calendário Pássaros Cantores Brasileiros 2022

DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Pássaros Cantores Brasileiros" é o terceiro calendário da série temática iniciada em 2020, com "Frutas, Legumes & Hortaliças" e seguida por "Peixes da Costa Brasileira"em 2021. Terra, água e ar, elementos que dão vida e que, com o calendário, marcam a passagem do tempo. Primeiro impresso em cores, o projeto é um elogio a pequenos animais que, ao entoarem suas melodias, encantam os ouvidos e os corações de quem tem o privilégio de ouvi-los. Ao experimentar com o formato de se pendurar na parede, criamos um objeto que acompanha o cotidiano durante um ciclo anual inteiro. Assim, ao mesmo tempo que se torna objeto comum do dia-a-dia, assim como a garrafa de café ou o fogão, ele também inspira cuidado e zelo para que possa ser reaproveitado e transformado em peça com outro propósito.

AUTORIA

Estúdio Arado

CLIENTE

Instituto Arado - Pesquisa e divulgação do Imaginário Rural Brasileiro

Cartazes para Restaurante Teus

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Série de cartazes ilustrados sobre os ingredientes protagonistas dos principais pratos do Restaurante Teus em São Paulo. Ao invés da abordagem de ilustrar o registro do prato final, foram retratadas cenas caipiras, em que o ingrediente está em sua origem: a fazenda com seus campos e criações, o litoral com os barcos caiçaras e as serras que tocam o mar. Um mergulho na memória gráfica brasileira dos rótulos de cachaça litografados do séc XX.

AUTORIA

Estúdio Arado

CLIENTE

Restaurante Teus

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Casa Estação da Luz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um casarão do século 19 com ideias para o século 21. Localizada no centro da cidade histórica de Olinda, no estado de Pernambuco, Nordeste do Brasil, a Casa Estação da Luz pretende atuar como um polo de disseminação da arte, da cultura e do pensamento brasileiro, além de ser uma incubadora de novos talentos em diversos segmentos artísticos. Com essa proposta, fizemos um manifesto iluminista contemporâneo para criar um sistema de identidade visual inspirado nas estações do ano com elementos gráficos simbólicos e vibrantes, que trazem uma dimensão cultural afirmativa e fértil para novos tempos.

AUTORIA

OBLÍQUO / identidades & narrativas

CLIENTE

Tropicana

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Centro de Referência do Queijo Artesanal

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto é a identidade visual do Centro de Referência do Queijo Artesanal, espaço de aprendizado, formação, empreendedorismo e valorização da produção do queijo, patrimônio imaterial de Minas Gerais. O queijo é identitário, é a alma do mineiro. É território, tradição e educação. Marca momentos e é marca, uma marca que cria momentos e as histórias de quem o faz. Criamos uma marca que valoriza a identidade do povo de Minas e que sintetiza tudo o que esse bem imaterial representa. Para a criação do símbolo, usamos o próprio queijo como carimbo, gerando manchas por meio do uso de pigmentos comestíveis. É uma marca cambiante que mostra os três estágios de maturação do queijo. A tipografia usada, que foi criada no Brasil, tem terminação em bola, ou seria em queijo?

AUTORIA

GRECO.

CLIENTE

Centro de Referência do Queijo Artesanal

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

CGBT - Expressão Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

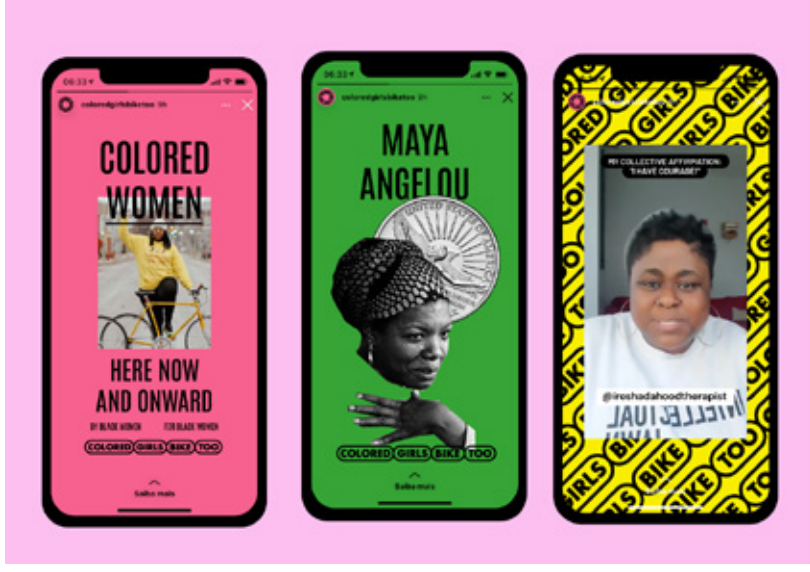
Criação da identidade visual de Colored Girls Bike Too - CGBT, uma ONG norte-americana que usa o ciclismo como ferramenta para promover a equidade e a justiça racial nos espaços urbanos, tornando-os seguros e saudáveis para a vivência e a mobilidade de mulheres negras ciclistas.

AUTORIA

Rebu

CLIENTE

CGBT - Colored Girls Bike Too



DESIGN GRÁFICO
DESIGN PROMOCIONAL

Concept/Cartelas para o Santo - OQuadro feat. Tuyo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de concept e cartelas para o lançamento do videoclipe de Santo da banda baiana O Quadro com participação da banda Tuyo tem como proposição desenvolver uma linguagem gráfica própria e desassociada dos chamados “cânones” do design nacional. Para isso usa como referência símbolos e signos da estética negra, com a utilização das cores vermelhas e brancas nitidamente associadas as religiões de matrizes africanas, mais especificamente a figura de Exu, o mensageiro. Exu faz a ponte entre o humano e o divino, os sentimentos humanos e a divindade do afeto ancestral da população negra.

AUTORIA

Diego Justino

CLIENTE

O Quadro

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Força e Luz: Uma Nova Energia Cultural

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto se iniciou a partir da privatização do Centro Cultural CEEE Erico Verissimo. Em sua nova fase, passou a se chamar “Espaço Força e Luz” (EFL) – situado no centro histórico de Porto Alegre no prédio de mesmo nome: Edifício Força e Luz. No local existem, além do EFL, outras frentes culturais relevantes, como o Museu de Eletricidade do RS e o Memorial Erico Verissimo. Foi executado um projeto de rebranding que teve como berço de concepção o próprio Edifício Força e Luz, pois todas as inspirações para o trabalho foram encontradas em sua bagagem histórica e em sua arquitetura. O resultado proporciona ao EFL um posicionamento autêntico perante o cenário cultural do estado, paralelo a uma identidade que gera homogeneidade e integração entre as instituições.

AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Fundação Força e Luz

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Galeria Marco Zero

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Servir como plataforma para a arte requer a maturidade de não brigar por espaço. A identidade visual da Galeria Marco Zero tem essa premissa em sua gênese, e por isso traz elementos sutis, elegantes e que permitem o diálogo com seus interlocutores. Sejam pontos cardeais ou extremidades de um quadrado, a sugestão de forma aponta o olhar para sua maior motivação, a arte.

AUTORIA

Estúdio Mola

CLIENTE

Galeria Marco Zero

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Gravura Zumbi Vive

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Assim como Abdias do Nascimento propôs uma nova bandeira nacional com signos que representem a diversidade da população brasileira, a gravura Zumbi Vive cumpre o papel de retornar ao debate sobre a inclusão dos verdadeiros heróis nacionais na história do Brasil.

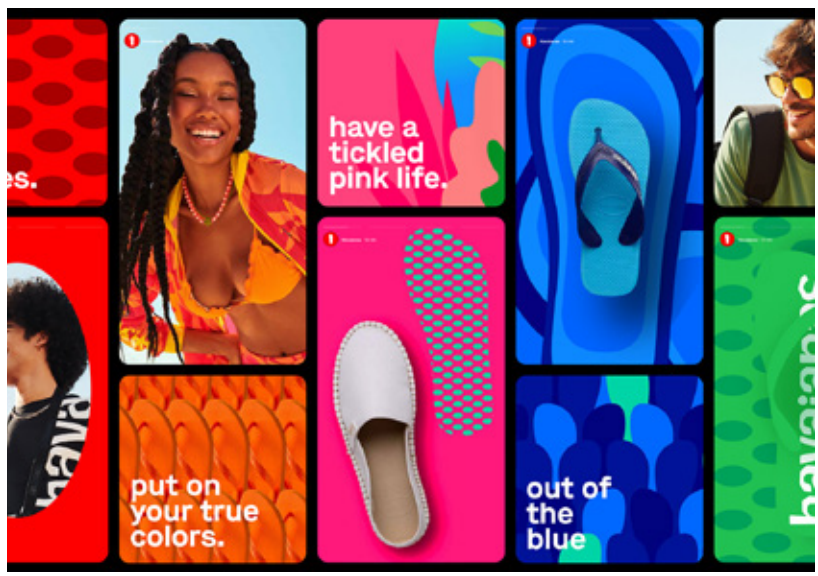
AUTORIA

Diego Justino

CLIENTE

Dnego Justino

Havaianas Exists To Set You Free



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Havaianas é símbolo da brasilidade. Ao longo do tempo se internacionalizou com múltiplos grupos cocriando para a marca. Neste caminho encontrou desafios de consistência de posicionamento dependendo do país de atuação. Como criar uma narrativa clara que alinhe toda a atuação e um sistema visual com propriedade e performance foi nosso desafio. 'Havaianas exists to set you free' foi o propósito fio condutor, com personalidade free-spirited, divertida e colorida, empática e colaborativa. Para dar vida ao posicionamento potencializamos o reconhecimento de elementos presentes no produto: a shape da sola e o a textura do arroz. Assumimos cores do arco íris, uso de fotos vibrantes e uma tipografia amigável. Com direcionais claros de uso estes componentes traduzem a essência da marca.

AUTORIA

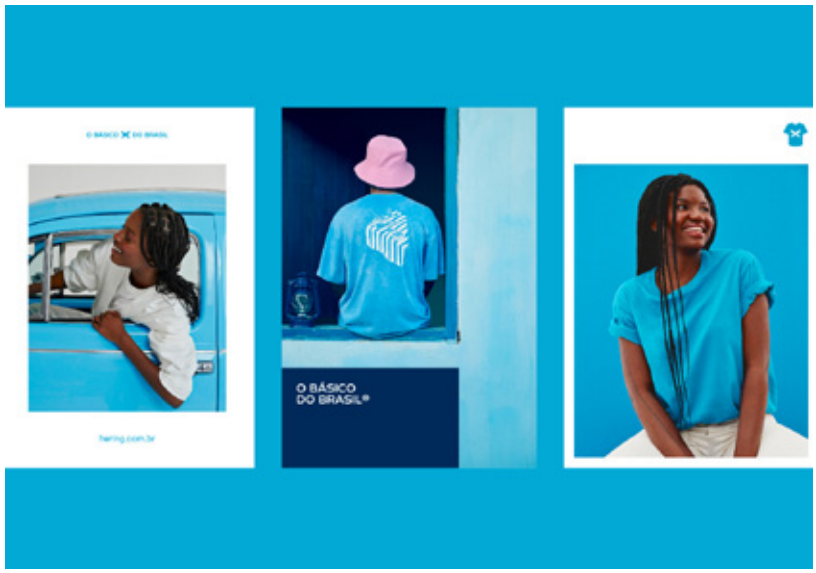
Ana Couto

CLIENTE

Havaianas

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



Hering

DESCRIÇÃO DO PROJETO

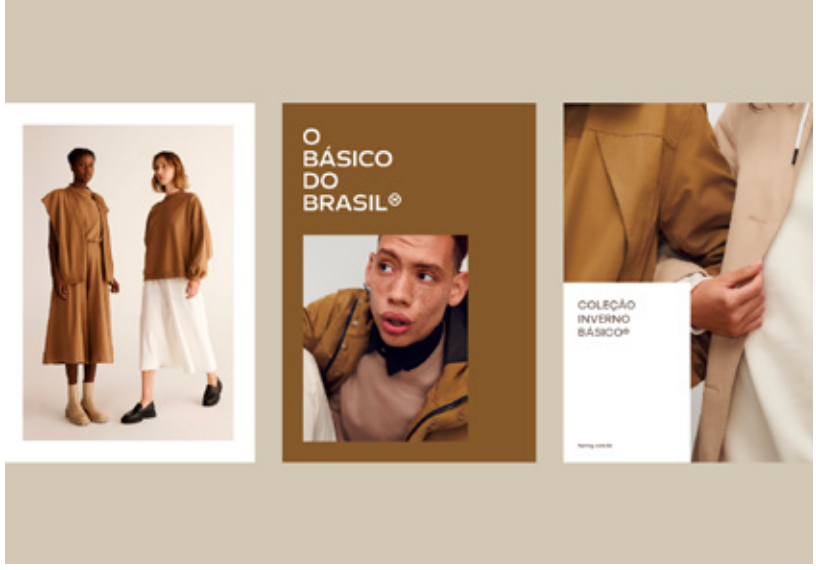
Durante a pandemia, quando muitas pessoas passaram a trabalhar – e a consumir – mais de dentro de casa, as marcas entenderam a necessidade de se adequar às novas demandas dos consumidores - que vão desde produtos mais sustentáveis ao apoio de causas sociais, por exemplo. A Hering, marca que está há mais de 140 anos na vida dos brasileiros, viu aí uma oportunidade de repensar seu posicionamento e identidade visual para se aproximar mais do seu público, se renovar para refletir todas as iniciativas que têm feito nos últimos anos e evoluir dentro da moda e do varejo nacional no país.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Cia. Hering



Hoegaarden

DESCRIÇÃO DO PROJETO

AB Inbev nos convidou para desenvolver a nova linguagem visual de Hoegaarden para uso global, uma marca centenária e com uma bagagem de tradição que precisava modernizar sua presença em mercados estratégicos. Partindo de uma revisão do universo simbólico da marca, representado agora pelo "Jardim Sublime", buscamos respeitar e ressignificar a iconografia que Hoegaarden construiu ao longo de sua história, elevando com um olhar contemporâneo esses recursos para um lugar inspiracional e inovador, onde a natureza, junto com os elementos e ingredientes da marca, são os protagonistas.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

AB INBEV

DESIGN GRÁFICO
MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Identidade visual Buscapé

DESCRIÇÃO DO PROJETO

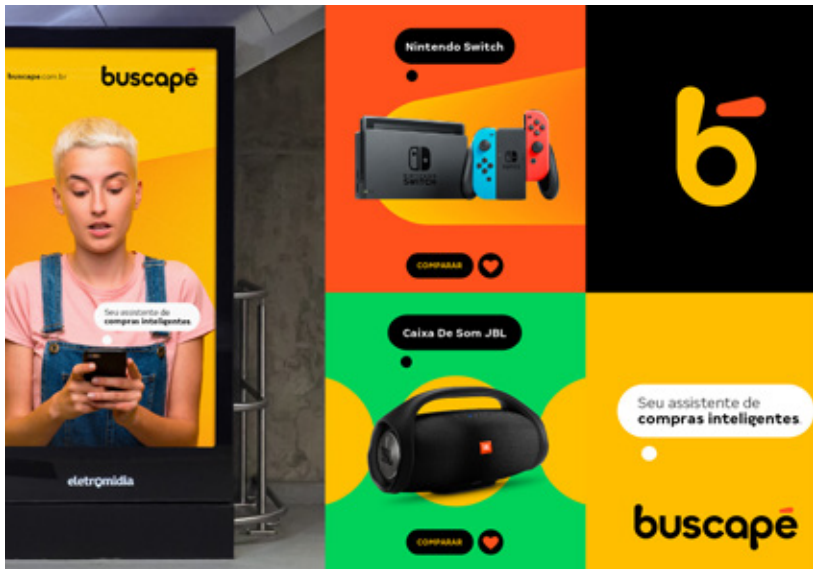
Nos últimos 20 anos o Buscapé foi reconhecido como o principal comparador de preços do mercado, mas era apenas isso. Agora, evoluiu e se tornou um assistente de compras completo, que acompanha o consumidor em todas as etapas da jornada. Buscando a necessidade de um novo posicionamento que correspondesse a um cenário onde o e-commerce está cada dia mais complexo para os consumidores, com várias opções de lojas, marcas, condições, entregas, cashbacks, Buscapé lança uma nova estratégia de marca e identidade visual e verbal para esse novo momento. Um projeto que se tornou ainda mais desafiador com a abertura de capital da Mosaico (Buscapé, Bondfaro e Zoom) e que visa contribuir para fortalecer a marca.

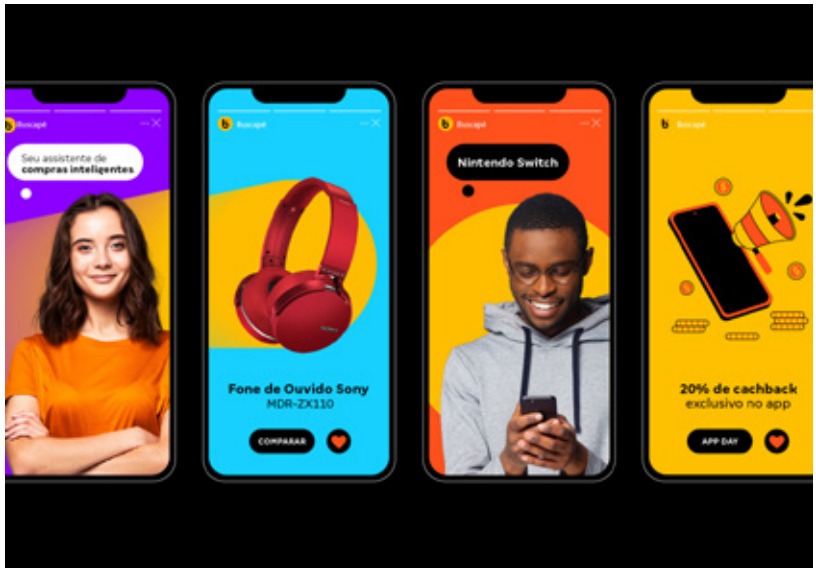
AUTORIA

Superunion BR

CLIENTE

Buscapé





DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Identidade visual do Clube do Livro do Design

DESCRIÇÃO DO PROJETO

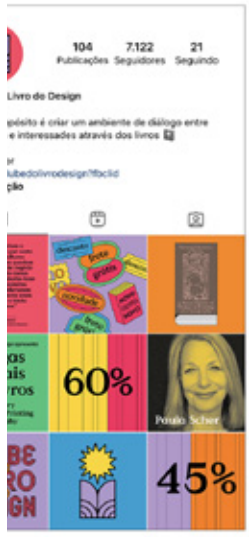
A identidade visual do Clube do Livro do Design marca um momento de transformação do projeto: depois do sucesso como plataforma de aprendizado e debate online, o Clube se torna uma editora e passa a publicar livros sobre design em português. A direção visual veio do próprio nome: quem participa de um clube tem orgulho de ser membro. A identidade abraça a diversidade do design brasileiro, celebra o poder da leitura e fortalece nossa comunidade.

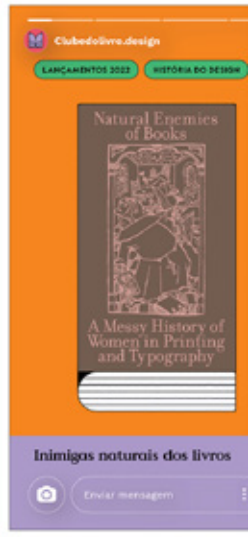
AUTORIA

Beatriz Batisteli, Flora de Carvalho, Tereza Bettinardi

CLIENTE

Clube do Livro do Design





DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Kaê - Chocolate com axé

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de identidade visual para a Kaê, um chocolate puro que carrega e respeita a rica história do cacau brasileiro. Apenas com ingredientes naturais, sem conservantes nem aromatizantes, cada barra é feita artesanalmente com muito axé e borogodó!

AUTORIA

Capim - Estúdio criativo

CLIENTE

Kaê Chocolates

DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL

Levi's® Blue Ticket

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para celebrar os 149 anos do seu jeans mais icônico no 501® Day (Dia Mundial do Jeans) e os 50 anos de Levi's® no Brasil, a campanha "Carregando Novas Histórias" que tem influenciadores como @didiwagner, @catarinagavassi e @negblack, mostra o poder das histórias afetivas e conta com uma peça gráfica numerada em série, para ser trocada por um par de calças 501® nas lojas Levi's.

AUTORIA

SUPERUNION BR

CLIENTE

LEVIS

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO

Mancha em Processo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

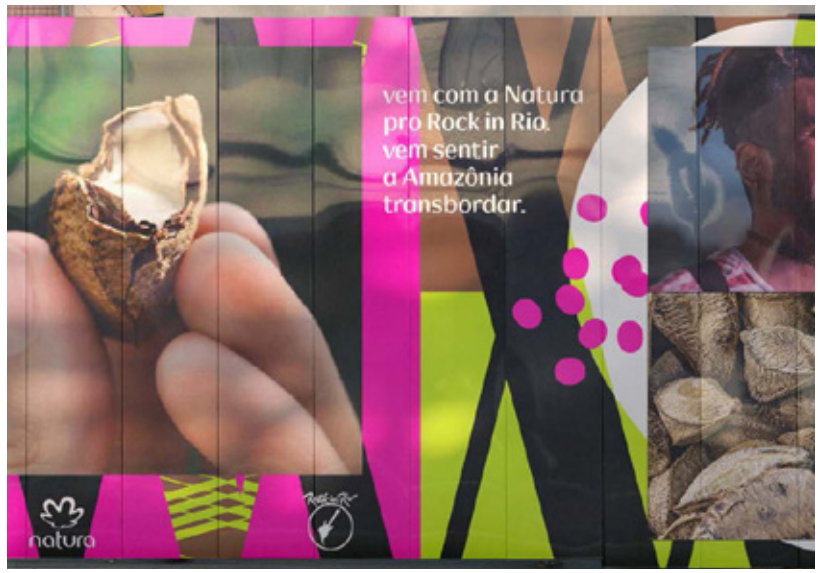
‘Mancha em Processo’ é um projeto interno, experimental e colaborativo de reciclagem de ideias do estúdio Mancha Gráfica. Ao longo do desenvolvimento de nossos projetos, muitas imagens são geradas, mas nem todas são levadas adiante. Para impedir que as experimentações se percam ou quase nunca sejam revisitadas, encontramos uma maneira de preservar e valorizar as formas e composições mais interessantes, ressignificando-as em cartazes. Além disso, uma de nossas bandeiras é a valorização e a defesa da cultura brasileira, que constantemente impregnam estas imagens. Foi assim, então, que surgiu a ideia de também vestirmos essa identidade com a criação dos bonés “Cultura” e “Zeitgeist”. A ideia é que nossa linha de objetos se expanda em conjunto com nossa vontade de expressão em novos meios.

AUTORIA

Mancha Gráfica

CLIENTE

Mancha Gráfica



Natura Ekos - Transborde Amazônia | Linguagem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de um Conceito Gráfico para o Movimento Transborde Amazônia, focado nas expressões da linha Ekos Castanha, que tenha capacidade de desdobramento para revista Natura, varejo, digital e, principalmente, de ampliação para eventos e ativações no Rock'n'Rio.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Natura

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Nordestesse

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Nordestesse é um mergulho no processo criativo, técnicas, crenças, tradições e saberes que definem a identidade nordestina no Brasil. A partir de cinco pilares — moda, design, artes visuais, gastronomia e hotelaria — o projeto Nordestesse busca destacar os produtos e serviços que preservam os saberes ancestrais da região.

AUTORIA

Estúdio Mola

CLIENTE

Nordestesse

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

O Bar do Dragão

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Bar do Dragão é um lugar pensado de maneira intuitiva, com respeito às tradições e ao tempo, mas quebrando regras para que a inovação não se perca e barreiras não se criem. Com uma atmosfera intimista e reservada, o espaço oferece um mergulho na cultura oriental com comidas e bebidas contemporâneas. Em 2022 o bar passou por um reposicionamento, focando totalmente na gastronomia e mixologia e deixando de lado as festas que costumavam acontecer no local. Para isso, precisaram buscar um público mais maduro e de uma nova identidade visual que representasse esse novo momento.

AUTORIA

Monga Design

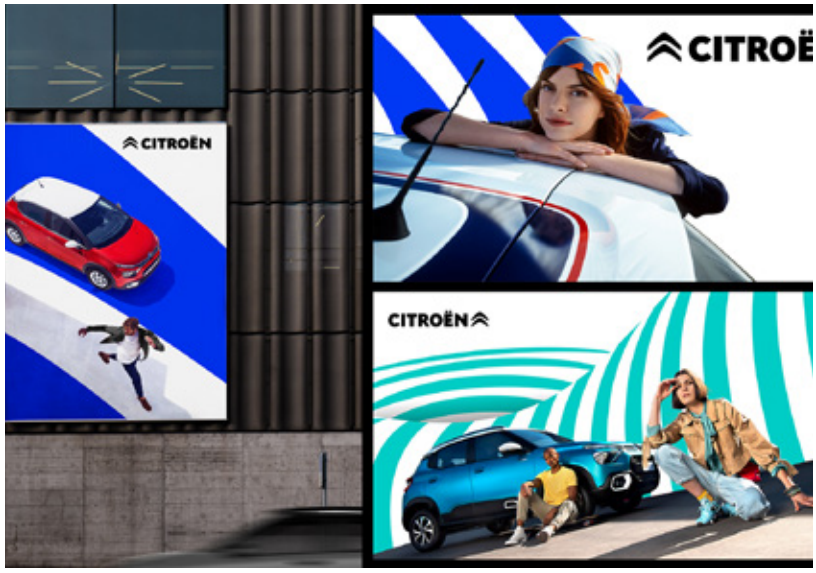
CLIENTE

O Bar do Dragão

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

O fantástico mundo de Citroën



DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Um meio de comunicação entre pessoas e civilizações". Esta é visão do fundador Andre Citroën sobre o automóvel. Não à toa, Citroën possui uma história centenária inovadora. No Brasil desde 2001, quer conquistar o coração do mercado nacional definitivamente. Nosso desafio era criar uma personalidade marcante para Citroën Brasil, conectando a marca com um novo público. Para isso, fomos resgatar o DNA inovador da marca, com foco em design e trazendo uma pitada de provocação. Criamos o fantástico mundo de Citroën, potencializando sua autenticidade com a presença do vermelho e protagonismo da marca. Um mundo que rompe a mesmice da categoria, explorando novos ângulos, grafismos e movimentos, e revela uma criatividade de caminhos inusitados.

AUTORIA

Ana Couto

CLIENTE

Citroën

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

O sabor da nossa história

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cajuína São Geraldo é um tradicional refrigerante de caju que mantém um forte vínculo afetivo com o público de sua cidade, Juazeiro do Norte-CE, situada no Cariri. Além do seu sabor marcante, criou fortes conexões emocionais com a cultura nordestina, o que a tornou uma lovemark. Com sua expansão, a marca ampliou seu market share, atingindo não só públicos de outras regiões, mas também uma nova geração de consumidores. Mais exigentes com seus hábitos de consumo e cercado por outras experiências que surgiram com as novas concorrentes do segmento, mais do que se posicionar na mente desse novo público, a São Geraldo precisava criar conexões ainda mais profundas. Prestes a completar 45 anos, aproveitamos a oportunidade para criar o projeto intitulado: O sabor da nossa história.

AUTORIA

Acesso Comunicação

CLIENTE

Cajuína São Geraldo

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

O sabor da nossa história

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O briefing do projeto também exigia uma marca dinâmica, que facilmente se adequasse aos diferentes formatos, mídias e necessidades de aplicação. Então, desenvolvemos uma marca versátil, que funcionava tanto com um isologo, com a força de um brasão, e combinada a tipografia, que assume a função de um imagotipo. Outro ponto marcante, foi a gestalt da marca, que inspirou também todas as ilustrações e peças gráficas do projeto que tinha como objetivo: promover a cultura da região, fortalecer a identidade da marca, reforçar sensação de pertencimento e identificação nas pessoas, dar voz a comunidade, enaltecer o produto e seus diferenciais e gerar engajamento com a marca.

AUTORIA

Acesso Comunicação

CLIENTE

Cajuína São Geraldo

DESIGN GRÁFICO

MATERIAL PROMOCIONAL PARA PONTO DE VENDA

O sabor da nossa história

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para garantir unidade entre as peças do projeto, o grid que orientou as composições ilustradas tinha como matriz a forma do logo principal. Seguindo a gestalt da marca como base também para os cartazes e materiais de PDV, representamos no detalhe o universo íntimo da marca e sua relação com a cultura da região. Na série de cartazes, fizeram parte da composição: os sócio fundadores, o prédio histórico onde tudo começou lá em 1976, os grupos folclóricos como o reisado, as bandas de pífano que animavam as quermesses, as figuras religiosas com o Padre Cícero e os romeiros, seus devotos. Além de fatos marcantes, como o dia em que o trio nordestino e artistas populares, subiram em cima da caçamba para animar as festa juninas regadas a Cajuína São Geraldo.

AUTORIA

Acesso Comunicação

CLIENTE

Cajuína São Geraldo

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

Objeto Brasil — Projeto de identidade visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criar uma moda possível, que chegue a mulheres reais nos quatro cantos do Brasil — esta é a mensagem que comemora as duas décadas de história da Objeto Brasil e, ainda, emite a sua mensagem sobre o futuro. Desdobrando uma campanha comemorativa dos 20 anos da empresa, que atua no universo têxtil com três marcas próprias e private label, a identidade visual abarcou visualmente alguns temas caros à marca: moda feminina, presença nacional, apreço pelos detalhes e ousadia na sua expressividade. Uma homenagem à origem da marca, um posicionamento a respeito da sua presença em todo o país e uma apropriação positiva da sua visão de moda. Sem clichês.

AUTORIA

Molde — Insight, Estratégia & Design

CLIENTE

Objeto Brasil

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Outra História - Identidade Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Outra História é uma curadoria que trabalha com a criação de conteúdos e experiências culturais. Se propõe a atualizar histórias e trazê-las para o cotidiano das pessoas, contribuindo para enriquecer o cenário cultural. Paula Gargioni fundou a empresa em 2022. Graduada em museologia, design e gestão, se especializou na produção cultural, produzindo conteúdos para eventos, exposições, publicações online e museus. Outra história conta o prazer da descoberta, questiona, inspira, revive, entretém, comunica e valoriza cada história. Criamos uma identidade visual que tem a flexibilidade para se adaptar a diferentes temáticas culturais e usa a metáfora visual de virar a página, de viver uma nova história que há do outro lado. E aí, vamos transformar uma história em Outra História?

AUTORIA

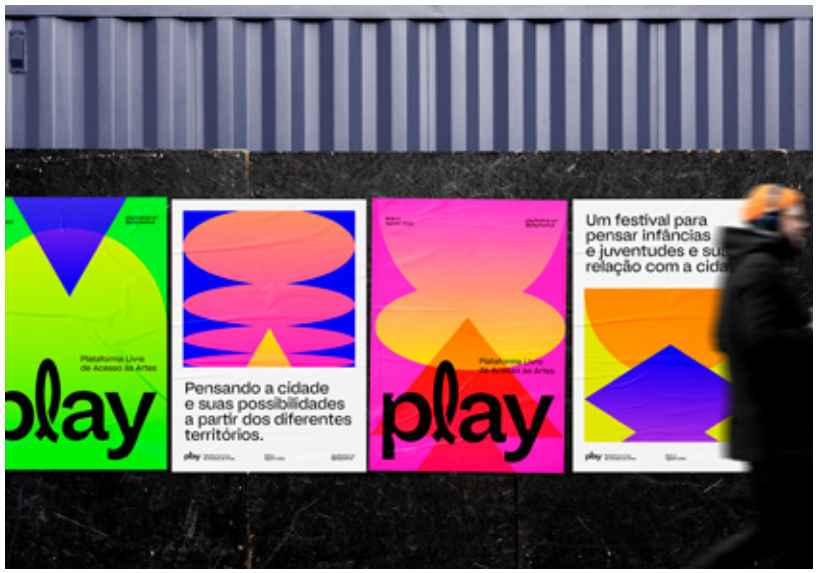
Bradda

CLIENTE

Outra História - Paula Gargioni

DESIGN GRÁFICO

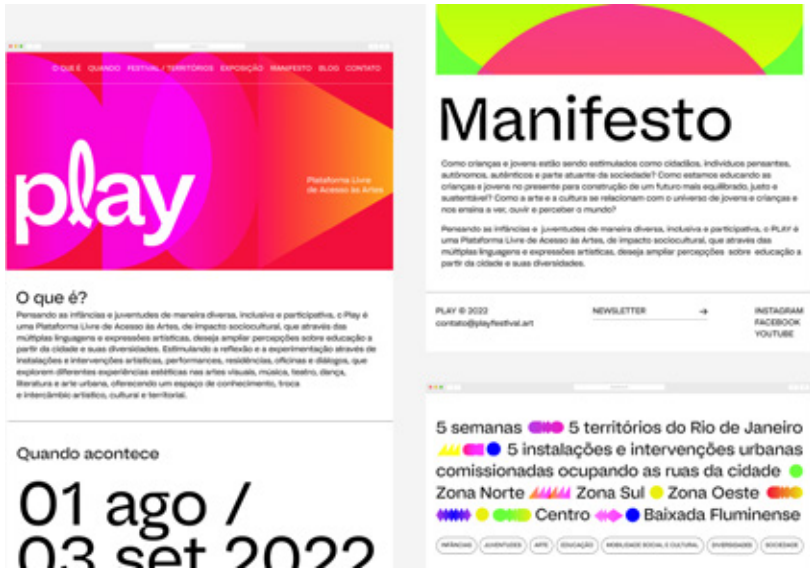
MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



Play Festival

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Play é um festival que pretende pensar as infâncias e juventudes de maneira diversa, inclusiva e participativa. Sendo uma plataforma livre de acesso às artes e de impacto sociocultural, deseja ampliar percepções sobre educação a partir da cidade e suas diversidades. O festival ocupa cinco regiões do Rio de Janeiro com instalações artísticas criadas por artistas visuais convidados, além de contar com uma programação com performances, diálogos e oficinas para todas as idades. Por meio dessas múltiplas linguagens e expressões artísticas, desenvolvemos uma identidade visual que atravessa o espaço virtual – website – e o espaço físico – expografia e cenotecnia –, costurando visualidades e narrativas de uma cidade viva, plural e suas relações com as infâncias, culturas e subjetividades.



AUTORIA

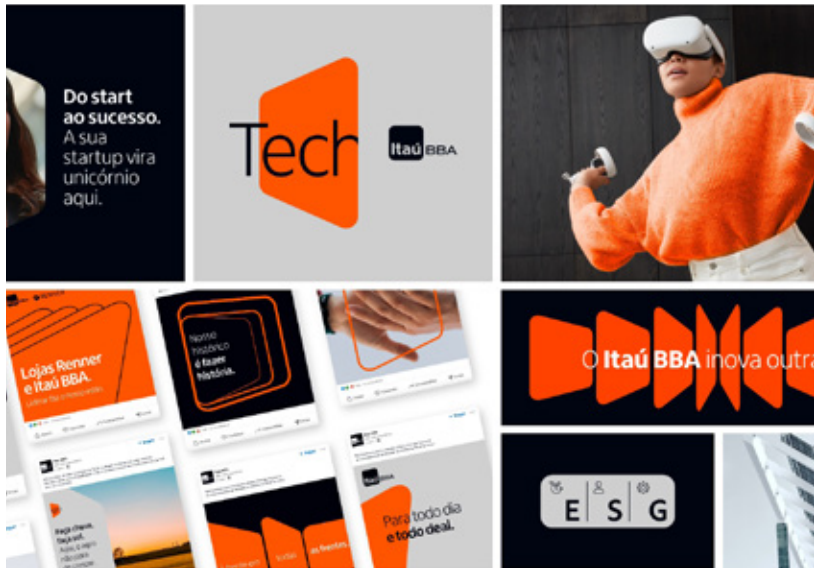
ESTUDIO CRU

CLIENTE

Cardápio de Ideias

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



Rebranding Itaú BBA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

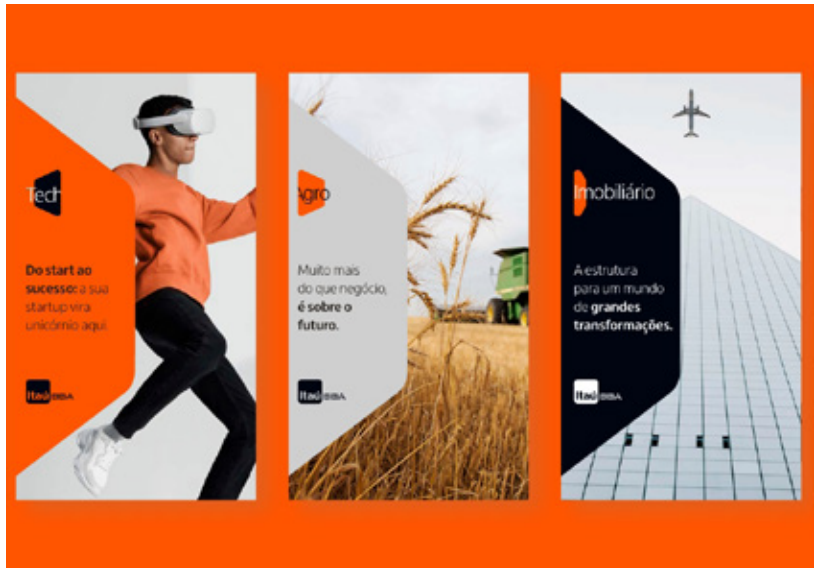
Criação da nova identidade visual do Itaú BBA, banco corporativo e de investimento do Itaú Unibanco, que passou por um reposicionamento de marca. O projeto envolveu agências externas e a equipe do banco para um resultado alinhado às estratégias de expansão do IBBA e ao novo contexto competitivo do mercado.

AUTORIA

Pharus e Itaú

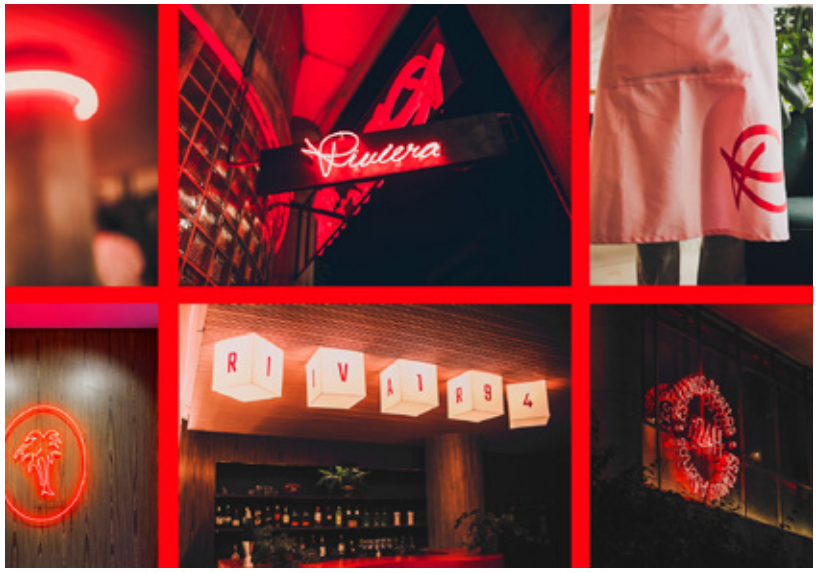
CLIENTE

Itaú



DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



Riviera Bar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de nova marca e sistema de identidade visual para o Riviera Bar, com o objetivo de se conectar visualmente com o principal território criativo da marca nessa nova fase, o mote: “Estamos Abertos”. Conceito esse que fala não só sobre o fato do bar estar reabrindo as portas (e dessa vez 24h por dia). Fala sobre uma outra esfera, que é sentida, pois estar aberto é agregar o novo, permitir a entrada de ideias, pessoas, assuntos e discussões. É um estado de espírito que muitos perdem quando envelhecem, e envelhecer é algo que não acontece com quem está aberto.

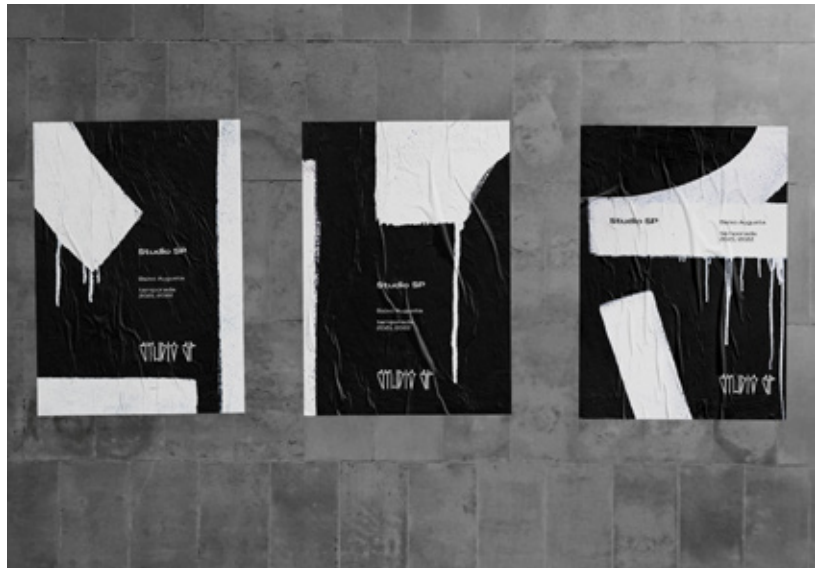
AUTORIA

Thomas Cosin

CLIENTE

Cooler DVT

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES



Série de posters para Studio SP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Série de 5 posters lambe-lambe, parte do projeto de rebranding para o Studio SP. O Studio é uma das casas noturnas mais tradicionais de São Paulo, que retorna ao seu endereço emblemático na Rua Augusta após 8 anos de encerramento das atividades. O Studio SP foi berço de grandes nomes da cena musical dos anos 2000, lançando nomes como Céu, Criolo, Emicida, Tié, Tulipa Ruiz. O novo sistema de identidade visual em branco e preto resgata o histórico da casa, estabelecendo diálogo com o entorno, celebrando a arte de rua.

AUTORIA

Studio Cama

CLIENTE

Studio SP

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Smolbol

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O conceito criativo se dá pela simplicidade, essência da marca. Adotamos uma paleta P&B para evidenciar a ideia do básico e uma estrutura visual quase sempre circular, para reforçar a ideia do negócio. Criamos um logo personagem, com expressões sintéticas, que possibilitasse uma conversa com os clientes: “Triangles make bad jokes! Flat is boring! Rounded as the earth”, revelam o tom provocador dessa marca. Um kit de ativação foi criado para ser implementado em aceleradoras de startups, escritórios e hackathons criativos. Todas as peças e acessórios sempre carregam um tom de humor.

AUTORIA

Questtonó Manyone

CLIENTE

Smolbol

DESIGN GRÁFICO
MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Southwest - Design de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Navegando pelo mar dos destilados, a Southwest Destilaria se guia com sua própria bússola. Com coragem, se diferencia das velhas ideias, mesmo assim, é tradicional à sua maneira. Situada em São Roque, no interior paulista e rodeada pela mata atlântica, a destilaria tem por missão o cuidado com a fauna e a flora local, por isso ajuda animais feridos da região, através de instituições. A história da empresa começa em uma ilha remota do Reino Unido e encontra seu caminho até o Brasil, pelo seu mestre destilador, parte de uma linhagem de navegantes, apotecários e amantes de uma boa bebida. A partir deste cenário, a construção da marca foi desenvolvida, desde o naming e tom de voz, até o universo visual para transmitir o espírito explorador e sofisticado em seus produtos e experiências.

AUTORIA

Electric Duo e Moonshine

CLIENTE

Southwest Destilaria | Alex Rudd & Karina Ravache

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

Spaten - Transformando o medieval em moderno

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma marca que nasceu em Munique em 1397, e inaugurou o estilo Munich Helles, Spaten atravessou o tempo. No Brasil o desafio era liderar o mercado core plus (topo do mainstream) e conquistar um público jovem, que busca afirmação. Em um mundo em constante mudança é preciso estar bem na fita sem contrariar princípios e valores. Pode uma marca de 700 anos se conectar com este público? O medieval pode ser moderno? Com o propósito “Apurar o seu lado admirável”, evoluímos o visual e verbal. para entregar segurança e confiança através de uma marca ruler com autoridade em cerveja e atemporal. No visual reinterpretamos cada elemento da identidade, aprofundando nas geometrias dos grafismos medievais sob o filtro da síntese contemporânea para atravessar o tempo combinando tradição e modernidade.

AUTORIA

Ana Couto

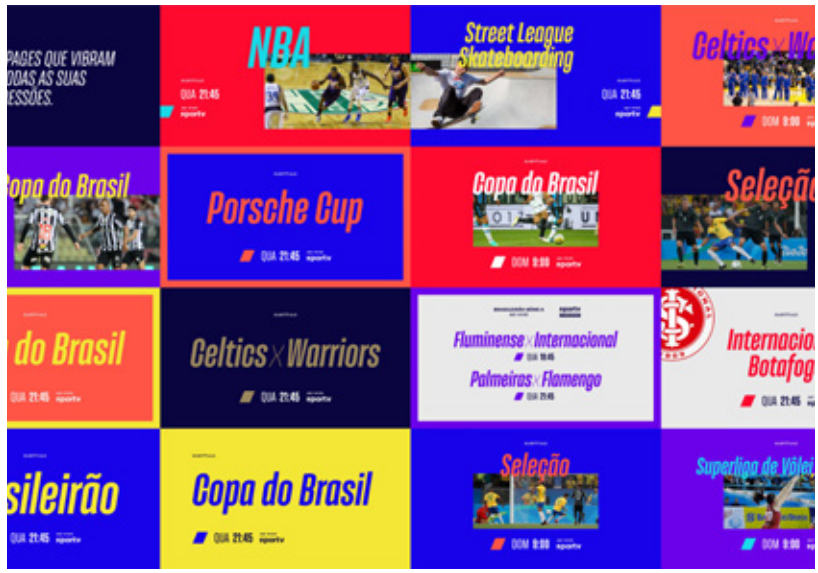
CLIENTE

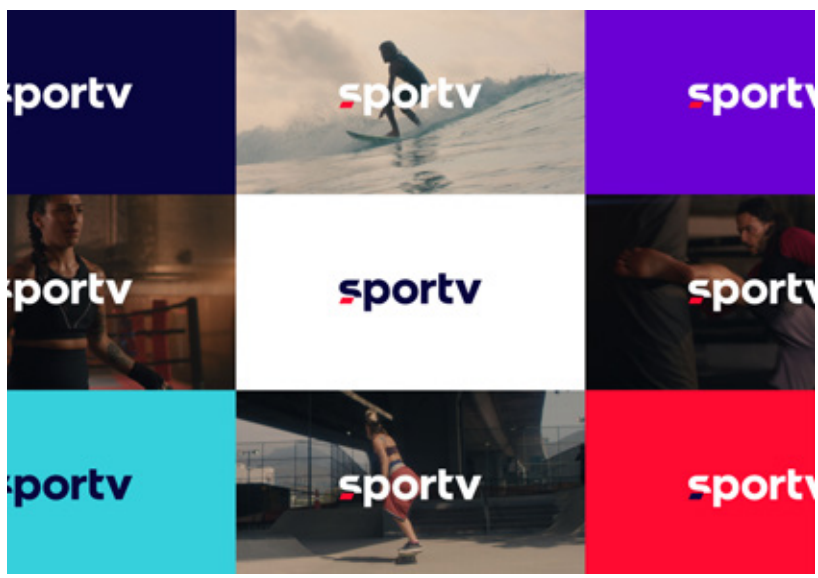
Spaten

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

Sportv. O esporte que vibra. Acontece. E faz pulsar.





DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Sportv é um veículo brasileiro consagrado de transmissão esportiva que passava por uma perda de relevância devido à dificuldade de se aproximar de novos públicos e se adaptar às mudanças nos hábitos de consumo. A chegada de seus 20 anos foi um marco para atualizar a experiência de forma mais dinâmica, vibrante e calorosa – características tão inerentes ao esporte, sem perder sua essência jornalística. Em um mercado com novos players, criar uma conexão dos públicos com a marca para além da programação televisiva era essencial. A partir do conceito “pulsar esporte”, foram criados posicionamento, identidade visual, verbal e plataformas de ativação, que passaram a traduzir o potencial da marca de aplicar seu olhar proprietário, espontâneo e humano de transmitir esporte.

AUTORIA

FutureBrand São Paulo

CLIENTE

Grupo Globo

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Sui Generis

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cartaz e Identidade Visual para live beneficente, promovida pela banda Riso do Abismo em prol dos trabalhadores da cultura de Goiás. Perante o momento único e caótico em que a live aconteceria — SUI GENERIS é o conceito e mensagem que guiou o processo criativo. Único no seu gênero, original, peculiar, singular! Seja do momento presente que passamos; dos cacos quebrados (do passado) que nos tornaram únicos e imperfeitos; ou do futuro incerto que prova a nossa existência tão frágil como um simples copo de vidro.

AUTORIA

BR/BAUEN

CLIENTE

Banda Riso do Abismo

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS

Theatro Municipal de São Paulo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

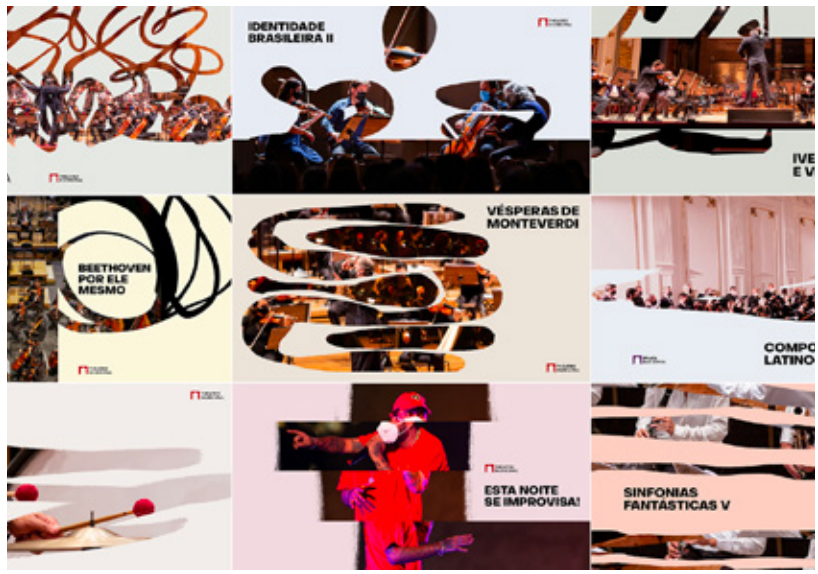
Uma das mais icônicas instituições de São Paulo — sediada em um de seus mais icônicos prédios — é palco de alguns dos corpos artísticos mais importantes da cidade: Orquestra Sinfônica Municipal, Balé da Cidade de São Paulo e Coral da Cidade de São Paulo, entre outros. Desse modo, os espetáculos oferecidos pelo teatro são extremamente amplos: vão de óperas tradicionais, como Aida de Verdi, até espetáculos de dança contemporânea baseados em sons da periferia de São Paulo. O sistema de identidade gráfica deveria, portanto, evitar a adoção de qualquer caminho gráfico que fizesse a percepção do teatro pender para qualquer tipo de extremo.

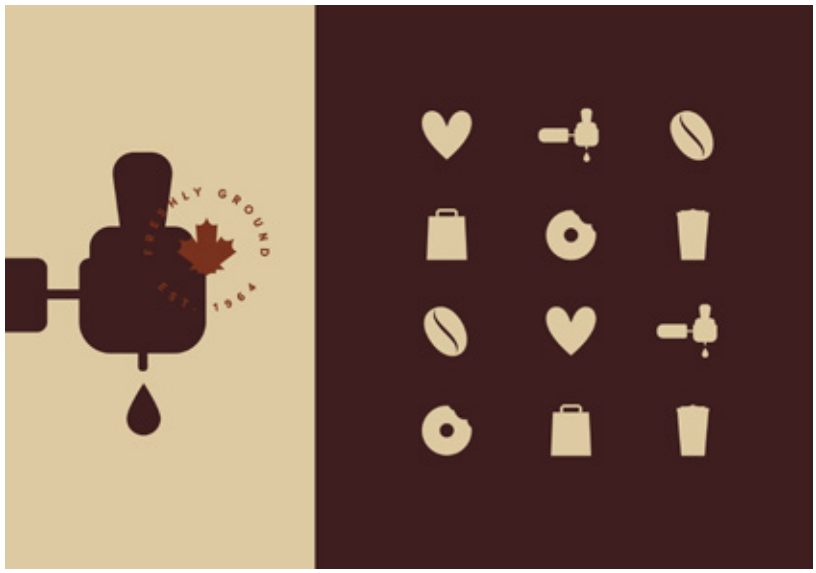
AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

Theatro Municipal de São Paulo/ Sustenidos





Tim Hortons Coffee Shop | Linguagem Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

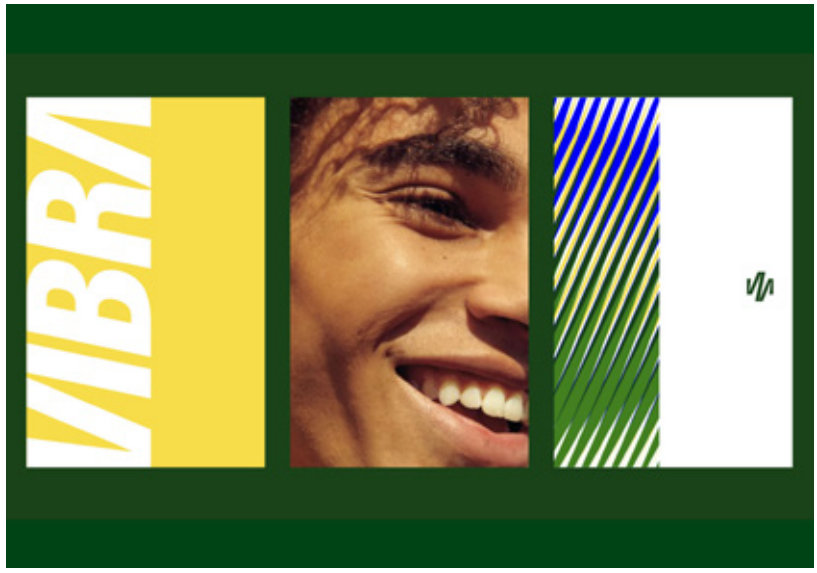
Tim Hortons é uma das maiores redes de “QSR” (Quick Service Restaurant) do mundo. Nascida no Canadá há mais de 50 anos, a marca sempre teve como filosofia oferecer produtos “Always Fresh” de forma verdadeira, acolhedora e orgulhosa de sua origem e trajetória. E a marca estava pronta para conquistar novos ares. Estava expandindo sua área de atuação para novos continentes em um novo modelo de negócio. E esse foi o nosso desafio: evoluir a linguagem de QSR de Tim Hortons para um novo modelo de Coffee Shop.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Tim Hortons



Vibra Energia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Imagine o desafio de desenhar uma nova identidade para uma marca emblemática na história do design brasileiro. Uma marca reconhecida e admirada, que trazia o legado de 50 anos da BR Distribuidora, mas que agora precisava evoluir inspirada pelo seu propósito na direção dos desejos do mundo. Nosso desafio foi criar uma síntese visual e uma linguagem que refletissem a estratégia, despertassem orgulho e abrissem caminhos para o futuro, fazendo com que todos se sentissem representados de norte a sul do país.

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Vibra Energia

DESIGN GRÁFICO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

37ª Feira do Livro de Caxias do Sul

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Feira do Livro de Caxias do Sul é facilmente um dos maiores eventos da cidade depois da tradicional Festa da Uva. No intuito de valorizar uma atividade cultural tão importante para a cidade, estudantes de Design se uniram em um projeto de extensão para elaborar a identidade visual da Feira do Livro há cinco edições. Em 2021, com o tema “Ler para se mover”, foram abordados diferentes gêneros literários para a criação de seis cartazes diferentes que compunham a mesma identidade visual, abordando, assim, as infinitas viagens que um leitor faz movendo-se pelas páginas de um livro.

AUTORIA

Universidade de Caxias do Sul

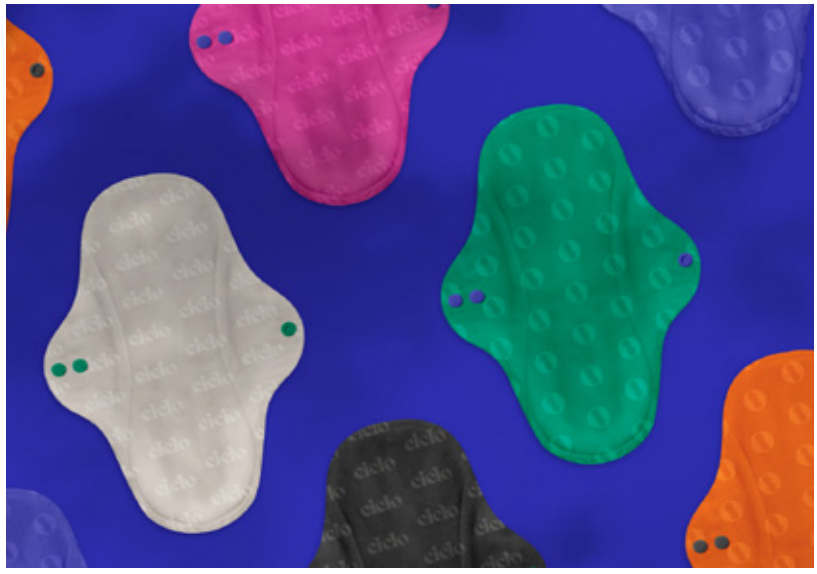
CLIENTE

Prefeitura Municipal de Caxias do Sul (Secretaria da Cultura)

Ciclo – Identidade para marca de produtos menstruais sustentável

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A marca utiliza uma paleta policromática composta por um mix de tons quentes e frios que são saturados, vibrantes e alegres e não carregam nem uma conotação masculina, quanto feminina. O logotipo utiliza das serifas triangulares e retangulares da tipografia optada para se complementar à paleta nessa ideia. Concomitantemente, o corte interno da letra "o" imediatamente remete ao formato do produto a ser fornecido pela marca (absorventes). Fugindo do hipotético conceitua-se que a marca seja completamente fabricada com materiais sustentáveis – dos produtos às embalagens.



AUTORIA

Giovanna Cezar e Giulia Velasco

CLIENTE

ESPM-Rio

BRONZE ESTUDANTE 2022

Claudia Queiroga - Cozinha Afetiva

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Claudia Queiroga é uma Chef carioca que iniciou os seus trabalhos durante a pandemia visando o sustento de sua família e o auxílio a pessoas em situação de vulnerabilidade social. Em 2020, devido à grande demanda e expansão dos seus serviços, surge a necessidade da criação de uma identidade visual dinâmica capaz de comunicar sua essência como Chef e como empreendedora social. Nosso desafio foi desenvolver uma linguagem visual moderna, acolhedora que transmitisse a personalidade única da Claudia. Por isso, guiamos as nossas escolhas visuais com elementos que valorizassem o “feito à mão”, trazendo ilustrações e lettering exclusivos ao projeto. Além disso, nossas escolhas de materiais para produção gráfica foram baseadas em insumos sustentáveis, para a produção das embalagens e impressos.

AUTORIA

Juliana Costa Fernandes e Sabrina Sanalles Sousa

CLIENTE

Faculdade de Tecnologia Senac-RJ

DESIGN GRÁFICO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Lendas Brasileiras

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Lendas Brasileiras é um jogo de mistério e investigação com o objetivo de educar o público sobre a cultura brasileira, mais especificamente, o folclore brasileiro. O jogo é focado na resolução de diversos enigmas curtos, e o público, além de conhecer novos personagens do folclore brasileiro, desenvolve raciocínio lógico ao solucionar os mistérios.

AUTORIA

Alexia Souza, Bruna Fuentes, Giovanni Bornia, Liliana Kyung e Maria Luiza Mussi

CLIENTE

Design ESPM-SP

BRONZE ESTUDANTE 2022

Os Bruzundangas | Edição comemorativa de 100 anos da obra de Lima Barreto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

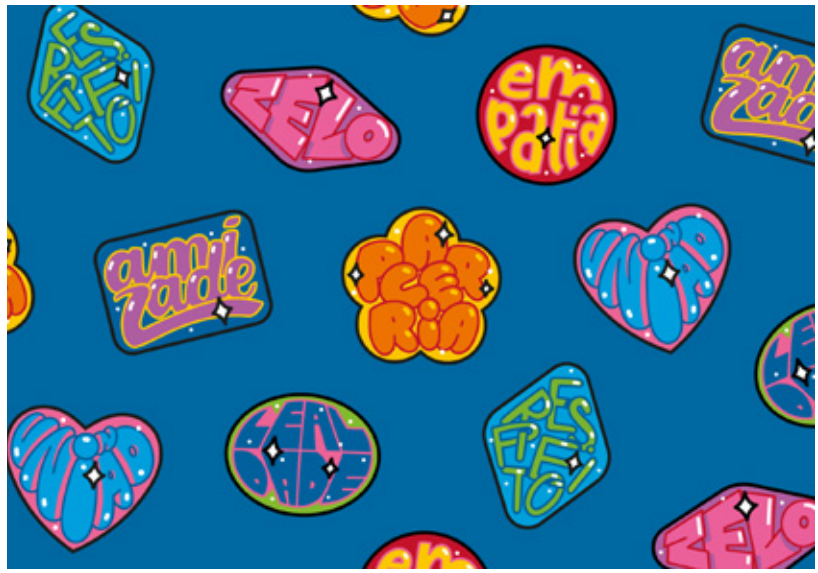
A edição comemorativa de 100 anos do livro Os Bruzundangas, do autor e jornalista Lima Barreto, busca relacionar aplicações do design ativista em produções editoriais. A obra de Lima Barreto descreve as mazelas políticas, socioeconômicas e culturais do Brasil dos primeiros anos do século XX, um Brasil recém abolicionista e republicano. Infelizmente, ao termos contato com o livro, percebemos a imutabilidade no cenário brasileiro, e por isso, a reedição vem com o objetivo de resgatar a obra no seu 100º aniversário, além de estimular a percepção reflexiva do leitor para com a sua realidade no país, espelhando-se a uma realidade de 100 anos atrás.

AUTORIA

Júlia Corrêa

CLIENTE

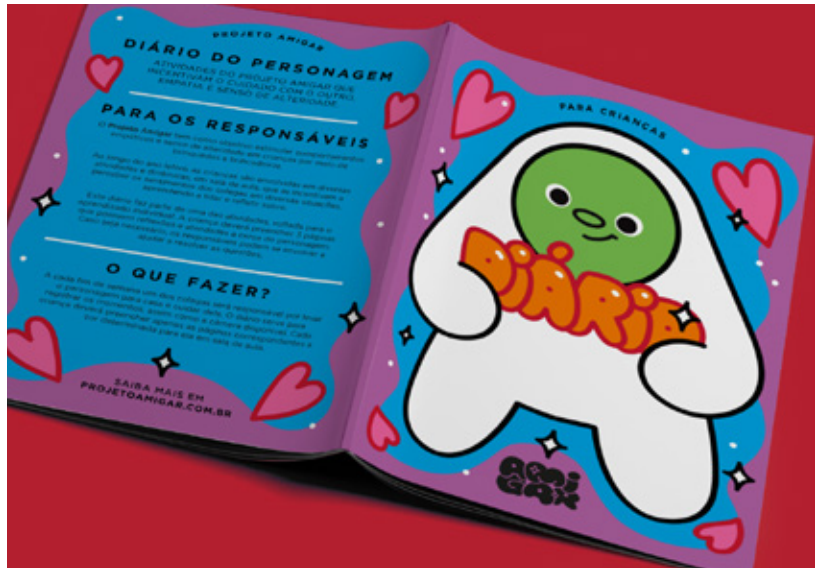
Escola de Design - UEMG



Projeto Amigar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diversas habilidades sociais são adquiridas na infância, e são essenciais para o desenvolvimento sócio-emocional da criança. Entre essas habilidades, duas são consideradas fundamentais para o convívio em sociedade: empatia e a alteridade, ambas relacionadas com a presença e a disposição para entender o outro. É a partir de brinquedos e brincadeiras que surge a oportunidade de estimular o desenvolvimento dessas habilidades em crianças, no ambiente escolar. Através da metodologia do design estratégico foi possível criar um sistema produto-serviço composto por um brinquedo principal e elementos secundários que compõem duas jornadas, uma individual e outra coletiva, para crianças de 5 a 7 anos, além de recursos informativos para professores, pais e responsáveis envolvidos.



AUTORIA

Laura Salvaterra

CLIENTE

UNISINOS

Segunda no Samba

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Segunda no Samba é um evento que acontece há mais de 15 anos no Espírito Santo e é reconhecido por sua roda de samba, realizada no início das semanas no centro da capital. Misturando a tradição do pagode e o sentimento de "boa incerteza" de uma noite de festa, o desafio era criar um projeto de identidade visual e comunicação para a marca. O desenho da marca nasce de características específicas da realização: a adaptação a diferentes lugares e ambientes e as sensações intangíveis do samba, como alegria, expansividade e nostalgia, levando em consideração a complexidade, natureza e especificidades do evento.

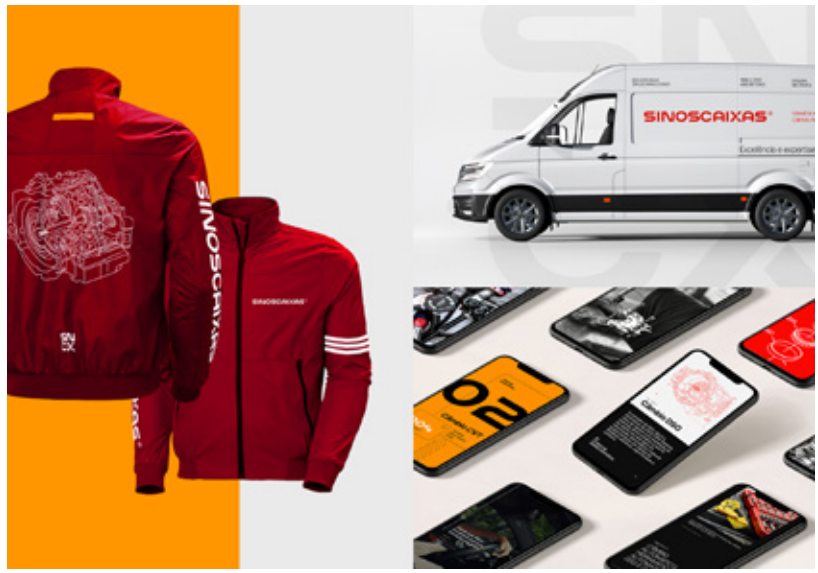
AUTORIA

Alexandre Gadioli

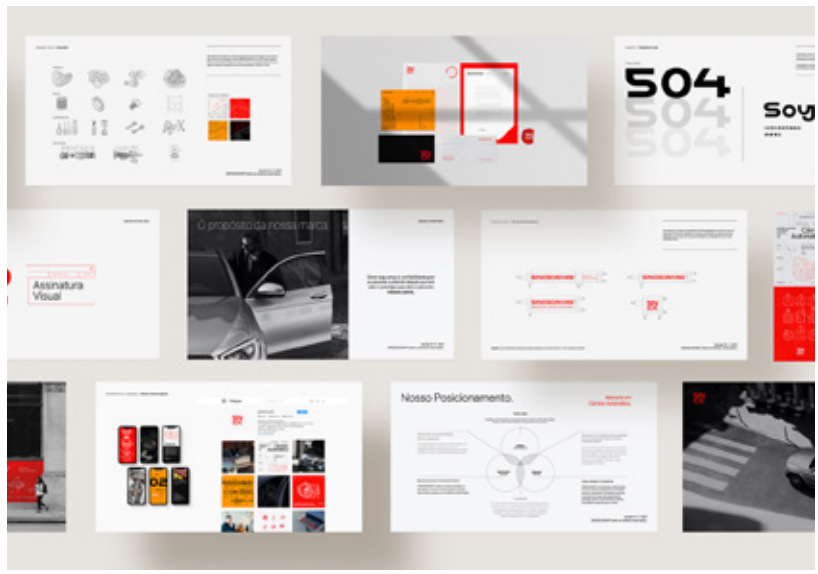
CLIENTE

Universidade Federal do Espírito Santo

DESIGN GRÁFICO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

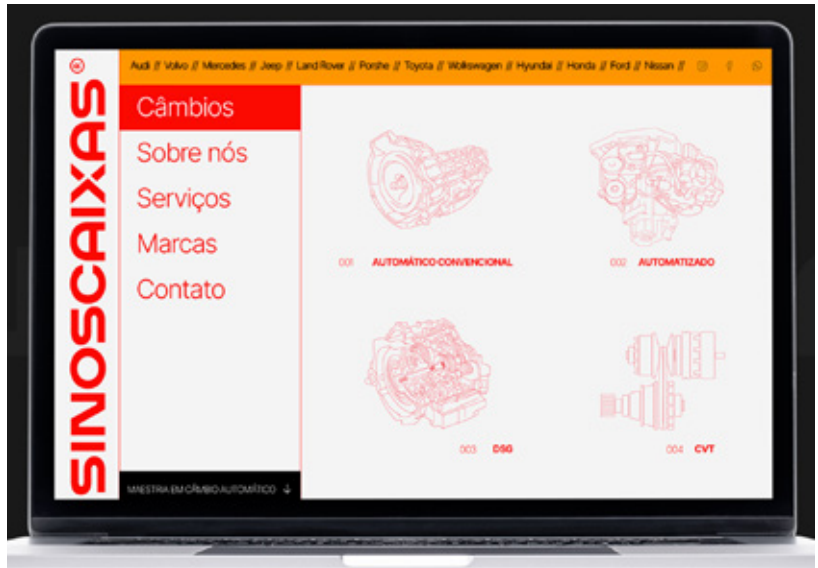


SINOSCAIXAS - Maestria em Câmbio Automático



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O desenvolvimento técnico e criativo do projeto foi pautado no entendimento do DNA da empresa. Para alinhar os atributos da marca ao logo, buscou-se uma tipografia com personalidade e presença forte, geometria, simetria e boa legibilidade. Para a linguagem visual, o uso de traços, caracteres especiais, linhas e formas geométricas foram utilizadas a fim de salientar o aspecto técnico e de precisão para o projeto. Para traduzir e representar os valores da marca em momentos do dia a dia, criou-se um banco de imagens que evidenciam tanto a sua expertise técnica (peças, câmbios, ferramentas), quanto salientam a sua paixão e zelo por carros através de imagens mais humanizadas (de relacionamento, conexão entre o dono e seu carro).



AUTORIA

Jaqueline Cristina Silveris

CLIENTE

ESPM POA

DESIGN GRÁFICO
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Trinus

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trinus é um jogo de cartas direcionado ao público jovem adulto e que tem como objetivo desenvolver a atividade intelectual e repertorial histórica dos seus jogadores de uma maneira divertida, desafiadora, crítica, curiosa e criativa, tendo como principal dinâmica a investigação. O jogo aborda uma temática ficcional de viagem temporal, envolvendo um episódio em que a máquina do tempo Trinus quebra, fazendo com que diversos personagens históricos fiquem presos em nossa realidade. Com o suporte de seus conhecimentos históricos, cabe aos jogadores descobrirem quem são essas figuras escondidas. A partir de uma linguagem acessível, objetiva e instigante, Trinus conecta o passado e o futuro, buscando, de forma lúdica, uma reflexão crítica sobre a atualidade e seus problemas.

AUTORIA

Marcel Puodzius Barbosa da Silva, Namie Hideshima Arakawa, Otávio de Oliveira Amorim Chaves e Riyad Edson Zarif Azzam

CLIENTE

Design ESPM-SP

BATEKOO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Se colocando como um ambiente de celebração e afetividade, principalmente para a comunidade negra, a BATEKOO é uma marca que nasceu despretensiosamente como uma festa de aniversário na periferia de Salvador. Além de promover bailes de norte a sul do Brasil, já estreou sua primeira turnê internacional e agora viabiliza a produção de artistas vinculados à marca. Nesse tempo, ampliou sua atuação para um novo eixo educacional, onde produz cursos de formação profissional para juventude negra e LGBTQIA+. Dado o crescimento da Batekoo, nasceu a necessidade de repensar os pontos de contato da marca, que tem como cerne a proximidade com o público, a ocupação de espaços urbanos e sua personalidade periférica, insubmissa, diversa, enérgica e que ousa como vanguarda de um (afro)futurismo brasileiro.

AUTORIA

BILE

CLIENTE

BATEKOO

2022

Design Social

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

OURO 2022

GRAND PRIX

É Preciso Estar Vivo Para Viver

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Localizada na cidade do Rio de Janeiro, a Maré é um complexo composto por 16 favelas e mais de 140 mil moradores. Além das condições precárias de moradia e outros direitos negados, a população sofre com a repressão policial quase todos os dias. As operações são violentas, ferem os direitos humanos e fazem suas vítimas – muitas vezes inocentes. A campanha "É preciso estar vivo para viver" teve como objetivo mostrar a realidade vivida pelos moradores do Complexo da Maré, além de conscientizar a população sobre os seus direitos. Utilizando os seus sonhos como peça central, a campanha buscou humanizar a vida de quem vive nas favelas, mostrando que existem pessoas e sonhos por trás de números estatísticos. A campanha foi lançada com um vídeo nas redes sociais.

AUTORIA

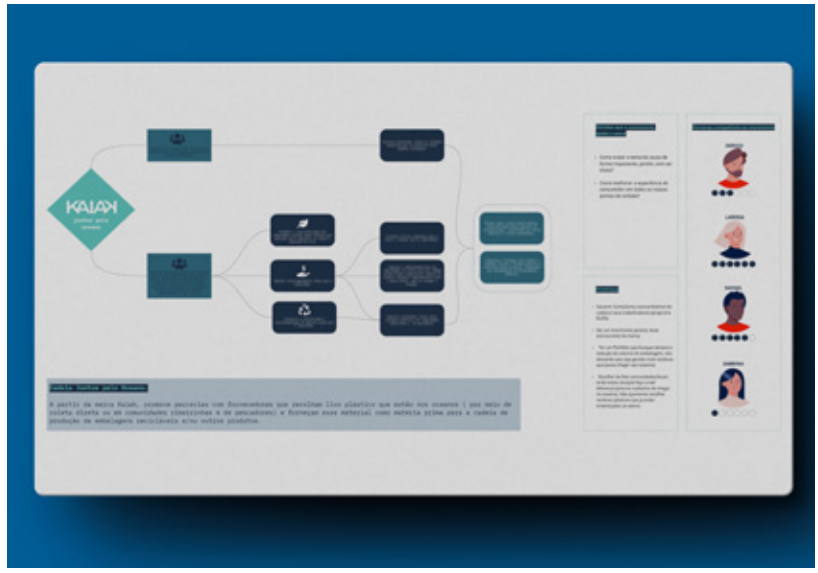
Shoot

CLIENTE

Redes da Maré

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

Carpe Diem para Kaiak - Jornada de Service Design



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Carpe Diem visa posicionar uma das marcas mais icônicas da empresa como embaixadora da causa “Mais beleza menos lixo” e pautados nas ODS 12 e 14 tem por objetivo promover consumo consciente, ações de impacto socioambiental positivo, apoiar na preservação dos oceanos e gerar renda para comunidades litorâneas, foram reunidas 10 áreas da empresa com diferentes expertises para co-criar as soluções a partir da abordagem do design de serviço, definimos as personas a partir do estudo sobre consciência e atitudes sustentáveis e relação com a marca; promovemos sessões de ideação, discussões e validação com as pessoas até chegarmos ao desenho final do ecossistema do serviço.

AUTORIA
Natura

CLIENTE
Natura

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

Canção Pra Amazônia | Identidade Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A “Canção Pra Amazônia”, letra de Carlos Rennó e música de Nando Reis é um manifesto pela preservação da floresta amazônica que contou com a participação de 15 grande nomes da música brasileira de dierentes gerações, de Caetano Veloso, Gilbert Gil a Baco Exú-doBlues, Gaby Amarantos e Iza. O vídeo da canção contou com uma estratégia de divulgação multiplataformas entre meios digitais e analógicos com redes sociais e cartazes colados nas ruas de diversas cidades brasileiras.

AUTORIA

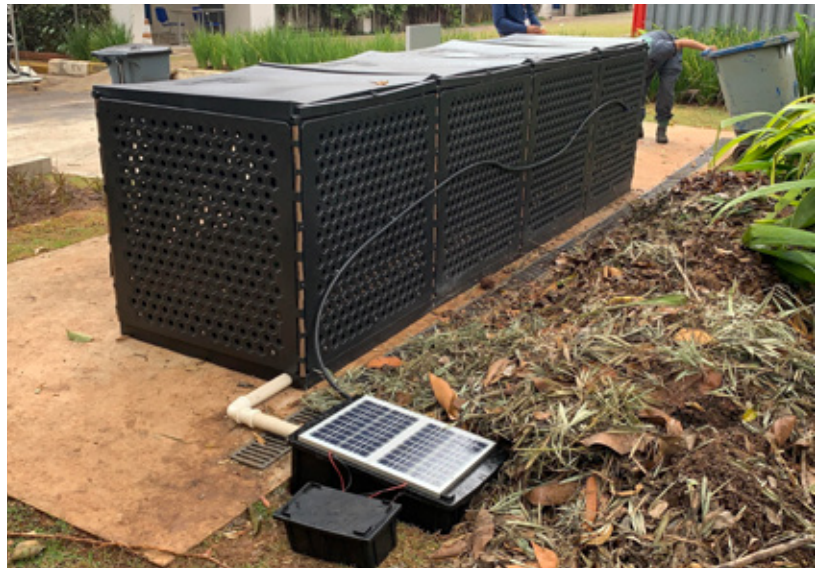
Bijari

CLIENTE

Greenpeace

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

Composteira humiBox



DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Composteira HumiBox é um equipamento utilizado para transformar restos de alimentos de mercados, cozinhas, refeitórios e restaurantes em adubo de excelente qualidade. Projetada com os princípios do ecodesign, a HumiBox possui estrutura modular que otimiza o espaço e facilita a expansão do sistema. Sua tampa protege a matéria orgânica da água da chuva e facilita o manejo. Possui sistema de drenagem, captação e retroalimentação automática do adubo líquido movido a energia solar, que acelera a compostagem, equilibra a umidade, enriquece o composto e dispensa obras para instalação. Pode ser instalada em ambientes internos, externos e sobre qualquer tipo de piso. Versátil, eficiente e sustentável, HumiBox é perfeita para condomínios, escolas, indústrias, supermercados e grandes empresas.

AUTORIA

Morada da Floresta

CLIENTE

Morada da Floresta

Global Assassination Monitor

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Monitor Global de Assassinatos Políticos (Global Assassination Monitor, em tradução livre) é um projeto global de visualização de dados que apresenta mais de 2700 casos de assassinatos políticos relatados na mídia em todo o mundo entre 2019 e 2020. Seu principal objetivo é ampliar o debate sobre esse tipo de crime e sensibilizar o público sobre seu amplo impacto em países, comunidades e famílias. A visualização ancora-se em um banco de dados inédito, organizado pela GI-TOC, e contribui para análises temáticas e geográficas sobre o fenômeno. Dentre os diferenciais do projeto destaca-se o mapa interativo que permite ao usuário investigar tendências utilizando filtros com base no motivo do crime, grupo-alvo, gênero da vítima, método, localização e data do evento, dentre outros aspectos.

AUTORIA

Café.art.br

CLIENTE

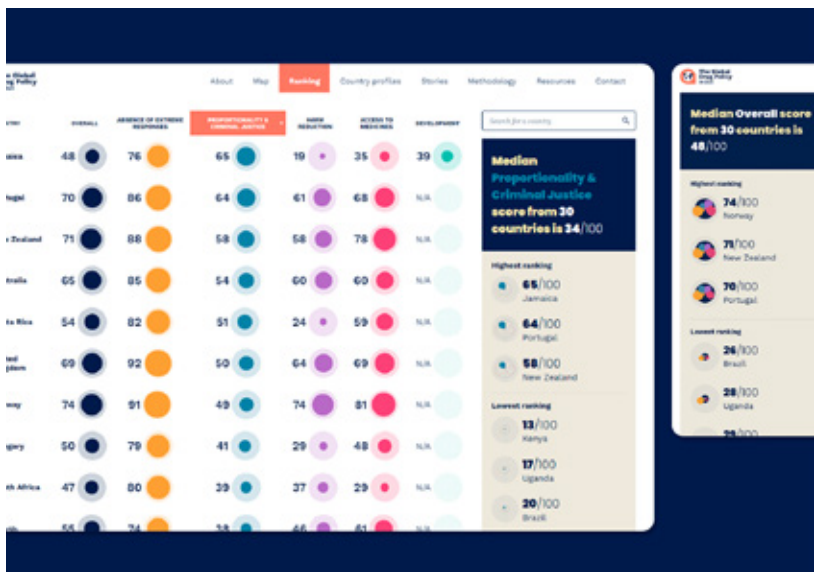
The Global Initiative Against Transnational Organized Crime

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

Global Drug Policy Index

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Por décadas, mapear como os países estão se saindo em suas políticas de drogas tem sido uma tarefa ilusória. Em grande parte isso ocorre porque os esforços de coleta de dados dos governos e da ONU foram guiados pelo objetivo arcaico e prejudicial de alcançar uma "sociedade livre das drogas". O sucesso destas políticas não foi medido em relação a saúde, desenvolvimento, direitos humanos ou justiça social, mas priorizou indicadores como o número de pessoas presas ou encarceradas, quantidade de droga apreendida ou hectares de plantações de drogas erradicadas. Nesse contexto, tivemos o prazer de projetar o GDPI, uma nova ferramenta que oferece a primeira análise global baseada em dados de políticas de drogas, bem como sua implementação de maneira sistemática, abrangente e transparente.

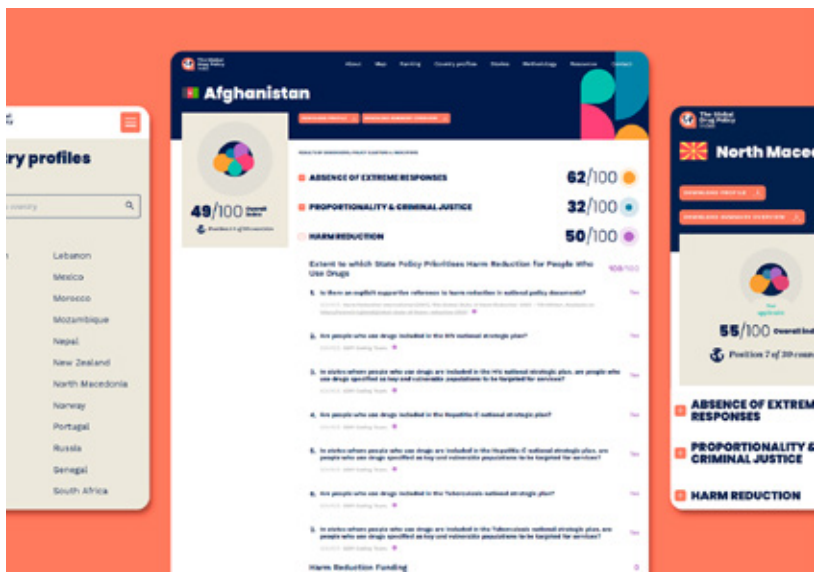


AUTORIA

Café.art.br

CLIENTE

International Drug Policy Consortium (IDPC) e Harm Reduction Consortium



DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

Global Organized Crime Index

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os danos causados pelo Crime Organizado (CO) são generalizados e profundos, mas como são escondidos no submundo ou sentidos apenas por comunidades carentes, sua ameaça é facilmente ignorada. Dado o sucesso do OC Index Africa, lançado em 2019, a comunidade internacional comissionou a expansão do índice para torná-lo uma avaliação Global. O principal objetivo do Índice permanece o mesmo: dar insumos aos órgãos governamentais para que possam estabelecer políticas públicas baseadas em uma avaliação holística do CO. Ele incentiva os países a se afastarem de uma resposta conduzida pela justiça criminal e a abordarem um pacote mais abrangente de políticas para mitigar o impacto do CO, criar resiliência e limitar os incentivos aos participantes deste mercado.

AUTORIA

Café.art.br

CLIENTE

The Global Initiative Against Transnational Organized Crime (GI-TOC), INTERPOL União Européia e Depa

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

Identidade Visual Amazônia de Pé

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Somos a última geração que pode salvar a Amazônia. Nesse cenário, o Projeto de Lei de Iniciativa Popular é uma ferramenta fundamental para que instituições e pessoas possam mobilizar grandes públicos em propostas que impactem positivamente a maior parte da sociedade. Buscando uma reparação histórica para a propriedade de terras, nasce o Projeto "Amazônia de Pé" pela demarcação de terras amazônicas. Fomos responsáveis por desenvolver o conceito da campanha, desde o nome, marca, identidade visual e elementos que comunicassem a Amazônia, até direcionamentos estratégicos de públicos e de posicionamento da marca. Esta construção estratégica norteou as ações da campanha guiando a equipe responsável pela comunicação.

AUTORIA

Libra Branding

CLIENTE

NOSSAS

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Kit expedição Fazenda Bom Jardim e Gruta do Ballet

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Kit é uma resposta à demanda diagnosticada em Matozinhos (MG). O município conta com ricos patrimônios culturais, históricos e pré-históricos, como a Gruta do Ballet (com pinturas rupestres que datam de 12 mil anos) e a Fazenda Bom Jardim (com ruínas de fazenda colonial do séc. 18). Contudo, essas riquezas ainda são pouco conhecidas e não contam com incentivos para sua preservação e difusão. A proposta de solução foi focar em ações educativas. Criamos um Kit lúdico distribuído a todos os alunos de 9 a 12 anos de escolas públicas da cidade. O Kit propunha uma jornada de viagem no tempo para que as crianças pudessem descobrir alguns dos muitos mistérios guardados por ali. É composto por Diário de expedição, mapa A2, conjunto de Paper Toys e jogos da memória e de tabuleiro.

AUTORIA

AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs

CLIENTE

Cimento Nacional e Secretaria Estadual de Cultura de MG

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Kit impresso do Conexão Comunidade

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Kit Impresso do Conexão Comunidade foi produzido no programa homônimo como estratégia de mitigação de desigualdades na educação, aprofundadas pelos abismos digitais, e da ausência de ferramentas de salvaguarda e difusão do patrimônio cultural, agravadas pela pandemia de Covid-19. O kit foi distribuído a 50 grupos culturais, 15 secretarias municipais, 19 escolas públicas e 5000 alunos das 9 cidades atendidas no programa, durante o isolamento. Ele é composto pelo Diário do Explorador, caderno com exercícios de investigação cultural autogestionável; Jogo da Memória e Jogo Quiz, sobre as referências culturais desses lugares; cartazes, postais e Atlas Subjetivo que formam um inventário visual e afetivo com conteúdos criados por estudantes da rede pública e agentes culturais desses municípios.

AUTORIA

AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs

CLIENTE

VLI - Valor da Logística Integrada

DESIGN SOCIAL
SAÚDE

Livro Meu Corpo Sem Tabu

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um guia de saúde e autoconhecimento para pessoas que consultam ginecologistas. Apresenta os órgãos reprodutores e aborda as principais questões relacionadas a eles, como menstruação, TPM, menopausa, higiene, prevenção de doenças, contracepção, gravidez e prazer sexual. Tira dúvidas e estimula a reflexão em espaços interativos. O texto é simples e direto, sem julgamentos nem vergonha, produzido sob a orientação de especialistas. As ilustrações, todas feitas por mulheres, valorizam a diversidade dos corpos. O livro é distribuído gratuitamente para médicos, que presenteiam as(os) pacientes. Gerou R$ 50 mil em doações, beneficiando o Projeto Luna, que combate a pobreza menstrual, e o Espro, que apoia jovens em situação de vulnerabilidade.

AUTORIA
Editora MOL

CLIENTE
Editora MOL e Libbs

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

MDF Branding (movimento de defesa do favelado)

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O MDF - Movimento de Defesa das Favelas, iniciado em 1977 - é uma ONG que atua em mais de 30 favelas de São Paulo, dentro dessas a Vila Prudente, que se destaca por ser o lugar onde se concretizaram muitos projetos, fazendo com que a comunidade começasse a acreditar no seu poder transformador. O MDF tem experiência de atuação junto ao poder público nas reivindicações para que haja políticas e trabalho de base junto a população vulnerável, formação de lideranças com jovens e população de moradores das favelas. E para fortalecer essa luta, nos somamos ao MDF para reposicionar a marca, dar mais visibilidade ao movimento, e consequentemente, aumentar o seu impacto positivo.

AUTORIA

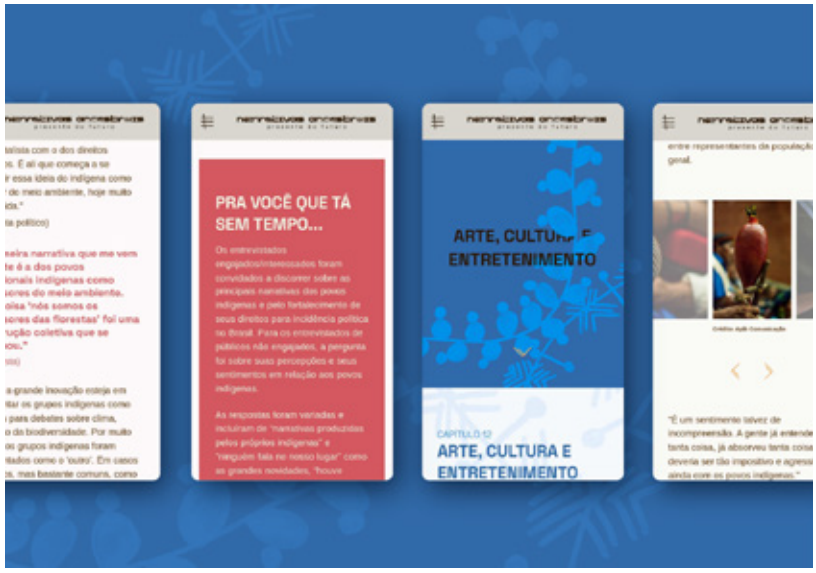
Team Creatif

CLIENTE

MDF

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Narrativas Ancestrais, Presente do Futuro



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trata-se de um website que apresenta a pesquisa Narrativas Ancestrais, Presente do Futuro, da jornalista Cristiane Fontes, a Krika. Com financiamento da Ford Foundation, a investigação mapeou e analisou as percepções sobre os povos indígenas e as principais narrativas deles e sobre eles no Brasil, na última década. A análise qualitativa contou com 250 entrevistas em profundidade com representantes de diversos campos da sociedade, de ruralistas e empresários a antropólogos e indígenas. O projeto teve apoio da Ipsos e da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da FGV (DAPP-FGV). Nosso trabalho foi a criação da linguagem visual do projeto, design de interface e desenvolvimento do site e produção de materiais de comunicação como apresentação de slides e imagens para redes sociais.

AUTORIA

Disarme Grafico e Café.art.br

CLIENTE

Amoreira Comunicação

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Site para a Exposição virtual “Vidas Femininas”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fundado em 1991, o Museu da Pessoa acredita que contar, escutar, conhecer e preservar histórias de vida pode mudar seu jeito de ver o mundo. Um museu virtual e colaborativo aberto à participação de todos. Nele, você pode contar sua história e conhecer outras de pessoas de todas idades, raças, credos e profissões do Brasil. Em 2021, em plena pandemia, surgiu o interesse de transformar o acervo de histórias protagonizadas por mulheres, que até então funcionava como uma editoria de conteúdo para redes sociais, em uma exposição. Fomos convidados a estruturar esses relatos, fotografias e produções audiovisuais em uma mostra online, planejando como essas narrativas que inspiram por sua força, criatividade, sensibilidade e resiliência seriam apresentadas.

AUTORIA

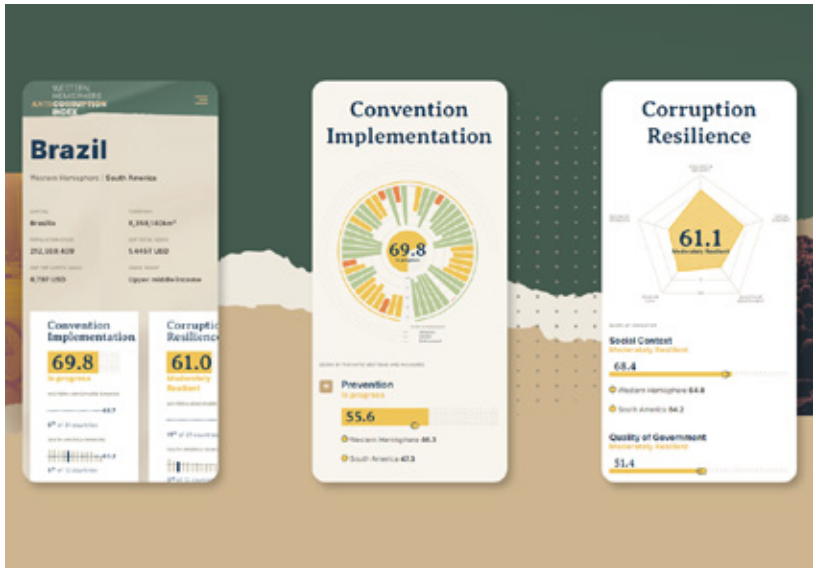
Megalo design

CLIENTE

Museu da Pessoa

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

Western Hemisphere Anti-Corruption Index - WHACI



DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Índice Anticorrupção do Hemisfério Ocidental (WHACI, sigla em inglês) é uma avaliação independente da qualidade da implementação de convenções anticorrupção e da resiliência à corrupção nos 31 países do Caribe, América Central e América do Sul. Em termos de design, trata-se de um complexo projeto de design da informação, de visualização de dados e de design de interação. Ele conta com lentes múltiplas e complementares para se entender a base de dados: mapas coropléticos, rankings e tabelas, séries históricas, gráficos de coordenadas polares e uma visualização interativa criada com exclusividade para o projeto. Seus dois principais componentes, o Score de Implementação da Convenção (CIS) e o Score de Resiliência à Corrupção (CRS), oferecem uma visão holística do tema.

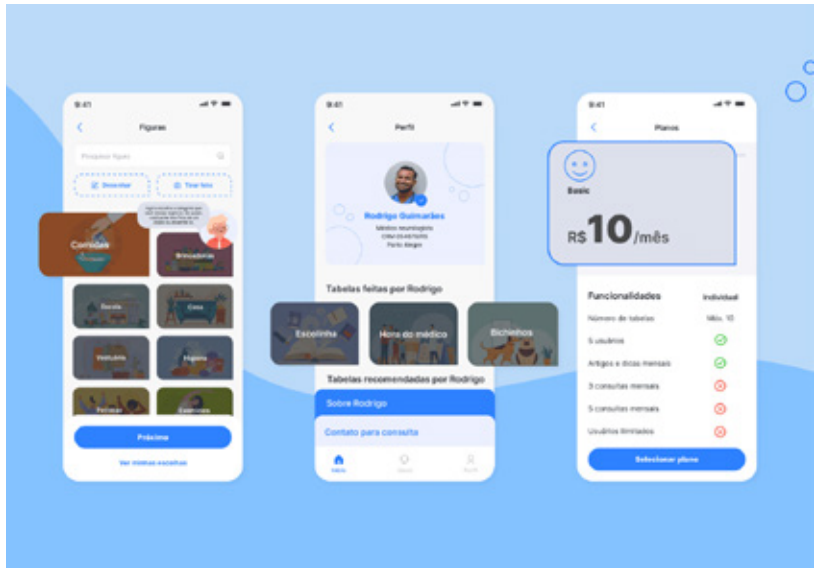
AUTORIA

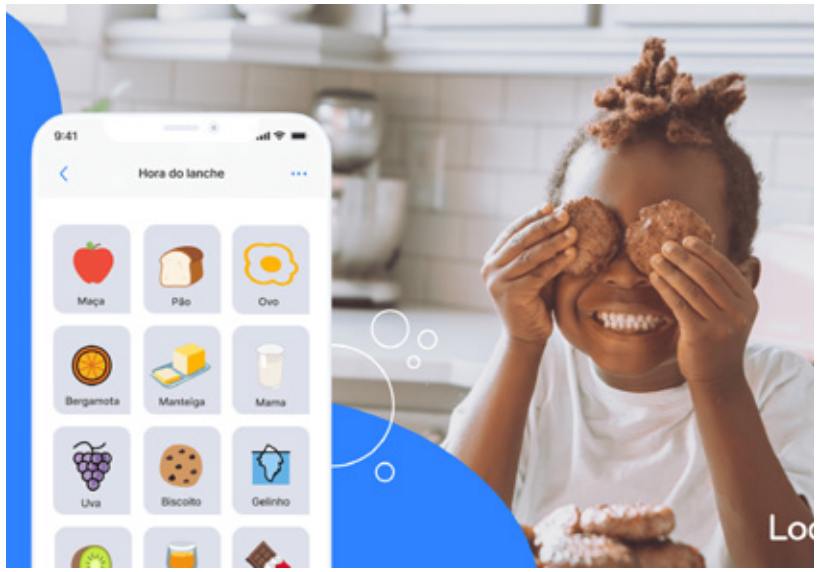
Café.art.br

CLIENTE

John Jay College of Criminal Justice, da City University of New York (CUNY)

LOQUI- CAA: Aplicativo de comunicação aumentativa e alternativa para autistas não verbais





DESCRIÇÃO DO PROJETO

LOQUI (do latim, falar) é um aplicativo de Comunicação Aumentativa e Alternativa (CAA) que usa tabelas de comunicação digitais projetadas para que pessoas autistas e não verbais possam se comunicar facilmente com o mundo à sua volta. O propósito é facilitar o seu dia a dia e dar voz a autistas que, assim como todos, têm direito a transmitir informações e ideias sem limitações de fronteiras. Nele, é possível adicionar colaboradores como cuidadores, professores e toda rede de apoio para que tenham acesso ao meio de comunicação do autista. Além disso, a plataforma também permite a troca de tabelas entre a comunidade, conectando pessoas e propósitos, através de uma interface amigável, intuitiva e totalmente personalizável.

AUTORIA

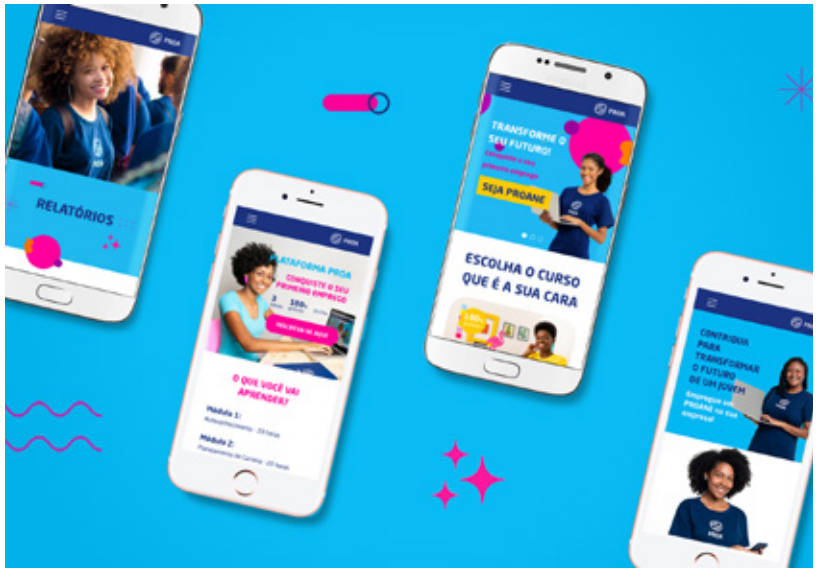
Laura Borba Malmann

CLIENTE

ESPM POA

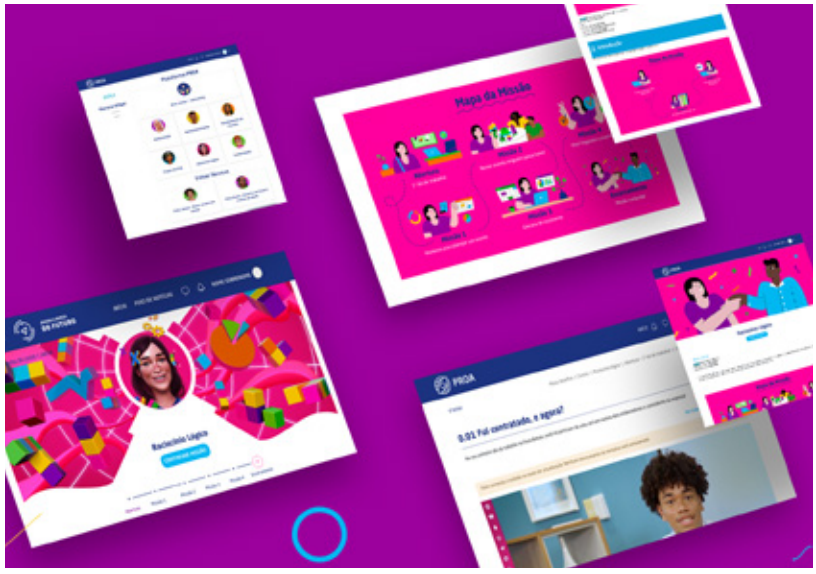
DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Plataforma PROA



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Hoje, 1 (um) em cada 3 (três) jovens brasileiros está desempregado e a Plataforma PROA se propõe a ajudar a reverter esse cenário. Este EAD inovador oferece a formação necessária para que jovens de escolas públicas se preparem para o mercado de trabalho, desenvolvendo as competências sociais e emocionais necessárias, de forma digital e escalável. Ao auxiliar o jovem a estruturar o seu projeto de vida, se conhecer e se desenvolver, o curso colabora para que ele defina os passos necessários para alcançar seu objetivo profissional e pessoal. Ao fim do curso, estes jovens preparados entram no banco de dados de talentos do Instituto PROA e podem ser indicados para vagas de jovens aprendiz, auxiliares e assistentes em grandes empresas, como Accenture, Casas Bahia, J.P. Morgan, P&G, entre outras.



AUTORIA
Eólica

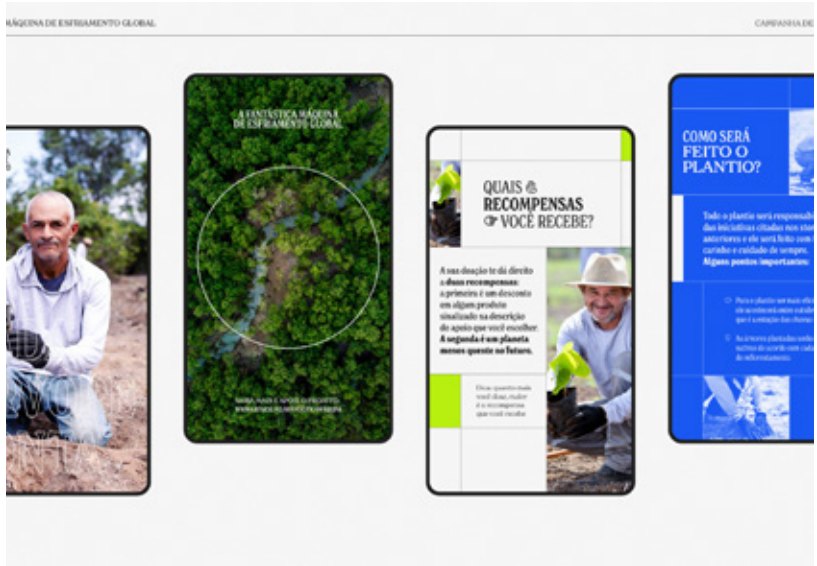
CLIENTE
Instituto PROA

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

A Fantástica Máquina de Esfriamento Global

DESCRIÇÃO DO PROJETO

As árvores, durante o seu processo de crescimento, são capazes de captar carbono da atmosfera e liberá-lo em menor quantidade. Esse processo retira uma parte significativa de gás carbônico do planeta, tornando o plantio de árvores uma ótima alternativa para esfriarmos a Terra. A Fantástica Máquina de Esfriamento Global foi um projeto criado para financiar coletivamente o plantio de árvores no Brasil, ajudando a minimizar os já evidentes efeitos do aquecimento global e das mudanças climáticas.



AUTORIA

Shoot

CLIENTE

Natureza.CC

DESIGN SOCIAL
SAÚDE

Cantinho Cuidando de Todos 4.0

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Cantinho Cuidando de Todos 4.0 é uma evolução tecnológica do Cantinho Cuidando de Todos 1.0, solução premiada na edição de 2020 do prêmio Brasil Design Award. A versão traz incrementos tecnológicos, com medição da pressão automatizada, coleta de dados digital e é mais simples de ser usado pelo usuário. O espaço, montado nas UBS da cidade de São Paulo, é composto por itens desenhados de maneira lúdica para apoiar o autocuidado e o rastreamento de DCNT. A ambiência com banners, adesivagem, materiais didáticos, balança antropométrica e cadeira de auto-aferição de pressão arterial automatizada estimula que os próprios usuários realizem procedimentos básicos para rastreamento de fatores de risco e tenham mais autonomia no controle da sua pressão arterial, IMC e outros indicadores de saúde.

AUTORIA

Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo, Fundação Novartis e Instituto Tellus.

CLIENTE

Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo

DESIGN SOCIAL
SAÚDE

Deixados Para Morrer

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A dura realidade carcerária no Brasil foi agravada ao extremo durante a pandemia de Covid-19. Além da atuação desastrosa do governo federal na gestão da pandemia, o Judiciário fechou os olhos para a situação calamitosa do sistema prisional e socioeducativo a partir de uma política genocida, racista e punitiva, resultando em incontáveis mortes que poderiam ter sido evitadas. Para denunciar essa situação, a Rede Justiça Criminal lançou a campanha "Deixados para Morrer", com dados, denúncias e depoimentos.

AUTORIA

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

CLIENTE

Rede Justiça Criminal

Despertando Violetas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Despertando Violetas é um movimento corporativo pelo fim da violência contra a mulher. A iniciativa segue a premissa de que para mudar essa realidade é necessário unir forças e se posicionar. A violência contra a mulher geralmente começa de forma mascarada, com atitudes que nós, como sociedade, entendemos ser comuns, normais, parte do dia a dia – e, em muitas vezes, essas ações são o início de um caminho perigoso. A intenção é o despertar de relacionamentos abusivos em seu início: reconhecer uma frase de ofensa velada, ou ciúme excessivo ou diversas outras atitudes que, quando minimizadas, podem levar a níveis mais graves de violência. Despertando Violetas é um grito pelo fim da violência contra a mulher nos mais diversos ambientes e um pedido de ajuda para lutarmos juntos pelas mulheres.

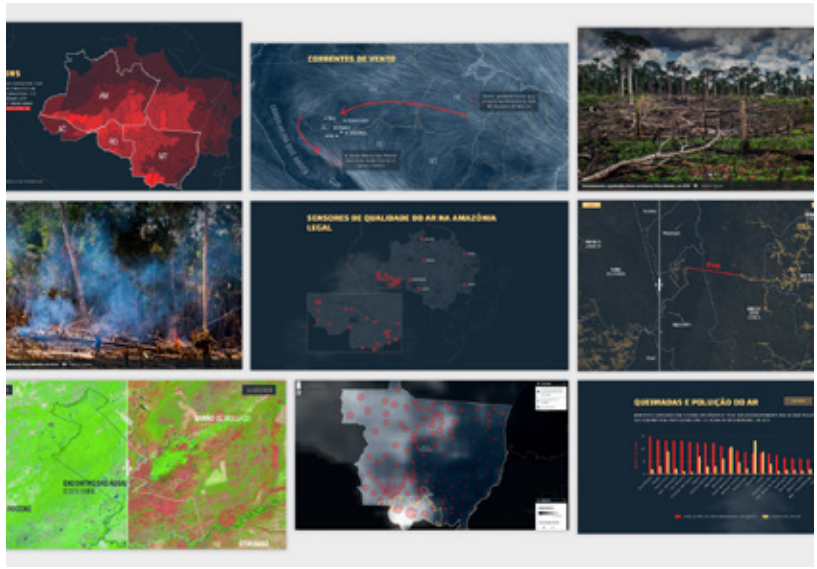
AUTORIA

Empathy

CLIENTE

Empathy

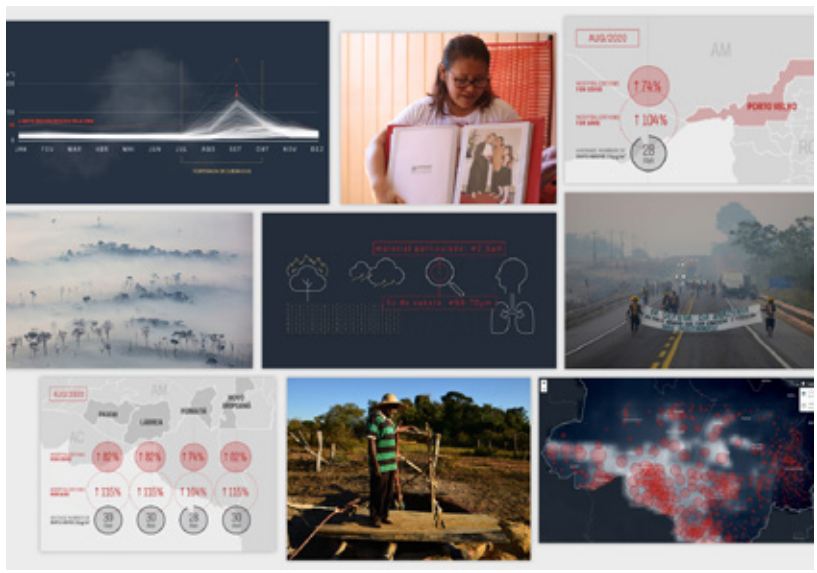
DESIGN SOCIAL
SAÚDE



Engolindo Fumaça

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Engolindo Fumaça é um projeto multimídia de jornalismo de dados desenvolvido com o Infoamazonia, Fiocruz e UFAC, e financiado pela Knight Foundation e da Univ. de Stanford. Seu objetivo é expor o efeito da poluição do ar causada por incêndios florestais na saúde da população amazônica durante a pandemia de Covid-19. Fruto de uma pesquisa inédita, a relação entre desmatamento, incêndios, fumaça, material particulado, ventos e o agravamento da Covid-19 e SRAG na região amazônica foi evidenciada a partir de mapas e visualizações de dados. Como diferencial, pode-se destacar que o projeto une diversos elementos do design como storytelling, UI, UX, design da informação, visualização de dados e creative coding, para traduzir um fenômeno complexo em informação acessível para os leitores.



AUTORIA

Café.art.br

CLIENTE

Infoamazonia

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

Feira de Sementes e Mudas Quilombolas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Feira de Sementes e Mudas Quilombolas é um evento organizado pelas associações Quilombolas e seus parceiros da região de Eldorado (SP). A Feira nasceu com a demanda dos agricultores em ter manutenção das variedades agrícolas tradicionais dentro de um sistema agrícola natural e tradicional em contraponto aos plantios em latifúndios com uso de agrotóxicos e espécies transgênicas, e também para abordar a importância e relevância das roças como processo autônomo de produção e soberania alimentar. Foi desenvolvida identidade visual que transmita os valores dos povos Quilombolas, bem como suas técnicas de produção de alimento em roças tradicionais.

AUTORIA
LESTE

CLIENTE
Rede de Sementes do Vale do Ribeira

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

Identidade Visual Afojo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A AFOJO, Associação de Produtores Rurais e Artesãos da Microbacia do Fojo, é uma comunidade formada por famílias de Guapimirim, no Rio de Janeiro, entre proprietários e arrendados. É uma organização comunitária, que atua com agricultura agroecológica abastecendo feiras orgânicas e mercados locais, com certificação orgânica. A AFOJO age por meio do incremento e geração de renda, soberania alimentar e conservação do meio ambiente em benefício da população deste território. Houve a demanda de identidade visual que dê autonomia e atenda aos anseios e expectativas dos associados que passam por um momento de reorganização estratégica da AFOJO.

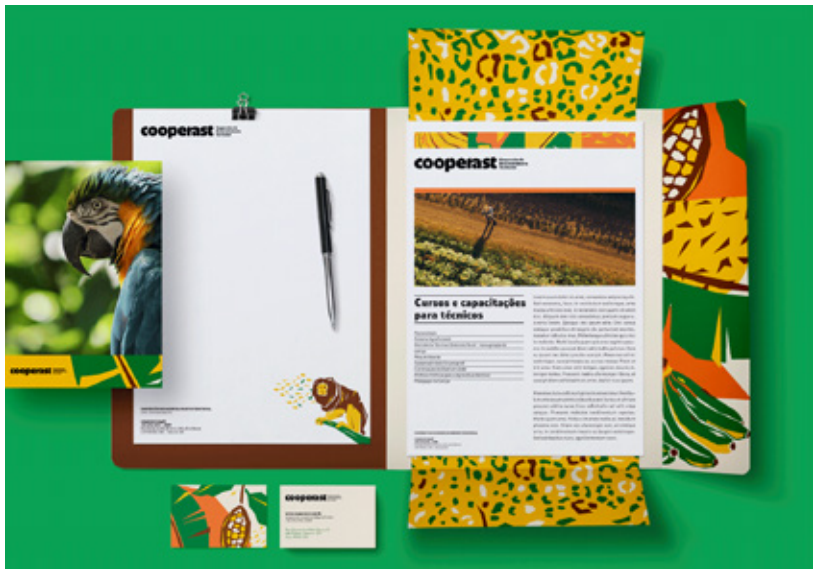
AUTORIA

LESTE

CLIENTE

SiAMA (Sistemas Agroflorestais na Mata Atlântica)

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE



Identidade Visual Cooperast

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cooperast, Cooperativa de Desenvolvimento Territorial, é uma instituição atuante desde 2005 no Território Litoral Sul da Bahia, com intervenção positivista para a sustentabilidade e seu foco é direcionado à assistência técnica. Até hoje, a Cooperast já atendeu mais de 2.800 famílias e produtores rurais, por meio do incremento e geração de renda, soberania alimentar e conservação do meio ambiente em benefício à população desse território, principalmente às unidades de família que possuem como base a Agricultura Familiar. A demanda do cliente foi criação de uma identidade visual para estar alinhada ao posicionamento da nova estratégia de marca.

AUTORIA

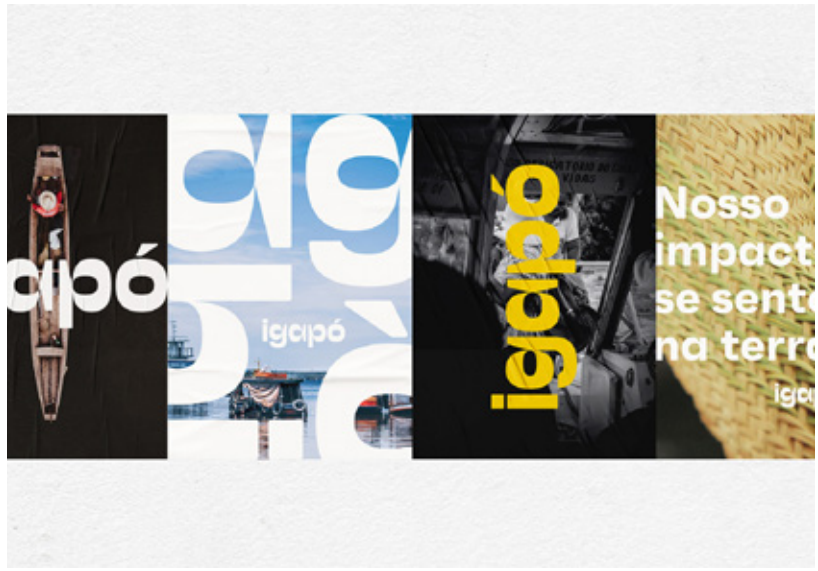
LESTE

CLIENTE

SiAMA (Sistemas Agroflorestais na Mata Atlântica)

DESIGN SOCIAL

IMPACTO EM POTENCIAL/STARTUPS/
EMPREENDEDORES



Igapó - Projetos incentivados da Amazônia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Igapó é uma iniciativa de construir uma rede de empreendedores sociais na Amazônia, com o propósito de impactar radicalmente o cenário do investimento social na região. Nome, estratégia de marca e identidade visual colaboram para abraçar a natureza da floresta, representando um ecossistema rico, adaptável e em constante transformação. Com isso, a marca comunica que veio para ajudar a estabelecer conexões e ser a força motriz por trás de tantos sonhos.

AUTORIA

Calebe_

CLIENTE

Igapó

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Movimento Natura | Impacto Social

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolver uma linguagem para a nova plataforma social da Natura de modo que as Consultoras se reconheçam e sejam reconhecidas como importantes agentes de transformação da sociedade por meio da venda direta, entendida como uma venda de impacto social. Para isso, lançamos a marca do Movimento Natura, antes uma área interna e que agora terá protagonismo, principalmente junto às Consultoras. O objetivo era unir todas as iniciativas que a empresa oferece para a força de vendas - seja em saúde, educação, apoio social - em um único guarda-chuva, gerando reconhecimento e centralizando os esforços e a comunicação. Assim, as diversas iniciativas que fazem parte do Movimento deveriam ter uma identidade comum e, ao mesmo tempo, se diferenciarem visualmente pelas cores e narrativas.

AUTORIA

Tátil Design + Natura

CLIENTE

Natura

Mulher In Foco

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto “Mulheres In Foco” foi desenvolvido com o objetivo de capacitar as colaboradoras da VEDACIT para assumirem papéis de liderança dentro da empresa, sendo uma iniciativa para dar mais representatividade à presença feminina na gestão. O projeto tem o poder de transformar o mercado da construção civil, além de incentivar mais mulheres a chegarem ao topo. As principais características do “Mulheres In Foco” é desenvolver habilidades e comportamentos para que atuem como líderes em qualquer nível e adquiram práticas e insights para influenciarem de forma positiva a cultura da empresa. Além disso, para que aprendam a utilizar todo o seu potencial para se tornarem boas gestoras. O “Mulheres In Foco” dá aparato para as colaboradoras crescerem, por meio da capacitação, com cursos e palestras.

AUTORIA

Empathy

CLIENTE

Vedacit

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Muralismo com a comunidade de Vila Bethânia - Viana

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A intervenção artística no muro do Ginásio Poliesportivo José Ribeiro Corrêa foi um projeto colaborativo com a comunidade do bairro de Vila Bethânia, em Viana - ES. O projeto contou com a participação de crianças e adolescentes da turma de vôlei da região em uma oficina de pintura para identificar quais conceitos, lugares, pessoas e relações lhes eram importantes, e assim, trazer um sentimento de pertencimento ao grupo através da arte. Os desenhos apresentados pelos participantes foram retrabalhados em uma ilustração original, e após ser aprovada pelo grupo, foi executada através de pintura manual, que também contou com a participação da comunidade. Além do aspecto contemplativo a arte revela os desejos e esperanças da comunidade e a busca pela aceitação de suas manifestações culturais.

AUTORIA

Locomotipo

CLIENTE

Caju Produções

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

Museu Planeta Água - ODS-6

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Museu Planeta Água é um espaço museográfico, concebido na primeira estação de tratamento de água do Paraná. Inovador, interativo e sensorial, o museu é multidisciplinar e abrangente, apresentando os mais variados aspectos relacionados à água, seus usos e funções – ambientais, científicos, educacionais, históricos, sociais, tecnológicos, de abastecimento e de saúde. Lá temos uma Linha do Tempo que abrange cerca de 23 mil anos da existência humana, contendo diversos objetos cenográficos. A trajetória enfatiza eventos históricos que se relacionam com saúde, higiene, saneamento e avanços sociais, além das conquistas científicas e tecnológicas, destacando a profunda e vital ligação dos seres humanos com a água.

AUTORIA

Straub Design

CLIENTE

Museu Planeta Água

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Oju: Roda Sesc de Cinemas Negros do SESC-SP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade para a mostra Oju: Roda Sesc de Cinemas Negros do SESC-SP. Aconteceu em 19 de janeiro a 9 de fevereiro de 2022, no Cine Sesc São Paulo, ofertando ao público uma seleção de filmes realizados por cineastas negras e negros. Além da exibição de longas, médias e curtas-metragens, nova mostra realiza debates com profissionais do cinema, cursos e oficinas on-line gratuitas.

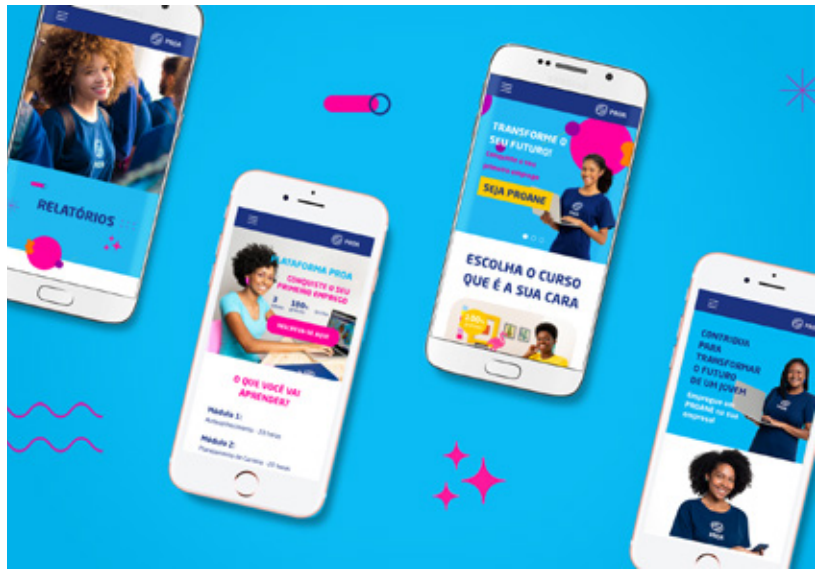
AUTORIA

Daniel Brito / Editora Olhares

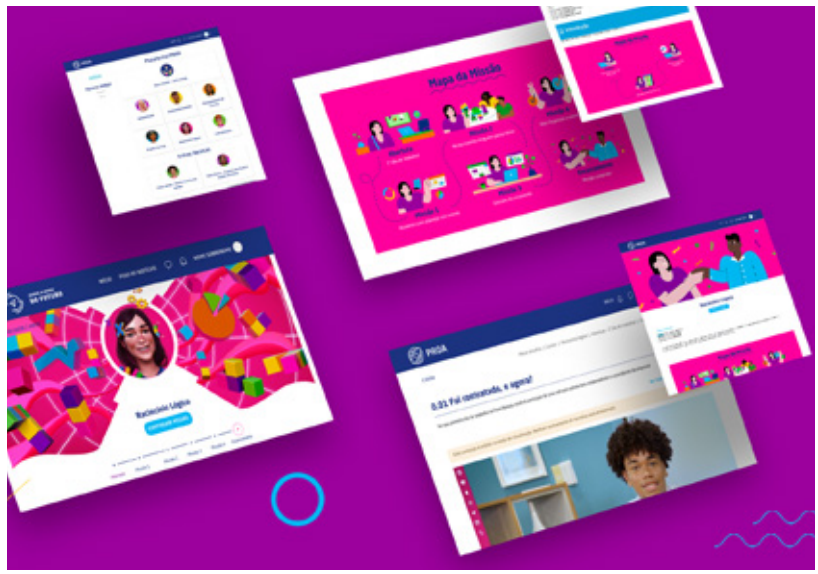
CLIENTE

Sesc São Paulo

DESIGN SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

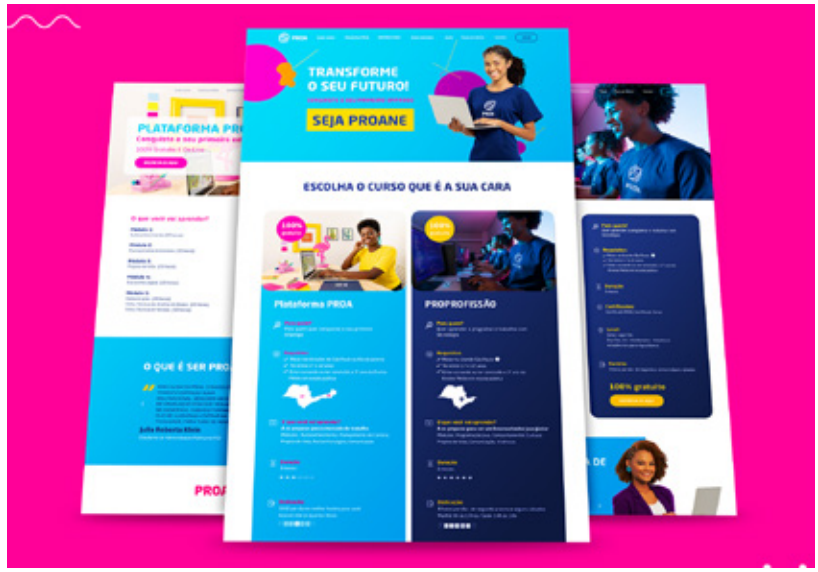


Plataforma PROA



DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Plataforma Proa é um projeto que prepara jovens de baixa renda para o mercado de trabalho, ampliando horizontes e realizando sonhos. O desafio foi criar um EAD (ensino à distância) inovador, trazendo o conteúdo de forma lúdica e engajadora, possibilitando ao projeto de formação de jovens ganhar escala e impacto nacional. Além disso, foi criado também o site institucional PROA, como principal meio de divulgação para a inscrição na Plataforma PROA. Como visual impactante, foram incorporados na Plataforma vídeos interativos e ilustrações de jovens, para potencializar a identificação do público-alvo com a jornada. Já a linguagem verbal escolhida propôs um tom de voz descontraído, sem gênero e sem uso de expressões regionais, para se tornar inclusiva e estimulante aos usuários.



AUTORIA
Eólica

CLIENTE
Instituto PROA

DESIGN SOCIAL
MEIO AMBIENTE

Poliniza Buzz - laboratório de estórias de comida

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Poliniza Buzz é um laboratório imersivo de criação de livros infantis com duração de 8 dias sobre sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis. Esses sistemas envolvem desde a produção e o processamento até a distribuição, o consumo e a destinação final dos alimentos e todo o impacto social envolvido. Falar de comida é falar das mais diversas relações e alertar para quem já está mudando o mundo: pessoas, projetos e caminhos reais que apontam outros futuros.

AUTORIA

Luísa Monteiro, Diego Mello e Leo Rodrigues

CLIENTE

Instituto Comida do Amanhã

DESIGN SOCIAL
PROSPERIDADE

Renascendo a Semente

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Dentro dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU está a educação de qualidade (ODS 4), que preza para o desenvolvimento de uma educação inclusiva, equitativa e de qualidade. Com essa premissa, o projeto da Escola Semente Educação Audiovisual surge em 2014 com o propósito de formar professores e ampliar o horizonte de possibilidades na prática educativa em todo o território brasileiro, a partir do audiovisual. Desenvolvemos um rebrand da marca, transformando desde o nome até a comunicação nas diferentes plataformas utilizadas. Criamos um universo visual que funciona, de forma dinâmica, em diversos formatos e propósitos, permitindo assim uma liberdade na composição das peças mantendo coerente e constante a linguagem visual.

AUTORIA

Neopop Imaginária

CLIENTE

Escola Semente Educação Audiovisual

DESIGN SOCIAL

IMPACTO EM POTENCIAL/STARTUPS/
EMPREENDEDORES

VelezReyes+

DESCRIÇÃO DO PROJETO

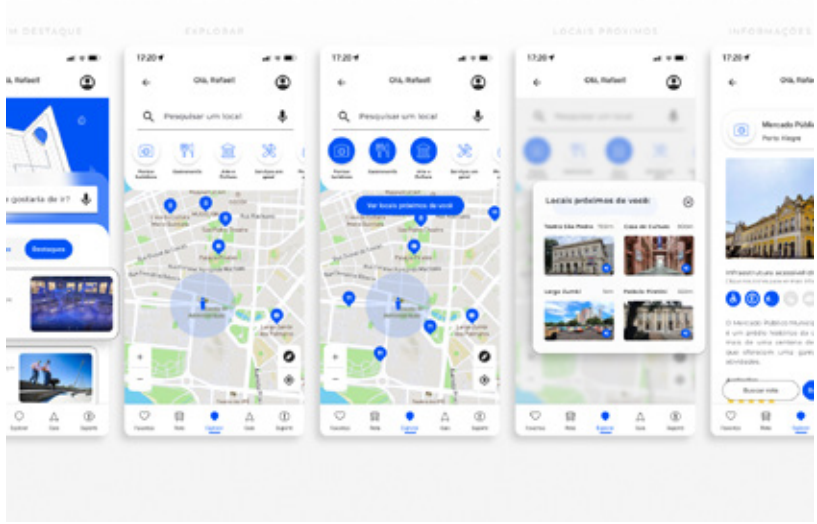
Um movimento ousado, daqueles que estamos pouco acostumados a presenciar. David Velez, fundador do Nubank, e sua esposa Mariel Reyes, decidem transformar a América Latina pela educação, assumindo um comprometimento público em doar sua fortuna em vida. Uma plataforma filantrópica de educação, a VelezReyes+, com foco em criar oportunidades para crianças e jovens vulneráveis na América Latina. Segundo estudos realizados, uma criança pobre pode demorar até 7 gerações para mudar de vida por um gap de acesso à educação. Fomos convidados para estruturar a marca de uma fundação que não deveria se parecer com uma fundação tradicional, e mais como uma aceleradora de projetos transformacionais que urge por resultados. Definimos a estratégia de marca, com a criação do nome e a sua identidade visual.

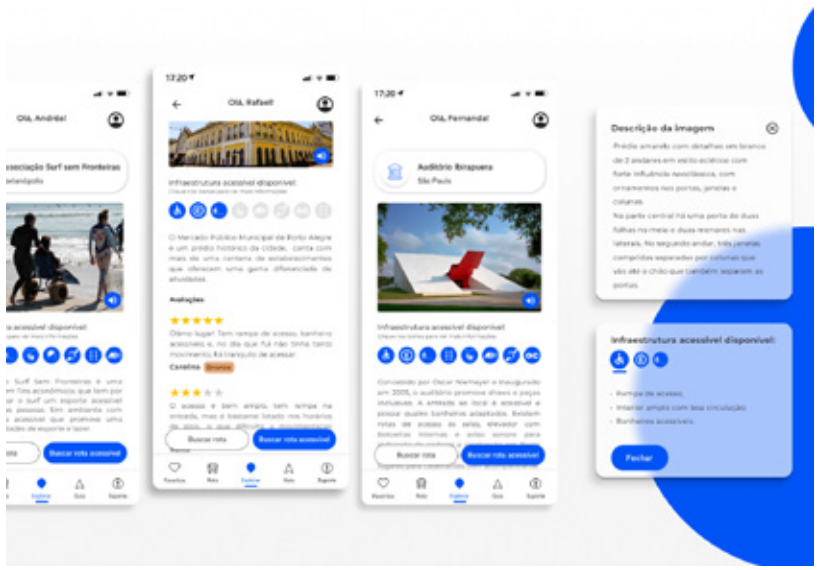
AUTORIA

Questtonó Manyone

CLIENTE

VelezReyes+





Aplicativo Moobe: Cidades acessíveis

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O aplicativo Moobe foi desenvolvido para ser uma experiência completa de acessibilidade nas cidades, promovendo o acesso ao turismo, esporte, lazer e serviços para Pessoas com Deficiência (PcDs), buscando impulsionar a independência de PcDs na exploração de locais nas cidades. Através do aplicativo é possível encontrar informações sobre os locais que oferecem uma infraestrutura adequada e acessível, além de compartilhar, através da integração com o transporte público, a rota acessível até esses locais por meio de um mapa interativo e por meio de um sistema guiado por voz artificial.

AUTORIA

Kelven Carvalho
e Noelle Atkienson Ornelas

CLIENTE

IFSC

DESIGN SOCIAL
ESTUDANTES GRADUAÇÃO

Futuros Disruptivos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O objetivo foi mostrar que o Design Thinking, pode auxiliar a educação, na aprendizagem por transferência, para que se possa aprender algo de uma área aplicando-se em outra por meio do compartilhamento de experiências e colaboração; na utilização de ambientes de aprendizagem com configurações mais lúdicas e distintas das tradicionais, que envolvam mais os alunos, reduzam a distração e os envolvem promovendo maior concentração e participação nas atividades individuais e coletivas; e no estímulo a desafios que levem os estudantes a se colocarem no lugar dos colegas, praticando a empatia enquanto buscam soluções voltadas a necessidades diferentes das suas. A ideia é que pode-se aprender mais fazendo, outro ouvindo, outro ensinando, tudo de forma mais dinâmica por meio de recursos visuais.

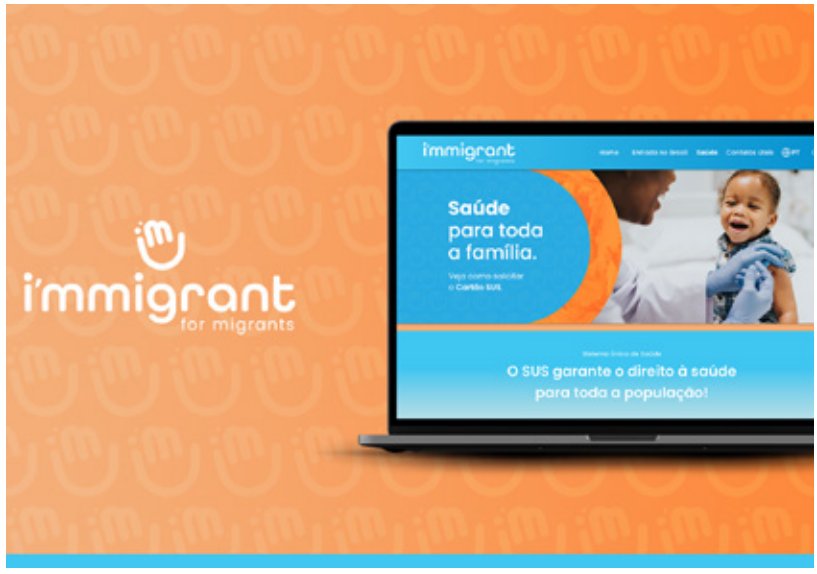
AUTORIA

Bianka Cappucci Frisoni

CLIENTE

Secretaria de Educação do Município de Balneário Camboriú

I'mmigrant - Ferramenta de acolhimento e inclusão destinada a imigrantes



DESCRIÇÃO DO PROJETO

I'mmigrant é uma plataforma voltada aos imigrantes do Vale do Taquari-RS com potencial para expansão e aplicação em outras regiões do Brasil. Seu objetivo é facilitar o acesso a informações para resolução de processos burocráticos no país, como emitir documentos, cartão do SUS, ou ainda, ter acesso à saúde, educação e segurança. Acreditamos que as barreiras linguísticas são passíveis de mudanças, por isso, nosso projeto busca solucionar esse problema, centralizando as informações necessárias, acolhendo e proporcionando autonomia ao imigrante que vem para o Brasil em busca de uma vida melhor.

AUTORIA

Aline Bettineli, Larissa Medeiros, Laura Brugnera, Marcelo Betti, Roberta Stefani e Thales Duarte

CLIENTE

Univates

2022

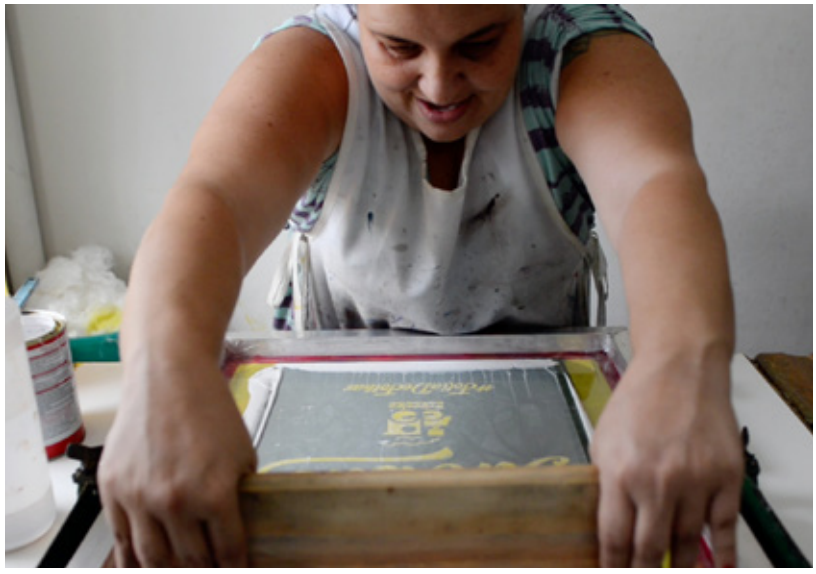
Design Sustentável

DESIGN SUSTENTÁVEL

OURO 2022

GRAND PRIX

VOTO POPULAR 2022



Folia de Folhas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

DESAFIO:
A Escola Primeira Estação realiza anualmente o seu Carnaval. Mas a quantidade de lixo gerado com confete era uma preocupação.
INSIGHT:
Como manter a diversão e ainda contribuir com o meio ambiente? Simples: usando a própria natureza na confecção dos confetes.
IDEIA:
Transformamos folhas das árvores da própria escola em cartazes e confetes devidamente limpos e furados. As crianças aprenderam a técnica na escola e fizeram em casa com os pais. O resultado? 100% de diversão garantida e 0% de papel desperdiçado.

AUTORIA

AGÊNCIA SALA

CLIENTE

Escola Primeira Estação

DESIGN SUSTENTÁVEL

Natura Biome

DESCRIÇÃO DO PROJETO

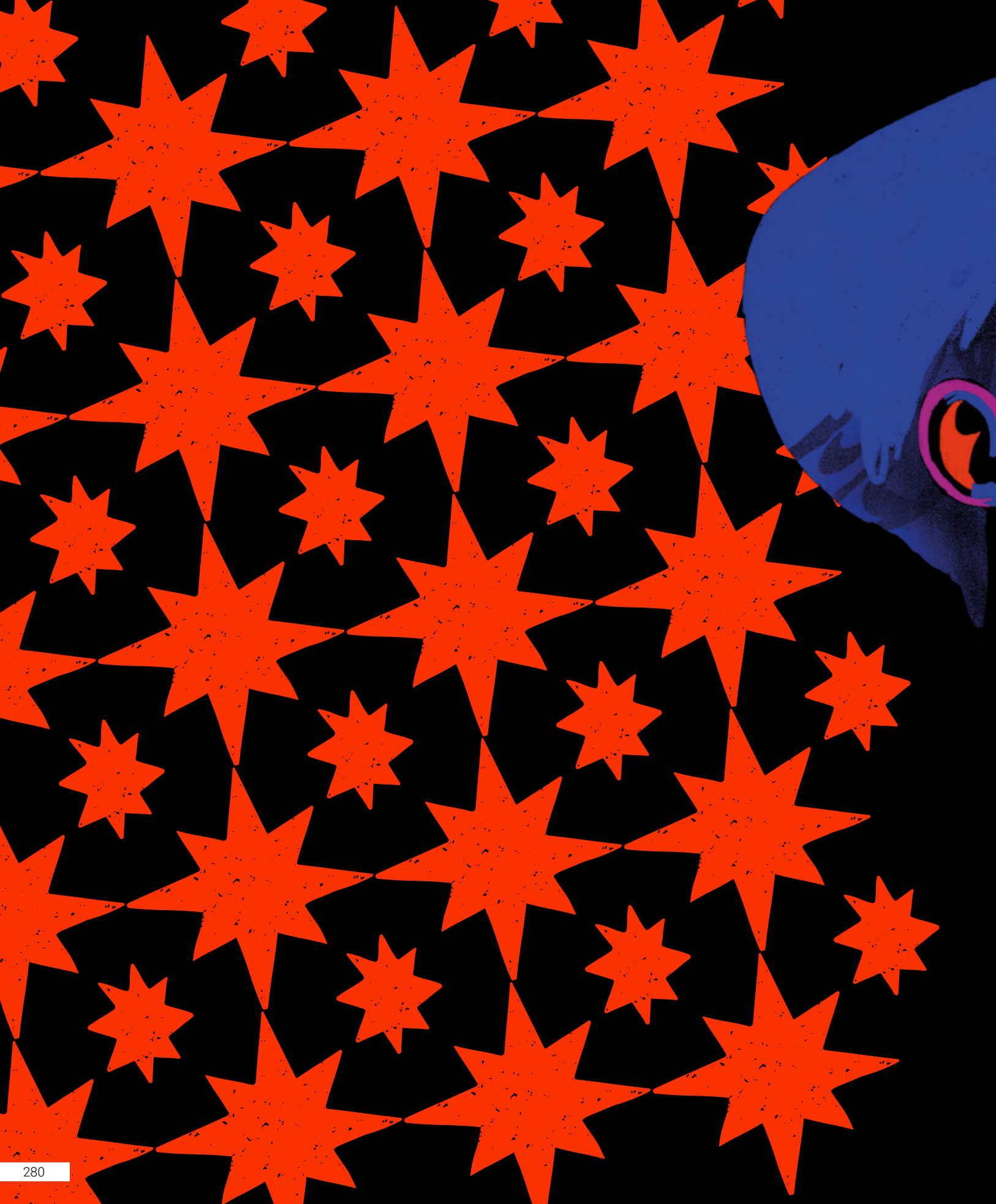
Com o lançamento de Natura Biōme, a Natura renova seu convite às pessoas que buscam, encontrar uma melhor relação consigo mesmas e com seus corpos, assim como com os outros e com a natureza da qual somos parte, soluções regenerativas para produtos sem abrir mão de resultados. Ao mesmo tempo, a marca chega para reafirmar a crença de que o desenvolvimento sustentável não deve ser uma alternativa, mas uma solução adotada de maneira cada vez mais ampla e constante em toda a cadeia produtiva das empresas. Em termos de relevância para o negócio, Natura Biōme provou que é possível unir desenvolvimento econômico e conservação da natureza ao apostar em produtos altamente inovadores e que geram benefícios para todos os atores envolvidos na cadeia de valor.

AUTORIA

Natura e time ampliado

CLIENTE

Natura



2022

Destaques do Ano

DESTAQUES DO ANO

ESCRITÓRIO / AGÊNCIA DE DESIGN

OURO 2022

GRAND PRIX

VOTO POPULAR 2022

Estúdio Arado

Somos uma iniciativa fundada em 2018, com foco na pesquisa e na divulgação do imaginário rural brasileiro. Em projetos autorais e comissionados, divulgamos elementos que ajudam a compreender a formação cultural brasileira. Auxiliamos instituições, empresas e pequenos produtores a comunicarem suas iniciativas de maneira genuína e eficaz. Nossa missão é divulgar signos do repertório rural do país por meio de narrativas escritas e visuais. Ao veicular essas imagens, contribuímos com a perpetuação de signos que tendem a desaparecer. Ao olhar manifestações do passado, compreendemos aspectos do presente e projetamos o futuro. Utilizamos processos analógicos. Nos interessa reviver antigos ofícios e ressignificá-los em um mundo contemporâneo, permeado por novas ferramentas e tecnologias.

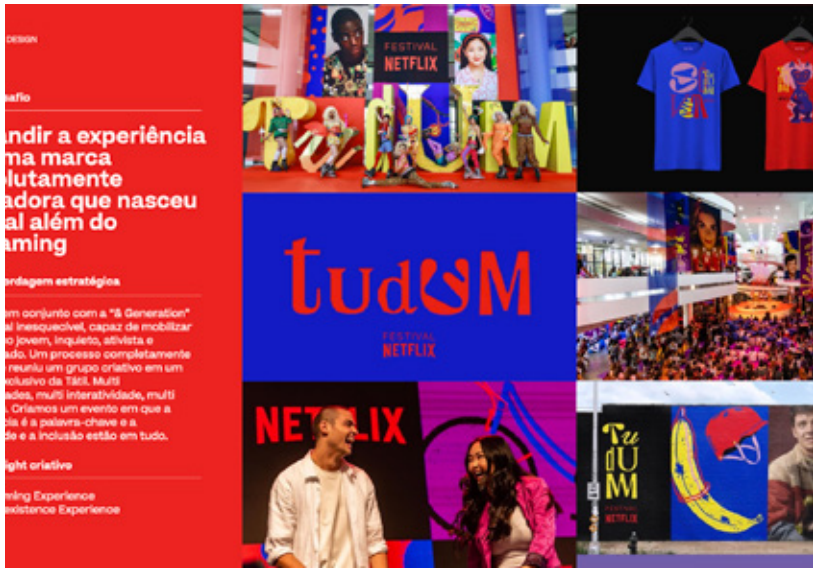
Clayton Caetano
Itaú

Clayton Caetano, pai do Davi e do Léo, marido da Fernanda, é hoje Head de Branding e Design no Itaú. Graduado em design industrial e especializado em Gestão de Marcas, tem mais de 18 anos de experiência em projetos estratégicos, de produtos, identidade visual e sistematização para grandes marcas como: Brastemp, Consul, Fiat e Natura. Atuou na área acadêmica nos cursos de design do Istituto Europeo di Design e da Faculdade Oswaldo Cruz. Seu objetivo atual é dar continuidade à história da primeira área de design numa corporação do Brasil – o Itaú – por onde já passaram profissionais de grande relevância no cenário nacional e internacional. Sua trajetória é reconhecida dentro e fora do país pelo BDA, IF Design Awards, International Visual Identity Awards e Innovation by Design, Fast Company.

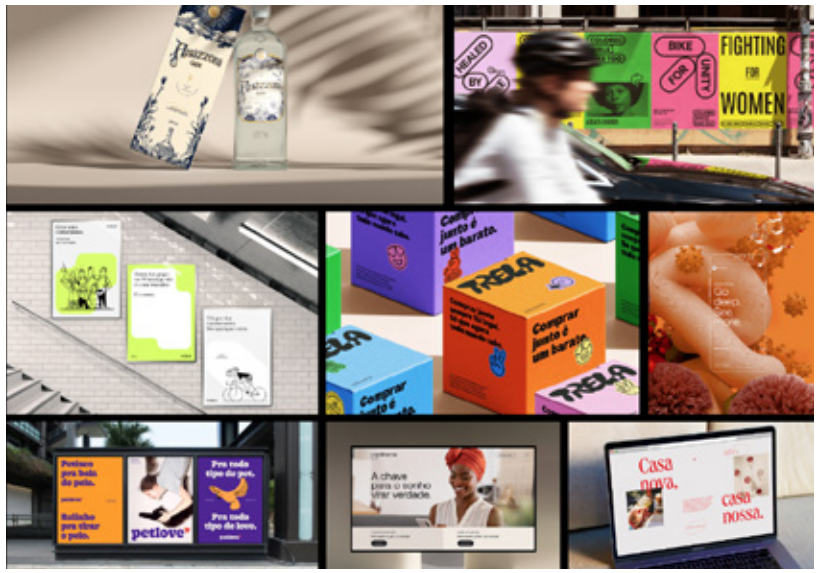
DESTAQUES DO ANO
PROFISSIONAL DE DESIGN

Paula Marchiori
Tátil Design

Em 2003 iniciou o mestrado em Branding na Brunel University, Inglaterra, onde estudou a relação entre responsabilidade social e gestão de marcas. Trabalhou na Corporate Culture, uma consultoria de sustentabilidade em Londres e retornou ao Brasil em 2006, quando entrou para a área acadêmica. Dois anos depois, passou a integrar o time de estratégia da Tátil. Em 2011 foi para o Instituto Ethos e retornou para a Tátil em 2016, ano em que concluiu um MBA em Gestão Empresarial na FGV. Assumiu a diretoria da área de estratégia e conteúdo em 2019 e, desde então, vem gerenciando uma equipe de profissionais multidisciplinares, acompanhado projetos relevantes e trabalhado em novos processos e metodologias.

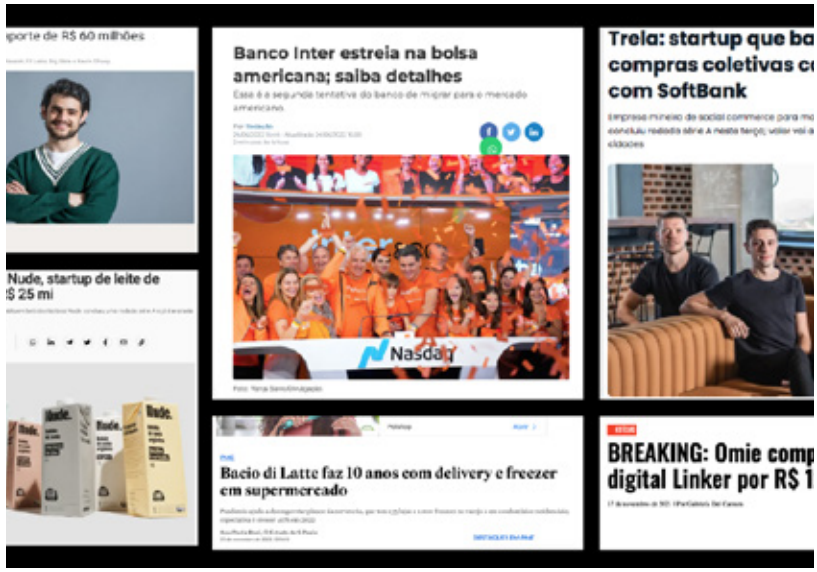


DESTAQUES DO ANO
ESCRITÓRIO / AGÊNCIA DE DESIGN



Rebu

Rebu é um estúdio independente. Nosso nome é um acrônimo que significa Revolução, Elegância, Brasilidade e Utopia. Desde o início, trazemos luz ao design brasileiro e, neste ano, expandimos e celebramos grandes conquistas internas e externas, sempre mantendo o caráter ousado, provocador do nosso trabalho. Já somos 20 mentes criativas com projetos para algumas das marcas mais ousadas criativamente e que representam o design brasileiro, encantando na prática. Em todas as entregas temos o cuidado de contar histórias únicas, que transcendem o design gráfico e que fazem parte das escolhas essenciais de uma marca: cultura, materialidade, produtos e espaços que ocuparão o mercado.

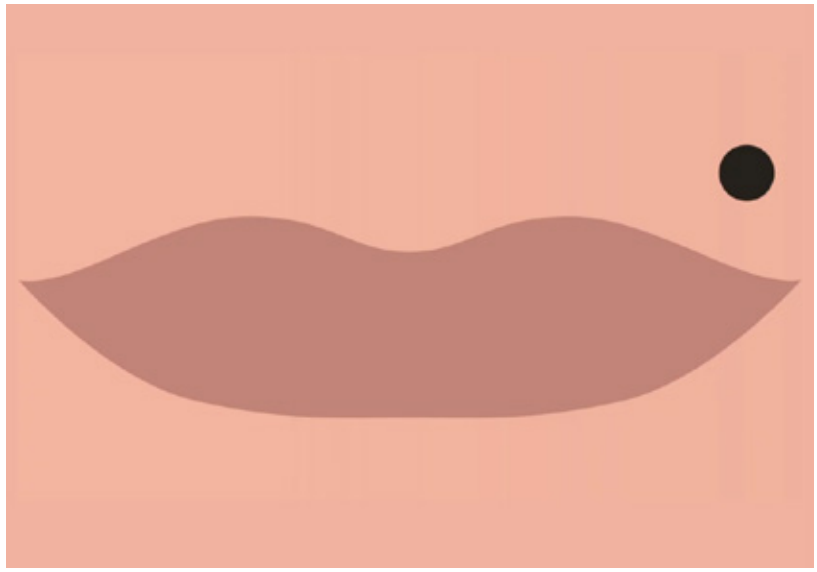


DESTAQUES DO ANO
ESCRITÓRIO / AGÊNCIA DE DESIGN

+55design

Focada na produção de mobiliário contemporâneo, a +55design trabalha com matérias-primas e profissionais genuinamente brasileiros e se consolida no mercado de design, mesmo em tão recente trajetória. O portfólio de 100 peças entre móveis e acessórios traz a assinatura de 18 designers – tanto nomes consagrados, quanto talentos promissores, do norte ao sul. Apostando em processos sustentáveis e com apoio a projetos sociais que potencializam a economia criativa, tem como pontos cruciais a durabilidade, integridade e funcionalidade, buscando na riqueza da biodiversidade e no talento nacional o seu compromisso com a ética e estética. Uma seleção de desenhos atemporais, onde a sustentabilidade está intrínseca em todas as etapas, para a criação de itens de excelência com rigor, zelo e delicadeza.

DESTAQUES DO ANO
PROFISSIONAL DE DESIGN



Ricardo Bezerra
Tátil Design

Sou BEZERRA, Ricardo. Colocar o sobrenome na frente é uma forma de honrar a nossa origem, afinal, somos fruto dos símbolos e experiências que desenham a nossa identidade. Sou graduado em Desenho Industrial pela UFRJ mas me identifico como designer desde sempre. Ao longo da vida, moldei e fui moldado por muitas marcas. À frente da criação da Tátil contribuo com a evolução de marcas brasileiras que apresentam ao mundo a nossa potência criativa, além de marcas globais que estão assumindo novos compromissos com o planeta. Acredito no design como uma poderosa ferramenta de transformação, e por isso, sigo atento a tudo o que tangencia nosso universo. Co-lidero o ASTERISCO, no qual sou editor dos conteúdos do DESIGN FEELING. Sigo trocando, desenhando, aprendendo e evoluindo junto com vocês.

ABEDESIGN

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE DESIGN