

14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024



# IDENTIDADE BRASIL

REALIZAÇÃO  
ABEDSIGN



- 06** Prefácio
- 08** Palavra do presidente
- 10** Palavra do diretor
- 12** Equipe BDA/ Abedesign
- 14** Presidentes de júri
- 16** Júri
- 18** Homenageados
- 20** Manifesto Caramelo
- 22** Destaques do ano
- 28** Branding
- 52** Craft for Design

- 84** Design de Ambiente
- 126** Design de Embalagem
- 156** Design de Impacto Social
- 172** Design de Produto
- 204** Design de Serviço
- 216** Design Digital
- 244** Design Editorial
- 282** Design Futuro
- 288** Design Gráfico
- 348** Internacionalização



CLIQUE PARA RETORNAR AO SUMÁRIO

# SUMÁRIO

REALIZAÇÃO  
**ABEDESIGN**

PATROCÍNIO  
**mazurky** **empathy**  
Human of Things

apexBrasil **BRASIL**  
UNIAO E RECONSTRUÇÃO

APOIO EDUCACIONAL



APOIO



# PREFÁCIO ✨



14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024



designer, conjuntamente com as empresas, é o profissional responsável por conceber, materializar e validar ideias que transformam a sociedade. Na jornada exportadora, o produto da atividade de design é condição necessária para que o produto ou serviço se mantenha destacado diante da concorrência. Assim, a ApexBrasil acredita e promove a intensificação das relações entre estúdios de design e empresas que desejam exportar, sejam elas de produtos ou serviços.

Os escritórios de design também podem exportar: a busca, por parte das empresas internacionais, pela criatividade tão nata de nosso país, pela nossa brasilidade e estilo de vida, fortalece nossos designers internacionalmente. A ApexBrasil, como a instituição responsável por fomentar as exportações brasileiras, é promotora e impulsionadora dessa internacionalização do serviço de design brasileiro.

Este caminho vem sendo trilhado pela ApexBrasil por meio da realização do Programa Design Export – que já auxiliou 429 empresas a introduzir design em seus produtos, embalagens e serviços –, e de diferentes ações de design inseridas nos projetos setoriais da Agência. Assim, é com muito orgulho que reforçamos, por meio do apoio ao Brasil Design Award, nosso ímpeto

em continuar prestando suporte no mercado internacional aos estúdios brasileiros que já exportam ou que desejam começar a exportar seus serviços.

Aos estúdios que não conhecem o trabalho da Agência, estendo o convite a nos procurar e entender como podemos apoiar na jornada internacional. A exportação é para todos os portes, do pequeno ao grande, e dinamiza as empresas brasileiras, ampliando sua competitividade no mercado nacional, diversificando fontes de receitas, introduzindo novas habilidades e ferramentas no processo produtivo e tornando-as mais resilientes a momentos de instabilidade.

Contem com nossas ferramentas e soluções para qualificar, preparar, promover e alavancar o seu estúdio de design no mercado internacional. Espero encontrá-los o mais breve possível em nossas ações e saudá-los pela abertura de mercados.

Os meus mais elevados votos de sucesso a todos vocês,

**JORGE  
VIANA**

Representante da ApexBrasil

apexBrasil

MINISTÉRIO DO  
DESENVOLVIMENTO,  
INDÚSTRIA, COMÉRCIO  
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

# \* PALAVRA DO \* \* PRESIDENTE



14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024



**GABRIEL  
LOPES**  
Presidente ABEDESIGN

Caros colegas e amantes do design,  
É com enorme alegria que apresento a vocês o catálogo do BDA 2024, o maior e mais abrangente prêmio do design brasileiro. Este é mais do que um registro de conquistas; é uma celebração da criatividade, da inovação e do impacto do design no Brasil e no mundo.

Aqui, reunimos a curadoria das melhores produções nacionais, apresentadas em uma noite memorável, no dia 3 de dezembro, no Teatro Bravos, em São Paulo. Cada página deste catálogo reflete o talento e a dedicação de todos que acreditam no poder do design para transformar realidades.

Apesar de ser uma iniciativa da ABEDESIGN, o BDA é, acima de tudo, uma construção coletiva. Ele é cocriado por todos os que inscrevem seus projetos, por quem avalia, organiza, promove e, principalmente, por quem celebra o design brasileiro como uma força global. É essa união que faz do nosso design algo tão admirado mundo afora. Palmas para o design brasileiro!

Os números deste ano são impressionantes:

- 5 Grand Prix
- 17 Ouros
- 83 Pratas
- 191 Bronzes
- 14 Votos Populares
- 2 Destaques do Ano

E, ao todo, mais de 1.300 projetos inscritos!

Agradeço a todos que fazem parte dessa jornada e convido vocês a se inspirarem com cada trabalho apresentado. Este catálogo é uma homenagem a cada um de vocês e ao futuro brilhante do design nacional.

# \* PALAVRA DO DIRETOR \*



**GIOVANNI VANNUCCHI**  
Diretor do BDA 2024

**N**o próximo ano, a ABEDESIGN celebrará seu vigésimo aniversário! Como um dos fundadores e ex-diretor por dez anos, sinto-me orgulhoso ao ver como a associação amadureceu ao longo desse tempo.

O BDA, uma das principais ações da ABEDESIGN, é exemplo disso. Como diretor geral do BDA deste ano, confirmo que a competência, dedicação, profissionalismo e energia das pessoas que compõem a associação são fundamentais para seu sucesso.

O BDA se consolidou como o prêmio mais abrangente e significativo do setor, reconhecendo projetos de empresas de todo o Brasil, independentemente do seu tamanho. A escolha do tema “Identidade Brasil” reflete justamente nossa rica diversidade cultural, racial e geográfica.

O design brasileiro, representado no BDA, é uma expressão dessa diversidade: projetos inovadores, com temperos regionais, preocupados com a sustentabilidade, socialmente impactantes e em busca de soluções adequadas a cada contexto.

Este design único tem sua qualidade cada vez mais reconhecida internacionalmente. Seja pelo grande número de projetos premiados nos mais variados concursos seja pelos convites para os designers brasileiros participarem como jurados.

“Identidade Brasil” é um tributo à autoestima nacional. Ao adotar o cachorro caramelo como um dos símbolos do BDA24, vamos deixar para trás o “complexo de vira lata” e, pelo contrário, reafirmar que ele representa inteligência, carisma, adaptabilidade, simpatia – qualidades que também definem nosso design.



14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024

# EQUIPE BDA/ ABEDESIGN



**Gabriel Lopes**



**Giovanni Vannucchi**



**Larissa Denis Dallal**



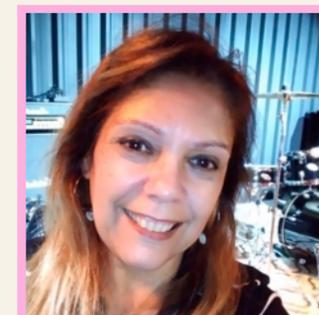
**Bruno Garcia**



**Barbara Duavy**



**Diego Marques**



**Rosana Brito**



**Bruna Romero**



**Tomas Guibu**



**Vanessa Queiroz**



**Gustavo Greco**

# PRESIDENTES DE JURI



14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024



**Chris Rego**

General Motors

Presidente da categoria  
Branding BDA 2024



**Mathieu Reverte**

Team-Créatif

Presidente da categoria  
Design de Embalagem  
BDA 2024



**Leandro Amorim**

Café.art.br

Presidente da categoria  
Design Digital  
BDA 2024



**Gustavo Greco**

Greco Design

Presidente da categoria  
Internacionalização  
BDA 2024



**Cyla Costa**

Cyla Costa Studio

Presidente da categoria  
Craft for Design  
BDA 2024



**Marcos Nisti**

Maria Farinha Filmes

Presidente da categoria  
Design de Impacto Social  
BDA 2024



**Carla Piaggio**

Carla Piaggio Design

Presidente da categoria  
Design Editorial  
BDA 2024



**Karen Cesar**

RedBandana

Presidente da categoria  
Destaques do Ano  
BDA 2024



**Rodrigo Araújo**

Bijari

Presidente da categoria  
Design de Ambiente  
BDA 2024



**Fabio Sant'Ana**

Cazoolo

Presidente da categoria  
Design de Produto  
BDA 2024



**Andrea Janer**

Oxygen

Presidente da categoria  
Design Futuro  
BDA 2024



**Gabriela Araújo**

UFRPE

Presidente da categoria  
Destaques do Ano  
BDA 2024



**Vilma Vilarinho**

Grupo Boticário/ESPM

Presidente da categoria  
Design de Serviço  
BDA 2024



**Alécio Rossi**

AGA Design

Presidente da categoria  
Design Gráfico  
BDA 2024

#### BRANDING

Ana Paula Castello Branco  
Anselmo Albuquerque  
Carolina Barruffini  
Chiara Martini  
Deh Bastos  
Gisela Schulzinger  
João Clark  
Paulo Doi  
Renan Tavares

#### CRAFT FOR DESIGN

Ana Laydne  
Ana Leticia  
Claudia Weber  
Diego Justino  
Eduarda Nieto  
Giovanna Cianelli  
Joana Lira  
Leandro Assis  
Lucas Henrique Alves  
dos Santos  
Rafael Nascimento

#### DESIGN DE AMBIENTE

Átila Franco  
Claudia Luz Carpes  
Emília Junqueira  
Guilherme Bretas  
José Gouveia (Lula)  
Luciana Orvat  
Luciana Mattiello  
Vitor Junior

#### DESIGN DE EMBALAGEM

Berna Magalhães  
Erika Martins  
Jonisson Almeida  
Juliana Zarattini  
Marcos Palhares  
Patrícia Macedo  
Raquel Elias  
Ricardo Bazarin  
Vinicius Liberal  
Will Nunes

#### DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

Barbara Duavy  
Cacau Araújo  
Carolina Pasquali  
Felipe Silva  
Juliana Buso  
Ligia Dembinsky  
Marcelo Furtado  
Pedro Cappelletti  
Rodrigo Pipponzi  
Rui Branquinho

#### DESIGN DE PRODUTO

Ana Brum  
Beatris Scomazzon  
Bruno Sezerban  
Edison Barone  
Indaiá Militão  
Max Germano  
Renata Moura  
Walmor de Paula

#### DESIGN DE SERVIÇO

Amyris Fernandez  
Elaine Costa  
Felipe da Silva Souza  
Ligia Coimbra  
Mel Campos  
Natália Amaral  
Pagu Senna  
Paula Pinto e Silva  
Rodrigo Leme

#### DESIGN DIGITAL

Christiano Benicio Pinto  
Flavia Marinho  
Guilherme Vieira  
Laila Rotter  
Luiza Sequeira  
Maria Carolina Barbosa  
Garcia  
Mario Rosa  
Marlus Araújo  
Polli Guimarães  
Rachel Lima  
Thais de Araújo  
Vallery Victoria

#### DESIGN EDITORIAL

Edileno Capistrano  
Gabriela Castro  
Isadora Dickie  
Karina Freitas  
Leticia Quintilhano  
Lorena Costa  
Rafael Nobre  
Tamires Lima  
Thais Klein

#### DESIGN FUTURO

Amanda Graciano  
Andre Bello  
Camilo Barros  
Cleber Paradela  
Cristina Naumovs  
Edson Matsuo  
Gian Franco Rocchicioli  
Lilian Cruz

#### DESIGN GRÁFICO

Fabio Lopez  
Fernanda Martins  
Johnny Brito  
Leonardo Buggy  
Leopoldo Leal  
Monica Rodrigues  
Ruth Klotzel  
Tiago Trindade  
Victor Garcia

#### INTERNACIONALIZAÇÃO

Damon Aval  
Vumile Mavumengwana  
Vanessa Eckstein  
Katrin Oeding  
Ignacio Urbina Polo  
Gonzalo Castillo  
Gabriele Schiavon  
Lulu Raghavan

#### DESTAQUES DO ANO

Allyson dos Reis  
Ana Cotta  
Bebel Oschery  
Clarissa Biolchini  
Dandara Almeida  
Jaíne Cintra  
Lucas Falcão  
Margot Takeda  
Renata Segtowick  
Renato Winnig

# HOMENAGEADOS



14º Prêmio Brasileiro de Design 2024

CLUBE DO LIVRO DO DESIGN

VEÍCULO DO ANO  
Clube do Livro do Design

tátil\*

INTERNACIONALIZAÇÃO  
Tátil Design

PROFISSIONAL DE APOIO À DIVERSIDADE NO DESIGN  
Janaína Bernardino

PROFISSIONAL DE PROMOÇÃO AO DESIGN  
Tracy Mann

DESIGN ESG  
Karen Cesar

HALL DA FAMA  
Hugo Kovadloff

INSTITUIÇÃO DE APOIO  
Kuya Design Ceará

INSTITUIÇÃO DE ENSINO DE DESIGN  
Senac SP

Senac

# ★ MANIFESTO ★ ★ CARAMELO

★  
Design caramelo.  
Design democrático, simpático e inventivo,  
Que se vê nas calçadas,  
Colore as praias,  
Inspira-se nos botecos.  
Design malemolente, flexível,  
Do molejinho, da poltrona mole.  
Design corajoso,  
De cores vibrantes, energia e potência.

★  
Um design com repertório,  
Dedicado e preciso.  
E ainda assim,  
Livre, fresco, arejado, quase juvenil.  
Design do Brasil,  
Do cachorro Caramelo, ícone nacional.  
Um design que não tem ruim,  
Tem emoção, ritmo, afeto, excelência  
E doçura.

★  
Design caramelo,  
Do cavalo caramelo,  
Intenso, que não “larga o lápis”.  
Que emociona.  
Design Irreverente, habilidoso, inesperado.  
Humano.  
Caramelo como o filtro,  
Caramelo como a louça,  
Caramelo caloroso,  
“Caramélo”; gostoso de falar como “borogodó”.

★  
O design “gudi vaibes” ,  
Local e global.  
Dos contrastes.  
Do “nó em pingo d’água”.  
Design moderno,  
Dos modernistas e dos dias de hoje.  
Design Caramelo,  
De comer com os olhos.  
Glorificando nossa natureza diversa,  
Desse jeito que a gente é,  
Que vira o jeito que a gente faz design.



14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024

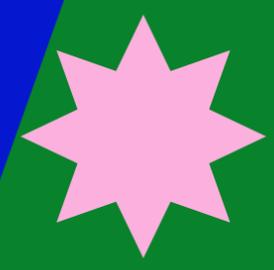
DESTAQUES

DO

ANO



DESTAQUES



DO

ANO



ANO

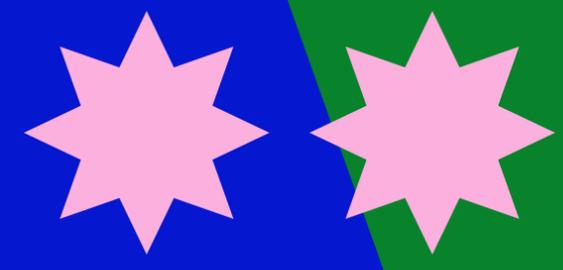
DESTAQUES



DESTAQUES



DO ANO



DO ANO

É FAZ FALA



É ousado, criativo. É de verdade.

FAZ



Fala com você, com milhões e com o futuro.

nosso propósito é impulsionar o valor de pessoas e organizações. Estamos cada vez mais exercendo nossa vocação, fortalecendo o mercado e abrindo diálogos sobre o valor do Brasil.

É

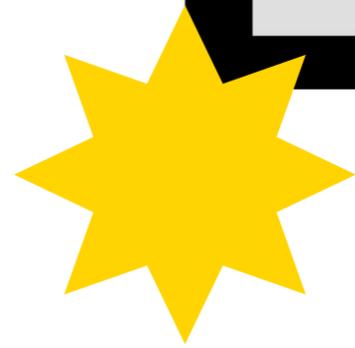


Faz cultura, experiência. Faz com propósito.

FALA



anacouto



**DESTAQUES DO ANO**

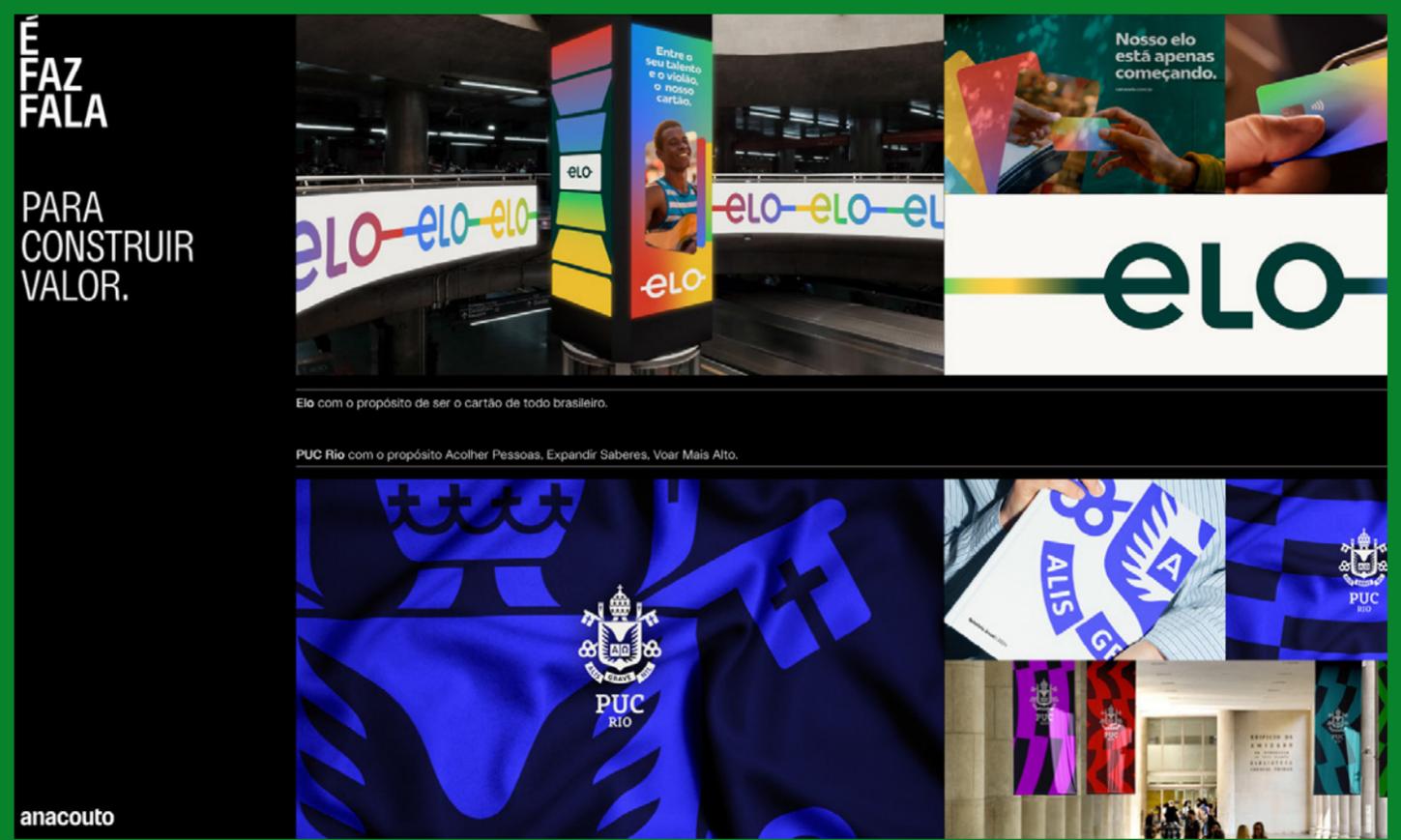
ESCRITÓRIO / AGÊNCIA DE DESIGN

**Agência anacouto – É, FAZ e FALA**

Fundada em 1993, a agência anacouto nasceu para construir marcas fortes no Brasil. Desde então, ressignificou o conceito de branding, ampliando sua atuação para Marca, Negócio e Comunicação, com o propósito de gerar valor para pessoas e organizações. A agência cria e executa o que a marca é, faz e fala: constrói personalidades para marcas icônicas, cria experiências memoráveis e desenvolve comunicações relevantes, que geram impacto e resultado para os clientes. Referência em branding no Brasil, conta com mais de 100 profissionais, fortalecendo empresas como Itaú, Natura, Havaianas, Brastemp, Consn, Fiat e Eletromidia.

**AUTORIA**  
Ana Couto

**CLIENTE**  
Agência anacouto



NOT NO  
NOT NO  
URGER  
URGER  
URGER



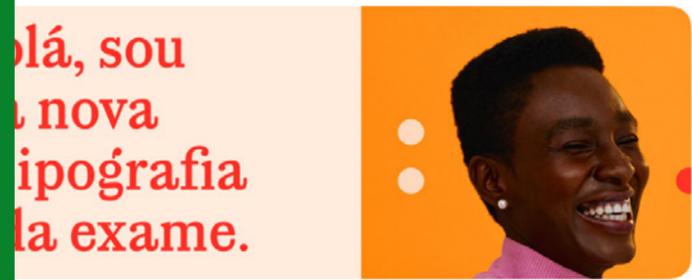
**DESTAQUES DO ANO**  
PROFISSIONAL DE DESIGN

**Rodrigo Saiani**

Rodrigo Saiani é o fundador da Plau. Desde que fundou seu primeiro estúdio em 2007, acredita no poder da tipografia de resolver projetos estratégicos e visuais e de gerar grandes conversas. Atua criando projetos de identidade e tipografia para clientes como Rede Globo, Reserva, Granado, Steam e Kellogg's. Um dos pilares fundamentais de sua carreira tem sido a educação. Já atuou coordenador da escola de design M.Ad School of Ideas Brasil e ministra cursos e workshops tipográficos, espalhando a palavra da tipografia brasileira mundo afora. Premiado com leão de 01\_ouro.png em Cannes pelo trabalho do estúdio na criação conjunta com a Tátil Design para Rio Carnaval, Type Director's Club, Brand New Awards, Brasil Design Awards, Tipos Latinos, Bienal de Design Gráfico da ADG Brasil.

**AUTORIA**  
Rodrigo Saiani

**CLIENTE**  
Plau





BRANDING BRAN



14º Prêmio Brasileiro de Design 2024

BRANDING BRANDING

ANDING \* BRANDING

BRANDING BRAND



BRAN



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Cada criança é um mundo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de branding para a Rhema Neuroeducação foi criado para alinhar a essência da marca com sua missão de promover a educação inclusiva. A instituição é dedicada à formação de neuroeducadores, com o objetivo de promover a inclusão de alunos neurodivergentes, impactando positivamente o ambiente escolar e a sociedade. A estratégia foi cuidadosamente desenvolvida para promover esses valores e estabelecer uma conexão emocional profunda entre a marca, professores e alunos.

### FICHA TÉCNICA

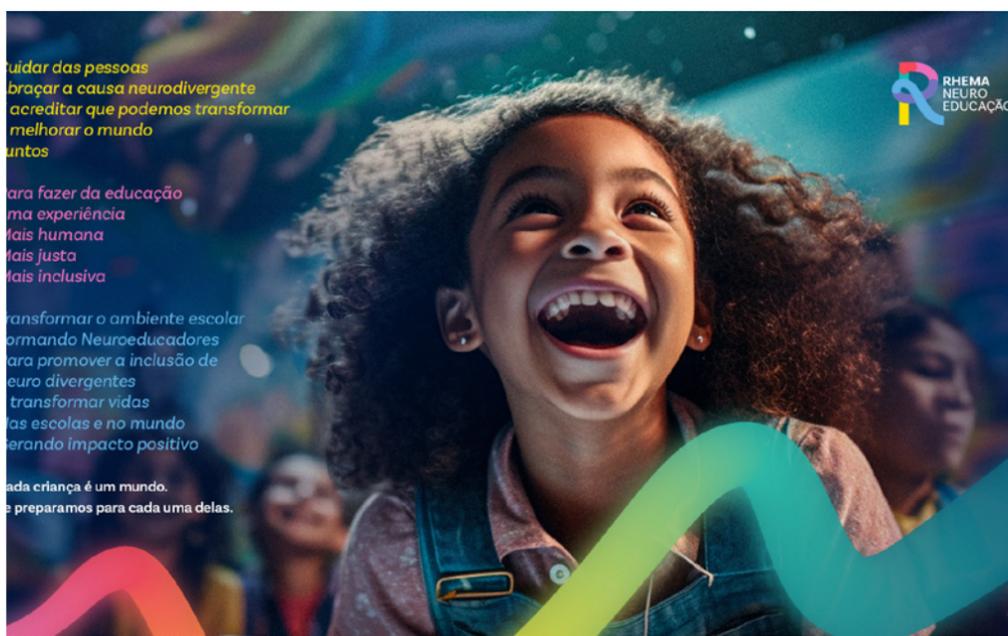
Direção de Criação e Planejamento Estratégico: Rodne Torres | Coordenação de Criação: Matheus de Sena | Designers: Rodne Torres, Ítalo Gaspar, Douglas Narciso, Breno Barroso, Marcus Brito | Planejamento: Camilla Bracioli e Mateus Lima | Ilustrador: Ítalo Gaspar | Redator: Rodne Torres, Felipe Caveira, Marcel Barros | Produtora de Áudio: Buzzina | Motion: Marcus Brito, Léo Azevedo, Gabriel Rocha | Edição: Marcus Brito, Douglas Narciso | Atendimento: Tom Brito | Diretora de Atendimento: Luciana Junqueira | CEO: Ana Celina

### AUTORIA

Acesso Estratégia Criativa

### CLIENTE

Rhema Neuroeducação



Cuidar das pessoas  
abraçar a causa neurodivergente  
acreditar que podemos transformar  
melhorar o mundo  
juntos

Para fazer da educação  
uma experiência  
mais humana  
mais justa  
mais inclusiva

Transformar o ambiente escolar  
formando Neuroeducadores  
para promover a inclusão de  
alunos neurodivergentes  
transformar vidas  
nas escolas e no mundo  
gerando impacto positivo

Cada criança é um mundo.  
E preparamos para cada uma delas.

## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Rebranding Tônica Antarctica // Um ícone na sua melhor versão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tônica Antarctica é a primeira água tônica do Brasil. Desde 1914, dá o ar da graça por aqui. A percepção sobre a bebida mudou muito ao longo das décadas, e cada geração teve uma relação diferente com ela. Já foi encarada como remédio, refrigerante e hoje é protagonista no mundo dos drinks, conversando com um público cada vez mais jovem. Enquanto outras marcas do mercado já nasceram na onda da mixologia, a imagem de Tônica Antarctica ainda estava ligada ao consumo de refrigerante. Nosso desafio era desenhar uma transformação para posicionar Tônica Antarctica nos novos tempos, que a aproximasse dos novos consumidores. Resumindo, a gente precisava fazer o amargo da Tônica Antarctica ganhar novos ares para abraçar novos significados, espaços e papéis.

### FICHA TÉCNICA

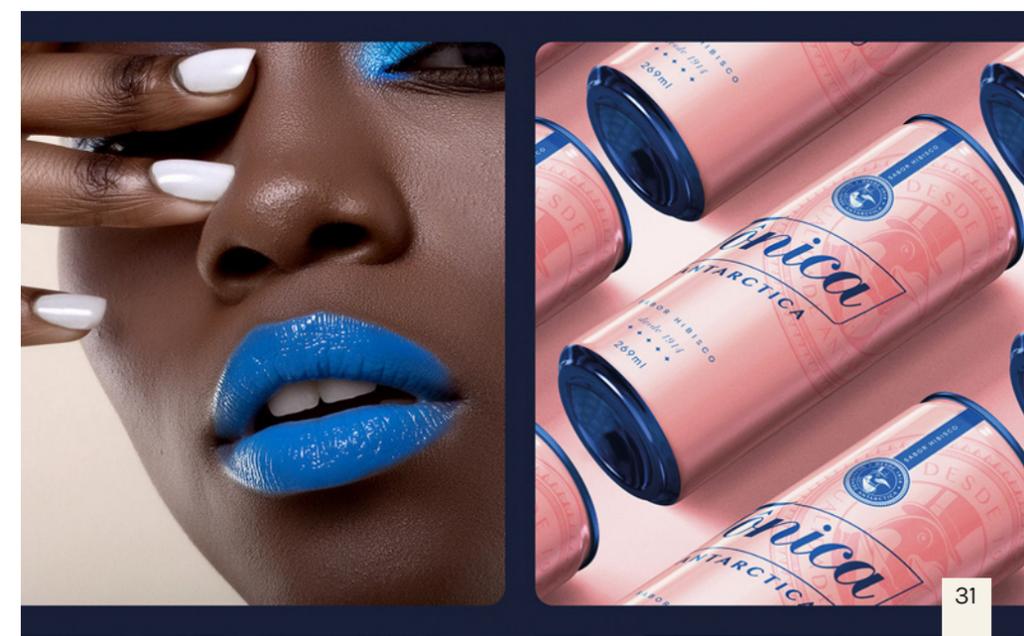
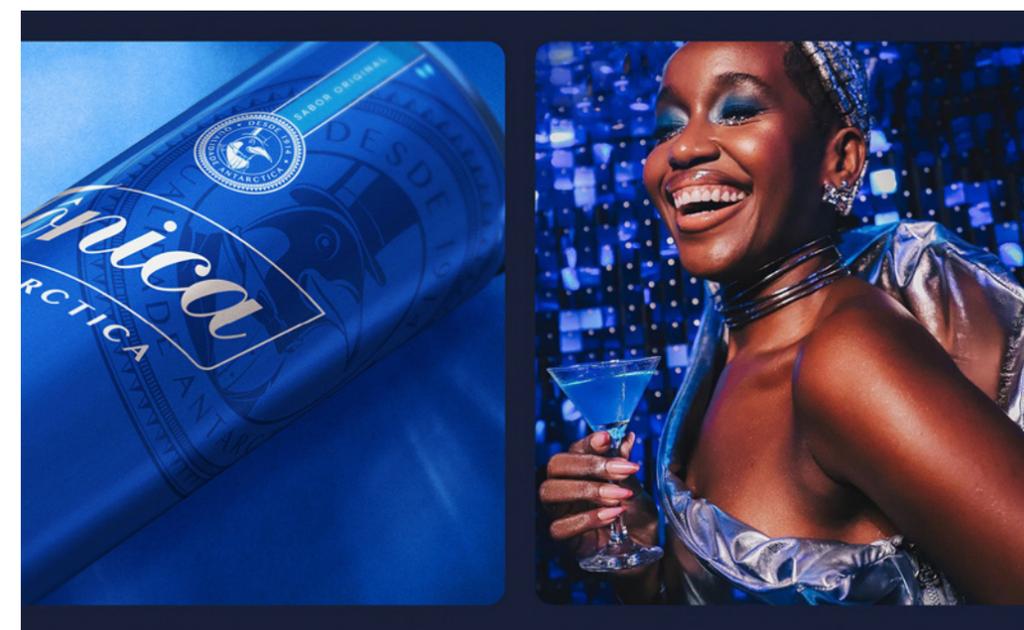
Diretor de Criação: João Pedro Vargas | Design: João Pedro Vargas, Rodrigo Pereira, Douglas Oliveira | Redação: Jajá Menegotto | Estratégia: Marina Dias

### AUTORIA

Estúdio CasaCC

### CLIENTE

Tônica Antarctica // Ambev



## BRANDING

ARQUITETURA DE MARCA



## BRÁZ – Guardiões de um legado

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto para Bráz Pizzaria, que envolveu um estudo completo de arquitetura de marca, considerando a Bráz como marca mãe e suas ramificações: Bráz Veloce (a pizza vendida em supermercados), Bráz Trattoria (expandindo o alcance da marca para massas em geral, uma autêntica trattoria com a chancela da Bráz) e Casa Bráz (mais elegante e um laboratório de inovação da marca). O objetivo foi garantir que todas essas marcas mantivessem suas características e identidades únicas, enquanto se conectavam de forma coesa com a marca principal desde a comunicação até o universo gráfico e visual.

### FICHA TÉCNICA

Agência: BSN Creatives | Direção de Criação: George "Benson" Acohamo | Criação: Lorena Logiacco Graça, Giulia Coelho, Luiz Otávio Castilho Manfre, Janaína Pereira, Cíntia Moura, Tomás Cury | Atendimento: Lucas Martins, Esther Frascari | Clientes: Edgard Bueno, Ricardo Garrido, Camila Prado, Beatriz Veras

### AUTORIA

BSN Creatives

### CLIENTE

BRÁZ



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Amstel Draft Beer

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Amstel, marca do portfolio do Grupo Heineken, conhecida por suas raízes em Amsterdã, celebra e carrega o convite do sabor incomparável de sermos nós mesmos abraçando a cultura do chopp no Brasil. Equilibrando elegância e sofisticação, criamos uma identidade visual inspirada no espírito de Amsterdã. Através de um sistema modular de ilustração, honramos a tradição enquanto abraçamos a inovação, adaptando-se perfeitamente a diferentes ambientes de bar.

### FICHA TÉCNICA

Lucas Machado, Nélio Bernadelli, Carlos Teles, Gustavo Vasconcelos, Sofia Ohanna, Pedro Silva, Yara Santos, Guilherme Carvalho, Daniel Yaginuma, André Richardi, Lucas Nanni

### AUTORIA

FutureBrand São Paulo

### CLIENTE

Amstel



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Fanfood – fanáticos em nutrir seu pet

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto estratégico de marca e design de embalagem para alimento PET, compondo uma linha de produtos para autosserviço. Com o propósito de fortalecer a confiança dos PETs em seus amados tutores, a marca se posiciona de forma acolhedora, acreditando que alimentar bem é uma saborosa forma de afeto que conquistam seu animal de estimação. Após desvendar o posicionamento da marca criamos o nome “fanfood”, trazendo o significado “fanáticos por alimentar” e dando origem à tagline “fanáticos em nutrir seu pet”. O desafio do projeto foi personificar o nome fanfood na sua essência autêntica, alegre, amorosa e que ao mesmo tempo mostrasse responsabilidade na nutrição do animal de estimação.

### FICHA TÉCNICA

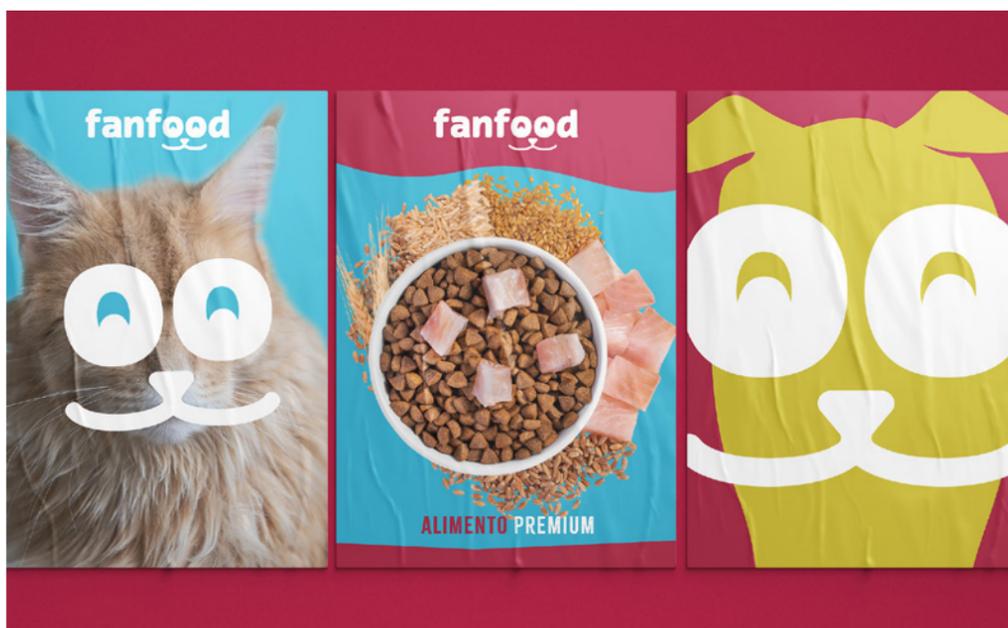
Estratégia de marca e posicionamento: Élton Oliveira, Mariângela Borodai | Naming: Élton Oliveira, Mariângela Borodai | Identidade Visual: Élton Oliveira | Embalagem: Élton Oliveira | Fotografia de Alimento: Flávio Ribeiro

### AUTORIA

Labirintório

### CLIENTE

Raguife



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Natura Marca Corporativa

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Natura (marca corporativa) fez recentemente uma revisão em sua estratégia de negócios que refletiu em novas orientações para a gestão da marca. A partir de um novo olhar para a arquitetura de marcas que envolvem Natura e Avon e as implicações diretas em cultura e comunicação, era necessário criar uma estratégia visual que desse conta de uma simplificação corporativa e acompanhasse a celebração do tempo como grande narrativa da holding.

### FICHA TÉCNICA

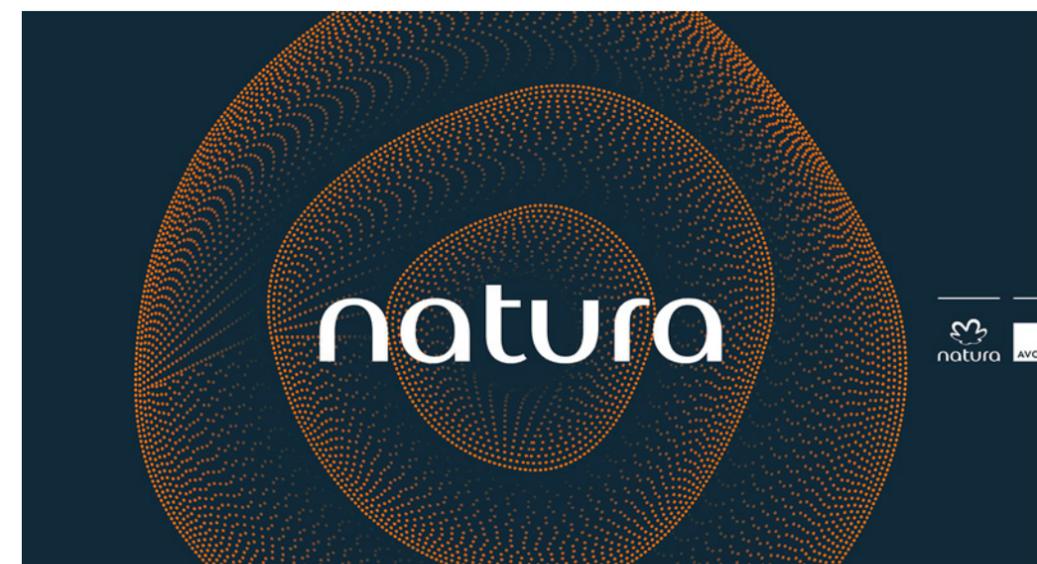
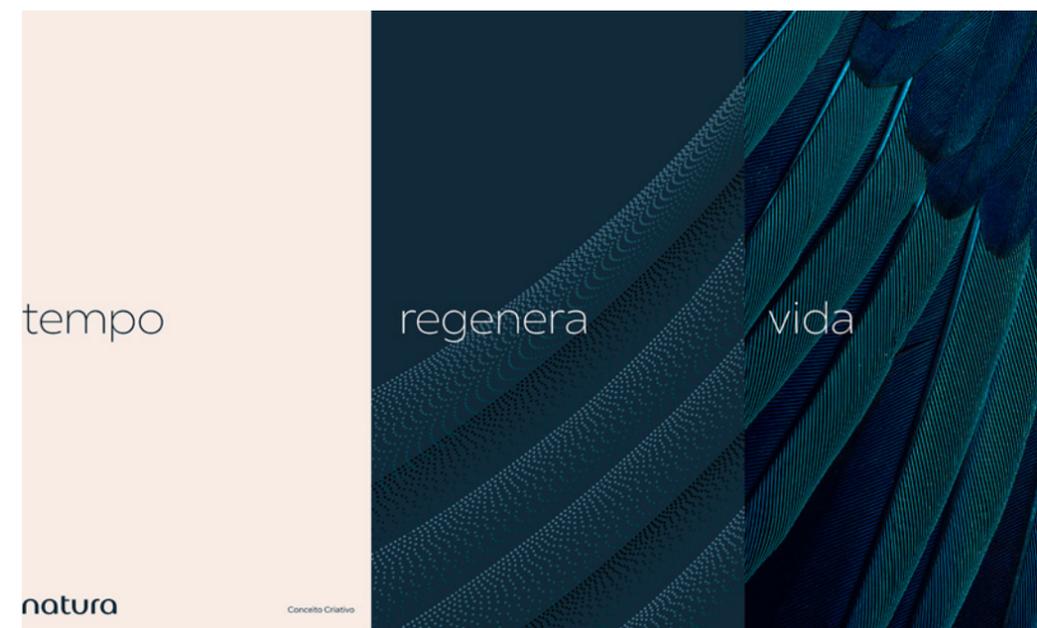
TIME NATURA: Tatiana Ponce, Isabela Massola, Marcel Vieira, Renato Winnig. TIME ANACOUTO: Ana Couto – CEO | Danilo Cid – Sócio e VP de Criação | Rafael Torres – Sócio-diretor de Design | Gabriel Martoni – Designer | João Costa – Designer | Luiza Vaz – Designer | Renata Príncipe – Gerente de Atendimento | Lara Falluh e James Pereira – Growth | Ubiratã Oliveira e Lucia Rabello – Produção | Fábio Haag – Exploração e Refino de Logotipo

### AUTORIA

Ana Couto

### CLIENTE

Natura



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Jazz Sessions

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade Visual completa para Curitiba Jazz Sessions, marca curitibana que promove uma agenda cultural com curadoria focada em jazz contemporâneo. Por trabalhar com diversos artistas, o projeto traz elementos que constroem uma identidade de marca forte, ao mesmo tempo em que dão espaço para receber e ressaltar a singularidade de cada artista.

### FICHA TÉCNICA

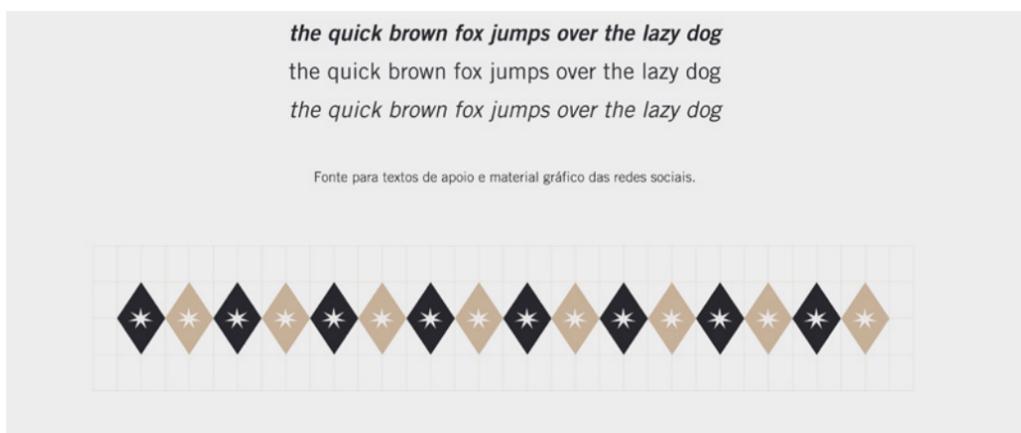
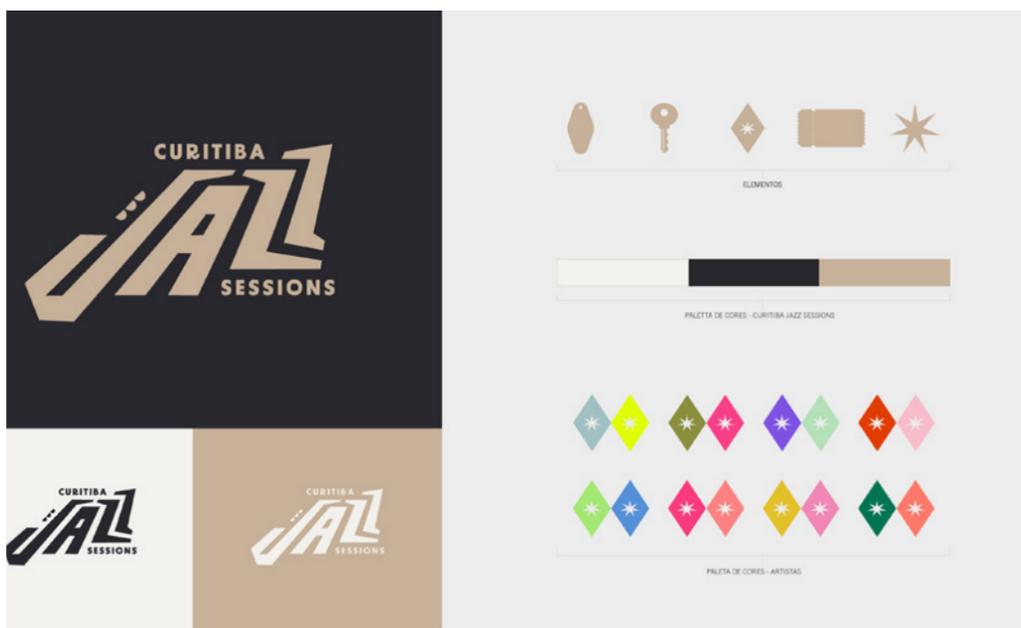
Guilherme Lepca, Stephani Heuczuk, Janis Medeiros, Axel Giller, João Jujuba, Henrique Nash, André Lessman, Theo Leal, Drica Rose, Roberto Romero

### AUTORIA

Smart Diseños

### CLIENTE

GOAT Entertainment



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Palomina Wine Bar

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com o objetivo de lançar um bar de vinhos com doses de elegância e bom humor, o Palomina Wine Bar nasce para retomar o que deve estar no centro da mesa: vinho, em boa companhia. A marca revisita referências modernistas, enquanto ressignifica símbolos da cultura do vinho. A mesma estratégia direcionou todos os pontos de contato da marca, desde o nome até a experiência arquitetônica. Com isso, o wine bar se dispõe a adotar os desgarrados cansados demais para uma festa lotada, mas com energia de sobra para ficar no sofá. Um olhar contemporâneo para um ato milenar.

### FICHA TÉCNICA

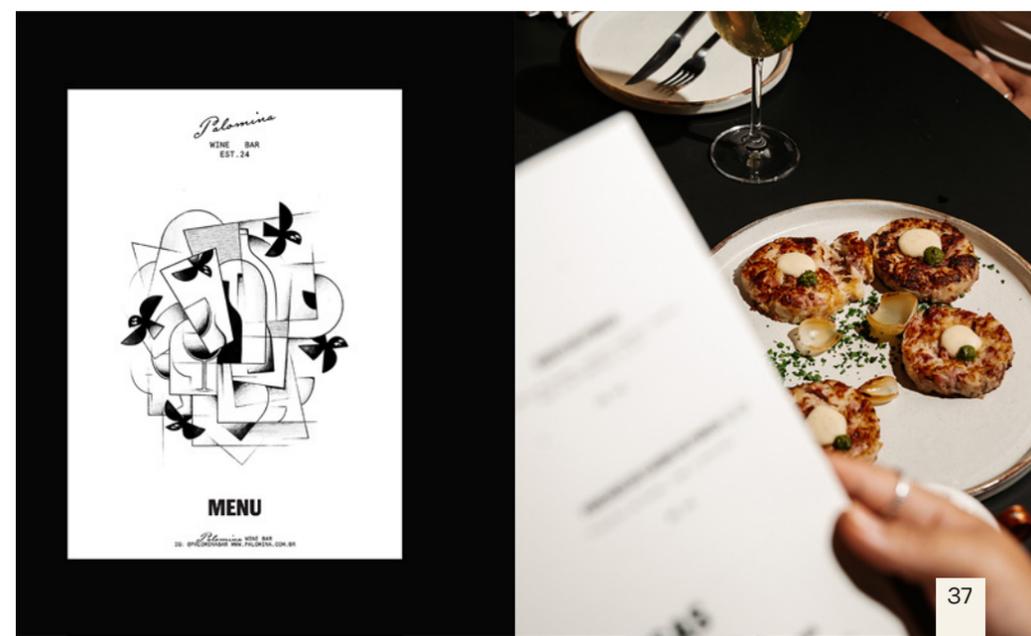
Atelier Versiani

### AUTORIA

Atelier Versiani

### CLIENTE

Palomina Wine Bar



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



### Samba Educa – Abrindo alas para o conhecimento

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Rebranding para o Samba Educa, um Projeto Social voltado para a Educação e que utiliza abordagens do Samba na metodologia de ensino. Com isso, pretende promover a igualdade e contribuir para a mobilidade social de populações vulneráveis do Rio de Janeiro. Este é um projeto de marca que visa atender aos seguintes objetivos de negócio; aumento na captação de investimentos e ampliação no número de sedes, ocupando outros bairros e comunidades. Portanto, um dos desafios era preparar a linha gráfica para possíveis desdobramentos dentro de uma arquitetura de marca monolítica.

#### FICHA TÉCNICA

Lula Freitas - Comercial e Relacionamento | Bruno Fraga - Direção de Criação | Hellen Couto - Direção de Criação | Paulica Coelho - Direção de Atendimento | Josi Motta - Atendimento | Isabela Abreu - Estratégia | Gustavo Vial - Design | Crib Tanaka - Redação | Igor Baldow - Motion Design

#### AUTORIA

Casa 6D

#### CLIENTE

Samba Educa



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



# Willow&I

### WILLOW & I

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento completo da nova marca "Willow & I", uma start up dos EUA focada em petiscos saudáveis para cachorros. O projeto incluiu a criação do posicionamento estratégico, naming e design gráfico da marca e das suas embalagens.

#### FICHA TÉCNICA

Time The Brand Crafters: Fernando Sommer, Renata Colombo, Daniel Fish, Bianca Sabatino, Juliana Celeri, Silvia Sfair, Gabriela Lenharo, Rodrigo Brandão, Jairo Souza, Eduardo Vettorazzi, Felipe Solha, Ariane Rauber, Agathe Regoin, Janaira Soares.

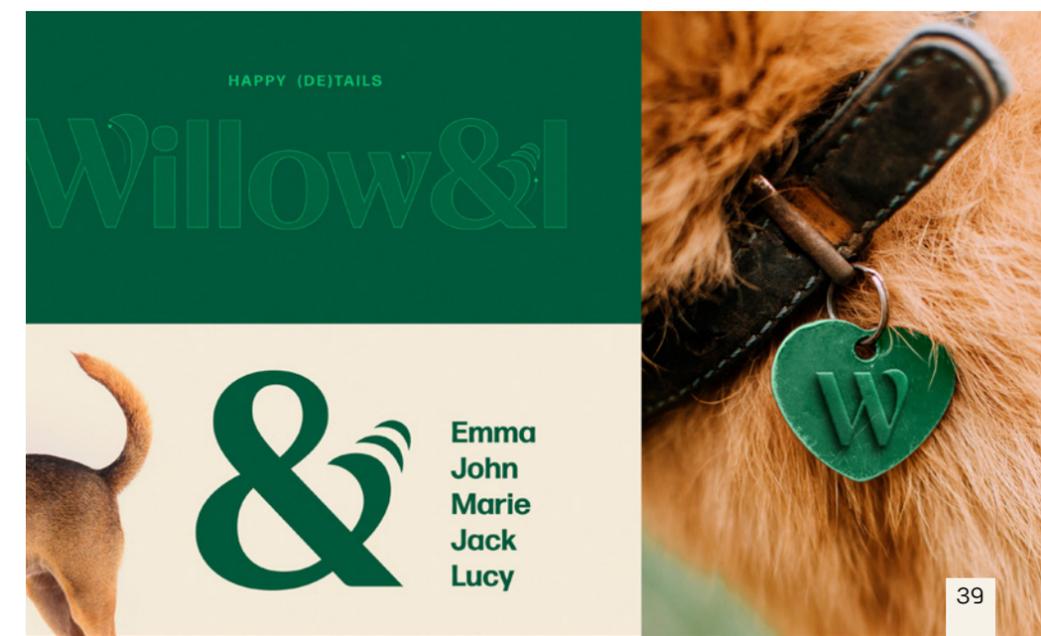
- Parcerias: Juliana Cozar, Clara do Prado e Edpack. Cliente: Kajsa Bjoern e Madeleine Hissom.

#### AUTORIA

The Brand Crafters

#### CLIENTE

Kajsa Bjoern e Madeleine Hissom.



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Zooply – Para tudo que o amor não supre

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Zooply surgiu com a ideia de criar um mundo de cuidado para todos os pets e seus tutores. Por isso, seus produtos são desenvolvidos por vets e amados por pais de pets: eficazes, naturais, sem efeitos adversos e práticos de usar. A estratégia de marca da Zooply foi criada para abraçar diversas categorias no mercado de suprimentos para pets, como higiene, suplementos e medicamentos mas sem limitar crescimento da marca no futuro, por isso o seu nome: Zoo (animais) Ply (Supply=suprimentos) foi pensado para funcionar também em mercados internacionais.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Caroline Campos e Felipe Johann | Estratégia: Rafael Kochhann | Design: Maria Eduarda Conceição, Ricardo Seib | Ilustrações: Kauê Marques

### AUTORIA

Ismo Design

### CLIENTE

Zooply

IPLY ESTRATÉGIA NAMING

**ZOO**  
Prefixo de origem grega que significa **animal**  
Para todos os pets

**PLY**  
Sufixo da palavra **Supply**, que significa **suprimento** em inglês  
Um produto para cada necessidade

IPLY ESTRATÉGIA DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO

Somos a Zooply, e aqui acreditamos que é responsabilidade de todos nós, tutores, dar amor incondicional aos nossos pets, por que é exatamente isso o que eles fazem pela gente.

Por isso, nossos produtos são desenvolvidos por veterinários, aprovados pela mãe natureza e amados por pais de pets: e cazes, naturais, sem efeitos adversos e práticos de usar.

Não importa se o seu pet tem pelos, penas ou escamas, com a Zooply você tem a tranquilidade de saber que está oferecendo o melhor.

## BRANDING

NAMING



## DAYDASH – Think and play

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Daydash é uma fábrica de jogos on-line baseados em linguística e raciocínio lógico, na linha de clássicos como Scrabble e Wordle. O nome traz uma fonética de repetição que gera uma percepção divertida, e também de descoberta, similar à sensação que se tem ao resolver um puzzle de um dos seus jogos.

### FICHA TÉCNICA

Isabelle Maluf, Calebe Bezerra, Ana Andère, Arthur Tinoco, Eduarda Oliveira, Larissa Lopes, Maya Royet, Tiago Silveira, Thais Bara

### AUTORIA

Calebe\_

### CLIENTE

DAYDASH



**daydash**  
Think and play

Download now

GET IT ON Google Play | Download on the App Store



**BRANDING**

NAMING



**BRANDING**

NAMING



**Emana**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

A Natura &Co nos procurou para criar um nome para um ecossistema digital criado para suas consultoras Natura e Avon, com vocação para ser um modelo de fazer negócios revolucionário em sua rede. Tratava-se de criar um nome para um lugar de encontro em que, mais do que fazer negócios distintos (até mesmo para além da cosmética), consultoras e consultores iriam se encontrar para trocar, aprender, ensinar, prosperar e formar uma autêntica comunidade virtuosa. Um ecossistema onde o crescimento de cada um é combustível para mudar toda sociedade.



**FICHA TÉCNICA**

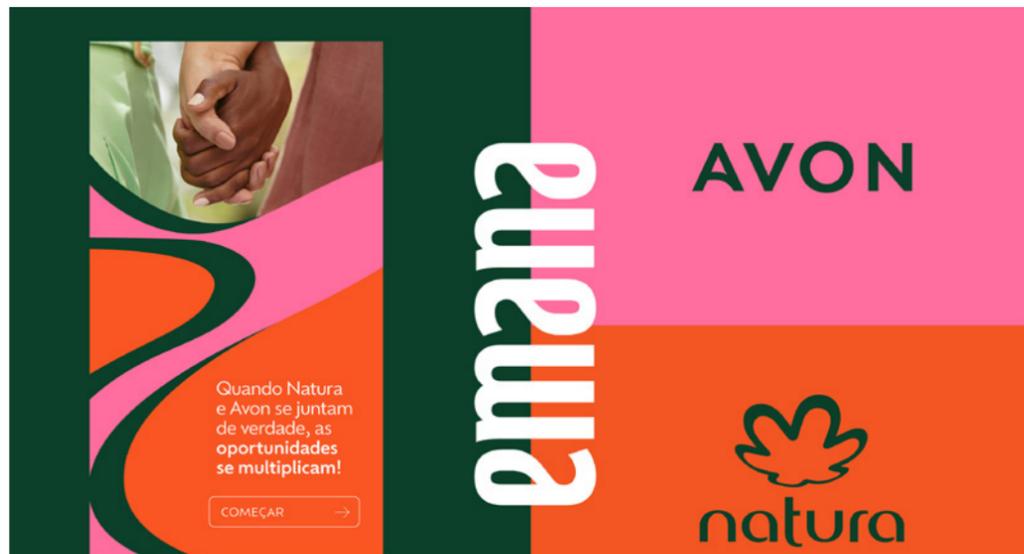
Direção Criativa: Fred Gelli, Ricardo Bezerra e Beto Biscoito | Design: Hudson Girundi, Júlia Liberati, Júlia Custódio e Marcelo Siqueira | Verbal: Daniela Varanda, Elen Campos e Tatiana Rossi | Negócios: Cristine Sech, Paula Chagas e Ulli Ferrari | Cliente: José Manuel Silva, Maria Eduarda Eduarda de Sá Cavalcanti, Ariane Beneton, Fernando Bayeux, Renato Winnig | Parcerias: Carolina Freitas - NousCC, Tânia Savaget, André+, Fábio Haag, Gazpacho Produções, Fotógrafa - Caroline Lima

**AUTORIA**

Tátil Design

**CLIENTE**

Natura &Co



**Natura Ekos Ryos**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

Lançar a linha Natura Ekos Ryos, agregando percepção de valor aos produtos e à marca Natura. Uma nova perfumaria criada a partir de um mergulho na cultura amazônica e em sua íntima conexão com as águas. Explicitar a proposta da linha e de suas diferentes fragrâncias, propondo uma jornada pelas experiências e sensações junto aos rios amazônicos e trazendo estímulos associados aos ingredientes e às notas olfativas dos perfumes.

**FICHA TÉCNICA**

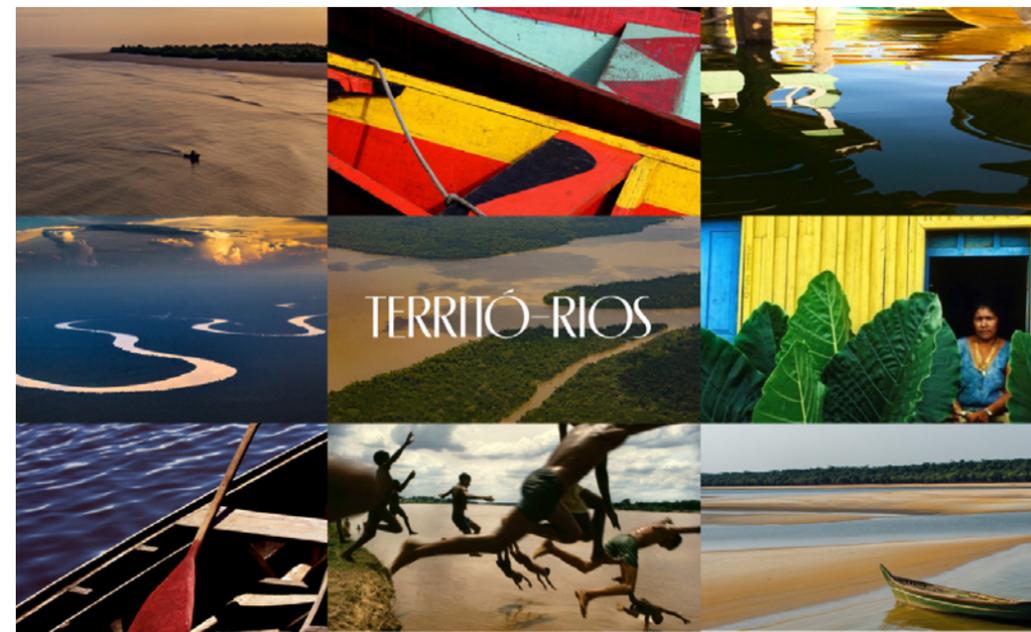
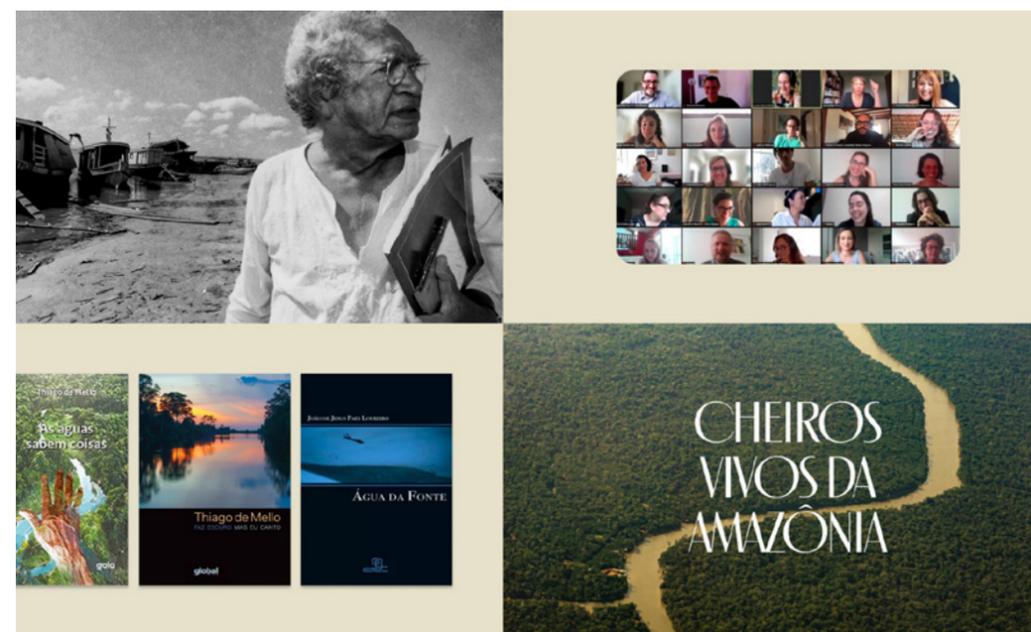
Time Tátil: Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Beto Biscoito, Patricia Watson, Hudson Girundi, Júlia Liberati, Daniela Varanda, Elen Campos, Mayra Lins, Rafael Bittencourt, Thalita Campbell, Cristine Sech, Paula Chagas e Ulli Ferrari | Cliente: Renata Eduardo Fonseca, Fernanda Lopes, Bruna Coletti, Felipe Braz e Constança Basto | Parcerias: Ass. dos Abridores de Letras, Fernanda Martins, Livia Conduru, Gazpacho Produções, Hick Duarte (Fotógrafo), João Ávila (Fotógrafo), Tipografia BlackLetra, Vídeo Monks

**AUTORIA**

Tátil Design + Natura

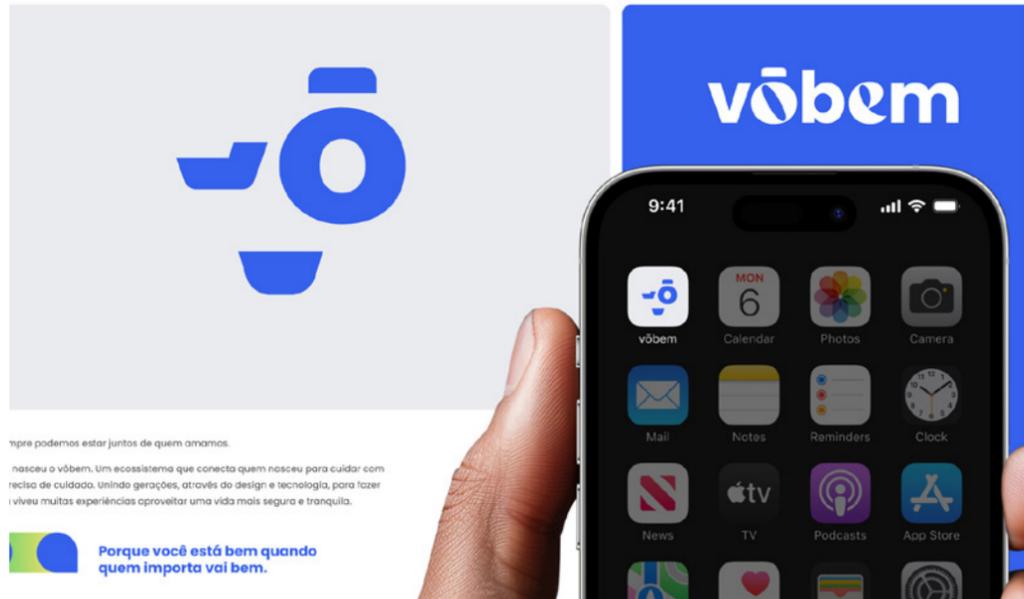
**CLIENTE**

Natura



## BRANDING

### NAMING



Nem sempre podemos estar juntos de quem amamos.

Nasceu o võbem, um ecossistema que conecta quem nasceu para cuidar com quem precisa de cuidado. Unindo gerações, através do design e tecnologia, para fazer com que quem já viveu muitas experiências aproveite uma vida mais segura e tranquila.

Porque você está bem quando quem importa vai bem.

## Porque você está bem quando quem importa vai bem

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nem sempre podemos estar juntos de quem amamos. Por isso, nasceu o võbem. Um ecossistema que conecta quem nasceu para cuidar com quem precisa de cuidado. Unindo gerações, através do design e tecnologia, para fazer quem já viveu muitas experiências aproveitar uma vida mais segura e tranquila. Porque você está bem quando quem importa vai bem.

### FICHA TÉCNICA

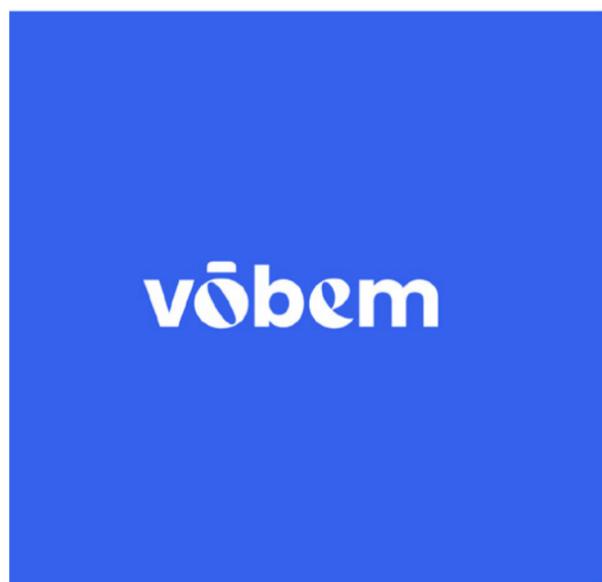
André Joaquim Ribeiro, Rodrigo Sakata, Murilo Genehr

### AUTORIA

Agência Roda Gigante

### CLIENTE

võbem



### Conexão emocional

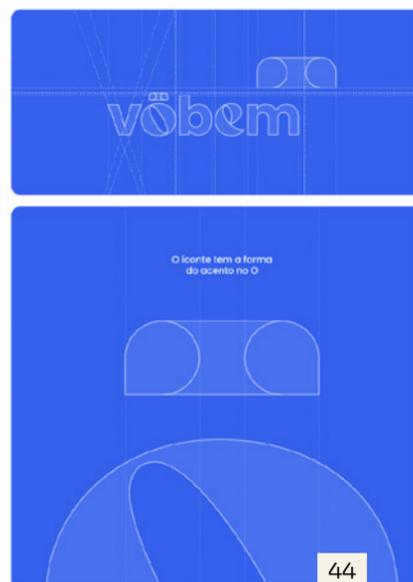
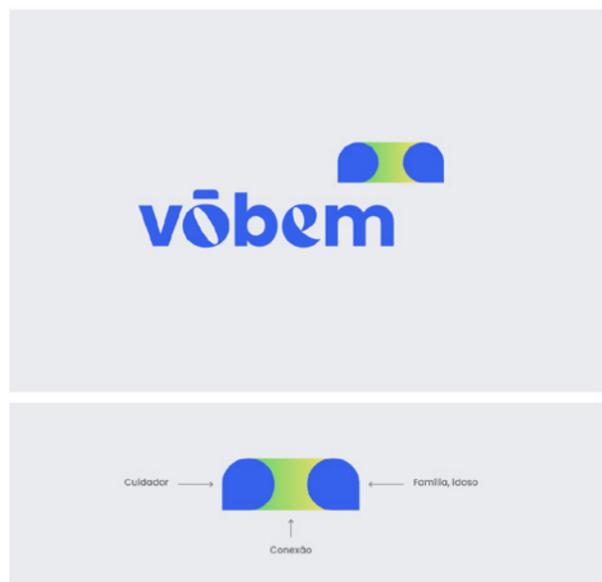
A inclusão da palavra "avô" adiciona um toque emocional à marca.

### Memorabilidade

Um nome com poder significativo de penetração no mercado, destacando-se por sua abordagem criativa, simplicidade de compreensão e comunicação direta.

### Sugestivo de bem-estar

Uma marca que transmite sensações positivas e simpatia desde o próprio nome, alinhando perfeitamente com a proposta de um serviço que requer atenção, carinho e confiança.



## BRANDING

### NAMING



## WILLOW & I

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento completo da nova marca "Willow & I", uma start up dos EUA focada em petiscos saudáveis para cachorros. O projeto incluiu a criação do posicionamento estratégico, naming e design gráfico da marca e das suas embalagens.

### FICHA TÉCNICA

Fernando Sommer - General Manager  
Renata Colombo - Business Director  
Daniel Fish - CCO Chief Creative Officer  
Bianca Sabatino - Head of Strategy  
Juliana Celeri - Head of Business  
Sílvia Sfair - Account  
Gabriela Lenharo - Account  
Rodrigo Brandão - Lead Designer  
Eduardo Vettorazzi - Senior Strategist  
Juliana Cozar - Strategist  
Felipe Solha - Designer  
Clara do Prado - Designer  
Agathe Regoin - Designer  
Janaira Soares - Designer

### AUTORIA

The Brand Crafters

### CLIENTE

Willow & I



## BRANDING

### NAMING



## BRANDING

### VOZ



## Zooply

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Zooply surgiu com a ideia de criar um mundo de cuidado para todos os pets e seus tutores, oferecendo produtos que combinam eficácia, segurança e cuidado, atendendo desde a higiene até suplementos e medicamentos. Com um nome que une "ZOO" (animais) e "Supply" (suprimentos), Zooply reflete sua missão de suprir as necessidades de todos os pets, não importa se ele tem pêlos, penas ou escamas.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Caroline Campos e Felipe Johann | Estratégia: Rafael Kochhann | Design: Maria Eduarda Conceição, Ricardo Seib | Ilustrações: Kauê Marques

### AUTORIA

Ismo Design

### CLIENTE

Zooply

PLY ESTRATÉGIA NAMING

**ZOO**  
Prefixo de origem grega que significa **animal**  
Para todos os pets

**ply**  
Sufixo da palavra **Supply**, que significa **suprimento** em inglês  
Um produto para cada necessidade

PLY ESTRATÉGIA DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO

Somos a Zooply, e aqui acreditamos que é **responsabilidade de todos nós, tutores, dar amor incondicional aos nossos pets, por que é exatamente isso o que eles fazem pela gente.**

Por isso, nossos produtos são **desenvolvidos por veterinários, aprovados pela mãe natureza e amados por pais de pets: e cazes, naturais, sem efeitos adversos e práticos de usar.**

Não importa se o seu pet tem pelos, penas ou escamas, com a Zooply você tem a tranquilidade de saber que está oferecendo o melhor.

## A Vida mais Krokant's

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Krokant's é uma empresa criada em 1996, com sede em Canoas/RS, focada na fabricação, venda e distribuição de batata frita em formato palha e chips. Durante a pandemia, ao contrário do ocorrido com muitas empresas, suas vendas dispararam, aumentando significativamente a produção. Contudo, a Krokant's NUNCA havia investido de forma profissional na sua marca, comunicação e embalagens. Encarando sua nova realidade, a empresa sentiu essa necessidade para profissionalizar o negócio e conferir unidade à sua linha de produtos, considerando ainda uma ampliação de portfólio. A partir deste contexto, realizou-se um trabalho de branding a fim de assentar a empresa no mercado, trazendo um posicionamento claro e identidades visual e verbal completamente novas para a marca e suas embalagens.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Felipe B. Amaral | Direção Estratégica: Natália Porto | Atendimento: Cesar Fujita | Equipe de Estratégia: Ana Beatriz Nunes | Universo Verbal: Maria Eduarda Gandara | Equipe de Design: Camila Sanzi, Ricardo Franco, Ana Beatriz Nunes, Laura Salvaterra | Refinamento Logotipo: Sauê Ferlauto | Ilustração: Laura Salvaterra | Motion: Thomas Becke | 3D: Felipe Pavani | Fotografia: Duda Bussolin (Moropolo Studio) | Retouch: Patrícia Thiesen | Vídeo: Lucas Nishimura

### AUTORIA

StudioBah

### CLIENTE

Krokant's



MANIFESTO

**SABE QUANDO BATE AQUELA VONTADE DE SAIR DA MESMICE E EXPERIMENTAR NOVOS SABORES?**

É AÍ QUE ENTRA A KROKÂNCIA, QUE DEIXA TUDO MAIS GOSTOSO! DA RODA COM OS AMIGOS AOS ENCONTROS EM FAMÍLIA, QUEREMOS TRAZER MAIS EMOÇÃO E TEXTURA AO COTIDIANO. LIVRE E LEVE PARA CURTIR A VIDA, SEMPRE COM UM ALGO A MAIS, E A MELHOR PARTE, É QUE NÃO ESTAMOS SOZINHOS NESTA MISSÃO. CONTAMOS COM MUITA GENTE INCRÍVEL QUE TAMBÉM ACREDITA QUE A VIDA PODE SER MAIS...

## BRANDING

VOZ



### Cerveja Desbrava — E se for melhor?

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A nova cerveja artesanal sem glúten do Brasil é uma delícia. Tanto que não se posiciona só para intolerantes, mas pra toda pessoa que aprecia uma boa cerveja. Desbrava chega para renovar tradições, quebrar ideias fixas e surpreender com uma experiência leve e democrática, sem perder a sofisticação.

#### FICHA TÉCNICA

Atendimento: Glauber Vilvert | Direção Criativa: Vítor Scarpato | Naming: Criatexto | Posicionamento: Criatexto | Tom de Voz: Criatexto | Design Gráfico: Alexandre Ruda, Glauber Vilvert, Vítor Scarpato | 3D Design: Thales Muniz | Vídeo/Motion Design: Bruno Krazler, Pedro Muriel Hoier Museka | Fotografia: Sirivivo | Aprovação: Diogo Goulart, Tiago Vicente

#### AUTORIA

Criatexto

#### CLIENTE

Cerveja Desbrava



## BRANDING

VOZ



### Coca-Cola Design Summit

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

The Everything Design Summit da Coca-Cola Company é um evento feito para provocar e inspirar designers a verem a disciplina como uma poderosa ferramenta de transformação. Um projeto que aproveita todo o repertório de uma das marcas mais icônicas do mundo, para criar uma identidade que questiona e movimenta reflexões sobre temas de universos em constante mudança.

#### FICHA TÉCNICA

Design: André Stefanini, Maria Clara Rubinger, Renan Vizzotto, Thai Gomes  
Direção de arte: André Stefanini, Renan Vizzotto | Direção Criativa: Cristiano Gonçalves, Ricardo Bezerra | Edição: Lucas Santiago, Thai Gomes | Animação: João Rosa, Lucas Santiago | The Coca-Cola Company: Estratégia: Juliana Barreto | Account Manager: Renata Costa | Copywriting: Gustavo Feyer | Produção: Emanuel Zanoni - Institucional | Cliente: Camila Moletta, Rapha Abreu

#### AUTORIA

Tátil Design

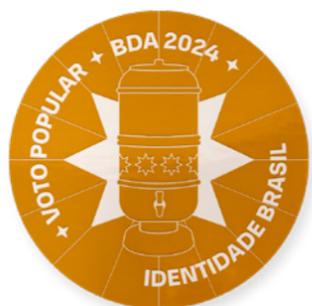
#### CLIENTE

Coca-Cola Company



## BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Fabrica Escalada Rebranding

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Fabrica, criada em 2018, é muito mais do que um ginásio de escalada. É uma marca que está transformando o cenário da escalada indoor no Brasil. O que começou como uma iniciativa entre amigos em um pequeno ginásio no Itaim, hoje se consolidou como o nome de referência no esporte no Brasil, com três unidades espalhadas por São Paulo. Com uma mudança no quadro societário, ficou evidente a necessidade de trazer clareza quanto à essência da marca. O rebranding da Fabrica foi impulsionado pela busca de uma nova identidade visual e plataforma de marca que não só traduzissem seu espírito inquieto e apaixonado pela escalada, mas também refletissem a maturidade do negócio.

### FICHA TÉCNICA

Leonardo Dias - Direção Criativa e Design  
Diandra Guimarães - Estratégia

### AUTORIA

Estúdio Cateto

### CLIENTE

Fabrica Escalada



## BRANDING

PROJETOS ESTUDANTIS



## Cazu

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Quem nunca deixou a faxina pro dia seguinte? Ou aqueles três pratos e dois copos para lavar mais tarde? Essa realidade inspirou a criação de uma nova marca de limpeza que desafia a visão romantizada e impecável desse segmento. "Cazu" surge para mostrar que não existe uma única maneira certa de manter a casa em ordem. Quebrando paradigmas e valorizando a autenticidade por trás de cada bagunça, a marca surpreende com cores vibrantes, grafismos circulares e um tom de voz sincero e acolhedor que entende o cansaço e a monotonia que muitas vezes acompanham a faxina. Em tempos de pressão constante por produtividade e excesso de positividade, Cazu acredita que cuidar do seu espaço pode ser um momento para desacelerar, permitir-se viajar em pensamentos e se distanciar de uma sociedade do cansaço.

### FICHA TÉCNICA

Ana Carolina Oliveira, Giuliana Soares Ferraz Boulitreau, Luísa Grigoletto, Maria Gabriela Michielin, Sofia Remondi, Renan Corazza | Coordenadora do curso: Eliane Weizmann | Professores orientadores: Érico Lebedenco e Fabio Silveira

### AUTORIA

Ana Carolina Oliveira, Giuliana Soares Ferraz Boulitreau, Luísa Grigoletto, Maria Gabriela Michielin, Sofia Remondi, Renan Corazza

### CLIENTE

IED



CRAFT FOR DESIGN



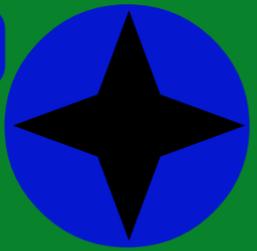
AFT FOR DESIGN



DESIGN CRAFT FO



CRAFT FOR DE



CRAFT FOR DE





a film directed by yucaduo

this film is based on true events

# IMPOSSIBLE JOURNEY



**CRAFT FOR DESIGN**  
MOTION

## Impossible Journey

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A campanha "Impossible Journey" nasceu da colaboração entre a Aster, uma startup de tecnologia em saúde, a Ashé Birthing Services, organização comunitária focada em cuidados maternos e a produtora The Youth. Lançada em 2024, a iniciativa visava denunciar as profundas desigualdades raciais no sistema de saúde materna dos EUA, onde mulheres negras enfrentam um risco três vezes maior de mortalidade por complicações na gravidez em comparação às mulheres brancas. Com o Black Maternal Health Momnibus Act estagnado no Congresso, o objetivo era aumentar a conscientização e mobilizar apoio para a aprovação dessa legislação crucial, utilizando uma narrativa visual impactante para sensibilizar legisladores e o público em geral.

### FICHA TÉCNICA

Director: YUCA | Production Company: The Youth | Post-Production Company: COLOSSAL | Art Direction: Rosa Eduardo Studio | Art Director: Eduardo Rosa | Lead Concept Artists Beatrice Bandiera and Fabio Miraglia | Lead Illustration Beatrice Bandiera | Animation Director YUCA and Bruno Brasil | Painting Studio Ateliê 39 | Music Company Satélite Áudio

### AUTORIA

Rosa Eduardo Studio

### CLIENTE

Ashe, Aster e Area 23



## CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



## Fogo Cruzado – Estado Letal

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustrações para projeto especial do Instituto Fogo Cruzado com dados e relatórios de 283 chacinas policiais mapeadas na Grande Rio (Rio de Janeiro, Brasil) em 7 anos. As ilustrações são baseadas em histórias de vítimas e artigos de jornais. As ilustrações foram utilizadas para compor uma plataforma online e outros desdobramentos como intervenções urbanas que trouxeram os dados para o mundo físico. Na plataforma é possível consultar dados de cada massacre, filtrando por localidade, bairro, município, região, número de mortos, unidades policiais envolvidas, entre outros dados.

### FICHA TÉCNICA

Ilustração e Direção Criativa: Stephanie Gonçalves (TETIIZ) | Time Fogo Cruzado: Marianna Araújo, Diogo Santos, Edu Mendanha (RODA) | Poster e Fotografia: BXDLambe

### AUTORIA

TETIIZ (Stephanie Gonçalves)

### CLIENTE

Instituto Fogo Cruzado



## CRAFT FOR DESIGN

MOTION



## Prio – A Mente É Imparável

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Prio, maior empresa independente de petróleo e gás do Brasil, lançou a campanha “A mente é imparável” para celebrar seu patrocínio aos atletas paralímpicos. Fomos convidados para dirigir um curta animado que explora com sensibilidade as jornadas desses atletas. O filme usa stop motion e animação para mostrar uma bolinha de massinha superando desafios, simbolizando a mente adaptável das pessoas com deficiência. Combinamos conceitos de física e 3D para criar uma narrativa visual envolvente, alternando perspectivas para promover empatia e destacar a superação de forma criativa e emocionante. Como resultado do trabalho e execução impecável, o filme foi premiado com o shortlist no Festival de Cannes de 2024 na categoria Film Craft.

### FICHA TÉCNICA

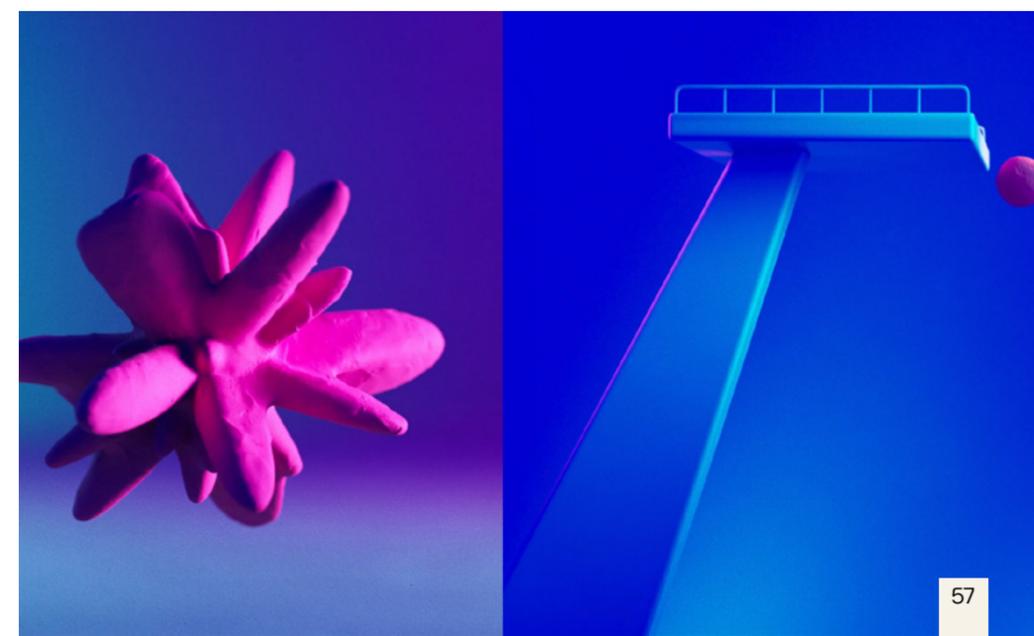
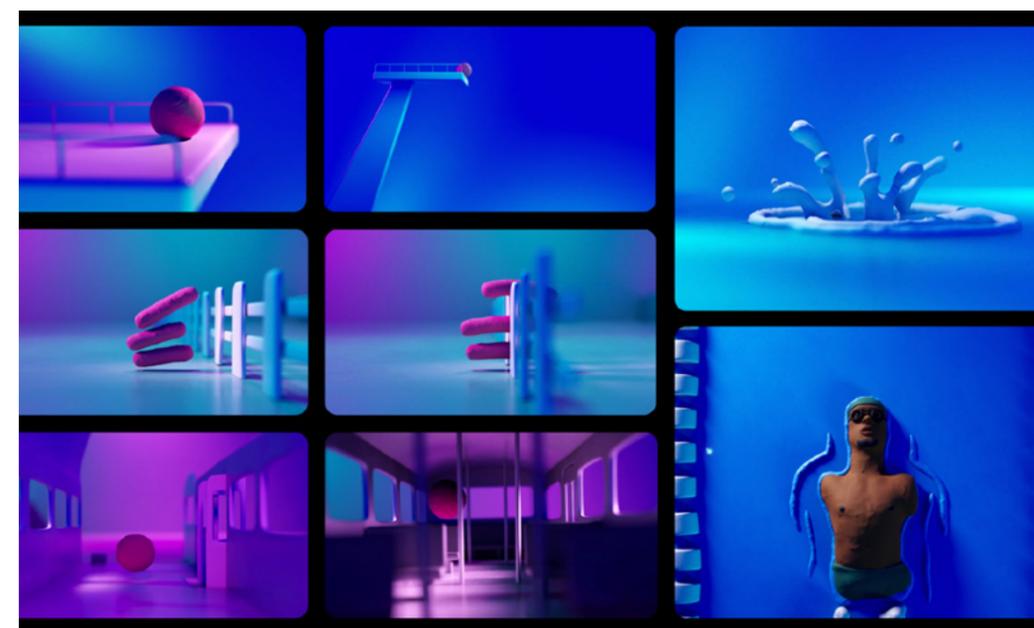
Cliente: Prio e Monkeyland | Direção: Breno Pineschi e Rafael Cazes | Produção: Déborah Zapata | Gestão de projetos e atendimento: Fernanda Rodrigues e Isaac Simão | Lead de 3D e coordenador de pós produção: Flavio Mac | Head de motion graphics: Marcos Rigobello | Concept e modelagem de personagens: Pedro Lambuja | Produção executiva: Renata Garcia | Trilha sonora: Halley Sound

### AUTORIA

HARDCUORE

### CLIENTE

Prio



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## CRAFT FOR DESIGN

FOTOGRAFIA



## Dove Soft & Care

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com intuito de compor o restante dos elementos visuais criados para a campanha #TampinhaAzul da Dove, nasceram as tipografias Dove Soft e Dove Care. Desenvolvidas como fontes irmãs, cada uma possui características próprias mas que conversam entre si, o que permite seu uso em conjunto nas peças de comunicação. As duas fontes foram feitas para grandes tamanhos (acima de 14pt) e reforçam a suavidade e cremosidade dos produtos Dove. Por isso, seu desenho é repleto de curvas, formas fluidas e dinâmicas. Juntas, elas trazem impacto, jovialidade e movimento para as peças de divulgação ao mesmo tempo que dialogam com o público jovem da marca.

### AUTORIA

Lebassis + Motora

### FICHA TÉCNICA

Lettering e stickers: Leandro Assis e Diego Justino | Type designers: Leandro Assis e Júlia Lago | Assistente de type design: Diego Justino | Produção tipográfica: Júlia Lago

### CLIENTE

Unilever



## Natura Ekos Ryos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Comunicar a nova linha Natura Ekos Ryos, agregando percepção de valor aos produtos e à marca Natura. Um lançamento de perfumaria a partir de um mergulho na cultura amazônica e em sua íntima conexão com as águas. Explicitar visualmente as diferentes propostas das fragrâncias, trazendo estímulos sensoriais específicos associados aos ingredientes e às notas olfativas de cada uma, além de propor uma jornada pelas experiências e sensações junto aos rios amazônicos.

### FICHA TÉCNICA

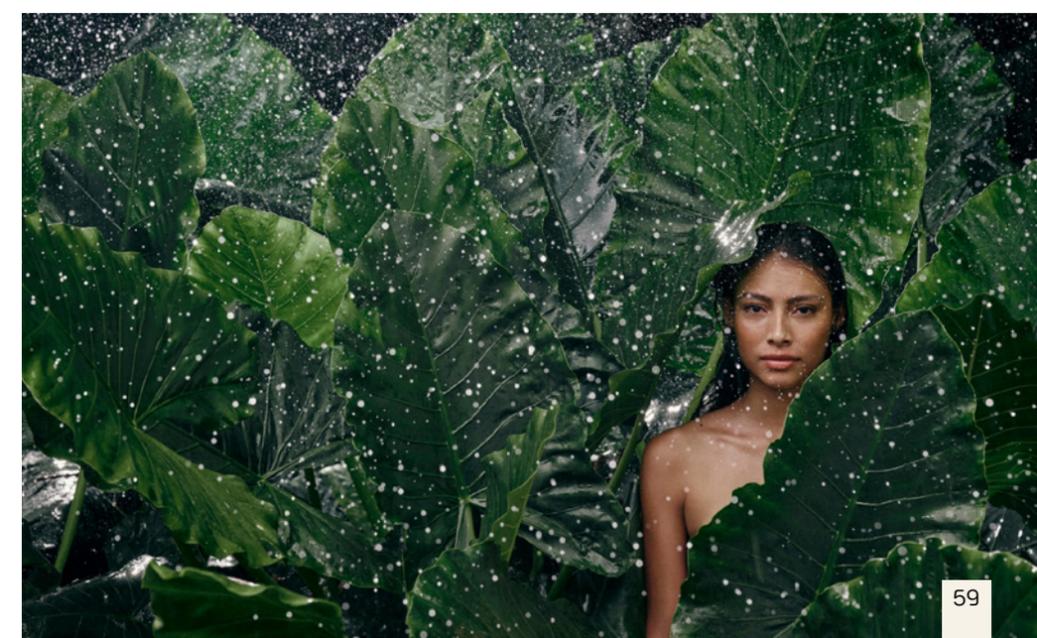
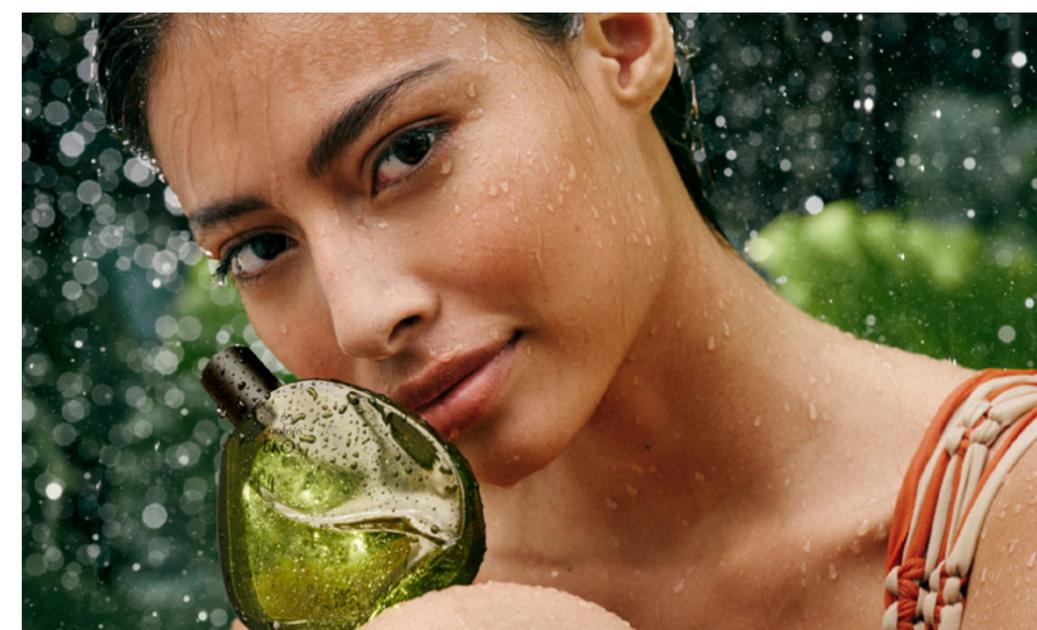
Time Tátil: Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Beto Bisesto, Patricia Watson, Hudson Girundi, Júlia Liberati, Daniela Varanda, Elen Campos, Mayra Lins, Rafael Bittencourt, Thalita Campbell, Cristine Sech, Paula Chagas, Ulli Ferrari, Emmanuel Zanoni, David Marques e Valéria Forte. | Cliente: Renata E. Fonseca, Fernanda Lopes, Bruna Coletti, Felipe Braz e Constança Basto | Parcerias: Assoc. dos Abridores de Letras, Fernanda Martins, Livia Conduru, Gazpacho, Hick Duarte, João Ávila, BlackLetra, Vídeo Monks

### AUTORIA

Tátil Design + Hick Duarte + João Ávila

### CLIENTE

Natura



## CRAFT FOR DESIGN

LETTERING E CALIGRAFIA



## Passagem

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nossa instalação tipográfica foi exibida em um dos andares do Edifício Tebas, no centro de São Paulo, como parte da ocupação artística "Misericórdia e Algazarra", que a incorporadora Somauma promoveu no prédio durante a DW! Design Week 2024. A instalação propôs uma discussão sobre o tempo a partir da palavra "passagem", relacionando o transcorrer dos anos ao tráfego de pessoas pelo espaço. A transitoriedade foi materializada nas letras, desenhadas em camadas sobrepostas e produzidas em papelão, 100% reciclável. As camadas criaram ainda a ideia de curvas topográficas, explorando a ideia do desgaste e local de trânsito. Para convidar o público a passear pela instalação, as letras foram feitas em escala humana e distribuídas de modo que a palavra não fosse legível na entrada.

### FICHA TÉCNICA

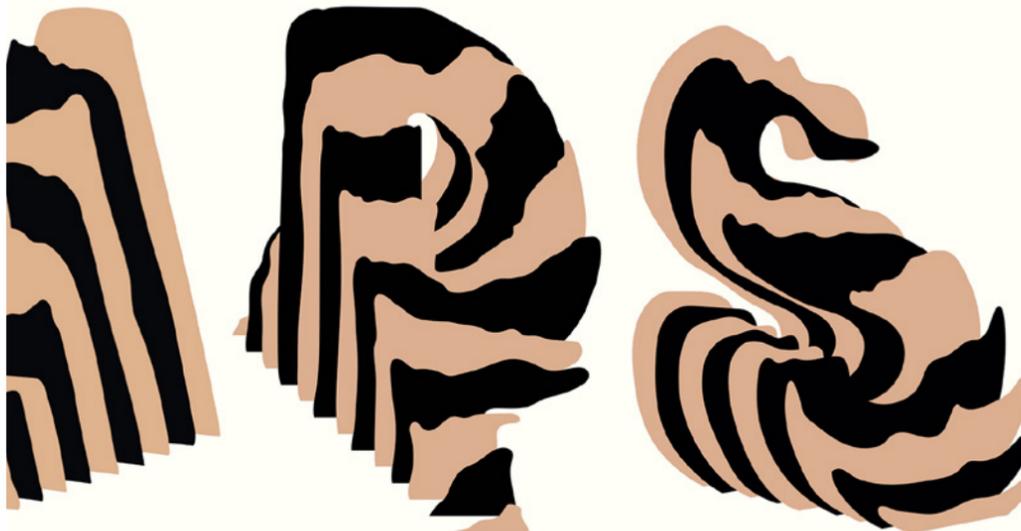
Direção Criativa: Marcelo Roncatti e Natália Andrade | Direção de Arte: Marcelo Roncatti e Natália Andrade | Design do Lettering: Dan Schunck, Marcelo Roncatti e Natália Andrade | Design 3D: Matheus Silva | Novos Negócios: Vanessa Queiroz | Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe

### AUTORIA

Coletivo Design

### CLIENTE

Somauma



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## Benvenuti a Casa Bauducco

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A nova Casa Bauducco reflete a evolução da marca, conectando-se de forma integrativa à masterbrand Bauducco. A tipografia exclusiva desenvolvida para a Casa Bauducco foi concebida com base em pesquisas visuais das fachadas italianas, com o objetivo de conjugar inovação e tradição do "fazer italiano". Inspirada pelos pilares de premiumness, aconchego e qualidade, a tipografia incorpora serifa delicada e traços contemporâneos, sendo especialmente adaptada para títulos e elementos comerciais como preços e promoções. O resultado é uma tipografia hero, que fortalece a identidade visual da marca, criando uma experiência visual calorosa e proprietária.

### FICHA TÉCNICA

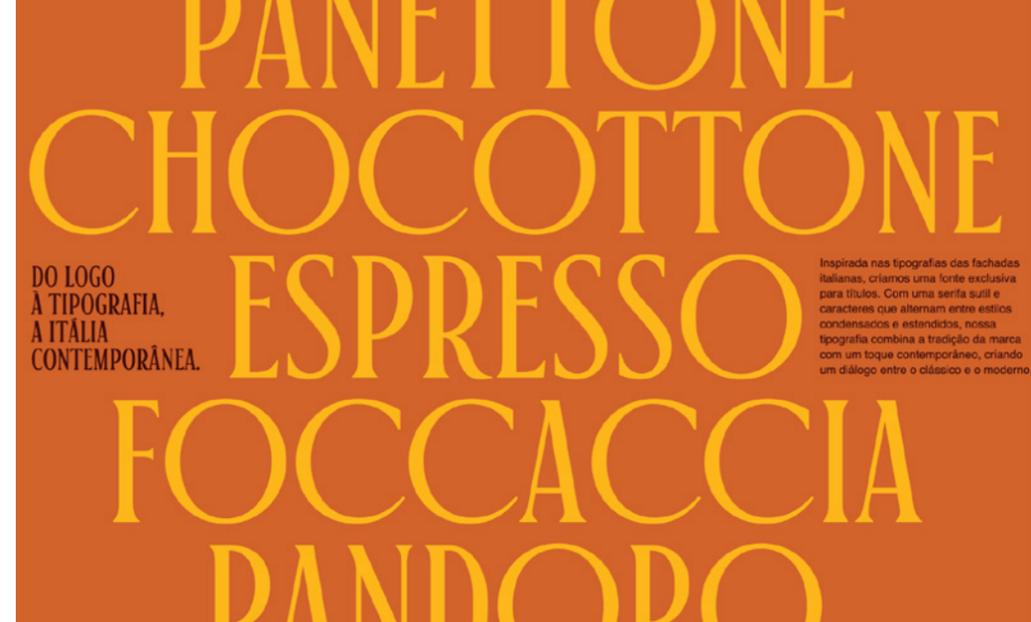
Direção geral: Marcio Mota | Direção de criação: Cris Inoue | Coordenação do projeto: Tau Fernandes | Designers e redatores: Alexandre Pipari, Tau Fernandes, Bianca Victorino | Gerente de conta: Carolina Brandão | Tipografia: Pandemonium Type, Leopoldo Leal

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Casa Bauducco



DO LOGO  
À TIPOGRAFIA,  
A ITÁLIA  
CONTEMPORÂNEA.

Inspiração nas tipografias das fachadas italianas, criamos uma fonte exclusiva para títulos. Com uma serifa sutil e caracteres que alternam entre estilos condensados e estendidos, nossa tipografia combina a tradição da marca com um toque contemporâneo, criando um diálogo entre o clássico e o moderno.



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## Globotipo Corporativa

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em um novo capítulo do projeto “Uma só Globo”, era necessário criar a tipografia institucional que fosse a voz corporativa da Globo e que amarrasse seu diverso ecossistema, “do plim ao play”. Seguindo o princípio de que a forma segue a função, este design tipográfico honra a herança visual da Globo e foca na execução criteriosa de cada detalhe. As letras seguem uma construção geométrica, com terminações em ângulo em letras como ‘g’ e ‘y’, e horizontais, como em ‘c’ e ‘e’. Essa particularidade concilia o estilo adotado em 2018 para o Globoplay e a herança visual da TV Globo. A neutralidade formal do desenho permite que o conteúdo, cores e fotos das diferentes unidades de negócio brilhem sem perder a unidade do conjunto.

### FICHA TÉCNICA

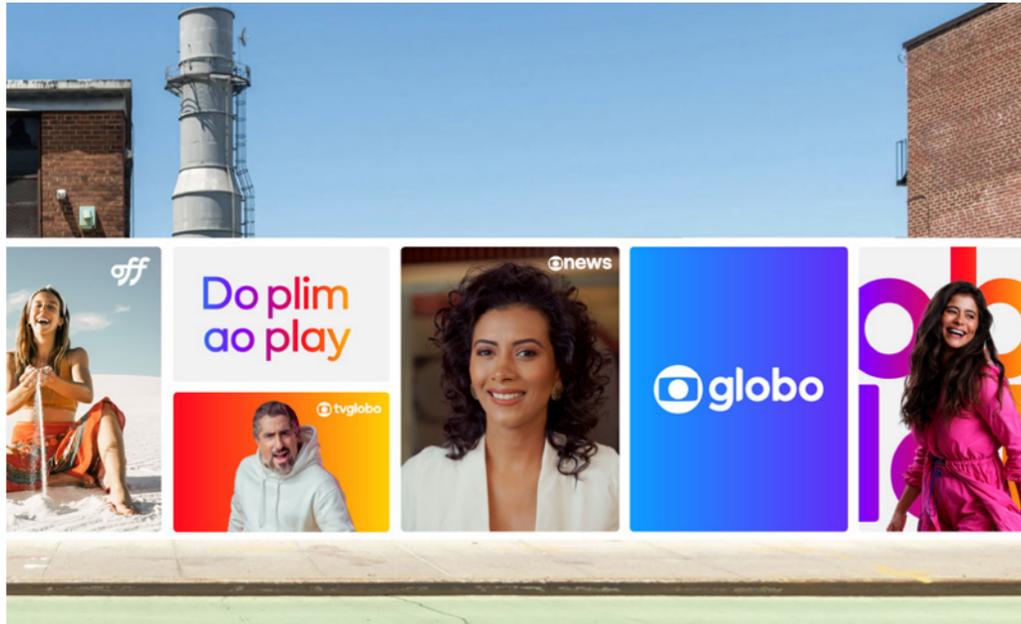
Estúdio Fabio Haag Type (Fabio Haag, Henrique Beier, Sofia Mohr, Ana Laydner e Eduilson Coan); Globo: Ricardo Moyano (Diretor de Criação), Julio Marcello (Gerente de Criação), Lorena Freire e Lara Miranda (Design), José Maranhão (Redação), Stephanie Britsch e Paulo Vitor Siqueira (Editores e Videomakers), Simone Szwarcwald, Viviane Tanner e Alexsandro Junior (Atendimento), Bernardo Magalhães, Anna Cristina Almeida, Fernanda Ferro, Ygor Sobesi, Manuel Falcao, Victor Seabra e Bruno Altieri (Marca)

### AUTORIA

Estúdio Fabio Haag Type e Globo

### CLIENTE

Globo



tipografia  
tipo corporativa

Globotipo  
corporativa  
regular

para uso prioritário em todos os textos.

Globotipo  
corporativa  
bold

Usada para grafismos, fundos e destaques em títulos.

## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## MarketCoop Type

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

MarketCoop Type é a voz tipográfica da MarketCoop, uma família de fontes originais com terminações arredondadas que reflete o caráter acolhedor e amigável de uma cooperativa. Essa família, composta por três pesos, abrange diversos idiomas do alfabeto latino e inclui um estilo exclusivo de ícones que representam os vários setores contemplados pelos produtores associados ao MarketCoop, desde o café até a moda, passando pela apicultura e pelo transporte, entre muitos outros setores. Como toque final, a família de fontes também oferece caracteres alternativos que emulam a escrita manual com uma estrutura cursiva. Na identidade visual, esses caracteres são usados com parcimônia, agregando um toque humano a toda a comunicação verbal do MarketCoop.

### FICHA TÉCNICA

Desenho de tipo: Álvaro Franca e Felipe Casaprima | Produção de fontes: Álvaro Franca e Felipe Casaprima | Direção de criação: Erika Martins | Direção de planejamento: Rafael Todeschini | Conceito original e direção de arte: Erika Martins

### AUTORIA

OBLÍQUO & Naipe Foundry

### CLIENTE

Sistema OCB & SESCOOP

MarketCoopType

MarketCoopType Light  
MarketCoopType Regular  
MarketCoopType Bold

MarketCoopType Icons



MarketCoop Type Light

A B C D E F G H I J K L  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e e f g g h i j k k l l m  
n o p q r r s s t u v w x x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



A brincadeira é  
o mais legal quando  
acontece lá fora

## Natura Naturé

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O relançamento da linha infantil Natura Naturé, inativa desde 2008, revive o conceito de “brincar livre na natureza”. A criação dos personagens Naturés, desenhados com partes soltas e de interpretação livre, captura essa essência. Respeitando a imposição da Helvetica como fonte padrão, desenvolvemos a Naturé Parts, uma tipografia que existe em simbiose com a Helvetica. Esse sistema tipográfico inovador integra-se perfeitamente à identidade visual, trazendo vida e personalidade à comunicação, sem romper com a tradição da marca.

### FICHA TÉCNICA

Direção Geral: Marcio Mota | Direção Criativa: Luca Bacchiocchi | Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô | Coordenação de Design: Erick Fugii | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Rodrigo Gondin, Bianca Victorino, Carol Ohashi, Will Girundi, Namie Arakawa, Heitor Gois, Thayna Brito, Alexandre Opipari, Julia Gontier | Shape Design: Juliana Vieira Santos | Redação: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Isabel Melo, Catharina Rocha | Videocase: Arthur Moura | Produção Foto: The Box

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## CRAFT FOR DESIGN

FOTOGRAFIA



## O Re-brandbook de 700 anos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Spaten é uma tradicional cervejaria alemã, fundada em 1397, em Munique. O seu principal diferencial é o estilo “Munich Helles”, um líquido que pode ser descrito como “o equilíbrio perfeito entre força e suavidade”. Mesmo com toda sua história e tradição de quase 700 anos, Spaten chegou desconhecida ao Brasil em 2021. E apesar de rapidamente se tornar um sucesso de vendas e cair no gosto dos brasileiros, as pessoas não conheciam a história dessa marca tão poderosa. O nosso desafio era contar essa história tanto verbal quanto visualmente, para guiar parceiros e fornecedores na criação de campanhas de Spaten, e imprimir consistência para o público.

### FICHA TÉCNICA

GUT – CCO: Bruno Brux | ECD: Tiago Abreu | Global Head of Design: Murilo Melo | Designers: Lucas Adam, Raul Lima, André Vervloet (Firulo) | Creative Directors: Julia Mota e Lucas Adam | ACD: Daniel Achucarro | Creatives: Gabriel Braga, Jorge Lucas, Junior Santos, Kayran Moroni, Marcelo Carvalho, Mariane Almeida | SPATEN – VP Marketing Brasil: Daniel Wakswaser | Diretor Global Brands: Cinthia Klumpp | Head Estratégia Spaten: Carolina Caracas Gargione | Brand Planner Spaten: Lidia Anjos

### AUTORIA

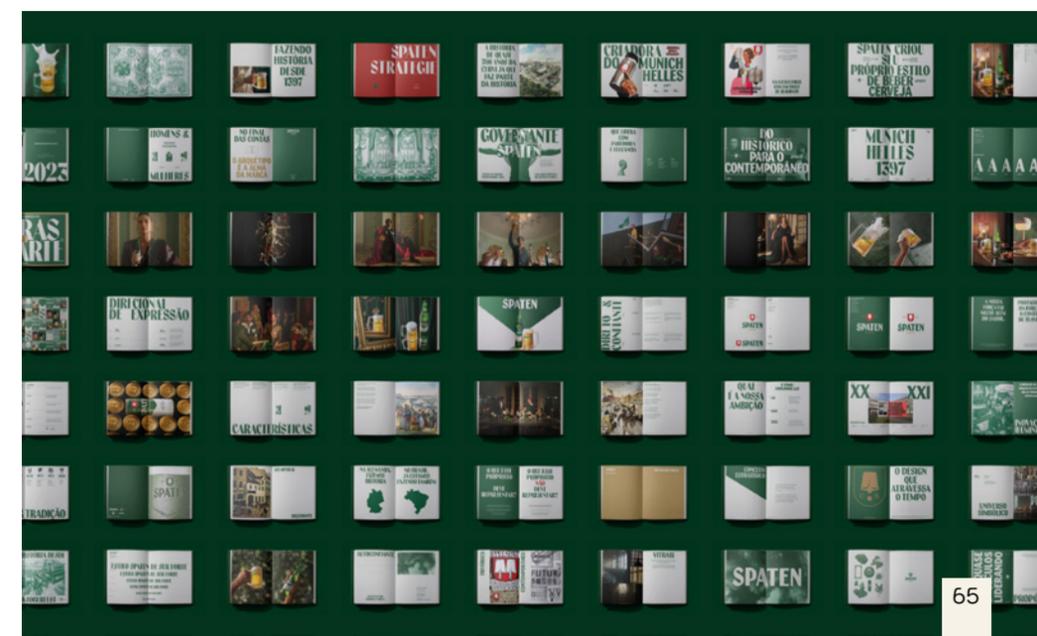
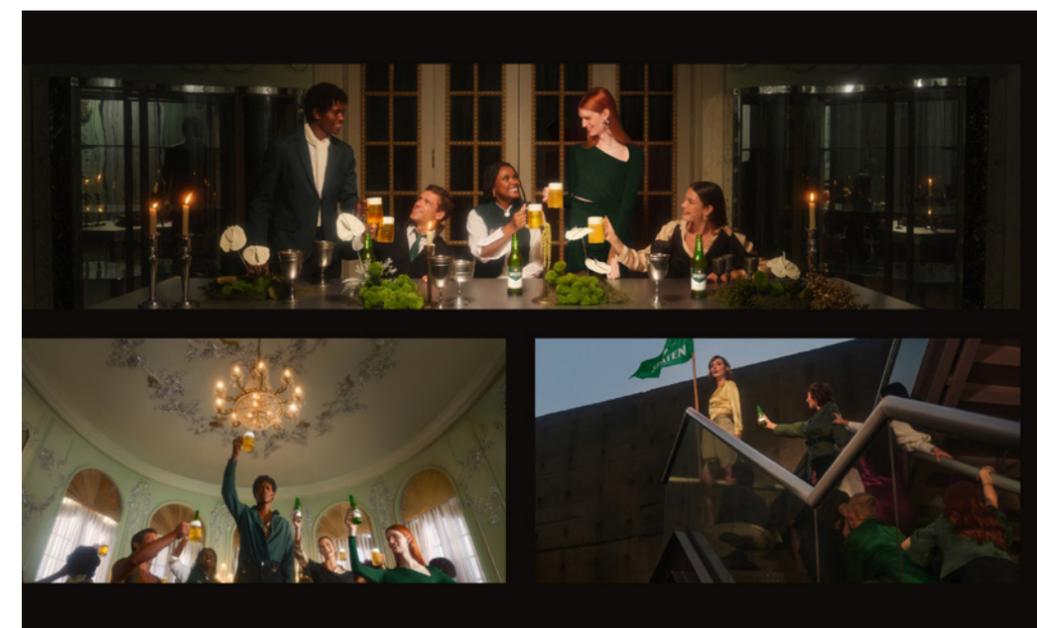
GUT

### CLIENTE

Spaten



O RE-BRANDBOOK DE 700 ANOS



## CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



## Brahma apresenta: Um São João de João Grilo e Chicó

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Uma Aventura de João Grilo e Chicó" é, sobretudo, uma homenagem ao Nordeste brasileiro. Como grande patrocinadora da festa que desloca milhões todos os anos, Brahma buscou, a todo momento, valorizar e dar luz à interesses e características que traduzem um pouco do que é viver na região. É a partir deste raciocínio que nasce o spin off de Auto da Compadecida 2. Em uma co-criação que durou quase dois anos, em parceria com a Conspiração filmes, diretores, atores e familiares de Ariano Suassuna, desenvolvemos o key visual que inspirou o curta metragem e as ilustrações que conduziram nossa campanha de São João, mantendo-nos fieis a toda a tradição e representatividade de uma das obras mais significativas do Brasil. Afinal, com clássicos não se brinca.

### FICHA TÉCNICA

CCO: Sergio Gordilho | CO-CCO: Nicholas Bergantin | ECDs: Bruno Oppido e Gustavo Victorino | Diretores de Criação: Henrique Martins e Raphael Santos | ACD Social: Guilherme Portugal | Criação: Lucas Menegotto, Raphaela Filippetto, Rafael Teixeira, Giovanna Carvalho | Criação Social: Camila Cicolo e Gustavo Silva | Co-COO: Heloísa Pupim | Atendimento: Rafael Marques, Vivianne Santos, Giulia Fernandes, Luisa Pires, Giovanna Antacii, Isabella Paes | VP Mídia: Pedro Eustachio

### AUTORIA

Africa Creative DDB

### CLIENTE

Brahma



## CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



## McLolla 2024

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os cartazes do Lollapalooza são uma marca central na comunicação do evento todos os anos, funcionando como um backdrop instantaneamente reconhecível na época dos shows. Para 2024 o McDonald's convidou Jun Ionedá a expressar sua visão sobre música e diversão em cartazes que foram utilizados não só pela marca, mas também pelo evento como parte das paredes de lambe. As ilustrações também foram desdobradas em todos os materiais de divulgação do McDonald's na temporada do Lollapalooza 2024.

### FICHA TÉCNICA

Ilustrações e Design de Cartazes: Jun Ionedá | Animações: Ricardo Campana | Direção e Materiais Derivados: GALERIA

### AUTORIA

Jun Ionedá

### CLIENTE

McDonald's



## CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



## CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



## Natura Bothânica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A linha Natura Botânica inaugura uma nova abordagem da Natura, combinando produtos para casa e corpo em embalagens que embelezam o ambiente. Cada embalagem foi projetada com a intenção de ser reutilizável, integrando beleza e sustentabilidade. Um lado das embalagens é dedicado exclusivamente à ilustração Bothânica, criando o conceito do "home label". Essa abordagem diferenciada une o design funcional ao estético, oferecendo um produto que transcende o uso convencional e se torna parte da decoração do lar.

### FICHA TÉCNICA

Direção Geral: Marcio Mota | Direção Criativa: Luca Bacchiocchi | Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô | Coordenação de Design: Erick Fugii, Louise Haas | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Will Girundi, Bianca Victorino, Namie Arakawa, Henrique Lucio, Adson Rodrigues, Marcos Gomes | Shape Design: Juliana Vieira Santos | Redação: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Isabel Melo | Videocase: Arthur Moura | Tratamento: André Cardoso da Silva | Produção Xilogravuras: Xilomóvel, Luciana Bertarelli, Simone Peixoto

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## Ópera – O Olhar de Judith

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustrações para ópera O Olhar de Judith (Judith's Gaze)

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier

### AUTORIA

Casa Rex

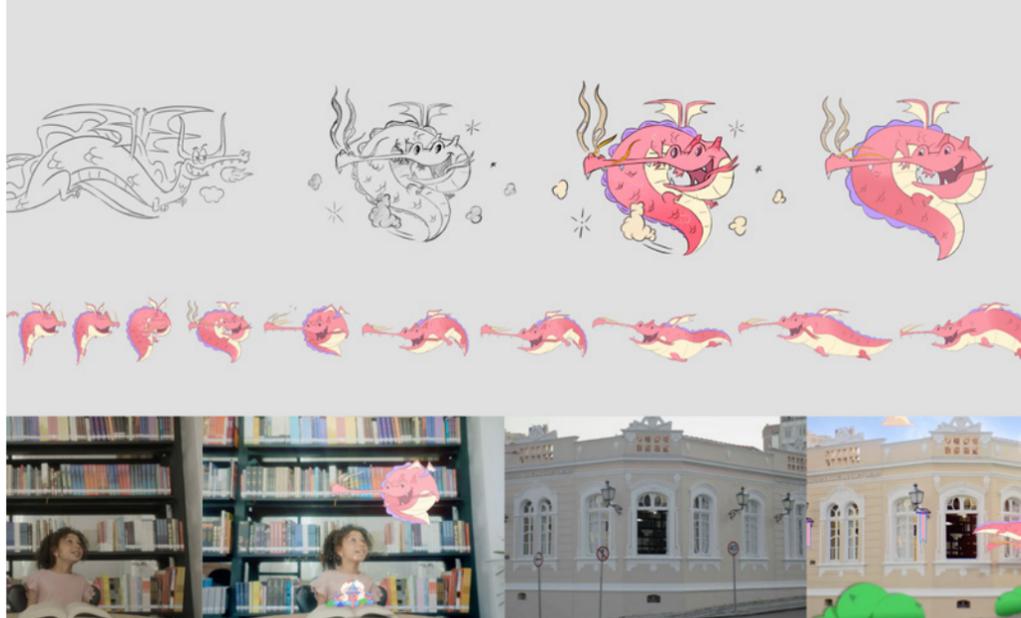
### CLIENTE

Theatro Municipal de São Paulo/  
Sustenidos

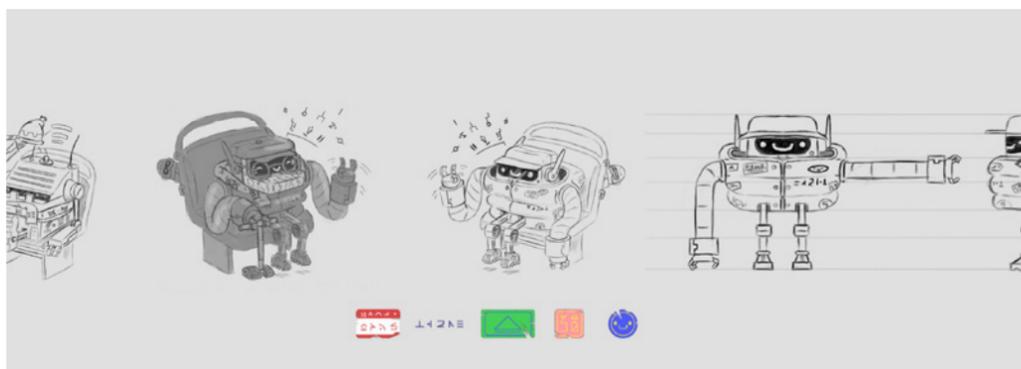


## CRAFT FOR DESIGN

MOTION



A campanha de incentivo à leitura combina imagens captadas de pontos turísticos da cidade de Curitiba, onde seres fantásticos interagem com o cotidiano da cidade e sua personagem principal. Todo a captação de imagens e concepção de personagens foram feitos pela Smart Diseños.



## Campanha de Incentivo à Leitura

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Campanha da Prefeitura Municipal de Curitiba de incentivo à leitura voltada para o público infantojuvenil, divulgada nas mídias sociais. Combinando imagens captadas da cidade de Curitiba com animação em várias linguagens, o vídeo da campanha busca trazer personagens fantásticos da literatura à vida, aproximando pais e filhos do universo da leitura de forma lúdica e envolvente.

### FICHA TÉCNICA

Guilherme Lepca, Janis Medeiros, Daniel Duda, Axel Giller, João Jujuba, Francisco Sandmann, Henrique Nascimento, Pablo Peiker, Matheus Kleves

### AUTORIA

Smart Diseños

### CLIENTE

Prefeitura Municipal de Curitiba

## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## Caxa Display

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Caxa Display é uma fonte que tem como principal característica propriedades que ajudam as letras a se encaixarem e ajudar na construção de layouts que utilizam ilustração ou que podem usar a fonte como elemento ilustrativo.

### FICHA TÉCNICA

Designers: João Maiolini, Renato Brito Mamede, Vítor Brito Pereira | Produção e programação: Márcio J. Freitas | Ilustrações deste projeto: Laura Nunes, Renato Brito Mamede, Vítor Brito Pereira

### AUTORIA

Estúdio Caxa

### CLIENTE

Estúdio Caxa



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## Eligra

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Eligra é uma família de fontes sem serifa, criada inicialmente para uma marca pessoal e expandida para uso comercial. Com design geométrico/grotesco e estética retrofuturista, é inspirada em clássicos como Helvetica, Gotham e, principalmente, Universal, de Herbert Bayer. Destacam-se as curvas dos caracteres K, R, X, Y, W, Z, o M de pernas abertas, o "e" de barra inclinada e o "g" com cauda truncada. Com mais de 800 glifos, incluindo caracteres latinos, cirílicos, gregos, alternativas estilísticas, numerais old style e 22 estilos, Eligra foi destacada na capa e no Hot New do MyFonts em 2023.

### FICHA TÉCNICA

Criação e desenvolvimento: Eliezer Grawe

### AUTORIA

Eliezer Grawe

### CLIENTE

Eliezer Grawe



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



## Firula – Família tipográfica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Firula é uma script variável cheia de...você adivinhou: firula! Desenhada inicialmente com pincel, construímos uma família tipográfica em 6 pesos. Sua personalidade evolui de uma Light elegante a uma Black cheia de humor. A inclinação típica de fontes caligráficas dá uma sensação de agilidade ótima para projetos de embalagens, alimentos, bebidas e muitos outros destinos. Ela vive bem em convites de festa infantil a projetos editoriais elegantes.

### FICHA TÉCNICA

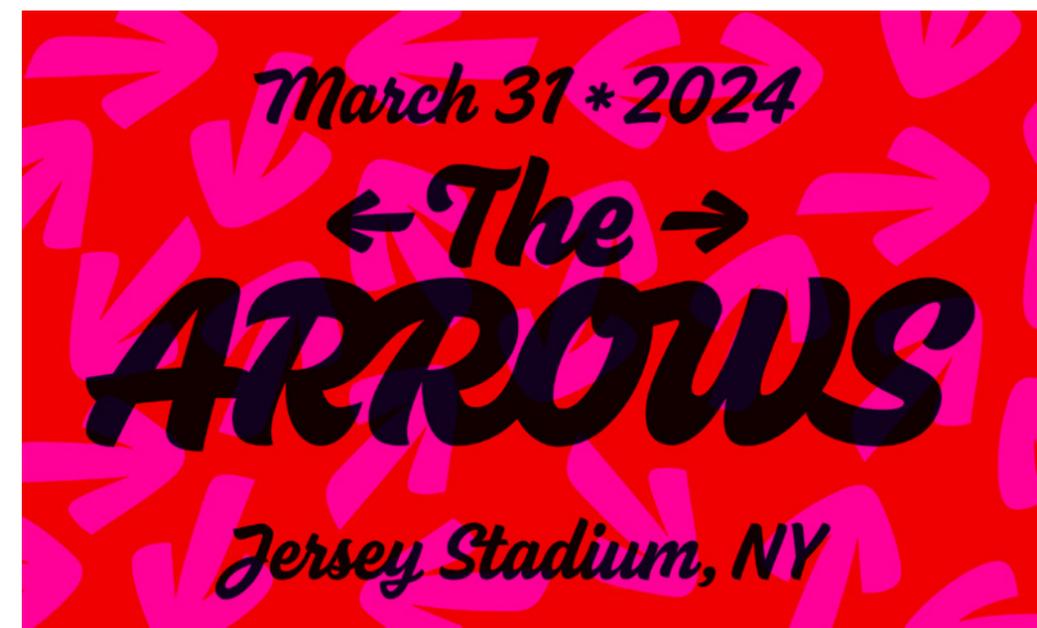
Desenho tipográfico: Rodrigo Saiani  
| Campanha: Produção Salsicha Co. |  
Direção de arte e ilustração: Dominique Kronemberger e Brunno Balco | Animação: Diego Leal | Trilha sonora: Consoante.cc, André Gonzales

### AUTORIA

Rodrigo Saiani

### CLIENTE

Plau



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



### Inter – Paleta tipográfica

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Antes chamado de Banco Inter, Inter vinha em um processo de revisão da sua marca e preparação para internacionalização. Nosso papel no projeto foi de contribuir alternativas para o logotipo, desenhar possíveis símbolos e criar uma família tipográfica de títulos para compor a paleta tipográfica com a fonte de interface Inter. A versão internacional do nome – Inter & Co. também foi importante para criação da família tipográfica, uma vez que o ampersand era um importante carácter tanto semanticamente, significando parceria e união, quanto graficamente.

#### FICHA TÉCNICA

Desenho tipográfico: Carlos Mignot, Rodrigo Saiani | Direção criativa: Bruno Ribeiro, Ralph Mayer, Ronaldo Vidal | Design: Bruno Ribeiro, Ralph Mayer, Ronaldo Vidal, Rônatan Bica, Satsuki Arakaki, Carlos Mignot, Rodrigo Saiani | Motion: Miriam Kim, Ronaldo Vidal, Rônatan Bica

#### AUTORIA

Plau e Polar

#### CLIENTE

Inter



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



### Massima – Família tipográfica

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ao mesmo tempo uma homenagem ao design do século XX e conectada com os dias atuais, a Massima é um revival da Futura Maxi, variante display da Futura que encontramos em specimens tipográficos antigos. Mas a Massima não é apenas uma transposição literal da Futura Maxi do passado para hoje. Ela mantém o espírito da referência, porém com uma força diferente. Para chegar nesse ponto, a Massima também ganhou toques de outras tipografias clássicas, como Kabel e Avant Garde.

#### FICHA TÉCNICA

Type design e design gráfico:  
Carlos Mignot

#### AUTORIA

Carlos Mignot

#### CLIENTE

Plau

tura Maxi  
vival

# Massima

A tribute to style.

tura Maxi  
vival

Thin  
ExtraLight  
Light  
Regular  
Medium

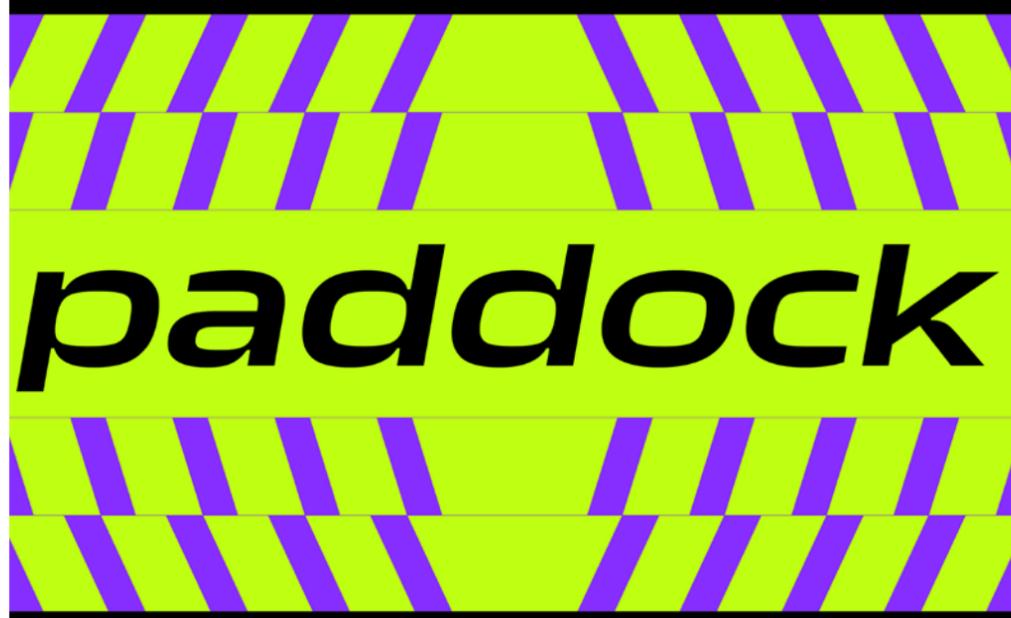
SemiBold  
Bold  
ExtraBold  
Black  
Ultra

**Copacabana**  
Rua Barata Ribeiro  
**fusquinha**  
Antônio Carlos Jobim Águas de Março (1987 Versão)  
**ALTINHA**  
DONA IVONE LARA  
**Oswaldo Aranha**

Simca Chambord  
“Descobri em você minha paz.”  
**IPANEMA**  
Benjamin Constant  
Chapéu Mangueira  
**1969**

CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



Paddock — Família tipográfica

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenhada para acelerar, Paddock é uma família de fontes que captura a essência da velocidade com cinco larguras e seis estilos, além dos itálicos equivalentes. De ultra condensada a extremamente larga, as curvas ágeis e o design futurista da Paddock são diretamente inspirado pelo universo automobilístico de alta velocidade.

FICHA TÉCNICA

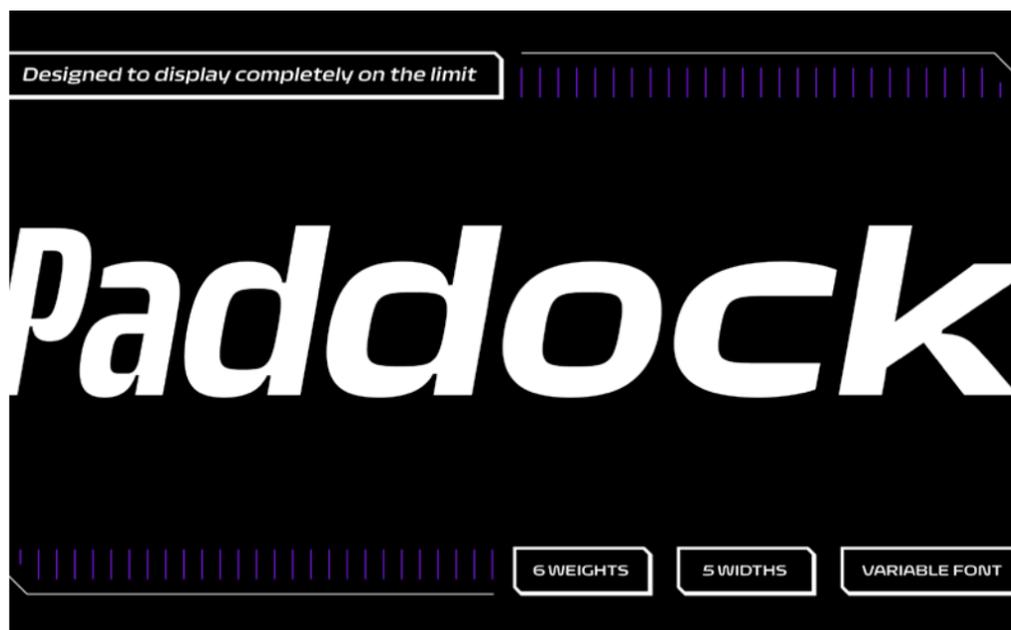
Type Design: Carlos Mignot | Motion Design: Studio Madroom — João Renato Nicolli | Art Direction: Yago Ferreira and Eduardo Soldatti | 3D Design: Dillan Sampaio

AUTORIA

Carlos Mignot

CLIENTE

Plau



FERRARI 308 GTB // // // MARANELLO // // // 1977

CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



Quiero Serif Display

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Quiero Café foi inaugurado em 2015 em Teutônia (RS), mas foi a partir de 2018 que a empresa passou a viver uma fase de expansão com a abertura de franquias da marca. Naquele momento, o negócio sentiu a necessidade de revisar seu posicionamento estratégico e sua expressão de marca, tornando-o mais consistente e preparando-o para o crescimento. Na época, o projeto conectou os sócios ao seu propósito. Em 2023, o Quiero Café retornou ao nosso estúdio para uma adequação do branding do negócio, buscando potencializar a marca e sua comunicação para acompanhar novos desafios e necessidades frutos de um crescimento de aproximadamente 600% (avanço de 8 para mais de 50 lojas). Dentre as entregas desta nova etapa, está uma tipografia autoral: a Quiero Serif Display.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Felipe B. Amaral e Sauê Ferlauto | Type Design: Sauê Ferlauto | Equipe de Design: Camila Sanzi e Vinicius Beltramin

AUTORIA

StudioBah + Sauê Ferlauto

CLIENTE

Quiero Café



## CRAFT FOR DESIGN

TIPOGRAFIA



# Feel free to choose prosperity.

## Serena

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com 15 anos de atuação no Brasil, Omega Energia se transformou em Serena, refletindo uma nova era de energia limpa. Fomos encarregados de reimaginar completamente a marca, desde o posicionamento até a linguagem visual, com foco nos mercados brasileiro e americano. O projeto incluiu a criação da tipografia customizada Serena, que combina tecnologia e humanidade, parte essencial da nova identidade visual. Essa transformação captura a essência da “energia da prosperidade”, diferenciando Serena no competitivo mercado de energia limpa.

### FICHA TÉCNICA

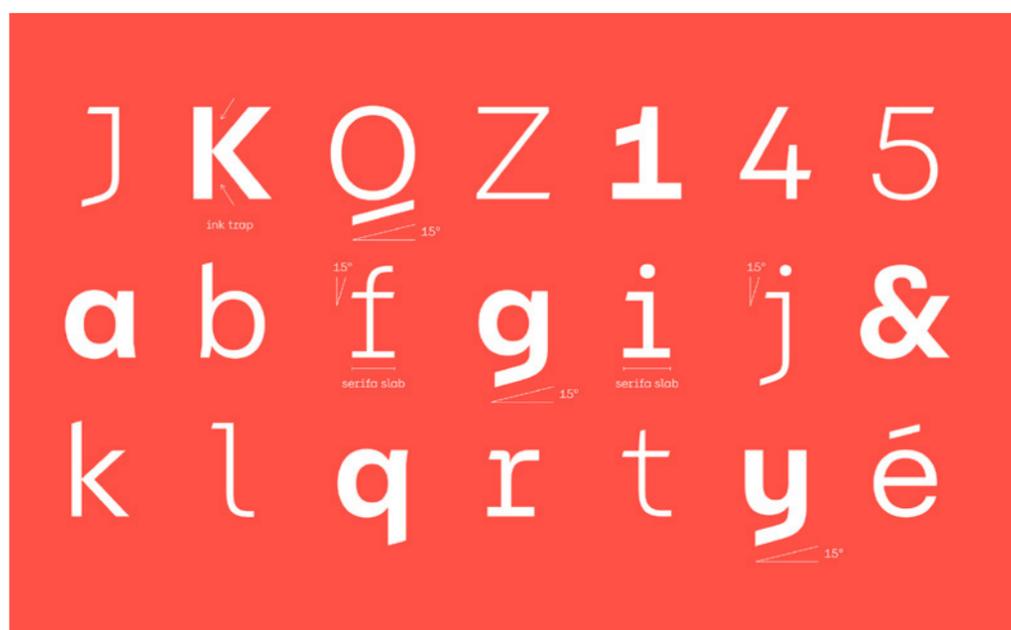
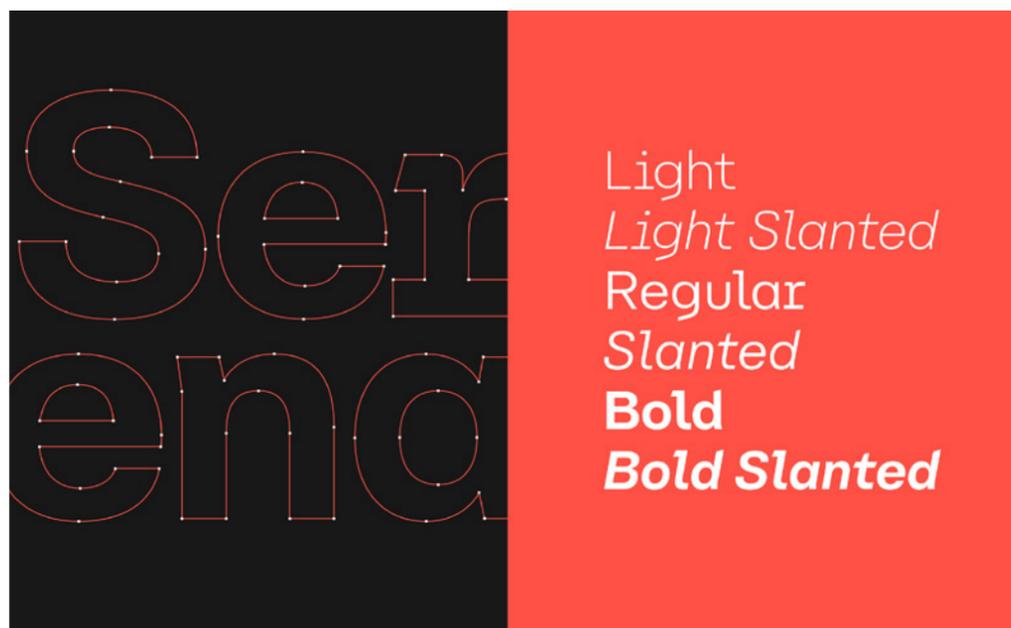
Direção Geral: Marcio Mota e Cris Inoue  
| Direção de Estratégia: Luciane Matiello  
| Direção de Pesquisa Quali: Lilia Barreto  
| Direção de Pesquisa Quanti: Valkiria Garre  
| Direção Criativa: Luca Bacchiocchi  
| Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô  
| Coordenação de Design: Erick Fugii  
| Consultoria tipográfica (logo): Leopoldo Leal  
| Redação: Isabel Melo | Design: Erick Fugii, Will Girundi, Bianca Victorino | Motion Design: Rebeca Prado | Tipografia: Plau Design | Ilustração: Oio ilustração

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Serena Energia



## CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO



## Le Petit – Comemoração de 10 anos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consistiu na criação de uma ilustração para embalagens comemorativas do 10º aniversário da marca, destacando uma cena rica e divertida que incorpora elementos locais e históricos significativos para a trajetória da marca. A arquitetura trazida na imagem mistura referências à origem gaúcha da marca com a referência francesa do produto. O desafio principal foi integrar diversas referências em um único cenário: datas comemorativas, matérias-primas dos sabores – como o morango e o cacau por exemplo, além da representação da equipe e proprietária da marca, que no início fazia tudo de forma artesanal. A ilustração é inspirada no estilo “search and find”, com intuito de despertar a curiosidade e conexão emocional, tornando o observador parte ativa do cenário.

### FICHA TÉCNICA

Design: Casadoxo | Ilustração: Estúdio Arth  
| Embalagens: Loja da Lata / Grafdil / New Color

### AUTORIA

Estúdio Arth

### CLIENTE

Le Petit Macarons



## CRAFT FOR DESIGN

PROJETOS ESTUDANTIS



# A PRINCESA ESQUECEU DE ASSINAR NOSSA CARTEIRA DE TRABALHO REPARAÇÃO BOLD!

## Reparação Bold

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Reparação Bold é uma fonte condensada de peso único inspirada no movimento negro brasileiro, sua criação surge com os objetivos de resgatar o debate acerca da necessidade de reparação dos danos causados pela escravidão no Brasil e expandir o repertório visual-tipográfico referente a cultura negra brasileira. Com um total de 230 caracteres a fonte abrange o conjunto de caracteres indicado pela ANSI e tem suporte para 62 idiomas. Assim é disponibilizada uma tipografia com carga cultural, que pode ser selecionada não apenas por suas características funcionais e estéticas, mas também por seu contexto histórico.

### FICHA TÉCNICA

Patrick Guanaz, Nikolas Lorencini

### AUTORIA

Patrick Guanaz, Prof. Nikolas Lorencini

### CLIENTE

Senac Santo Amaro



## CRAFT FOR DESIGN

PROJETOS ESTUDANTIS



## Corote: direção de arte para um editorial da marca de bebidas

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em Corote – Uma História de Amor, o ordinário se torna sofisticado, tem-se beleza no caos e, no fim, a aceitação de um coração partido. O projeto é uma nova forma de pensar a comunicação da marca de bebidas Corote, inspirada nos contos de fadas, mas contada nos tempos atuais. Considerando a reputação de seus produtos “baratos” e “de baixa qualidade”, assume-se tais atribuições a fim de subvertê-las, através de uma direção de arte inspirada no sarcasmo e na ironia bem-humorada. Trata-se de um editorial que se apresenta na forma de uma história de amor moderna, protagonizada por dois jovens que se encontram em uma festa. Os sabores do Corote são apresentados em diferentes momentos desse evento, ambientados em cenários exageradamente elegantes, certamente inusitados para o seu consumo.

### FICHA TÉCNICA

Orientação: Prof. Dr. Leopoldo Leal |  
Disciplina: Direção de arte: construção de narrativas e territórios visuais

### AUTORIA

Erick Bianchi Castelhanos Cruz, Marcel Puodzius Barbosa da Silva, Maria Fernanda Seibel, Namie Hideshima Arakawa, Otávio de Oliveira Amorim Chaves e Sophia Sampaio Teixeira

### CLIENTE

Design ESPM SP





## Sobre vidas, sentidos e cores: Um estudo sobre Cores e Sensações aplicadas a Animações

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Sobre vidas, sentidos e cores” é uma animação que explora a relação entre cores e emoções, abordando a falta de cuidado com o meio ambiente na região amazônica. Guiada por Manu, uma criança corajosa, a animação utiliza os três níveis do design emocional para evocar reflexões nos espectadores. Um pesquisa com usuários confirmou que as cores, quando usadas corretamente, intensificam sensações e mantêm a atenção. Além disso, a narrativa impactou moradores do Rio Grande do Sul, afetados pelas cheias de 2024, destacando a importância da preservação ambiental e o papel crucial da floresta amazônica no equilíbrio climático.

### FICHA TÉCNICA

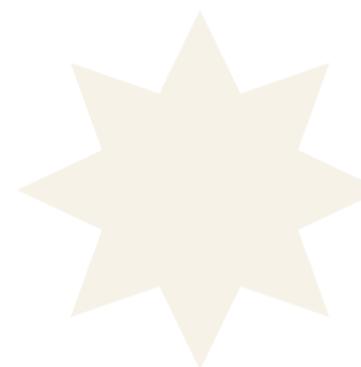
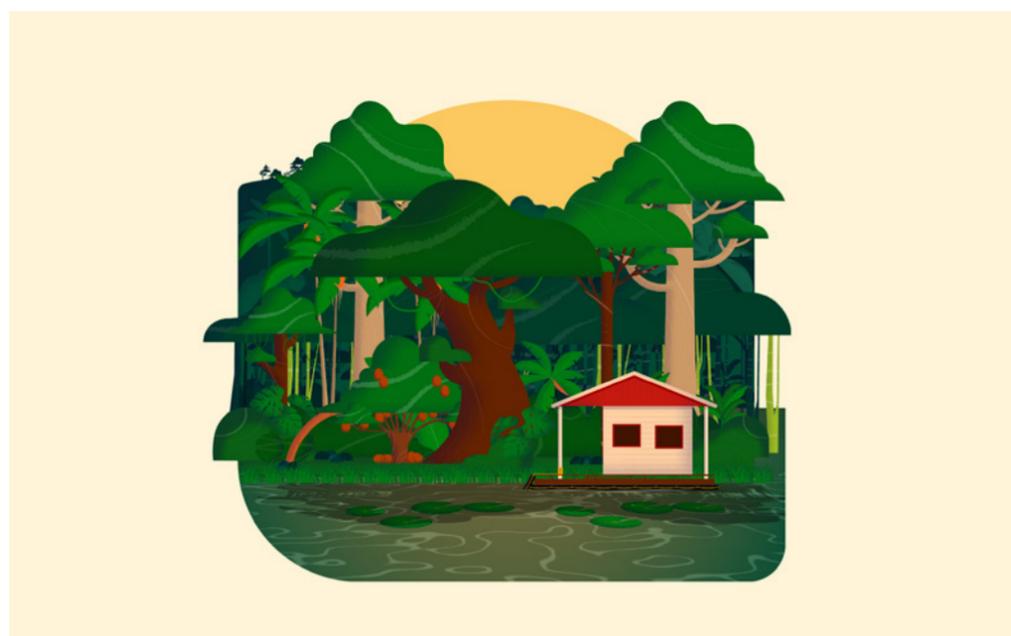
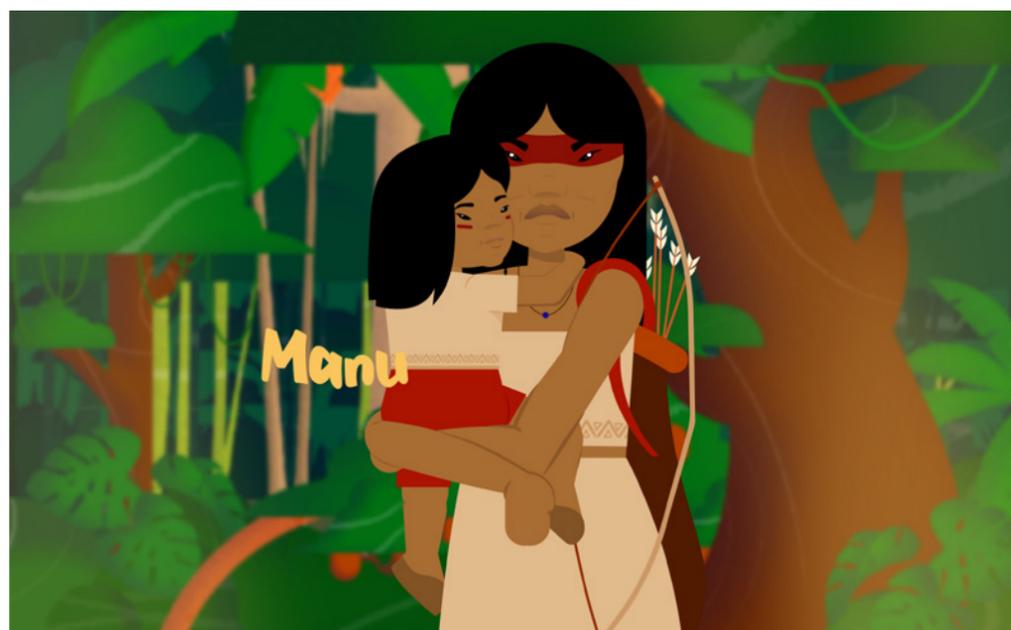
Larissa Machado Carletto (autora, ilustradora, motion designer);  
Raquel Barcelos de Souza (orientadora);  
Renata Lohmann (avaliadora); Vagner Zarpellon (avaliador).

### AUTORIA

Larissa Machado Carletto; Raquel Barcelos de Souza (orientadora)

### CLIENTE

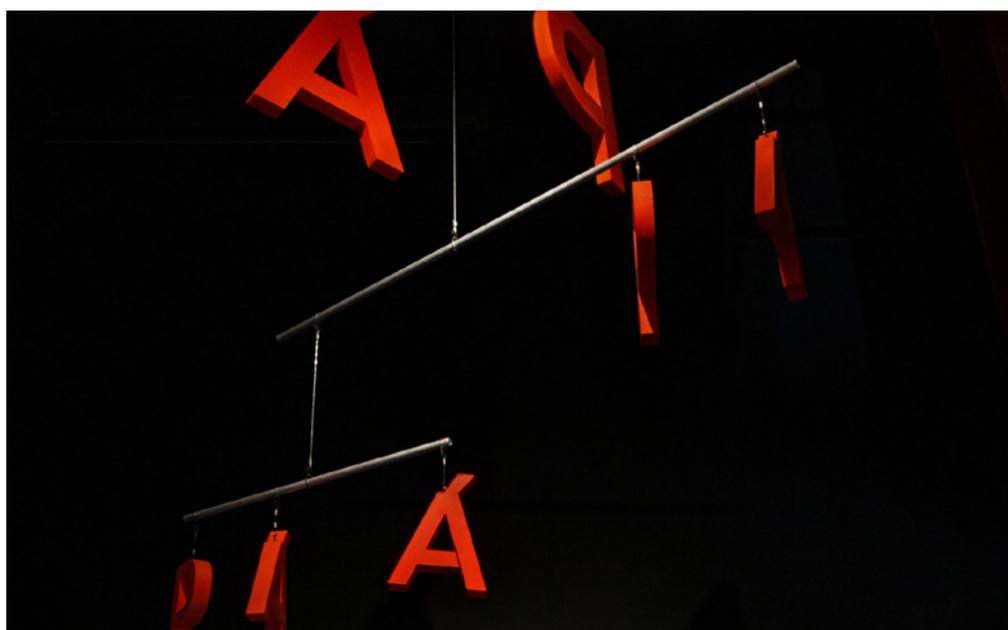
Universidade do Vale do Taquari - Univates





## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Móvil tipográfico – Museu da Língua Portuguesa

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Móviles tipográficos para a exposição  
“Essa Nossa Canção”.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho,  
Carol Vapsys, Kaique Xavier |  
Produção: Maciço Estúdio

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

Museu da Língua Portuguesa

## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
VISUAL DE ESPAÇOS CORPORATIVOS



## TikTok

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Inauguramos a primeira sede do TikTok em  
nosso país trazendo para o novo espaço  
o puro Suco do Brasil. Trouxemos para  
cada ambiente uma pitada da verdadeira  
brasilidade, escapando de estereótipos e  
integrando o universo da marca global à  
nossa essência local.

### FICHA TÉCNICA

Projeto: Porú  
Construção: SAENG  
Gerenciamento: Cushman

### AUTORIA

Porú

### CLIENTE

TikTok

## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



## Beacon School

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de comunicação visual para a Beacon School abrange várias escalas e tipos de intervenções gráficas, estas intervenções, integradas à arquitetura do edifício, ocupam, requalificam e dão um novo significado aos espaços da escola.

### FICHA TÉCNICA

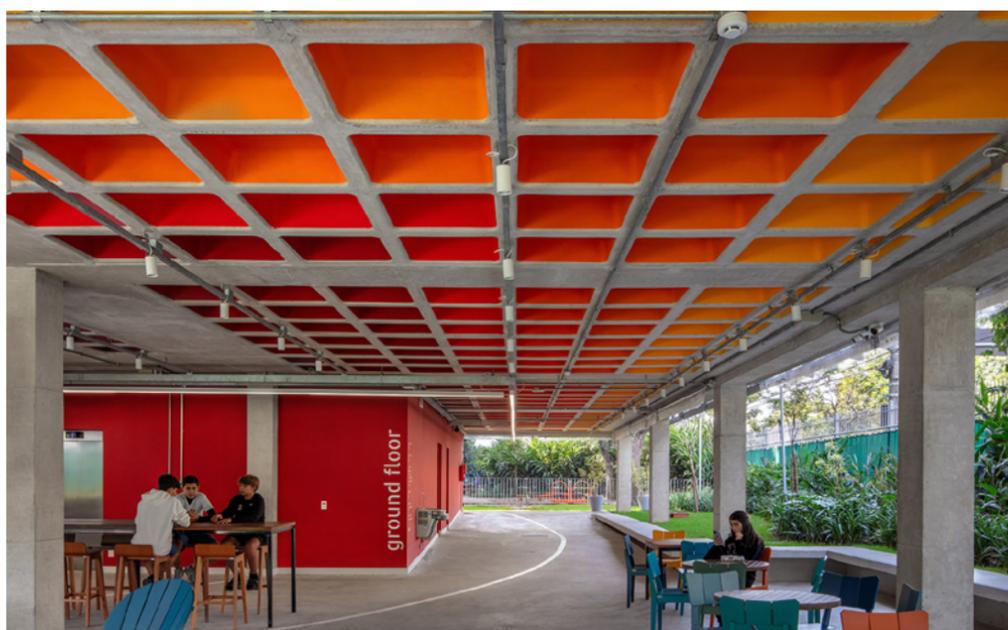
Equipe: João Nitsche, Mara Cruz, Cláudia Carpes, Manuella Leboleiro, Julia Machado, Julia Zielke, Manuella Haygertt, Marcelo Anaf, Tomas Vannucchi, Natália Resegue, Juliano Veloso, Kasia Patyra | Arquitetura: Andrade Morettin Arquitetos Associados | Local: São Paulo, SP

### AUTORIA

Nitsche Projetos Visuais

### CLIENTE

Beacon School



## Spotify Podcast Festival

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Realizado em 2023, o Spotify Podcast Festival teve como proposta criar uma experiência de conexão entre os fãs e seus podcasters favoritos, reunindo alguns dos principais nomes da podosfera nacional para sessões ao vivo, diante do público, no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo. Além de gerar uma identificação imediata com o próprio Spotify, o projeto tinha um desafio ainda maior: transpor a ideia do som para o espaço, dando protagonismo às vozes participantes e gerando identificação com o público. A solução foi uma identidade que simboliza a propagação das ondas sonoras, em seu movimento de ampliar e retrair, conceito que foi desdobrado desde os glifos tipográficos até as composições fotográficas, em uma identidade impactante e funcional nos seus desdobramentos físicos e digitais.

### FICHA TÉCNICA

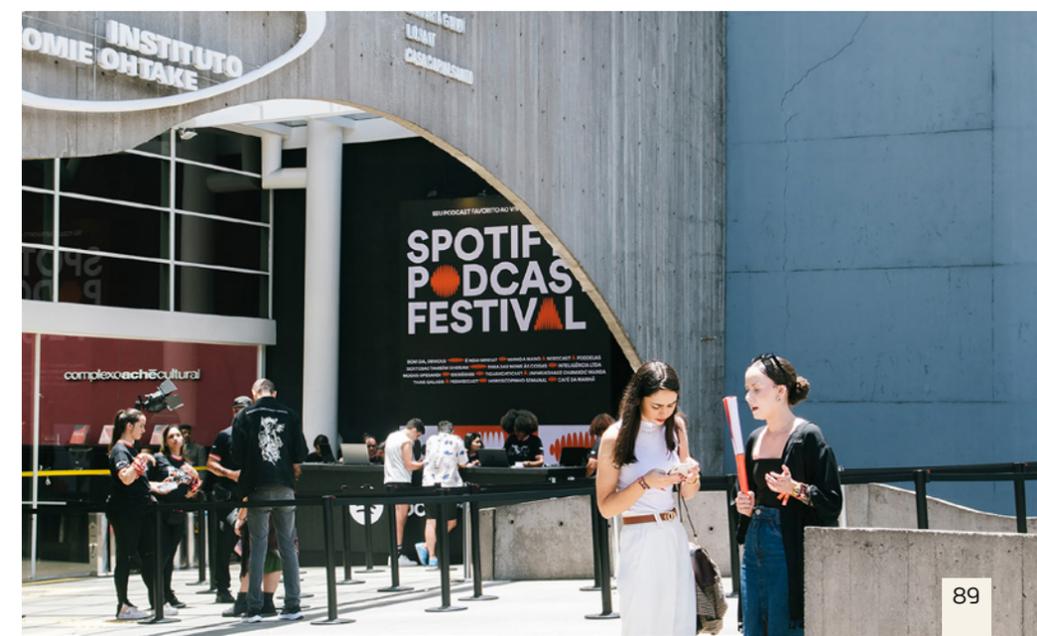
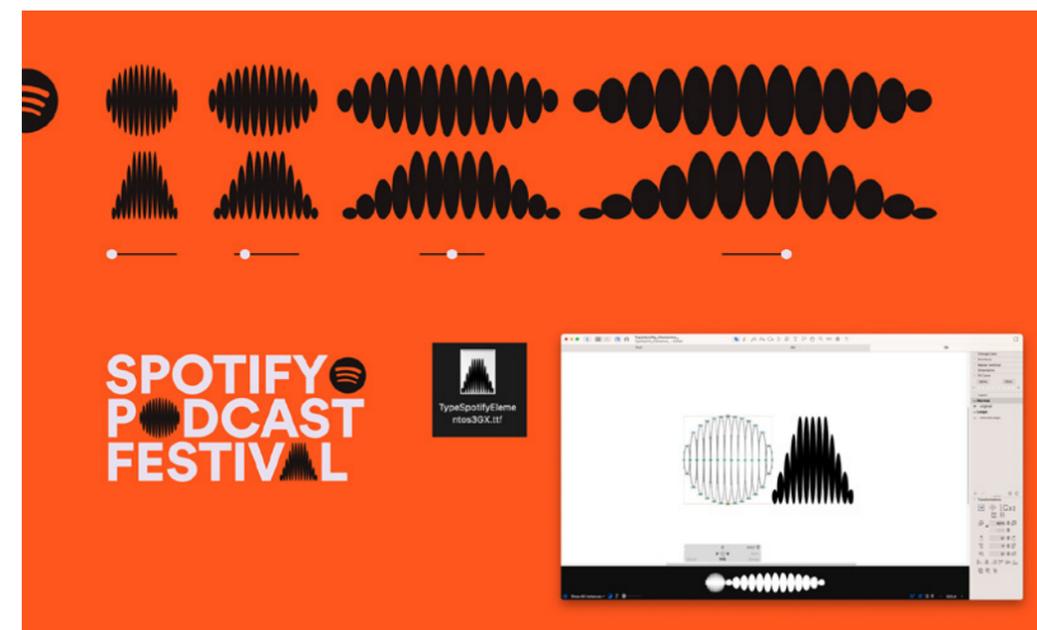
Direção Criativa: Marcelo Roncatti | Direção de Arte: Marcelo Roncatti | Design: Bárbara Luppi, Marcelo Roncatti, Dan Schunck e Fernando Chiara | Direção de Fotografia: Vanessa Queiroz | Motion design: Rebeca Prado | Novos Negócios: Vanessa Queiroz | Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe

### AUTORIA

Colletivo Design

### CLIENTE

Spotify



## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



## Stand Abrin

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2024, criamos um estande para a Mazurky, fabricante de embalagens de papelão. O espaço foi montado na ABRIN, feira de brinquedos, com o objetivo de apresentar o portfólio da Eu Amo Papelão (submarca da Mazurky que atua no segmento) e demonstrar o potencial criativo que a empresa oferece com sua exclusiva tecnologia de impressão digital. O estande foi praticamente todo feito em papelão (com exceção da estrutura de metal e madeira), colocando o material em primeiro plano. Paredes e peças em grandes dimensões, ambientação e personagens em cores vividas — tudo foi pensado para ilustrar como a capacidade produtiva de Mazurky não se limita às caixas. O projeto destacou ainda o caráter sustentável do papelão, material totalmente reciclável, e da impressão digital, que poupa recursos.

### FICHA TÉCNICA

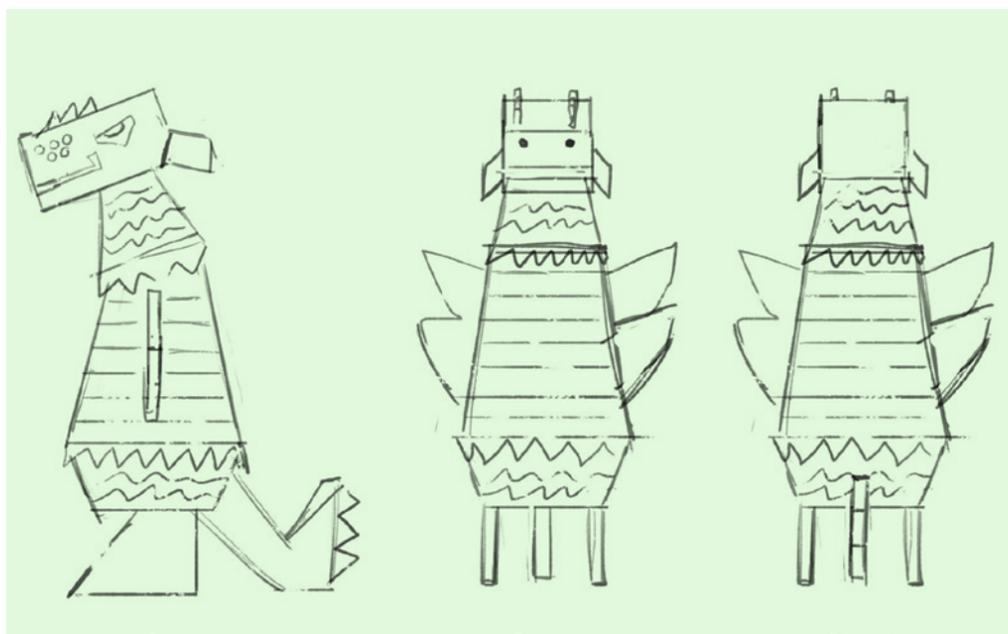
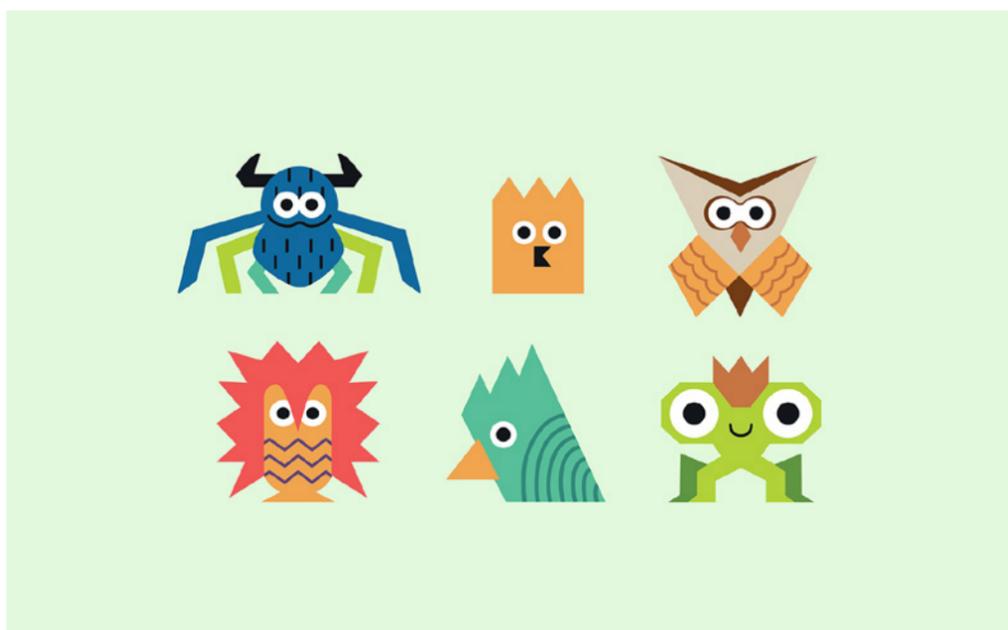
Direção Criativa: Natalia de Andrade |  
Conceito: Mayra Lins e Natalia de Andrade |  
Direção de Arte: David Bergamasco |  
Design: Fernando Chiara | Ilustração: David Bergamasco, Vinicius Capiotti |  
Motion design: Rebeca Prado | Design 3D: Matheus Silva |  
Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe |  
Atendimento: Sabrina Silveira |  
Novos Negócios: Vanessa Queiroz

### AUTORIA

Coletivo Design

### CLIENTE

Mazurky



## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



## WME Awards 2023 — Homenagem a Dona Onete

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em um mercado ainda visto como masculino, o WME (Women's Music Event) foi idealizado como uma plataforma de música, negócios e tecnologia que se dedica a empoderar mulheres da cadeia produtiva musical. Para revelar, enaltecer e honrar as profissionais que estão tanto nos holofotes quanto nos backstages, o evento homenageia em cada edição figuras icônicas da nossa música, e em 2023 a homenageada foi Dona Onete, ícone da música tradicional paraense. Responsáveis por criar o design do projeto e seus desdobramentos em cenografia, bebemos de referências de uma Amazônia futurista e tradicional, mesclando elementos do carimbó com as festas de aparelhagem do Pará. Nasce então uma identidade dançante e impactante, que celebra as mulheres e a cultura brasileira em suas cores, escalas e histórias.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Natalia de Andrade |  
Direção de Arte: David Bergamasco |  
Design: Fernando Chiara | Ilustração: David Bergamasco, Vinicius Capiotti |  
Lettering variável: Dan Schunck |  
Motion design: Rebeca Prado | Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe |  
Atendimento: Eloisa Vieira |  
Novos Negócios: Vanessa Queiroz

### AUTORIA

Coletivo Design

### CLIENTE

Women's Music Event



## DESIGN DE AMBIENTE

CENOGRAFIA



## Por Dentro da Música

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

No PDDM (Por Dentro da Música), tivemos a oportunidade de criar não apenas a identidade visual, mas também o projeto de cenografia para um festival musical inovador. Em sua primeira edição, o evento trouxe encontros íntimos entre artistas renomados, jovens talentos e o público. Realizado no acolhedor Teatro Unimed, em São Paulo, o festival ofereceu uma experiência única de troca e conexão. Nosso desafio foi desenvolver uma marca que capturasse a essência do PDDM, celebrando o encontro entre gerações através de histórias e músicas. A identidade visual foi pensada para refletir essa atmosfera de proximidade, e se desdobrou em uma cenografia que ampliou o conceito visual no espaço físico, criando uma coerência visual entre todos os pontos de contato do festival com o público.

### FICHA TÉCNICA

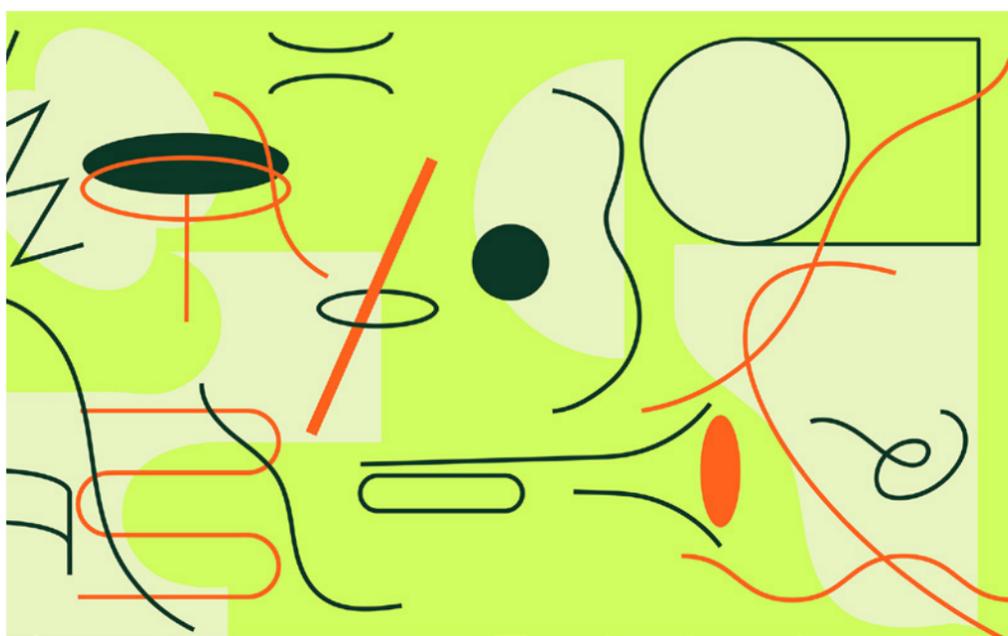
Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Fernanda Guizan | Arquitetura: Stella Tennembbaum e Matheus Perelmutter | Iluminação: Anna Turra | Motion graphic: Rosa Rubin | Gestão de projeto: Tatiana Araujo

### AUTORIA

Radiográfico

### CLIENTE

Teatro Unimed



## DESIGN DE AMBIENTE

CENOGRAFIA



## Red Bull Rio Conquest

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Red Bull Rio Conquest foi um projeto que celebrou a cultura do skate de rua, combinando três elementos que, juntos, criaram uma competição de skate com um conceito totalmente inovador: um formato eliminatório em que skatistas competiam em baterias 1 contra 1 para determinar quem avançaria para a próxima fase; uma pista com "picos de skate" icônicos da cidade do Rio de Janeiro, reinterpretados em um único skatepark, construído na beira da praia de Botafogo exclusivamente para o evento; e um visual deslumbrante, com o Pão de Açúcar, um dos principais cartões-postais do Brasil, como plano de fundo da competição.

### FICHA TÉCNICA

-

### AUTORIA

VISTA

### CLIENTE

RED BULL



## DESIGN DE AMBIENTE

CENOGRAFIA



## Seiva e Cidade

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criar e materializar o conceito e design de ambiente de "Seiva e Cidade", durante a Design Week 2024, no coração de São Paulo, a partir do convite da construtora e incorporadora Somauma. O projeto é um manifesto de ação em prol da cidade e reuniu artistas, coletivos e o público em geral em ações diversas (como a ocupação artística "Misericórdia e Algazarra"), que aconteceram no edifício Tebas, novo empreendimento de retrofit da marca, e nos seus arredores, se expandindo pelas ruas do Centro. Nosso trabalho consistiu em desenvolver e desdobrar o sistema de identidade visual em soluções de aplicação com grande diversidade de escalas, suportes e materiais.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Natalia de Andrade | Conceito: Mayra Lins | Direção de Arte: Bárbara Luppi | Design: Fernando Chiara, Danilo Schunck | Motion design: Rebeca Prado | Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe | Atendimento: Sabrina Silveira | Novos Negócios: Vanessa Queiroz

### AUTORIA

Coletivo Design

### CLIENTE

Somauma



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Alceu Valença, uma geografia visceral nordestina

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição "Alceu Valença, uma geografia visceral nordestina" é um ambiente imersivo que ressoa os elementos geográficos e culturais presentes na obra de Alceu, utilizando recursos que dialogam com a arquitetura histórica da Casa Estação da Luz em Olinda. Com 6 ambientes distintos, apresentam-se diferentes momentos e apelos da formação do artista. Na sala "São Bento do Una a Harvard", encontramos os elementos formativos e familiares. Na sala "Rio a Paris", vivemos a ascensão artística de Alceu até o seu estouro popular nos anos 1980. No corredor gráfico, abordamos os seus múltiplos personagens e a sua faceta cinematográfica. Na sala "Cine Rex", simulamos o cinema da sua infância em São Bento do Una com a instalação audiovisual "Primavera Valenciana", feita para exposição.

### FICHA TÉCNICA

Rafael Antonio Todeschini - curadoria, textos e edição de vídeo | Erika Martins - direção de arte e projeto gráfico | Janaína Cardoso (Bambu Produção) - coordenação de produção | Gustavo de Albuquerque - coordenação de montagem e produção gráfica | Lucia Padilha (Lupa cultural) - coordenação educativo | Patricia Pamplona - pesquisa | Alicia Mendes - assistente de edição de vídeo | CH Malves - edição de som de vídeo | Mariana Peixoto - revisão de texto | Beatriz Omena, Gabriel Omena e Suzana Omena - conservação

### AUTORIA

OBLÍQUO

### CLIENTE

Casa Estação da Luz



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## DESIGN DE AMBIENTE

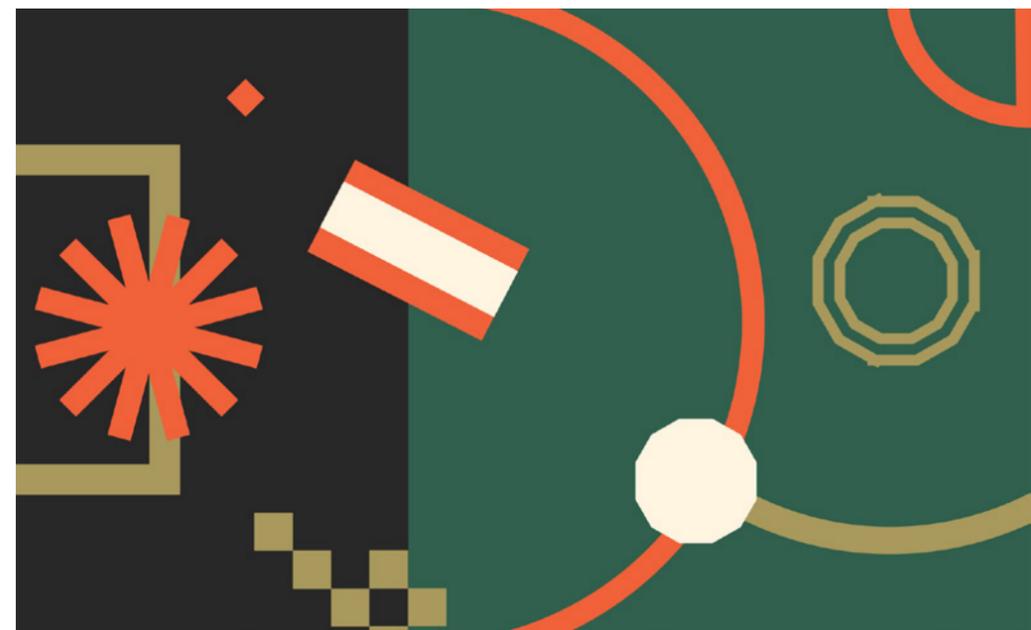
DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Futebol de Brinquedo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição "Futebol de Brinquedo" foi uma grande mostra de 6 meses, promovida pelo Museu do Futebol em São Paulo. Ela propôs uma imersão nas diversas formas de brincar fora do campo, celebrando o ato de se divertir com futebol através de brinquedos raros, clássicos e lançamentos icônicos que marcaram gerações. Para dar vida a esse universo, trabalhamos em estreita colaboração com os arquitetos para criar um projeto expográfico que não apenas transportasse o público para esse mundo lúdico, mas que também integrasse a identidade visual em todos os espaços, criando uma experiência imersiva coesa para crianças e adultos. O ambiente expositivo foi pensado para envolver os visitantes em um espaço onde a imaginação, a brincadeira e o futebol reinam absolutos.



## Ars Sonora – Hermeto Pascoal

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição apresenta a obra de Hermeto Pascoal além do âmbito musical, considerando-a como um acervo interdisciplinar e plural, em diálogo com os campos das artes visuais e da performance.

### FICHA TÉCNICA

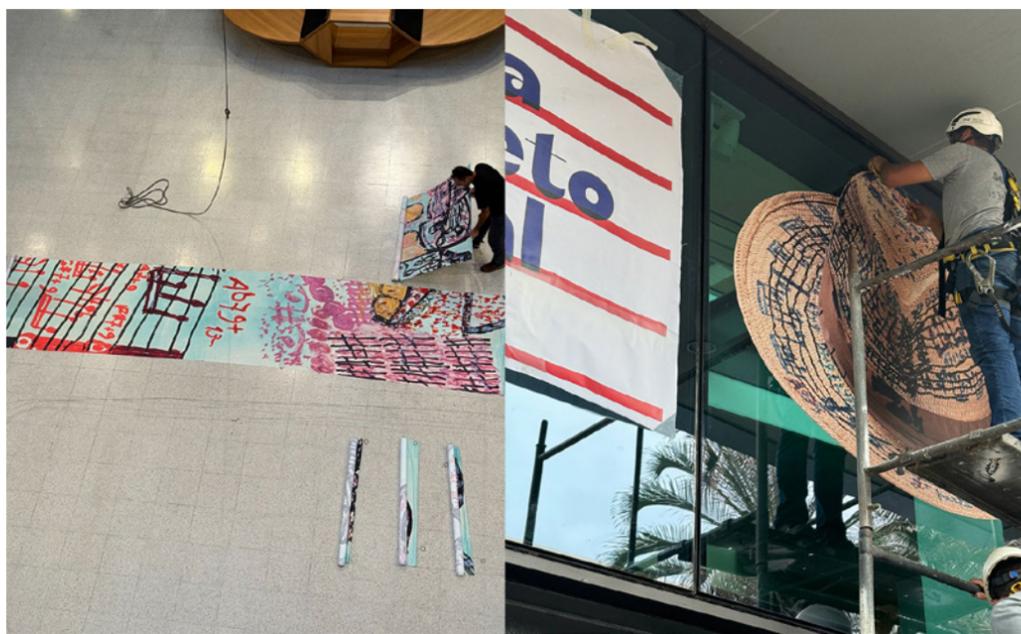
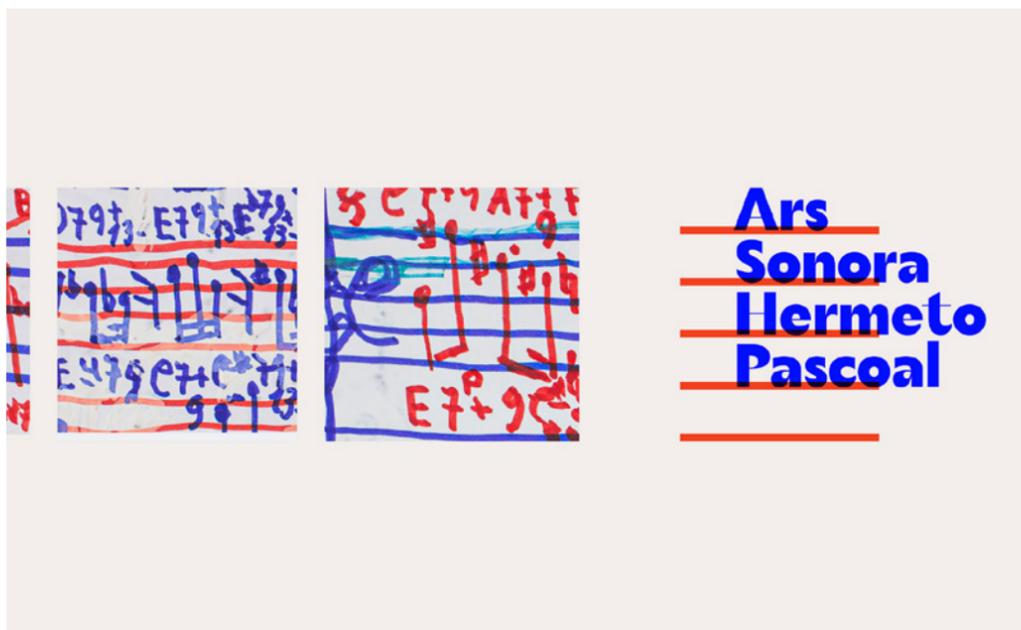
Curadoria de Adolfo Montejo Navas | Comunicação Visual e Design Gráfico por Daniel Brito | Projeto expográfico da arquiteta Isa Gebara | Coordenação educativa de Leonardo Matsuhei | Projeto de acessibilidade de Ana Rosa Bordin Rabello e equipe | Produção de Cassia Rossini.

### AUTORIA

Daniel Brito / Olhares

### CLIENTE

Sesc-SP



### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Bruno Senise, Fernanda Guizan, Vivian Pan, Thais de Brito | Expografia Stella Tennembaum | Arquitetura: Matheus Perelmutter | Produção cenográfica: Mauro Amorim | Iluminação: Fernanda Carvalho | Produção executiva: Camila Nader | Gestão de projeto: Tatiana Araujo

### AUTORIA

Radiográfico

### CLIENTE

Museu do Futebol – SP



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Identidade visual para a exposição “Um defeito de cor”

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição “Um Defeito de Cor” no Sesc Pinheiros é inspirada no livro homônimo de Ana Maria Gonçalves. A mostra explora temas como a diáspora africana, escravidão, ancestralidade, protagonismo feminino e identidade afro-brasileira. Ela reúne 372 peças de arte, incluindo obras de artistas brasileiros, africanos e das Américas, como arte têxtil, fotografias, instalações, cartazes, pinturas e esculturas.

### FICHA TÉCNICA

Identidade visual: Voltz Design\_ Alessandra Soares e Cláudio Santos Rodrigues | Projeto gráfico: Alessandra Soares, Cláudio Santos Rodrigues e Estevam Gomes | Coordenação editorial e revisão de textos: Lia Ana Trzmielina | Tradução/translation: Matthew Rinaldi | Curadoria: Amanda Bonan, Ana Maria Gonçalves e Marcelo Campos | Projeto de arquitetura: Aline Arroyo | Consultor de arquitetura: Ayronson Heráclito | Curadoria paisagem sonora: Tiganá Santana, Jaqueline Coêlho

### AUTORIA

Voltz Design

### CLIENTE

Sesc Pinheiros



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Imageria das redes: design e ativismos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Por meio de cartazes digitais do Instagram, a exposição apresenta as expressões visuais do design dissidente e a memória gráfica de um conturbado período da história do Brasil. O projeto expositivo provoca a refletir sobre novas formas de divulgar uma pesquisa acadêmica de design para o grande público. Utilizou-se de estratégias híbridas —uso de IA para fins arquivísticos — conteúdos audiovisuais e objetos materiais e efêmeros, impressos em papel colados com fitas adesivas. Dispostos em um espaço retangular e com pé direito alto, as bandeiras convidam o visitante a um percurso mais lúdico. Esses diferentes dispositivos imagéticos reforçam a voz coletiva das ruas e das redes, à luz do design do Sul Global e representam o design como vetor de transformação cultural, social e política.

### FICHA TÉCNICA

Curadoria e pesquisa acadêmica: Didiana Prata | Projeto de expografia e Identidade visual: Didiana Prata e Teresa Lima | Designer assistente: Maria Meira | Texto crítico: Giselle Beiguelman | Fotografias do painel “Ruas”: Alice Vergueiro e Monica Zarattini | Produção executiva: Renata Garcia | Edição de vídeo: Priscilla Miquilussi, Clara Willer e Luiz Amaro | Cartazes digitais extraídos do Instagram, de vários autores, designers, fotógrafos, ilustradores e usuários do Instagram – creditados na exposição | Fotos de divulgação: Pedro Napolitano Prata

### AUTORIA

Didiana Prata e Teresa Lima

### CLIENTE

Centro Universitário Maria Antonia - USP



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Pequenas Áfricas: o Rio que o samba inventou

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual da exposição Pequenas Áfricas: o Rio que o samba inventou, que reconstitui a cena cultural que, entre os anos 1910 e 1940, produziu e consolidou o samba urbano tal qual ficou conhecido no Brasil e no mundo. IMS Paulista, 2023.

### FICHA TÉCNICA

Identidade visual: Daniel Brito | Designer assistente: Geovana Martinez | Projeto expográfico: Estúdio de Arquitetura Gab de Matos | Curadoria: Angélica Ferrarez, Luiz Antonio Simas, Vinicius Natal, Ynaê Lopes dos Santos | Em diálogo com equipe IMS CURADORIA: Bia Paes Leme, Julia Kovensky, Paulo Roberto Pires, Rachel Valença | Curadora assistente: Jovita Santos de Mendonça | Iluminação: Fernanda Carvalho | Ampliações e impressões: Núcleo de Digitalização do IMS | Projeção: Coletivo Coletores

### AUTORIA

Daniel Brito / Olhares

### CLIENTE

Instituto Moreira Salles



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## UM LUGAR – Bancos Brasileiros Contemporâneos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição "UM LUGAR, bancos brasileiros contemporâneos" foi realizada no 3º andar da Galeria Metrôpole, centro de São Paulo, de 16 a 24 de março de 2024, durante a Design Week. A curadoria da arquiteta Carolina Gurgel acompanhada da consultoria de Adélia Borges reuniu bancos de 70 designers e artistas de todas as regiões brasileiras. Somando a essa diversidade, e aos móveis de 20 designers com estúdios na Galeria Metrôpole, estiveram referências do design como: ,Ovo , Alva Design, Ana Neute, Carlos Motta, Carol Gay, Cláudia Moreira Salles, Domingos Tótora, Fernando Jaeger, Fernando Mendes, Gustavo Bittencourt, Guilherme Wentz, Hugo França, Irmãos Campana, Morito Ebine, Paulo Alves, Ricardo Graham, Rodrigo Ambrosio e Zanini de Zanine.

### FICHA TÉCNICA

Co-autoria: Adélia Borges (consultora) | Colaboradores: Paulo Herkenhoff, Neco Stickel e Rodrigo Ambrósio | Estagiários: Pollyana Banhos, Sofia Kyrillos, Rafaela Ramos e Diogo Dahia | Apoio à realização: FGV Arte e Sherwin-Williams | Apoio: Design na Metrôpole, DW!, Casa Tucupi, Teto Casa e Empório Tapeçaria | Crédito fotográfico: Fran Parente

### AUTORIA

Studio De La Cruz (Gabriel De La Cruz Mota), Estúdio Pedro Luna (Pedro Luna) e Carolina Gurgel (curadora)

### CLIENTE

Projeto autoral



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO



## Sorveteria Granado Verão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criar uma sorveteria vintage no 2º andar da loja da Granado de Ipanema e oferecer sorvetes com ingredientes utilizados nas fragrâncias mais representativas da marca. Em 3 meses, o projeto arquitetônico foi concebido, realizado e inaugurado em janeiro de 2024. A identidade visual foi desenvolvida em listras, que remetem às sorveterias tradicionais, e na cor verde com aplicações florais da linha de perfumaria. Os arcos construídos no local conectam os mundos da gastronomia e das fragrâncias. A experiência começa no térreo da loja: a parede da escadaria recebeu a mesma identidade visual como um convite para as pessoas conhecerem. O ambiente retrô da sorveteria passou a ser um ponto de encontro para quem gosta dos ambientes que levam a uma viagem no tempo e para quem admira o universo gourmet.

### FICHA TÉCNICA

Equipe da Granado

### AUTORIA

Granado

### CLIENTE

Granado



## DESIGN DE AMBIENTE

DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS



## Happy Eggs

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com o propósito de tornar o mundo livre, leve e ovo, Happy Eggs® surgiu em 2021 como uma marca de ovos de galinhas livres com um tom de voz único, colorida e divertida. É uma marca da Mantiqueira Brasil, maior produtora de ovos da América do Sul, que assumiu o compromisso público de não criar novas granjas de criação tradicional, e vem liderando a produção de ovos de galinhas livres voltada para o bem-estar animal. Era o momento da marca ganhar o público. A experiência de Happy Eggs® começa no varejo, um dos principais pontos de contato da marca com seu consumidor. Desde a criação das embalagens até a implementação de materiais de ponto de venda, idealizamos projetos que ajudassem o consumidor a entender mais sobre a marca, seus produtos e principalmente se conectar com o seu propósito.

### FICHA TÉCNICA

TIME AC: José Xavier e Débora Galvão – Atendimento | Hugo Rafael – Sócio e VP de Experiência | Bruna Savino – Gerente de Design de Produto | Cecília Lombardi – Gerente de Design de Serviços | Muryel Bomfim, Carolina Alcântara, Pedro Avellan e Victor Henrique Almeida – Designer de Produto | APROVAÇÃO CLIENTE: Márcio Utsch – CEO | Leandro Pinto – Fundador e Presidente do Conselho | Murilo Pinto – Diretor Comercial | André de Carvalho – CMO | Amanda Santiago – Coordenadora de Marketing

### AUTORIA

Ana Couto

### CLIENTE

Mantiqueira Brasil - Happy Eggs



## DESIGN DE AMBIENTE

### SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



## DESIGN DE AMBIENTE

### SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



## Aris

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Aris é um empreendimento residencial formado por edificações baixas permeadas por belos jardins. Apesar de sua localização ser bastante urbana, toda a sua concepção visa celebrar a calma e o aconchego da natureza. Nesse contexto de equilíbrio e tranquilidade, coube à sinalização uma presença destacada, exercida através de formas orgânicas e uma paleta de cores delicada. O conceito se baseia na criação de formas orgânicas em cores terrosas e elegantes, inspiradas em cerâmicas e pedras naturais. Em sobreposição, fitas escuras levam as titulações, estas vazadas das fitas, revelando a cor do fundo.

### FICHA TÉCNICA

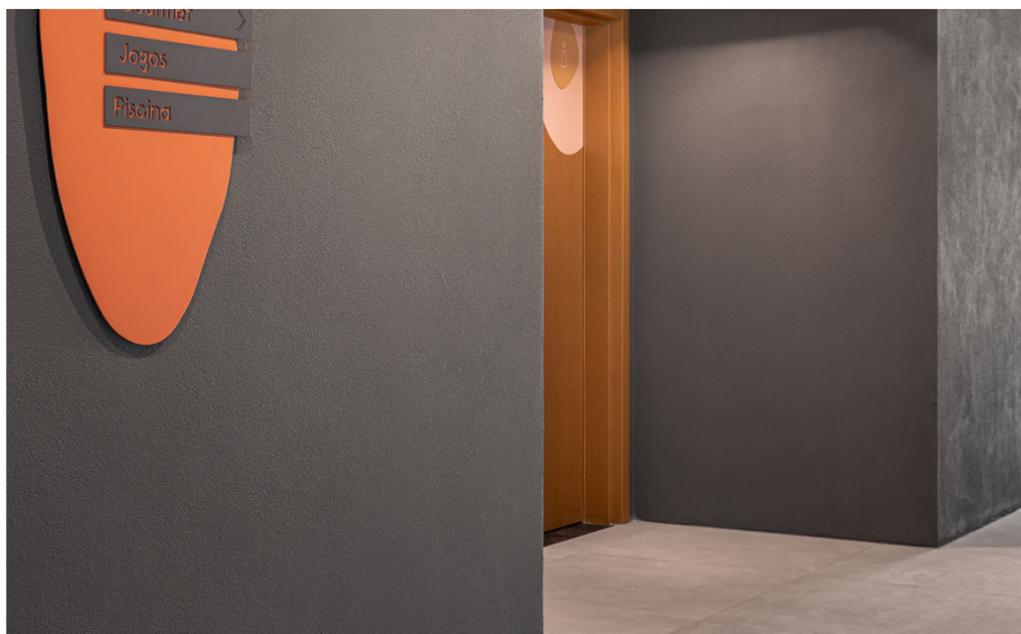
Projetistas: Michele Maria Raimann, Guilherme Rodrigues, Mauricio Schavinski, Priscilla Lima | Fotos: Gabriel Konrath

### AUTORIA

Maena designconecta

### CLIENTE

Astir Construção & Incorporação



## Arquivo Municipal

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Arquivo Municipal de Santa Maria da Feira, em Portugal, é um edifício institucional de arquivamento e restauro de documentos históricos, além de funcionar também como órgão público emissor de documentos. O novo edifício, projetado pelo escritório de arquitetura Atelier Carvalho Araújo, toma partido da antiga edificação histórica existente no local. É neste contexto que o projeto de comunicação e identidade visual do edifício foram desenvolvidos.

### FICHA TÉCNICA

Equipe: João Nitsche, Mara Cruz, Cláudia Carpes, Manuella Leboleiro, Julia Machado, Julia Zielke, Manuella Haygertt, Marcelo Anaf, Tomas Vannucchi, Natália Resegue, Juliano Veloso, Kasia Patyra | Arquitetura e Interiores: Atelier Carvalho Araújo | Local: Santa Maria da Feira, Portugal

### AUTORIA

Nitsche Projetos Visuais

### CLIENTE

Município Santa Maria da Feira



## DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



## Healthy Planet School Early Years Wayfinding Design

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Healthy Planet School Early Years, em Noida, Índia, tem arquitetura formada por um conjunto de “células” orgânicas – configurando espaços de aprendizagem em torno de um pátio central. A escola representa um casulo, como um refúgio do agitado mundo exterior. Fomos inspirados pela estrutura do casulo e seus significados de transformação, pertencimento e singularidade para desenvolver a estratégia e conceito do sistema de wayfinding. O projeto traz elementos em dimensões especiais para o público infantil. As composições de camadas de deslocadas e sobrepostas geram movimento e promovem estímulos sensoriais e curiosidade aos alunos. O processo de imersão cultural, projetar para crianças e complementar a arquitetura sensível e harmônica foram desafios que resultaram nesse projeto único.

### FICHA TÉCNICA

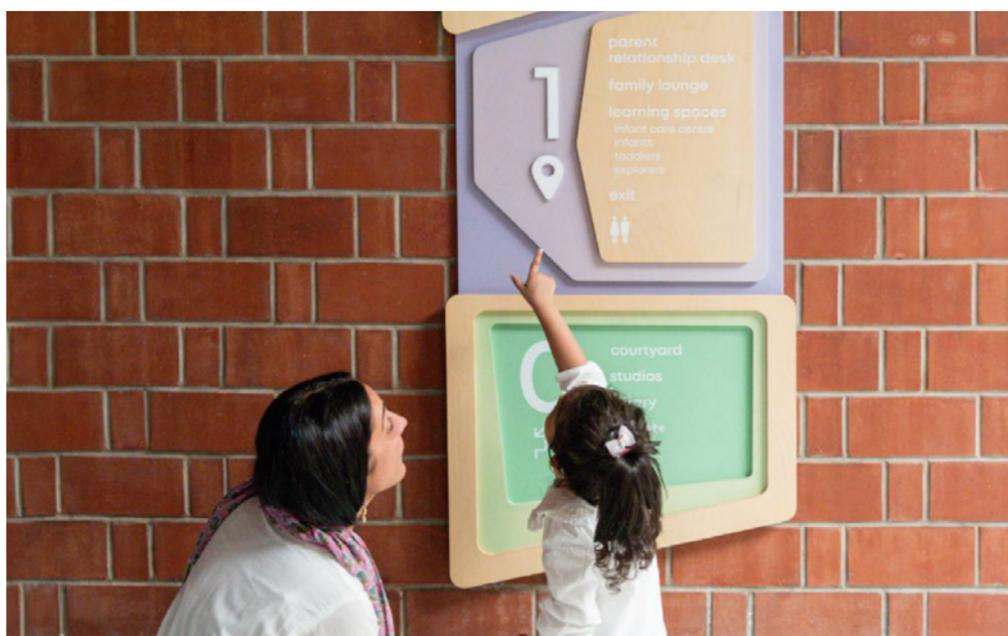
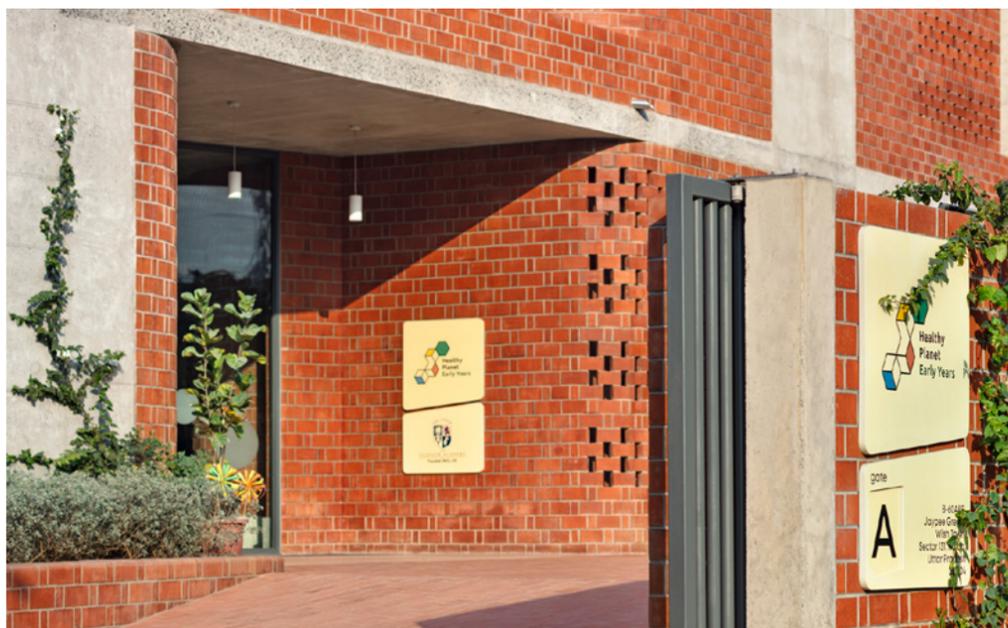
Localização - Noida / Índia  
Arquitetura - vir.mueller Architects  
Fotografia - Andre J Fanthome e coleção /STUDIOMDA e Healthy Planet School  
Fabricante – Udīt Khanna

### AUTORIA

/STUDIOMDA

### CLIENTE

Nehru World School



## DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



## POP Grafite

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto gráfico para o edifício residencial POP Grafite, localizado na Vila Madalena em São Paulo, além de ser um projeto de comunicação visual também é um projeto cromático. As cores usadas, tanto nas peças de sinalização como nos ambientes de uso comum, caracterizam os espaços e criam uma interface singular entre o usuário e o edifício, fazendo com que o fluxo pelo espaço aconteça de maneira intuitiva e natural.

### FICHA TÉCNICA

Equipe: João Nitsche, Mara Cruz, Cláudia Carpes, Manuella Leboleiro, Julia Machado, Julia Zielke, Manuella Haygertt, Marcelo Anaf, Tomas Vannucchi, Natália Resegue, Juliano Veloso, Kasia Patyra |  
Arquitetura: Triptyque Architecture |  
Local: São Paulo, SP

### AUTORIA

Nitsche Projetos Visuais

### CLIENTE

IdealZarvos



## DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE ESPAÇOS CORPORATIVOS



## Tico Indiana

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de comunicação visual para o edifício Tico Indiana, além de ser um projeto de orientação de fluxos e identificação de ambientes, é um projeto de construção do próprio olhar sobre a arquitetura. As estruturas de concreto aparente, as circulações abertas e a organização espacial da edificação de pequeno porte permitiram o desenvolvimento de um projeto gráfico simples e intuitivo, que toma partido e explora o espaço construído do edifício.

### FICHA TÉCNICA

Equipe: João Nitsche, Mara Cruz, Cláudia Carpes, Manuella Leboleiro, Julia Machado, Julia Zielke, Manuella Haygertt, Marcelo Anaf, Tomas Vannucchi, Natália Resegue, Juliano Veloso, Kasia Patyra | Arquitetura: Terra e Turna Arquitetos Associados | Local: São Paulo, SP

### AUTORIA

Nitsche Projetos Visuais

### CLIENTE

Tico Incorporadora



## Escritório Talent Marcel

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto do novo escritório da agência de publicidade Talent Marcel no edifício Autem da IdealZarvos, foi concebido para ser um ambiente que reflete a essência criativa e dinâmica da agência. Com espaços abertos e integrados, o escritório prioriza a conexão entre pessoas e natureza, utilizando materiais como concreto, aço inox, madeira e a vegetação abundante. O projeto destaca áreas sociais amplas, como o bar, palco para apresentações e jardins laterais, além de espaços de trabalho e reuniões adaptáveis. O programa se desenvolve no primeiro pavimento, que tem pé direito duplo e mezanino, situação privilegiada para a agência que ganha fachada envidraçada e avarandada para a rua da Consolação, estabelecendo uma relação franca com a cidade.

### FICHA TÉCNICA

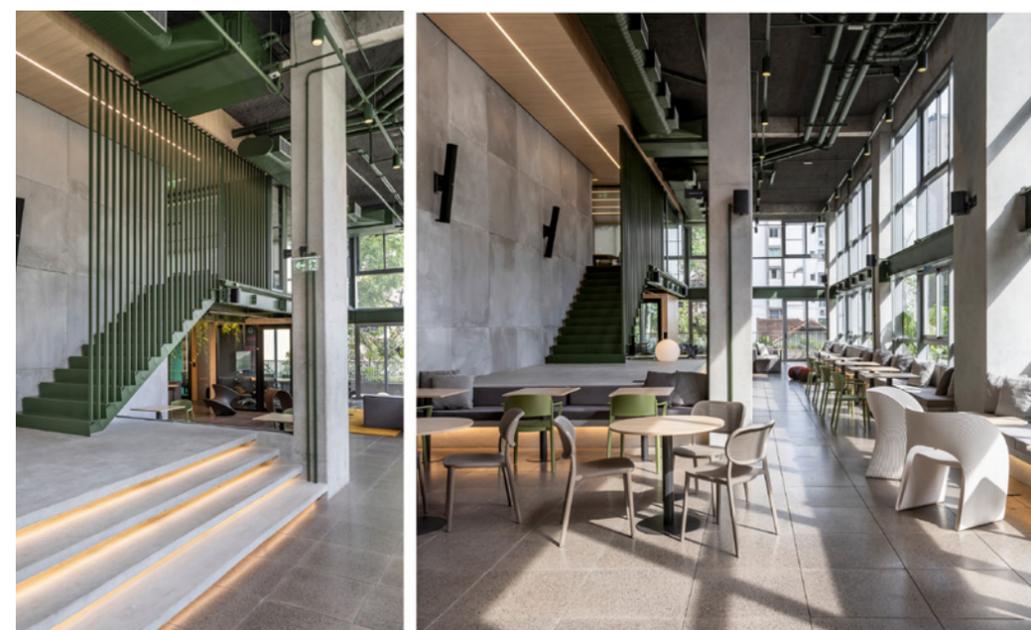
Fernanda Neiva - Arquiteta Líder | Ana Terra Capobianco - Arquiteta Líder | André Braz - Arquiteto Colaborador | Marina Carvalho - Arquiteto Colaborador | Gabriella Ornaghi e Bianca Vasone - Paisagismo | Emanuely Santos - 3D | Evelyn Muller - Fotógrafa

### AUTORIA

Galeria Arquitetos + Terra Capobianco

### CLIENTE

Talent Marcel



## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



## Exporevestir 2024

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Exporevestir é a maior feira de revestimentos e acabamentos da América Latina. O projeto apresenta a identidade visual, ambientação e material de comunicação criada para a edição 2024 do evento.

### FICHA TÉCNICA

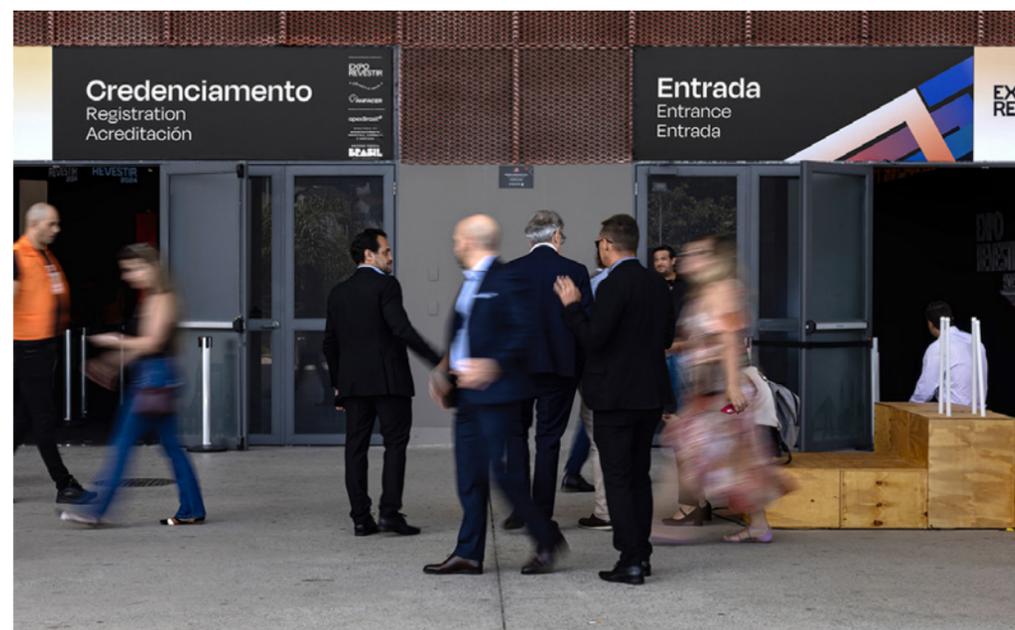
Estúdio Caxa – Design e Direção Criativa: Vitor Brito Pereira e Renato Brito Mamede | Designers: Débora Gomes, Fabricio Gonçalves e João Maiolini | Motion: Paulo Fragatti | Fotos: Raquel Santos | Anfacer / Exporevestir – André Campana, Gabriela Costa, Henrique Oliveira, Nathalia Santos e Pedro Castro

### AUTORIA

Estúdio Caxa

### CLIENTE

Anfacer



## DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



## Vicunha Showrooms SP

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Especializada em jeans/denim, a Vicunha é uma das maiores e mais inovadoras confecções de tecido do Brasil, com operações em diversos países da América Latina e Europa. Atualmente conta com dois showrooms físicos em São Paulo, um maior em Pinheiros, na matriz da empresa, onde realiza lançamentos, desfiles, eventos e visitas regulares de representantes de vendas e clientes. O menor, localizado no hub de confecções “Denim City São Paulo”, no bairro do Brás, é um espaço conceito onde são realizadas ações especiais com foco em experiência de marca e exposições comerciais. Ambos espaços estavam utilizando a mesma comunicação há alguns anos e precisavam de uma renovação visual que gerasse impacto, frescor e sensação de pertencimento e orgulho para os colaboradores.

### FICHA TÉCNICA

Guilherme Marques (Direção criativa + Design gráfico) | Beto Guimarães (Direção criativa) | CG Digital Print (Produção e Instalação)

### AUTORIA

Carne

### CLIENTE

Vicunha Têxtil



## DESIGN DE AMBIENTE

CENOGRAFIA



## Let's Rock TIM – Convenção Nacional TIM 2024

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

No projeto "Let's Rock TIM", nosso desafio foi criar uma convenção corporativa impactante, que remetesse aos grandes festivais de rock que a TIM patrocina, e que estivesse alinhada às rigorosas práticas de ESG da empresa. Com 1.300 participantes presenciais e 10.000 online, o evento estabeleceu um novo padrão para convenções, integrando a sustentabilidade em todas as fases do planejamento e execução. A cenografia incluiu módulos tubulares como estrutura principal, complementados por telas de LED e uma exuberante iluminação com refletores LED — todos materiais totalmente reutilizáveis, garantindo uma operação sem geração de resíduos.

### FICHA TÉCNICA

Criação e conceito: Rafael Braga, André Vianna, Daniel Medeiros, Marcelo Casé, Breno Romasanta | Projeto Técnico e 3Ds: Felipe Massunaga | Montagem: Lissis Arquitetura | Fotos: Thiago Freitas Films

### AUTORIA

Conception Américas

### CLIENTE

TIM Brasil



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES  
E INSTALAÇÕES



## Exposição “Para uma história cultural de Paraty: 1945 a 2019”

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição na Casa da Cultura de Paraty registra de forma abrangente o desenvolvimento cultural da cidade ao longo de 8 décadas. Desde o reconhecimento como Monumento Histórico Estadual em 1945 até a consagração como Patrimônio Mundial da UNESCO em 2019, a mostra apresenta fotos, dados, linha do tempo e documentos que refletem a rica diversidade e herança cultural local. Um dos principais desafios foi assegurar representatividade, abordada através da criação de uma ferramenta colaborativa para a comunidade local, incorporando múltiplas perspectivas. Com moradores, alunos e pesquisadores como público-alvo, a exposição não apenas serve como recurso de pesquisa, mas também promove a educação patrimonial e contribui significativamente para a preservação e valorização da história de Paraty.

### FICHA TÉCNICA

Curadoria Coletiva: Emanuel Gama, Marcos Maffei, Mateus Campos, Mirian Machado, Patrícia Gibrail, Raphael Moreira | Design: Marcus Prado, Laiz Elesbão, Julius Prado, Luy Albino | Projeto Expográfico: Patrícia Gibrail, Emanuel Gama

### AUTORIA

Casa da Cultura de Paraty

### CLIENTE

Casa da Cultura de Paraty



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO



## Alta Perfumaria Natura

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Lançar a Natura na categoria de Alta Perfumaria por meio de uma nova linha de fragrâncias. Recebemos o desafio de dar vida à Alta Perfumaria Natura, uma marca global criada para traduzir de forma autoral a máxima expressão da natureza em perfumação. A entrega deveria refletir o valor e a singularidade de uma perfumaria única e original, co-criada por perfumistas Natura e profissionais internacionais, valorizando seu processo criativo e a combinação inédita entre ingredientes latino-americanos e globais.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Fred Gelli, Julia Liberati e Patrícia Watson | Design: Hudson Girundi, Arthur Figueiredo e Paulo Ferreira | Redação e Estratégia: Daniela Varanda e Elen Campos, Rafael Bittencourt | Negócios: Luiz Fernando Tranquillini, Paula Chagas e Ulli Ferrari | Cliente: Isabela Raschle, Claudia Pinheiro, Flávia Marchetto, Constança Bastos, Mário Moreira | Parceiros: Fotografia — João Ávila + Lorena Dini + Filipe Berndt, Gazpacho, Amorphophallus, Adriana Macedo | Vídeo: Natura + Galeria

### AUTORIA

Tátil Design

### CLIENTE

Natura



## DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO



## WeCoffee Morumbi

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Quem nunca precisou do impulso energizante de um café naqueles momentos em que tudo parecia parar? Ou o frenético desejo de uma pausa revigorante no meio de uma rotina agitada? Esse sentimento inspirou o novo projeto de comunicação visual da We Coffee para sua franquia no shopping Morumbi, que não é apenas uma loja, mas um pulsar de inovação e experiência. Essa nova franquia será mais do que um simples ponto de encontro para amantes de café; será um pulsar contínuo de criatividade e inovação. Incorporando o dinamismo dos impulsos elétricos, a loja oferecerá um ambiente que estimula a interação e a sintonia, criando uma nova forma de vivenciar o café. O design futurista, geométrico e imersivo se combinam para criar uma atmosfera onde cada visita é uma nova sintonia, uma nova experiência.

### FICHA TÉCNICA

Arquitetura e Comunicação: Pitá/Porú

### AUTORIA

Porú

### CLIENTE

WeCoffee



## DESIGN DE AMBIENTE

DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS



## Ativação Havaianas Olimpíadas de Paris 2024

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Havaianas nas Olimpíadas de Paris 2024 celebra a união do espírito olímpico com a identidade vibrante da marca. Como patrocinadora do time Brasil, a Havaianas ativou 9 lojas no país, proporcionando uma experiência imersiva para o consumidor. A primeira ativação homenageia o icônico Arco do Triunfo, refletindo as cores distintivas da marca no pórtico das lojas. A segunda ativação se destaca por apresentar duas experiências em uma só. De um lado, um cenário lúdico de Vôlei de Praia, com areia, rede e marcações desafia os visitantes, enquanto do outro, um espaço instagramável com grama sintética e um pódio convida à celebração dos jogos. O projeto inova ao trazer a atmosfera das Olimpíadas para o cotidiano do consumidor, criando conexões emocionais e momentos inesquecíveis.

### FICHA TÉCNICA

CEO: Marcelo Bicudo | Criação: Heitor Piffer, Bruno Carinho do Nascimento, Giovanna Janini e Rodrigo Gagliardi, Stella Kupfer | Arte Finalista: Fernando Santos | Arquitetura: Giovanna Fabbri Falconi, Cristyna Teruya e Isabella Melhado | Atendimento: Juliana Ajaj, Fabiana Ganut, Aline Ribeiro, Renan Tavares | Produção: Jefferson Azevedo, Danilo Rego, Amanda Santos e Leonardo Mangini | Tráfego: Cristiane Recio | Cliente: Janaina Rando e Fernanda Noronha

### AUTORIA

Design Bridge and Partners

### CLIENTE

Havaianas



## DESIGN DE AMBIENTE

DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS



## Display Ilha Raio-X

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Display interativo com tecnologia de reconhecimento de rótulo, para cervejas especiais da Ambev, com exclusividade para duas lojas da rede St Marche.

### FICHA TÉCNICA

Atendimento: Bruno Cica | Diretor de Criação: Flavio Alexandrino | Designers: Bernardo Sodré, Marcelo Silva | Produção: Rosemere Ferreira, Fabiana Foschini | Diretor de Planejamento: Raul Portugal

### AUTORIA

Brandworks Comunicação

### CLIENTE

Ambev



## DESIGN DE AMBIENTE

DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS



## DESIGN DE AMBIENTE

DISPLAYS E MOBILIÁRIOS PROMOCIONAIS



## Havaianas Rotas

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto une a moda e turismo de uma forma única, criando uma conexão entre Rio de Janeiro, Salvador e Noronha através da nova coleção de chinelos. A experiência começa com um portal de madeira simbolizando as entradas das cidades, convidando os consumidores a explorarem esses destinos brasileiros. Cada par de chinelos reflete as cores e texturas locais, proporcionando uma experiência sensorial única. Esta iniciativa celebra a diversidade cultural brasileira e demonstra a capacidade da Havaianas de inovar no mercado de moda.

### FICHA TÉCNICA

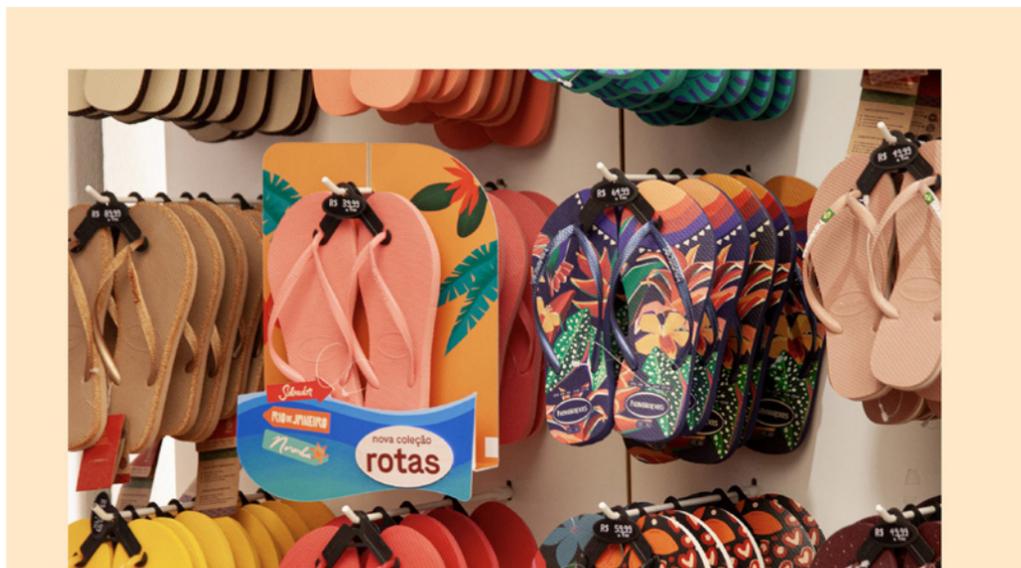
CEO: Marcelo Bicudo | Criação: Heitor Piffer, Bruno Carinho do Nascimento, Giovanna Falbo Janini, Rodrigo Gagliardi | Arte Finalista: Fernando Santos | Arquitetura: Giovanna Fabbri Falconi, Cristyna Teruya e Isabella Melhado | Atendimento: Juliana Ajaj, Fabiana Ganut, Aline Ribeiro, Renan Tavares e Nathália Andrade | Produção: Jefferson Azevedo, Amanda Santos e Leonardo Mangini | Tráfego: Cristiane Recio | Redação: Stella Kupfer | Cliente: Thainá Ribeiro

### AUTORIA

Design Bridge and Partners

### CLIENTE

Havaianas



## Havaianas Verão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto busca retratar o verão brasileiro sem clichês. Através de um design criativo e vibrante, usamos o movimento das ondas e painéis coloridos que se convergem, criando uma experiência visual única que remete a estação. A seleção de materiais como palha, madeira e crochê traz a essência do verão tropical, enquanto a ilustração das ondulações da areia, a de estar na praia. Displays em madeira são utilizados para destacar os produtos, dando-lhes o protagonismo que merecem. O projeto mostra a capacidade de capturar a essência do verão brasileiro de forma autêntica e inovadora, proporcionando uma experiência imersiva que vai além do produto, e convida o consumidor a se envolver no universo Havaianas.

### FICHA TÉCNICA

CEO: Marcelo Bicudo | Criação: Heitor Piffer, Bruno Carinho do Nascimento, Giovanna Falbo Janini, Rodrigo Gagliardi | Arte Finalista: Fernando Santos | Arquitetura: Giovanna Fabbri Falconi, Cristyna Teruya | Atendimento: Juliana Ajaj, Fabiana Ganut, Aline Ribeiro, Renan Tavares | Produção: Jefferson Azevedo, Amanda Santos e Leonardo Mangini | Tráfego: Cristiane Recio | Redação: Stella Kupfer | Cliente: Janaina Rando e Thainá Ribeiro

### AUTORIA

Design Bridge and Partners

### CLIENTE

Havaianas



**DESIGN DE AMBIENTE**

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



**DESIGN DE AMBIENTE**

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



**Pina Contemporânea**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

O projeto de comunicação visual para a Pina Contemporânea é um projeto de múltiplas escalas, que foi desenvolvido a partir da necessidade de conectar as pessoas aos equipamentos do museu, ao parque, aos edifícios, ruas e estações de metrô do entorno.

**FICHA TÉCNICA**

Equipe: João Nitsche, Mara Cruz, Cláudia Carpes, Manuella Leboleiro, Julia Machado, Julia Zielke, Manuella Haygertt, Marcelo Anaf, Tomas Vannucchi, Natália Resegue, Juliano Veloso, Kasia Patyra | Arquitetura: Arqitetos Associados + Silvio Oksman | Local: São Paulo, SP

**AUTORIA**

Nitsche Projetos Visuais

**CLIENTE**

Pinacoteca de São Paulo



**Sistema de Sinalização do Parque Estadual da Fonte Grande**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

O projeto do Sistema de Sinalização do Parque Estadual da Fonte Grande foi desenvolvido para aprimorar a experiência dos visitantes na maior reserva natural urbana do Espírito Santo. Utilizando materiais sustentáveis, como madeira plástica, e incorporando acessibilidade com traduções para inglês e braile, o sistema permite visitas autoguiadas seguras e educativas, sem comprometer a integridade natural do ambiente. O diferencial está na harmonização do design com o entorno natural e na inclusão de informações educativas que enriquecem a compreensão da biodiversidade local.

**FICHA TÉCNICA**

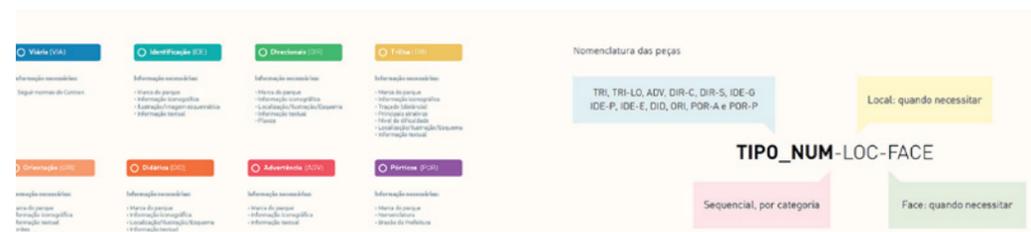
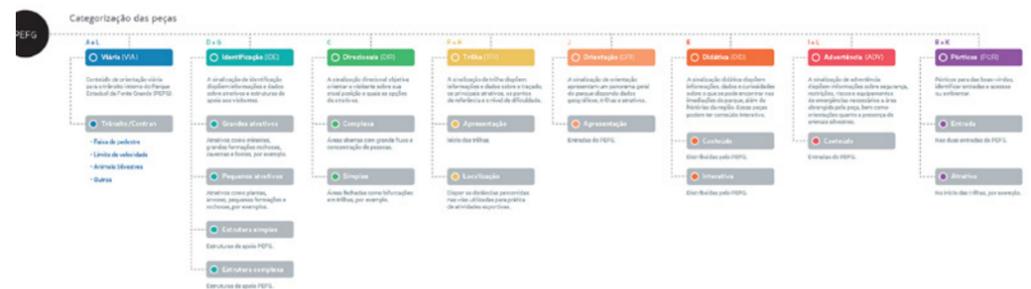
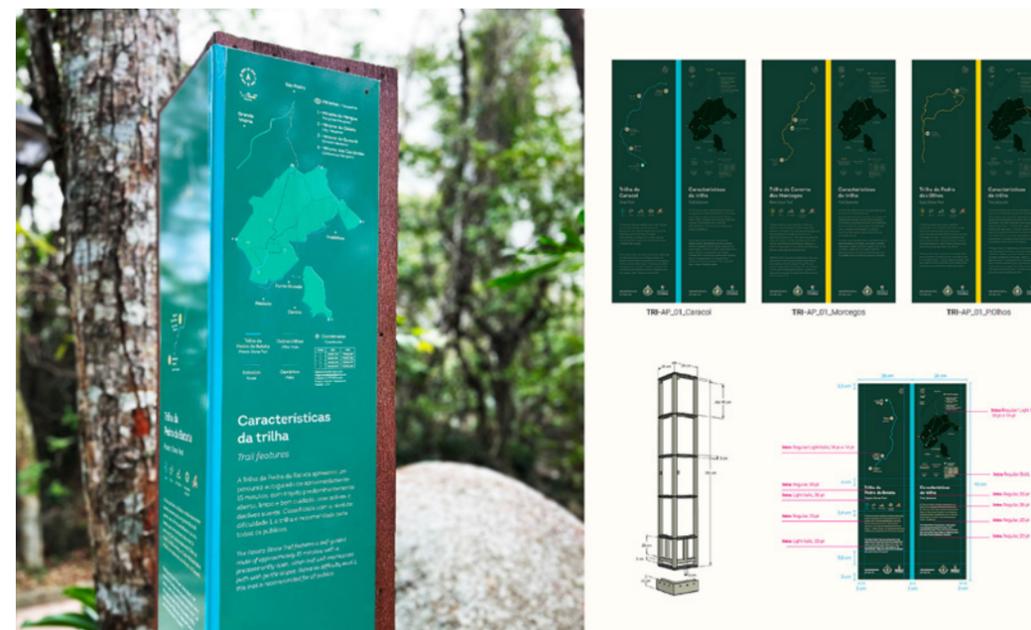
Negócios: Chico Ribeiro, Wallace Capucho, Gilciane Monteiro | Direção Criativa: Felipe Gama e Carlos Dalcolmo | Design: Carlos Dalcolmo, Rodrigo Teixeira, Diego Rocha, Isabella Borges, Cíntia Siqueira

**AUTORIA**

Balaio Design + Estratégia

**CLIENTE**

Prefeitura Municipal de Vitória



## DESIGN DE AMBIENTE

### SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO



## Território-Parque – Sinalização e Revitalização do Córrego do Feijão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O rompimento da barragem de Brumadinho, em 2019, deixou marcas profundas na comunidade de Córrego do Feijão. O que tornou o projeto de reconstrução do espaço em um desafio de reconectar o afeto e as memórias dos moradores com o lugar. Com uma identidade que celebra o verde da regeneração e o azul da água, nossa sinalização reforça o pertencimento e a autonomia da comunidade. A escolha de materiais duráveis que fazem parte do contexto local garantem a longevidade das estruturas, minimizando a necessidade de manutenção. Para guiar moradores e visitantes, criamos pictogramas personalizados, além de placas funcionais e educativas, que explicam processos, histórias e curiosidades sobre o lugar. O resultado é um testemunho sobre o poder transformador de um esforço coletivo e multidisciplinar.

### FICHA TÉCNICA

Mariana Hardy, Cynthia Massote, Leandro Passos, Pedro de Albergaria, Mariana Muchon, Beatriz Fonseca, Guilherme Legnani, Gustavo Magno, Hermano Lamas, Pamela Gomes, Tetê Gontijo, Tóbia Hallak, Vítor Garcia, Lucas Rodrigues, Daniele Pires, Rita Abdo e Ricardo Lobato | Parceiros: MACH arquitetos, Connatural Arquitetura y Paisaje, Inovativo soluções sustentáveis, Felipe Fontes Arquiteto Paisagismo, Atiaia Lighting Design, LIRE e Facury Gestão de Processos

### AUTORIA

Hardy Design

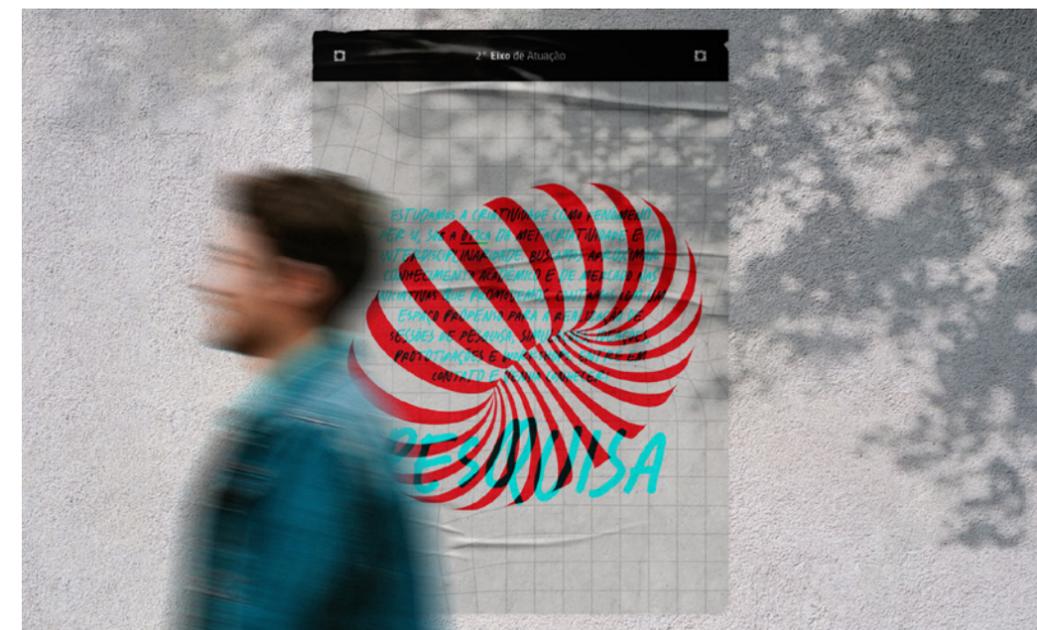
### CLIENTE

Vale S.A.



## DESIGN DE AMBIENTE

### PROJETOS ESTUDANTIS



## Lente CriaLab

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ambientação e experiência analógica e interativa para empresa do ramo da inovação.

### FICHA TÉCNICA

Artur Pechansky, Bianca Ferreira, Brenda Paiva, Carolina Vargas, Maria Antônia Suano e Natália Larentis

### AUTORIA

Artur Pechansky, Bianca Ferreira, Brenda Paiva, Carolina Vargas, Maria Antônia Suano e Natália Larentis

### CLIENTE

PUCRS



## DESIGN DE AMBIENTE

PROJETOS ESTUDANTIS



## Olha pro Céu: Um projeto de Wayfinding para a Festa Junina de Caruaru-PE

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

No ano de 2023, a Prefeitura Municipal de Caruaru apresentou um novo projeto para o tradicional São João da cidade, que visou expandir a festa tanto no tempo quanto no espaço: 25 polos de atrações espalhadas nas zonas urbanas e rurais foram responsáveis por estender os festejos durante 65 dias. Com isso, surgiu a necessidade de estudar e reorganizar os fluxos da rota turística da cidade. A partir de levantamentos históricos e urbanos, e com auxílio de pesquisas de campo e entrevistas, o projeto visa desenvolver um manual de sinalização que possa atender a essa nova configuração espacial dos eixos turísticos, além de fornecer suporte para a navegação do espaço da cidade.

### FICHA TÉCNICA

Disciplina: Trabalho Final de Graduação  
Orientador: Prof. Dr Leandro Manuel Reis Velloso

### AUTORIA

Maria Eduarda Ramos Lopes

### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo



## DESIGN DE AMBIENTE

PROJETOS ESTUDANTIS



## ROKÁKU

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Rokáku é um modelo de expositor, que consiste em uma mesa de seis lados acoplada em uma estante 360°. Pode ser aplicado em qualquer museu que exponha objetos pequenos e médios e que disponha de energia elétrica. Seu formato permite que cada sexto da mesa proporcione uma interação para o usuário. Projetado idealmente para exposições educativas, Rokáku une interação e aprendizagem, tornando uma visita ao museu mais interessante a partir do olhar da criança. Na Rokáku, as interações são distribuídas de forma radial e ordenada: a audição e a leitura; o contato tátil por meio de texturas, e a movimentação motora. Sua modularidade e versatilidade na disposição dos elementos permitem que Rokáku seja utilizada em inúmeros contextos e cenários, além de reutilizada em diferentes exposições.

### FICHA TÉCNICA

Trabalho realizado durante a disciplina "AUP2013 - MOP design, espaço e ambientação", durante o 1o semestre de 2024, ministrada pela Profa. Dra. Tatiana Sakurai, com a monitoria de Lígia Gimenes Paschoal. A disciplina teve duração de 2 meses, e foi realizada entre os meses de março e abril de 2024.

### AUTORIA

Isabelly Moratto, Juliana A. Sousa, Renan Nishimura de Lima

### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo



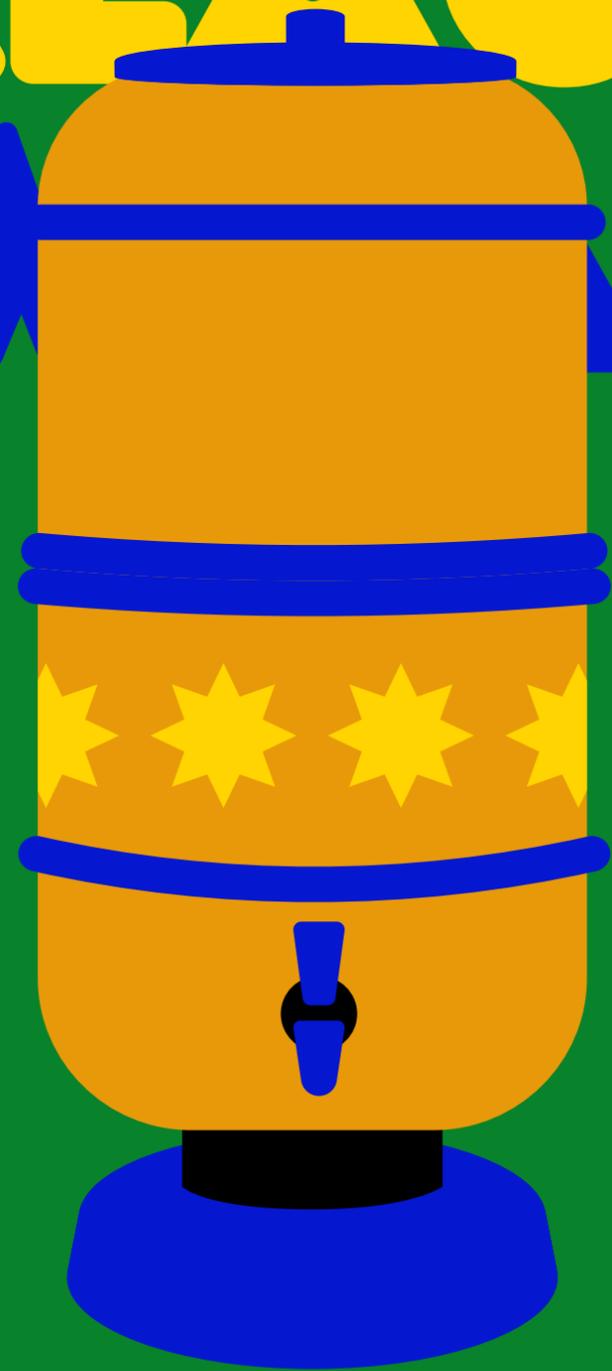
DESIGN DE \* EMBA



EMBALAGEM

DESIGN DE EM

EMBALAGEM



\* DESIGN DE

EM

## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Natura Naturé

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O relançamento de Natura Naturé trouxe uma transformação completa das embalagens, centralizando-as na narrativa do “brincar livre na natureza”. Os personagens Naturés, inspirados em elementos naturais, ganham vida nas embalagens empilháveis que se transformam em totens. O redesign foi além do convencional, utilizando as embalagens como veículos de histórias que incentivam as crianças a explorar o mundo ao ar livre. Cada embalagem não apenas protege o produto, mas se integra ao universo lúdico dos Naturés, oferecendo uma experiência visual e tátil imersiva, que convida à brincadeira e à imaginação.

### FICHA TÉCNICA

Direção Geral: Marcio Mota | Direção Criativa: Luca Bacchiocchi | Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô | Coordenação de Design: Erick Fugii | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Rodrigo Gondin, Bianca Victorino, Carol Ohashi, Will Girundi, Namie Arakawa, Heitor Gois, Thayna Brito, Alexandre Opipari, Julia Gontier | Shape Design: Juliana Vieira Santos | Redação: Gabi Locatelli, Isabel Melo, Catharina Rocha | Videocase: Arthur Moura | Produção Foto: The Box

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## DESIGN DE EMBALAGEM

OBJETOS E MOBILIÁRIO



## Natura Naturé

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O relançamento de Natura Naturé, inativo desde 2008, envolveu uma transformação completa das embalagens, centradas no conceito de “brincar livre na natureza”. Inspirados pela teoria das partes soltas, criamos a turma dos Naturés, amigos da natureza que personificam esse espírito. Desenvolvemos toda a assinatura de design de produto para a linha, incluindo itens para cabelo, corpo e colônias, além de três coleções de sabonetes em barra. Cada embalagem foi desenhada para se integrar ao universo lúdico dos Naturés, oferecendo uma experiência visual e tátil que convida à imaginação e à brincadeira.

### FICHA TÉCNICA

Direção Geral: Marcio Mota | Direção Criativa: Luca Bacchiocchi | Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô | Coordenação de Design: Erick Fugii | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Rodrigo Gondin, Bianca Victorino, Carol Ohashi, Will Girundi, Namie Arakawa, Heitor Gois, Thayna Brito, Alexandre Opipari, Julia Gontier | Shape Design: Juliana Vieira Santos | Redação: Gabi Locatelli, Isabel Melo, Catharina Rocha | Videocase: Arthur Moura | Produção Foto: The Box

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Chocolates em Pó Maria Antonieta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Maria Antonieta é um mix de bistrô, boulangerie, pâtisserie e chocolaterie que se inspira na culinária francesa, sempre trazendo um toque brasileiro às suas criações. Fomos convidados a desenvolver uma nova linha para a marca, com cinco diferentes sabores de chocolates em pó, que podem ser consumidos como bebidas quentes ou geladas. O briefing foi claro: trazer essa rica mistura entre França e Brasil, criando latas sofisticadas e colecionáveis para envolver os produtos.

### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto e Júlia Bossi | Ilustração: Kaue Marques | Layout: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto, Nathalie Portela e Caroline Celli | 3D: Kaue Marques | Finalização: Rodrigo Lourenti e Stenio Von Zuben | Atendimento: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto | Fotografia: Estúdio Figo e Aste+Risk | Vídeo: Vini Bernardes

### AUTORIA

MELT Design

### CLIENTE

Maria Antonieta



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Natura Ekos Ryos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Comunicar a nova linha Natura Ekos Ryos, agregando percepção de valor aos produtos e à marca Natura. Um lançamento de perfumaria a partir de um mergulho na cultura amazônica e em sua íntima conexão com as águas. Explicitar visualmente – tanto por meio dos elementos da linguagem, quanto pelo shape e embalagem – as diferentes propostas das fragrâncias, trazendo estímulos sensoriais específicos associados aos ingredientes e às notas olfativas de cada uma, além de propor uma jornada pelas experiências e sensações junto aos rios.

### FICHA TÉCNICA

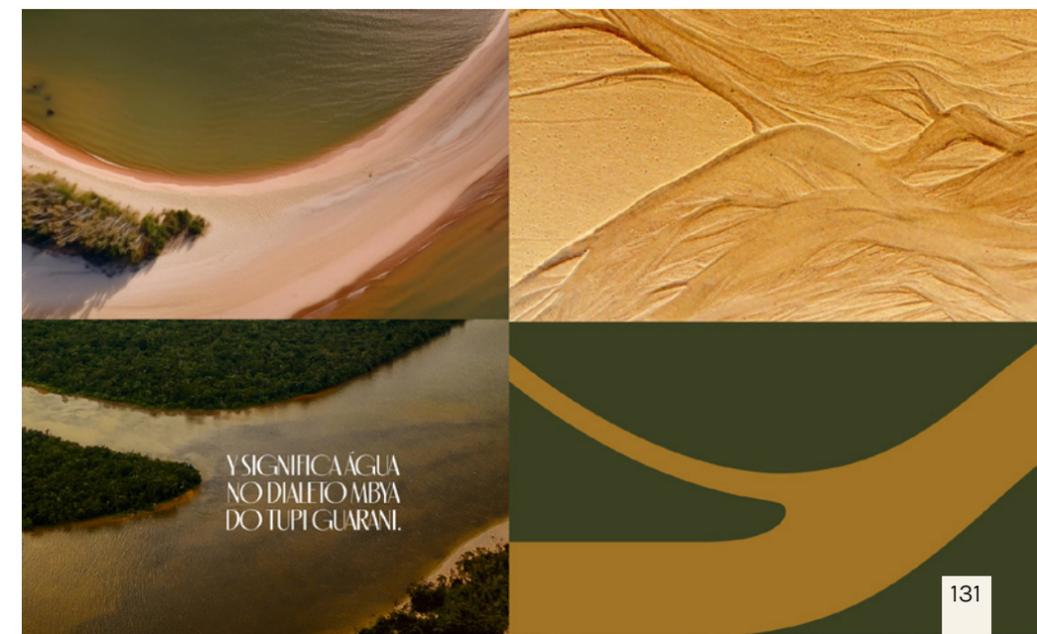
Time Tátil: Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Beto Bisesto, Patricia Watson, Hudson Girundi, Júlia Liberati, Daniela Varanda, Elen Campos, Mayra Lins, Rafael Bittencourt, Thalita Campbell, Cristine Sech, Paula Chagas e Ulli Ferrari | Cliente: Renata Eduardo Fonseca, Fernanda Lopes, Bruna Coletti, Felipe Braz e Constança Basto | Parcerias: Ass. dos Abridores de Letras, Fernanda Martins, Livia Conduru, Gazpacho Produções, Hick Duarte (Fotógrafo), João Ávila (Fotógrafo), Tipografia BlackLetra, Vídeo Monks

### AUTORIA

Tátil Design

### CLIENTE

Natura



Y SIGNIFICA ÁGUA  
NO DIALETO MBYA  
DO TUPI GUARANI.

## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS,  
COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



## Tônica Antarctica // Um ícone na sua melhor versão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tônica Antarctica é a primeira água tônica do Brasil. Desde 1914, dá o ar da graça por aqui. A percepção sobre a bebida mudou muito ao longo das décadas, e cada geração teve uma relação diferente com ela. Já foi encarada como remédio, refrigerante e hoje é protagonista no mundo dos drinks, conversando com um público cada vez mais jovem. Enquanto outras marcas do mercado já nasceram na onda da mixologia, a imagem de Tônica Antarctica ainda estava ligada ao consumo de refrigerante. Nosso desafio era desenhar uma transformação para posicionar Tônica Antarctica nos novos tempos, que a aproximasse dos novos consumidores. Resumindo, a gente precisava fazer o amargo da Tônica Antarctica ganhar novos ares para abraçar novos significados, espaços e papéis.

### FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: João Pedro Vargas  
| Design: João Pedro Vargas, Rodrigo Pereira, Douglas Oliveira | Redação: Jajá Menegotto | Estratégia: Marina Dias | Gerente de Projeto: Mariene Braga

### AUTORIA

Estúdio CasaCC

### CLIENTE

Tônica Antarctica // Ambev



## Chocolates em Pó Maria Antonieta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Maria Antonieta é um mix de bistrô, boulangerie, pâtisserie e chocolaterie que se inspira na culinária francesa, sempre trazendo um toque brasileiro às suas criações. Fomos convidados a desenvolver uma nova linha para a marca, com cinco diferentes sabores de chocolates em pó, que podem ser consumidos como bebidas quentes ou geladas. O briefing foi claro: trazer essa rica mistura entre França e Brasil, criando latas sofisticadas e colecionáveis para envolver os produtos.

### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjory Cavazotto e Júlia Bossi | Ilustração: Kaue Marques | Layout: Juliana Zarattini, Marjory Cavazotto, Nathalie Portela e Caroline Celli | 3D: Kaue Marques | Finalização: Rodrigo Lourenti e Stenio Von Zuben | Atendimento: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjory Cavazotto | Fotografia: Estúdio Figo e Aste+Risk | Vídeo: Vini Bernardes

### AUTORIA

MELT Design

### CLIENTE

Maria Antonieta



## DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



## Bold Snacks

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A BOLD, reconhecida por suas barrinhas que combinam saudabilidade e indulgência, nos desafiou a criar o redesign completo da sua linha de embalagens para reforçar seu novo momento no mercado. O novo design usa ondas para representar a crocância, o recheio e a textura das barrinhas, com a logo no centro da embalagem irradiando essas camadas de sabor. Cores vibrantes e formas curvilíneas criam um visual surreal e hipnótico, como em uma explosão de sabores. A paleta diversificada e a linguagem pop trazem jovialidade, enquanto a barrinha mordida com a forma do "B" de BOLD se tornou uma assinatura icônica, destacando o caráter único da marca após o rebranding.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Breno Pineschi e Rafael Cazes | Head de gerência de projetos: Fernanda Rodrigues | Head de conteúdo: Gabriela Barbosa | Head de planejamento: Felipe Teobaldo | Design do logo: Rob Clarke | Gerente de projetos: Maria Clara Rigon | Designers: Lívia Nishibe, Kaique Valente, Beatriz Janoni, Davi Friese, Lucca Pineschi, Alexei Potemkin, Nicole Morim e Bruno Longhi | Motion designer: Marcos Rigobello | Redatora: Thayse Tsuruyama | Ilustrador: Pedro Ferreira Lambuja | Produtora executiva: Renata Garcia

**AUTORIA**  
HARDCUORE

**CLIENTE**  
Bold Snacks



## DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



## Clemens Chocolates

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Clemens Chocolate é uma marca de chocolates artesanais, produzidos através do processo Bean to Bar, utilizando cacau fino, orgânico e brasileiro. Preparando-se para a exportação de seus produtos, a empresa nos procurou para renovar o design de suas embalagens, buscando uma abordagem criativa, alegre e inovadora. A marca tinha histórias incríveis para contar – Clemens foi o avô do fundador e migrou da Sibéria para o Brasil e chegou aqui em 1933, percorrendo diversos países ao longo de quase 10 anos. Sua vida foi tão repleta de aventuras que se transformou em um livro. Percebemos que seria fantástico usar esses fatos vividos em favor da marca.

### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjory Cavazotto, Caroline Celli e Kaue Marques | Ilustração: Kaue Marques | Layout: Caroline Celli, Marjory Cavazotto, Juliana Zarattini, Kaue Marques e Nathalie Portela | Finalização: Caroline Celli e Stenio Von Zuben | Atendimento: Juliana Zarattini e Marjory Cavazotto (Participação de Claudia Ishikawa - CBD) | Apresentação e 3Ds: Kaue Marques

**AUTORIA**  
MELT Design

**CLIENTE**  
Clemens Chocolate



## DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



## DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



## Good Vibres

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Good Vibres é uma loja online de bem-estar sexual. Junto com o rebranding da marca, precisamos desenvolver também a identidade visual para todas as embalagens da marca.

### FICHA TÉCNICA

Criação: Estúdio Foresti Design |  
Direção de Criação: Filipa Pinto, Eduardo Foresti, Helena Henneman | Design: Filipa Pinto, Helena Henneman | Finalização: Beatriz Agnelli

### AUTORIA

Estúdio Foresti Design

### CLIENTE

Good Vibres



## Whiskies Lamas Destilaria

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Lamas Destilaria é uma empresa dedicada à produção de whiskies artesanais de alta qualidade, combinando tradição e inovação com um toque de mineiridade. A premiação internacional de suas bebidas impulsionou a redefinição de suas embalagens, buscando uma linguagem tão sofisticada quanto seus whiskies. Inspirada pelo Barroco Mineiro, a nova linha de whiskies valoriza suas raízes, aproximando a bebida do universo da raridade, arte e joia através de uma linguagem contemporânea.

### FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Paula Cotta e Renata Polastri | Design gráfico: Paula Cotta |  
Fotografia: Rafael Motta e Victor Schwaner

### AUTORIA

Estúdio Bogotá

### CLIENTE

Lamas Destilaria



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Azeite Traituba

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no desenvolvimento da embalagem do Azeite Traituba, cuja produção se dá numa fazenda secular do Sul de Minas Gerais.

### FICHA TÉCNICA

Pesquisa e Direção Geral: Estúdio Arado  
Direção de Arte: Estúdio Arado  
Criação e Desenvolvimento: Estúdio Lasca  
Ilustrações: Estúdio Lasca

### AUTORIA

Estúdio Arado + Lasca

### CLIENTE

Azeite Traituba



## Chás Maria Antonieta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvemos as embalagens para a linha de chás da marca de luxo Maria Antonieta – um mix de bistrô, boulangerie, pâtisserie e chocolaterie que se inspira na culinária francesa, sempre incorporando um toque brasileiro às suas criações. Nosso desafio foi criar layouts que contassem uma história encantadora em um espaço reduzido para a diagramação de todas as informações. Nos inspiramos nas estufas de jardim do movimento art nouveau, com suas estruturas de metal e vidro, imaginando-as como o cenário perfeito para um chá da tarde entre mulheres da corte francesa. Assim, criamos nossa própria interpretação dessa arquitetura presente em diversos palácios europeus.

### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto | Ilustração: Raquel Silveira | Ilustração em aquarela dos personagens: Fepe Camargo | Layout: Raquel Silveira e Juliana Zarattini | 3D: Kaue Marques | Atendimento: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto | Fotografia: Estúdio Figo e Aste+Risk | Vídeo: Vini Bernardes

### AUTORIA

MELT Design

### CLIENTE

Maria Antonieta



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Clemens Chocolates

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Clemens Chocolate é uma marca de chocolates artesanais, produzidos através do processo Bean to Bar, utilizando cacau fino, orgânico e brasileiro. Preparando-se para a exportação de seus produtos, a empresa nos procurou para renovar o design de suas embalagens, buscando uma abordagem criativa, alegre e inovadora. A marca tinha histórias incríveis para contar – Clemens foi o avô do fundador e migrou da Sibéria para o Brasil e chegou aqui em 1933, percorrendo diversos países ao longo de quase 10 anos. Sua vida foi tão repleta de aventuras que se transformou em um livro. Percebemos que seria fantástico usar esses fatos vividos em favor da marca.



### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto, Caroline Celli e Kaue Marques | Ilustração: Kaue Marques | Layout: Caroline Celli, Marjorye Cavazotto, Juliana Zarattini, Kaue Marques e Nathalie Portela | Finalização: Caroline Celli e Stenio Von Zuben | Atendimento: Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto (Participação de Claudia Ishikawa - CBD) | Apresentação e 3Ds: Kaue Marques

### AUTORIA

MELT Design

### CLIENTE

Clemens Chocolate



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Gallo Conservas

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Conservas em azeite costumam utilizar óleos de baixa qualidade, fazendo com que o consumidor tenha uma má percepção do produto, aproveitando apenas o peixe e descartando todo o óleo presente na lata por considerá-lo de baixa qualidade e sabor. A partir deste insight, Gallo seleciona os clássicos peixes do atlântico e combina com o seu excepcional azeite extra virgem. Uma experiência sensorial completa que harmoniza Mar & Terra, enriquecida pelo sabor dos olivais portugueses e pelas águas do mar, para momentos gastronômicos superiores e genuinamente autênticos, permitindo assim que o consumidor aprecie todo o conteúdo da lata, do primeiro pedaço de peixe até a última gota de azeite.

### FICHA TÉCNICA

Paulo Serrano: Design | Bruno Lemes: Concept strategy | Julio Palestini: 3D | Loic Prudhomme: Project Manager | Sara Valy: New Business Marketing | Luis Dias: Head of marketing

### AUTORIA

cheeeeese design

### CLIENTE

Gallo



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Natura Alta Perfumaria

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma proposta que traz uma rica experiência olfativa com fragrâncias autorais, únicas e multifacetadas, para o corpo e para a casa, que combinam nobres ingredientes clássicos da perfumaria mundial com ingredientes naturais latino-americanos. Alta perfumaria Natura: a maior expressão da natureza em perfume. Com design orgânico e sofisticado, cuidadosamente desenvolvido valorizando formas fluidas da natureza para protagonizar a preciosidade do que está dentro dos frascos.

### FICHA TÉCNICA

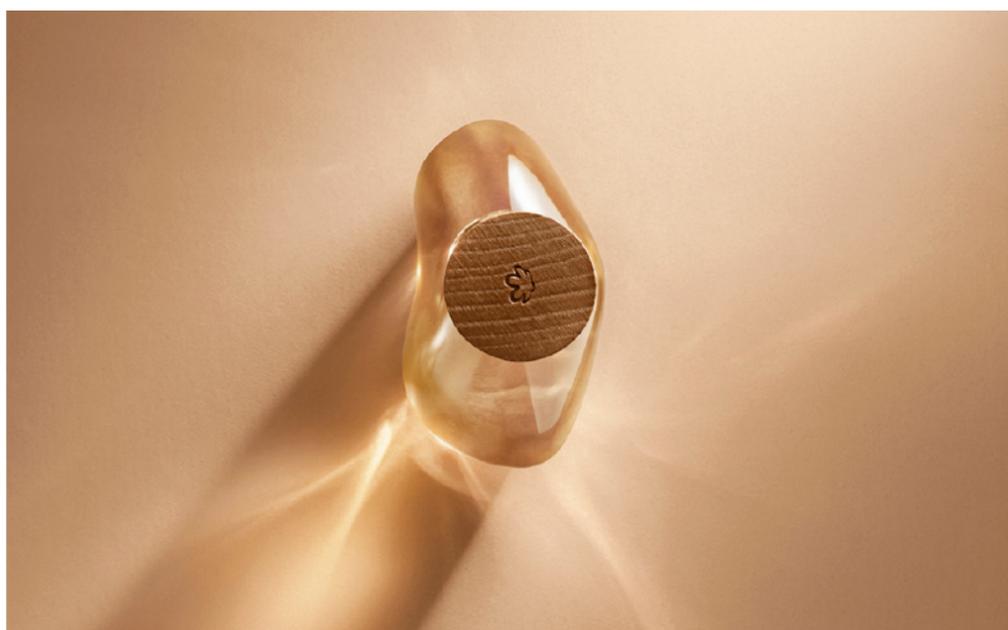
Direção Criativa: Constança Bastos, Almir Simões, Raquel Badia | Designers: Renata Maria, Marcelo Dias | Desenvolvimento Técnico: Fernanda Watanuki, Denis Nascimento

### AUTORIA

Núcleo de Design Natura

### CLIENTE

Natura



## Natura Bothânica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Botânica inaugura a primeira linha da Natura com produtos para casa e corpo, combinando inovação e a rica biodiversidade latino-americana. O desafio envolveu a criação de um conceito que unisse essas duas categorias, resultando em uma linguagem visual que celebra a natureza. O projeto abrangeu a direção criativa do shape design, rótulos e cartuchos, culminando em embalagens que refletem a alta concentração de óleos vegetais e as fragrâncias exclusivas. Cada detalhe foi pensado para reforçar a conexão entre o ambiente e o bem-estar.

### FICHA TÉCNICA

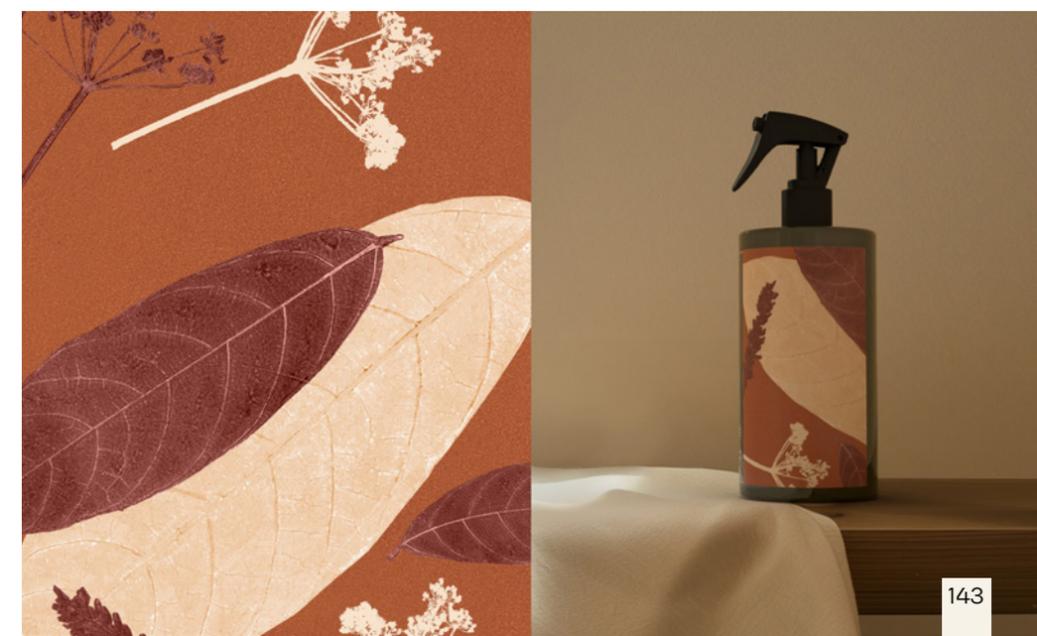
Direção Geral: Marcio Mota | Direção Criativa: Luca Bacchiocchi | Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô | Coordenação de Design: Erick Fugii, Louise Haas | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Will Girundi, Bianca Victorino, Namie Arakawa, Henrique Lucio, Adson Rodrigues, Marcos Gomes | Shape Design: Juliana Vieira Santos | Redação: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Isabel Melo | Videocase: Arthur Moura | Tratamento: André Cardoso da Silva | Produção Xilogravuras: Xilomóvel, Luciana Bertarelli, Simone Peixoto

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Naveia Linha Culinária

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

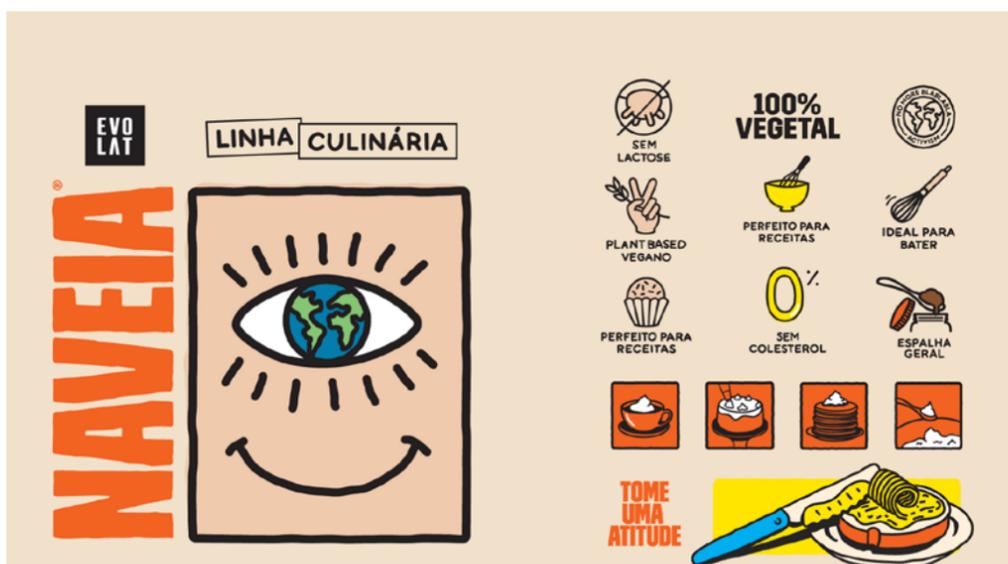
Naveia é dedicada a proteger o planeta com produtos de aveia que oferecem uma alternativa sustentável aos laticínios. Criamos a Linha Culinária, incluindo Manteiga Vegetal, Navelã e Deleite condensado, para expandir o portfólio da marca mantendo a linguagem provocativa e ativista. As embalagens despertam o apetite apael através de um design atrativo, com o icônico símbolo do olho convidando à despertar para a consciência ambiental. As ilustrações exclusivas mostram ocasiões de consumo e receitas práticas, e as mensagens bem-humoradas reforçam o propósito transformador. Naveia Linha Culinária se destaca como uma linha icônica, inovadora e cheia de atitude, provando que a mudança pode ser deliciosa.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Breno Pineschi e Rafael Cazes | Gerente de Projetos: Fernanda Rodrigues, Juliana Bach e Mariana Taubold | Head de Estratégia: Felipe Teobaldo | Time de Designers: Carolina Pinheiro, Lúvia Nishibe, Lucca Pineschi e Nicole Morim | Ilustração: Victor Jobim | Conteúdo: Gabriela Barbosa, Vinícius Cambruzzi e Talita Barcelos | Tom de Voz: Jessica Pádua | Produtora Executiva: Renata Garcia

**AUTORIA**  
HARDCUORE

**CLIENTE**  
Naveia



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## Quem Disse Berenice? + Faber Castell

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

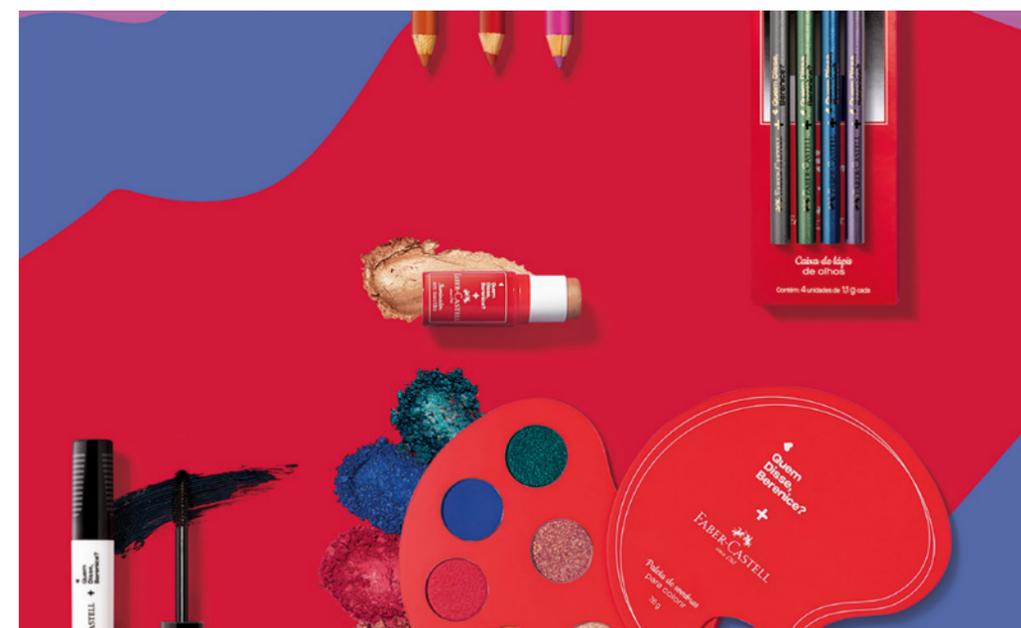
Quem Disse, Berenice? e Faber-Castell unem forças em uma collab inovadora, trazendo a linha de maquiagem inspirada em materiais escolares icônicos e artísticos, com 7 itens, incluindo iluminador, máscara para cílios e paleta de sombras. A coleção se destaca pela transformação dos clássicos itens de papelaria em maquiagens, oferecendo inovação e modernidade ao público jovem. Além de tornar as "makes" icônicas, ela também proporciona uma conexão emocional nostálgica, alcançando as gerações anteriores e entusiastas da arte.

### FICHA TÉCNICA

Sara Colin Ramos, Francielly Pereira, Leticia Leal

**AUTORIA**  
DSGN in House Grupo Boticário

**CLIENTE**  
Quem Disse Berenice?



## DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



## DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS,  
COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



## Stella Pure Gold

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Stella Pure Gold é uma cerveja que combina todo o sabor de Stella Artois com menos calorias. É a primeira do segmento Health & Wellness a oferecer esses atributos. No entanto, era necessário ajudar o consumidor a superar o estigma associado a essa categoria, que historicamente se concentrou apenas em calorias, sem entregar sabor e indulgência. Esse segmento costumava se comunicar através de códigos estereotipados do universo do bem-estar, como paletas em tons de azul, elementos esportivos, líquidos pálidos e garrafas transparentes.

### FICHA TÉCNICA

JKR (JONES KNOWLES RITCHIE): Sean Thomas, Elena Cartasegna, Richard Aylen, Andrew Armentano | ABI + AMBEV: Ana Medina, Anderson Alves Santos, André Amaral, Bárbara Marques, Camila Mora, Caio Flores, Daniel Wakswasser, Felipe Cerchiar, Guilherme Perez, Gustavo Castro, João Pedro Araujo, Karina Ferreira, Leandro Ribeiro Mendonça, Maria Eduarda Simões, Mariana Bier, Mariana Montoanelli, Mariana Porto, Rafaella Mendes, Tim Ovadia, Yasmin Paulino

### AUTORIA

JKR (Jones Knowles Ritchie)

### CLIENTE

Stella Artois Brasil, Ambev



## Black Queen Negroni

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Gambito Bar é o primeiro bar Speakeasy do RS. Conhecido por sua atmosfera única e foco em drinks sofisticados, criou sua própria versão de Negroni engarrafado como uma extensão natural de sua proposta de oferecer experiências de alta qualidade e exclusividade. A criação desse Negroni engarrafado reflete o desejo de compartilhar sua expertise em coquetelaria com aqueles que desejam desfrutar de um drink excepcional fora do ambiente do bar. A escolha dos ingredientes, a precisão no preparo e a possibilidade de degustar o drink no conforto de casa sem perder a sofisticação e o sabor característicos fazem dessa versão algo especial e alinhado com a identidade do bar.

### FICHA TÉCNICA

Direção e Design - Luciano J. Marin  
Storytelling e Redação - Marcos Delacumbre Holtz

### AUTORIA

Grunge Design

### CLIENTE

Gambito Bar



## DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS,  
COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



## Chás Maria Antonieta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvemos as embalagens para a linha de chás da marca de luxo Maria Antonieta – um mix de bistrô, boulangerie, pâtisserie e chocolaterie que se inspira na culinária francesa, sempre incorporando um toque brasileiro às suas criações. Nosso desafio foi criar layouts que contassem uma história encantadora em um espaço reduzido para a diagramação de todas as informações. Nos inspiramos nas estufas de jardim do movimento art nouveau, com suas estruturas de metal e vidro, imaginando-as como o cenário perfeito para um chá da tarde entre mulheres da corte francesa. Assim, criamos nossa própria interpretação dessa arquitetura presente em diversos palácios europeus.

### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto | Ilustração: Raquel Silveira | Ilustração em aquarela dos personagens: Fepe Camargo | Layout: Raquel Silveira e Juliana Zarattini | 3D: Kaue Marques | Atendimento: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto | Fotografia: Estúdio Figo e Aste+Risk | Vídeo: Vini Bernardes

### AUTORIA

MELT Design

### CLIENTE

Maria Antonieta



## DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS,  
COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



## No São João, a gente veste o Nordeste

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de embalagens para a campanha publicitária de São João da marca de refrigerante de caju São Geraldo.

### FICHA TÉCNICA

CCO: Giácomo Brayner | Diretores de Criação: André Freitas, Samuel Ribeiro | Redatores: André Freitas, Hannah Aguiar | Diretores de Arte: Samuel Ribeiro | Ilustrador: Pevê Azevedo | Head de Digital: Adna Fernandes | Social Media: Ana Biatriz Cavalcante | Atendimento: Lidiane Brito, Beatriz Pimenta | Mídia: Suzanne Navarro | Edição: Nathan Santiago | Revisão: Vera Alves | Arte-final: Haroldo Oliveira

### AUTORIA

Bando

### CLIENTE

São Geraldo



## DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS,  
COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO



## DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



## Panettones Maria Antonietta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Maria Antonietta é um mix de bistrô, boulangerie, pâtisserie e chocolaterie de estilo francês. Todas as criações da marca são riquíssimas em detalhes, tornando-se verdadeiramente encantadoras. Fomos convidados a criar o design das embalagens de panettones, com o desafio de harmonizar os dois países que fazem parte da essência da marca: França e Brasil. Diante disso, nos perguntamos: Como fazer duas culturas tão distintas coexistirem de forma coerente em uma única peça? Será que produtos natalinos precisam se limitar às tradicionais cores vermelha, verde e aos elementos característicos da data?

### FICHA TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto e Kaue Marques | Ilustração: Raquel Silveira | Layout: Juliana Zarattini e Caroline Celli | Apresentação e 3Ds: Kaue Marques | Finalização: Rodrigo Lourenti e Stenio Von Zuben | Atendimento: Raquel Silveira, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto | Vídeo: Vini Bernardes

### AUTORIA

MELT Design

### CLIENTE

Maria Antonietta



## A Vida mais Krokant's

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Krokant's é uma empresa criada em 1996, com sede em Canoas/RS, focada na fabricação, venda e distribuição de batata frita em formato palha e chips. Durante a pandemia, ao contrário do ocorrido com muitas empresas, suas vendas dispararam, aumentando significativamente a produção. Contudo, a Krokant's NUNCA havia investido de forma profissional na sua marca, comunicação e embalagens. Encarando sua nova realidade, a empresa sentiu essa necessidade para profissionalizar o negócio e conferir unidade à sua linha de produtos, considerando ainda uma ampliação de portfólio. A partir deste contexto, realizou-se um trabalho de branding a fim de assentar categoricamente a empresa no mercado, trazendo um posicionamento claro e uma identidade visual completamente nova para a marca e suas embalagens.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Felipe B. Amaral | Direção Estratégica: Natália Porto | Atendimento: Cesar Fujita | Equipe de Estratégia: Ana Beatriz Nunes | Universo Verbal: Maria Eduarda Gandara | Equipe de Design: Camila Sanzi, Ricardo Franco, Ana Beatriz Nunes, Laura Salvaterra | Refinamento Logotipo: Sauê Ferlauto | Ilustração: Laura Salvaterra | Motion: Thomas Becke | 3D: Felipe Pavani | Fotografia: Duda Bussolin (Moropolo Studio) | Retouch: Patrícia Thiesen | Vídeo: Lucas Nishimura

### AUTORIA

StudioBah

### CLIENTE

Krokant's



ANTES



DEPOIS



BATATA PALHA KROKANT'S  
**COMBINA  
COM TUDO.  
BOM, BONITO  
& BATATA.**

MUITA TEXTURA & SABOR

## DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



### Cachaça Kiricó

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Kiricó, marca de cachaças artesanais, celebra a natureza através da agricultura familiar e parcerias com comunidades quilombolas e indígenas. A receita, um legado de cinco gerações, reflete a riqueza cultural da região. O redesign da marca expressa o amadurecimento da empresa e conecta a bebida com apreciadores de experiências sensoriais únicas. As novas embalagens apresentam tipografia própria, cores que valorizam a bebida e ilustrações que evocam a natureza, homenageando as árvores que conferem personalidade a cada sabor. Cada garrafa destaca um trecho do Rio Kiricó, que corta a fazenda no litoral de Mata de São João-Bahia. Assim, Kiricó renova sua identidade, honrando suas raízes e convidando as pessoas a uma jornada sensorial pela tradição e inovação da cachaça artesanal baiana.

#### FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Pedro Gabriel Souza  
Oliveira e Mateus Moitinho  
Fotografia: João Regis

#### AUTORIA

Távola Design

#### CLIENTE

Kiricó



## DESIGN DE EMBALAGEM

PROJETOS ESTUDANTIS



### Embalagem com abertura e trava automática

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A “Embalagem com sistema automático de abertura e travamento” é um projeto conceitual que se destaca pela versatilidade e compromisso com a sustentabilidade. Seu destaque está no uso de dobras e intertravamentos em sua estrutura, dispensando completamente o uso de cola em todas as etapas da produção. Além disso, a estrutura interna da embalagem oferece proteção extra para os objetos armazenados, que são periféricos eletrônicos frágeis. Projetada para profissionais em ambientes de trabalhos híbridos, a modularidade da embalagem proporciona uma solução adaptável, facilitando o manuseio, montagem e desmontagem, o que prolonga sua vida útil. Além disso, o material utilizado, papel kraft, é 100% reciclável, oferecendo uma solução sustentável sem comprometer a estética da marca.

#### FICHA TÉCNICA

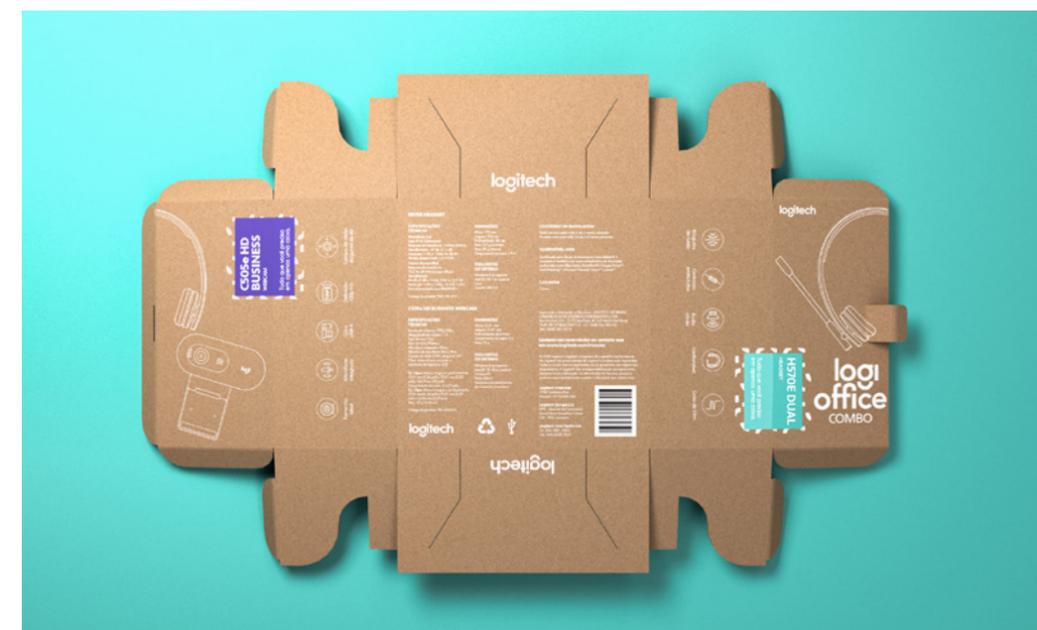
Orientação: Luiza Selau

#### AUTORIA

Henrique Borba, Lauren Bengochêa,  
Victória Botti

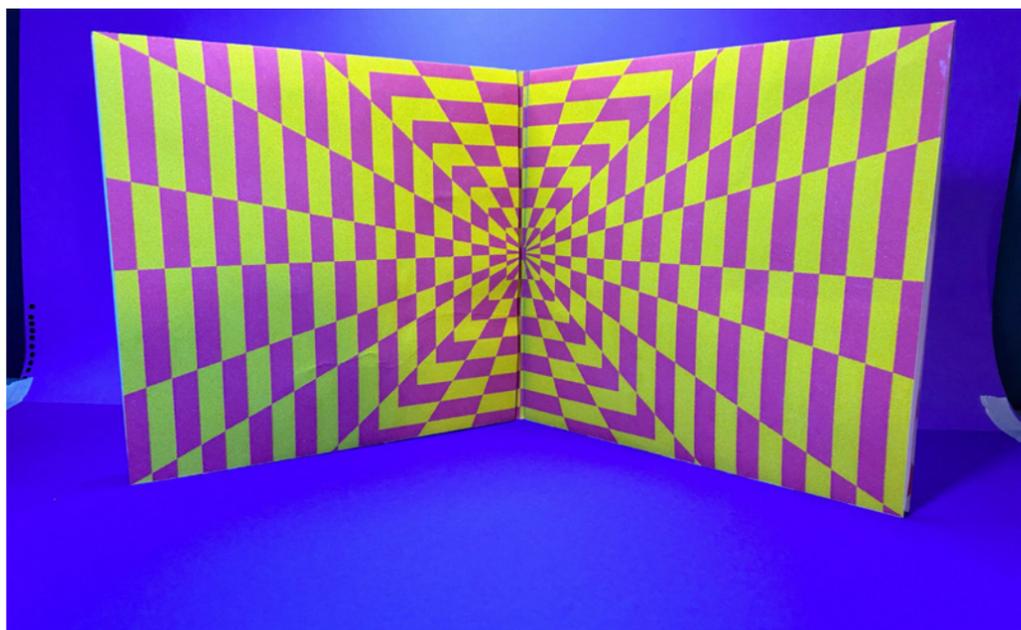
#### CLIENTE

UFRGS



## DESIGN DE EMBALAGEM

PROJETOS ESTUDANTIS



## Remain in Light – Talking Heads

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Redesign de embalagem do disco Remain in Light da banda Talking Heads que contém: Embalagem principal do disco, Capa externa protetora e interativa da embalagem, Sleeve, Poster de risografia, Encarte com letras das músicas e adesivos informando os lados do disco.

### FICHA TÉCNICA

Gabriella Prussak

### AUTORIA

Gabriella Prussak

### CLIENTE

FURB - Projeto de TCC



## DESIGN DE EMBALAGEM

PROJETOS ESTUDANTIS



## Seringa coringa

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A fim de implementar estratégia de circularidade para embalagem a um novo recheio cremoso de chocolates, em parceria acadêmica com o Cazoolo, foi desenvolvido um sistema com seringa aplicadora e medidora, refil, e embalagens secundárias. A solução surgiu da demanda real de mercado para resolver dores específicas do público majoritariamente feminino (utilizar bicos de confeitaria, simplificar o processo de medição, possibilitar abertura e fechamento, diminuir a força necessária na aplicação) atendendo a preocupações sociais (minimizar o desperdício do produto alimentício), ambientais (redução de matéria-prima, aumento das possibilidades de reuso e reciclagem, diminuição da contaminação) e mercadológicas (incrementar a fidelização e melhorar a exposição no PDV).

### FICHA TÉCNICA

Design e ideação: Beatriz Cavicchini, Emanuela Scappaticci, Rafael Antônio de Oliveira, Tainá Pio | Professores orientadores: Maria do Rosário Gonçalves e Thaís Behar | Demais envolvidos: time Cazoolo (Tarcio Borgo, Fábio Santana, Yuri Tomina, Roberto Mesquista, Andre Giglio, Juliana Rosa e Eloisa Cilli.) e time IED (Eduardo Yamamoto, Kenzo Abiko, Graziela Nivoloni)

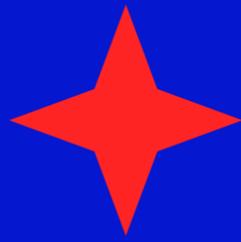
### AUTORIA

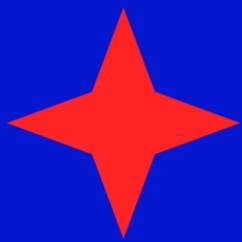
Beatriz Cavicchini, Emanuela Scappaticci, Rafael Antônio de Oliveira, Tainá Pio

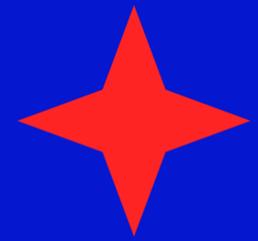
### CLIENTE

Cazoolo



DESIGN DE   
IMPACTO DESIGN

 SOCIAL



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

INCLUSÃO E DIVERSIDADE



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

SAÚDE



### Acessórios Inclusivos – Collab Grupo Boticário + Mercur

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este projeto é um marco na indústria da beleza ao democratizar o acesso ao cuidado pessoal para pessoas com deficiência e/ou limitação motora nos membros superiores. Em uma iniciativa inédita no mercado, o Grupo Boticário, em parceria com a Mercur, desenvolveu e está distribuindo gratuitamente dois acessórios inovadores desenhados para cosméticos. Inspirados pela missão de promover a diversidade e inclusão, as empresas uniram seus times de design, diversidade e inovação, trazendo a primeira iniciativa no mercado de beleza brasileiro. Através de cocriação com pessoas com deficiência, e promovendo a distribuição gratuita nas principais regiões do Brasil, esta parceria estratégica celebra o design inclusivo e reafirma o compromisso com ações de impacto em diversidade e acessibilidade.

#### FICHA TÉCNICA

Larissa Barreto Adad, Jessica Cosa, Angélica Jappe, Dayani Rodrigues Rabuske, Bruna C. Montenegro

#### AUTORIA

DSGN in House Grupo Boticário + Mercur

#### CLIENTE

Grupo Boticário + Mercur



### Impossible Journey

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A campanha “Impossible Journey” nasceu da colaboração entre a Aster, uma startup de tecnologia em saúde, a Ashé Birthing Services, organização comunitária focada em cuidados maternos e a produtora The Youth. Lançada em 2024, a iniciativa visava denunciar as profundas desigualdades raciais no sistema de saúde materna dos EUA, onde mulheres negras enfrentam um risco três vezes maior de mortalidade por complicações na gravidez em comparação às mulheres brancas. Com o Black Maternal Health Momnibus Act estagnado no Congresso, o objetivo era aumentar a conscientização e mobilizar apoio para a aprovação dessa legislação crucial, utilizando uma narrativa visual impactante para sensibilizar legisladores e o público em geral.

#### FICHA TÉCNICA

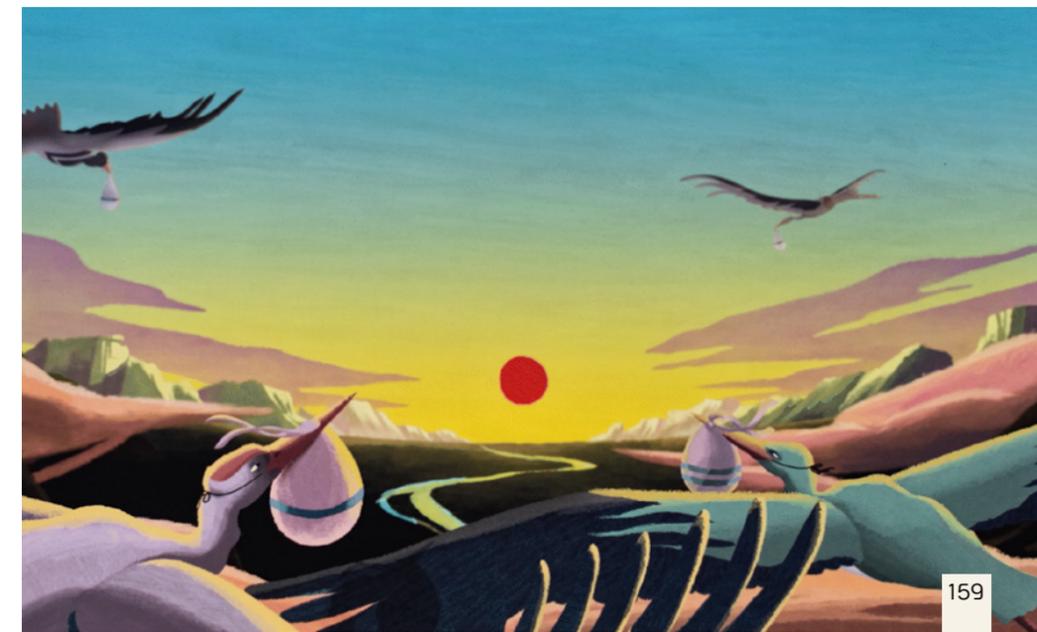
Director: YUCA | Production Company: The Youth | Post-Production Company: COLOSSAL | Art Direction: Rosa Eduardo Studio | Art Director: Eduardo Rosa | Lead Concept Artists Beatrice Bandiera and Fabio Miraglia | Lead Illustration Beatrice Bandiera | Animation Director YUCA and Bruno Brasil | Painting Studio Ateliê 39 | Music Company Satélite Áudio

#### AUTORIA

Rosa Eduardo Studio

#### CLIENTE

Ashe, Aster e Area 23



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

INCLUSÃO E DIVERSIDADE



### Linha de pincéis de maquiagem acessíveis – Quem Disse, Berenice?

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A marca Quem Disse, Berenice?, do Grupo Boticário, lançou uma nova linha de pincéis de maquiagem acessíveis, projetados com orientação tátil na sua base, conforme a sua funcionalidade, que facilitam a identificação por pessoas com deficiência visual, cegas ou com baixa visão. Este projeto é um grande avanço no campo da inclusão na indústria cosmética, pois elenca atributos que facilitam a identificação e os gestuais de uso destas ferramentas tão importantes no universo da maquiagem, criando pincéis que atendam a todos.

#### FICHA TÉCNICA

Larissa Barreto Adad, André Adam, Zhao Mariana

#### AUTORIA

DSGN in House Grupo Boticário

#### CLIENTE

Quem Disse Berenice?

## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

INCLUSÃO E DIVERSIDADE



### Supersônica

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Supersônica é uma editora que nasceu com a inclusão em seu DNA. Fundada, dentre outros sócios, por Maria Carvalhosa, que aos 19 anos identificou uma lacuna significativa na oferta de audiolivros em português, a editora foi concebida para aqueles que, como Maria, amam a literatura, mas enfrentam barreiras para acessar livros impressos. Maria, que perdeu a visão aos 13 anos, nunca desistiu de sua paixão pela leitura, e transformou sua experiência em uma missão: criar uma editora que oferecesse audiolivros com a mesma qualidade e rigor de uma obra de arte. Com essa missão como guia, desenvolvemos uma identidade visual que coloca a acessibilidade em primeiro plano, garantindo que cada detalhe do projeto fosse pensado para incluir e encantar todos os públicos, especialmente o público PCD.

#### FICHA TÉCNICA

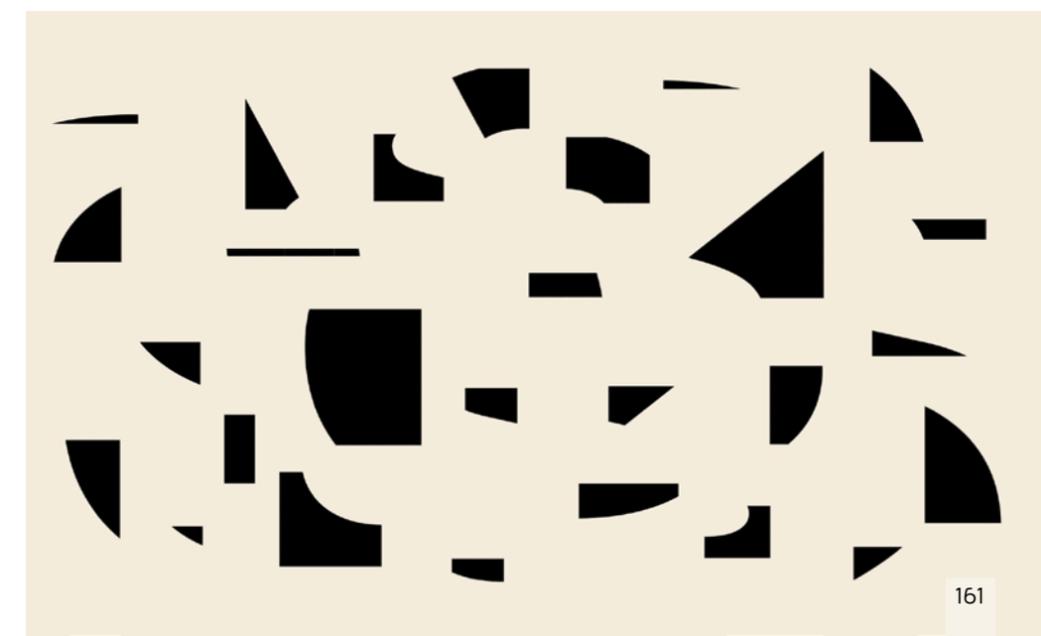
Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Bárbara Abbês, Bruno Senise, Fernanda Guizan, Laura Nogueira, Vivian Pan | Motion design: Ângela Jomara e Sérgio Aranha | Programação do site: Diego Ramos | Gestão de projeto: Lilian Al'Osta, Tatiana Araujo e Tatiana Buratta

#### AUTORIA

Radiográfico

#### CLIENTE

Supersônica



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE



### BORA! Jogo do Design Colaborativo

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

BORA! é uma ferramenta metodológica criada para facilitar processos de criação de identidades visuais e projetos de design para atendimentos de iniciativas socioculturais de baixa renda, que atuam junto a públicos carentes e que possuem uma causa social de interesse público. Essas iniciativas possuem desafios ligados à sua existência, sustentabilidade e à mobilização para suas lutas. O que faz com que o processo de criação visual assuma um caráter duplo: o de mobilizar para participação dos integrantes em suas ações e gerar identificação de sua causa junto aos públicos. A partir da construção de repertório sobre design e percepção visual, os integrantes dessas iniciativas desenvolvem juntos caminhos para produções gráficas e conceituais que expressem sua essência, sua causa e valores.

#### FICHA TÉCNICA

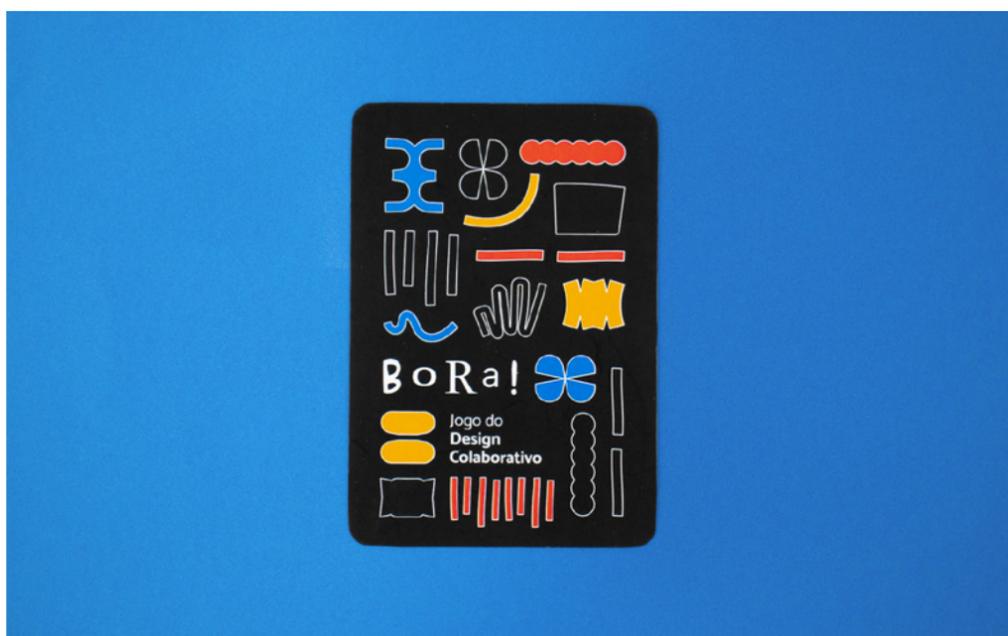
Criação e experimentações: Bárbara Gonçalves, Brenda Laura, Daniel Dorledo, Emanuela São Pedro, Joana Rosário, Mila Barone, Nathália Vargens, Raique Nicácio | Testes e imersões criativas: Laiene Souza, Marina Medef, Samanta Coan, Beatriz Lopes | Grupo e coletivos: Projeto Uly, Projeto Itamar, Expo Abya Yala, Manicoré, Românticos São Loucos | Identidade visual e projeto gráfico: Brenda Laura | Conteúdo gráfico das cartas: Brenda Laura, Mila Barone, Raique Nicácio | Diagramação Guia do Mediador: Brenda Laura, Renata Gomes | Conteúdo textual: Bárbara Gonçalves, Brenda Laura, Joana Rosário, Nathália Vargens | Artistas convidados: Bruna Lubambo, Daniel Dorledo, marco sem s, Jéssica Kawaguiski, Lucas de Pedro, Mila Barone, Priscila Justina, Raique Nic | Revisão: Emanuela São Pedro, Nathália Vargens

#### AUTORIA

AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs

#### CLIENTE

Expo Abya Yala, Projeto Uly, USSU - cerâmica, resistência e sustentabilidade



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE



### Chacinas Policiais

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Chacinas Policiais foi criado para o Fogo Cruzado, uma organização que mapeia e divulga dados sobre violência armada no Brasil. Com uma identidade visual impactante o projeto sensibiliza, informa e mobiliza em torno de uma causa urgente – a crescente violência policial no Brasil. Transformamos dados estatísticos em uma narrativa visual que conecta números a histórias, destacando a brutalidade da violência policial. Através do site o usuário pode analisar chacinas ocorridas desde 2016 e interagir por meio de diversos filtros. O objetivo era não só sensibilizar, mas também impulsionar ações concretas e políticas públicas de segurança, buscando promover discussões que conduzam a uma sociedade mais justa. Acesse: [chacinaspoliciais.com.br](http://chacinaspoliciais.com.br)

#### FICHA TÉCNICA

Direção de Design - Edu Mendanha | Design - Edu Mendanha, Ana Paula Carneiro, Tiago Martins | Ilustração - Tettiz | Programação - Ricardo Moraleida

#### AUTORIA

RODA

#### CLIENTE

FOGO CRUZADO



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE



## Contrate.RS

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

As enchentes no Rio Grande do Sul causaram um impacto gigantesco na atividade econômica gaúcha, fechando empresas, destruindo equipamentos e cancelando contratos em andamento e projetos que estavam por vir. O Contrate RS nasceu para apoiar as indústrias da cultura, tecnologia e criatividade do estado em um momento tão delicado. Seu objetivo é criar uma vitrine de empresas e freelancers que podem trabalhar remotamente e precisam ser contratados. Construída com o esforço coletivo de profissionais independentes, e em meio à catástrofe, a plataforma surgiu como um chamado para que empresas e contratantes de lugares que não foram afetados pudessem conhecer os talentos locais, movimentando a economia do estado e assim colaborando para que os gaúchos conseguissem se reerguer mais rapidamente.

### FICHA TÉCNICA

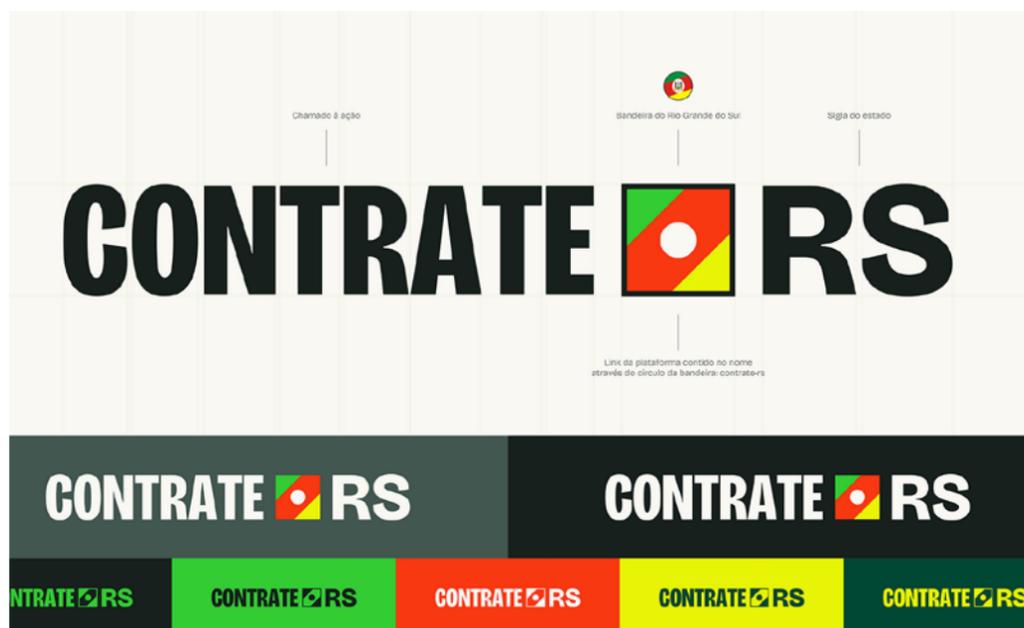
Contrate RS: Arturo Garziera, Bernardo Assis Brasil, Bianca Groff, Camila Cousseau, Camila Sanzi, Caroline Scossi, Gabriela Teló, Ismael Bertamoni, Julia Garim, Luciano Braga, Marcos Oliveira, Matheus Santa Cruz, Rafael Bittencourt, Válder Júnior | Apoio: Berro Motion, Guaraipo, Maria Viola, Meiuca, Purpous, StudioBah

### AUTORIA

Contrate RS

### CLIENTE

Contrate RS



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE



## Meu Lar de Volta: A maior faxina solidária da história do Rio Grande do Sul

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Rio Grande do Sul viveu em 2024 o maior desastre ambiental da sua história. Milhões de pessoas afetadas e centenas de milhares de desabrigados. Percebemos que as casas inundadas, além da destruição dos móveis, eletrodomésticos, conquistas materiais e memórias (muitos documentos, fotografias, objetos de valor sentimental inestimável...), as faxinas eram um enorme desafio. No meio do caos, uma onda gigante de solidariedade se formou em todo mundo: como podemos ajudar? com o que? aonde? Pensando em responder essas dúvidas com Design, criamos a plataforma Meu Lar de Volta, que conecta as pessoas afetadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul a voluntários dispostos a ajudar com faxinas. Nosso objetivo (cumprido com sucesso) foi promover a Maior faxina da história do Rio Grande do Sul.

### FICHA TÉCNICA

Felipe Machado - Designer | Gabriel Hipolito - Desenvolvedor de Software | Fábio Borges - Desenvolvedor de Software | Felipe Menezes - Futurista

### AUTORIA

Felipe Machado, Gabriel Hipolito, Felipe Menezes e Fábio Borges

### CLIENTE

População do Rio Grande do Sul



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE



## Centro Brasileiro de Justiça Climática (CBJC)

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados para criar essa marca tão sublime e necessária, e nosso processo começa ao unir a tecnologia das IAs generativas, da programação com processing e p5.js na geração das formas geométricas, com a sensibilidade da imersão mais íntima e humana sobre um tema tão atual. O Centro Brasileiro de Justiça Climática é uma organização dedicada às temáticas da população negra na agenda climática brasileira. Seu universo visual é uma plataforma gráfica contemporânea que potencializa tudo o que precisa ser comunicado. Em sua natureza, a marca tem a empatia de valorizar as diversas histórias a serem contadas, ao mesmo tempo que retrata o peso e a aspereza da realidade de quem luta e de quem é vítima das inseguranças climáticas.

### FICHA TÉCNICA

Lukas Arujo: Design, estratégia, motions |  
Thalles Ferreira: Design, estratégia, direção de arte | Kauan Miranda: Refino tipográfico

### AUTORIA

DOBU

### CLIENTE

Centro Brasileiro de Justiça Climática (CBJC)



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## Aflora – um jogo para cultivar suas emoções

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Aflora, um jogo para cultivar suas emoções, é cheio de desafios para se divertir em família e aprender sobre as emoções primárias (alegria, medo, nojo, tristeza e raiva). Os jogadores precisam, por exemplo: fazer outra pessoa rir, abraçar alguém, contar um medo superado, respirar fundo e até fazer outro jogador perder a vez! Tudo isso com muita interação e parceria, desenvolvendo a autoconsciência, autocontrole, automotivação, empatia e as relações interpessoais. As emoções são explicadas em uma narrativa ilustrada, que acompanha o jogo. Nela, cada uma é representada por uma flor com características específicas: a raiva é vermelha e tem espinhos pontudos, a alegria é amarela e sorridente, e assim por diante. É reforçada a importância de termos uma flora colorida, com emoções bem cuidadas.

### FICHA TÉCNICA

Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso | Orientadora: Profa. Denise Dantas

### AUTORIA

Giovanna de Freitas Alves

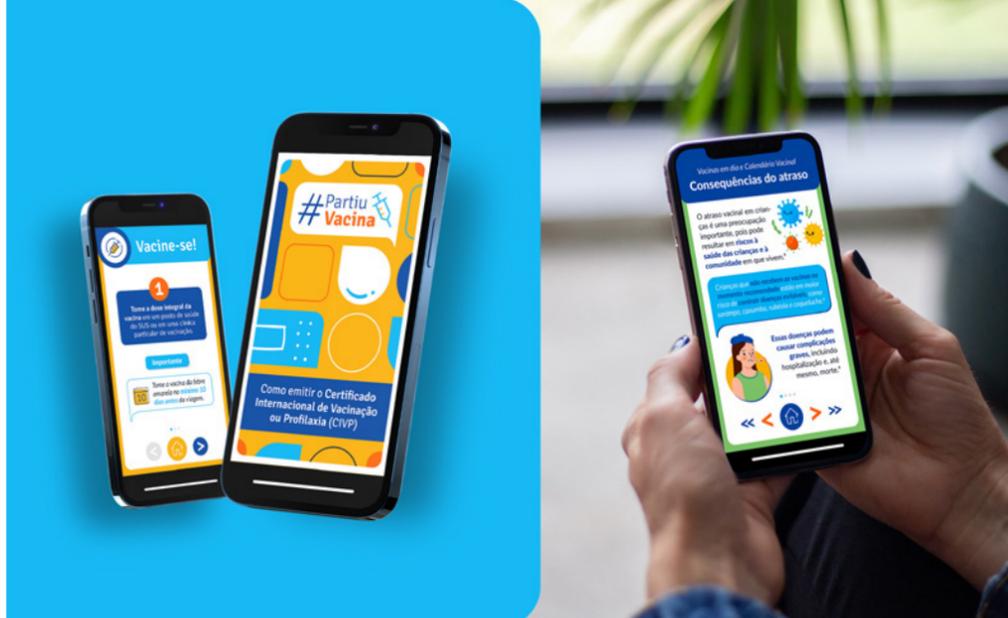
### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## Campanha de Vacinação: Pequenos Heróis

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto "Pequenos Heróis" tem como objetivo aumentar a adesão às vacinas e combater a desinformação que afeta a saúde pública. Através de uma campanha educativa, busca-se transformar a percepção dessa ação em um ato de cuidado e proteção, tanto para as crianças quanto para o resto da comunidade. O projeto baseou-se em pesquisas para identificar barreiras e desenvolver materiais informativos eficazes a fim de melhorar a comunicação entre a equipe de saúde e a população, promovendo um diálogo aberto sobre a importância da imunização. Com foco na conscientização e no engajamento da comunidade, "Pequenos Heróis" pretende criar um ambiente de apoio à vacinação, contribuindo para a saúde coletiva e a prevenção de doenças.

### FICHA TÉCNICA

Júlia Monteiro de Andrade (Estudante),  
Profa. Dra. Sara Goldchmit (orientadora)

### AUTORIA

Júlia Monteiro de Andrade

### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da  
Universidade de São Paulo



## Ciclo 24: o jogo de educação menstrual

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Ciclo 24 adota uma abordagem criativa e inclusiva para enfrentar uma das questões da pobreza menstrual: a falta de informação e o tabu em torno do tema, que afeta toda a sociedade, não apenas mulheres e menstruantes. Desenvolvido de forma colaborativa, este jogo educativo foi criado para desmistificar a menstruação, promovendo diálogo e conhecimento sobre o assunto, entre adolescentes a partir dos 12 anos. Com 24 casas representando as fases do ciclo menstrual, o jogo proporciona uma experiência coletiva que incentiva a discussão positiva e a troca de vivências. Além disso, o projeto planeja disponibilizá-lo gratuitamente para comunidades carentes, democratizando o acesso à informação e promovendo saúde e bem-estar, inclusive em escolas públicas.

### FICHA TÉCNICA

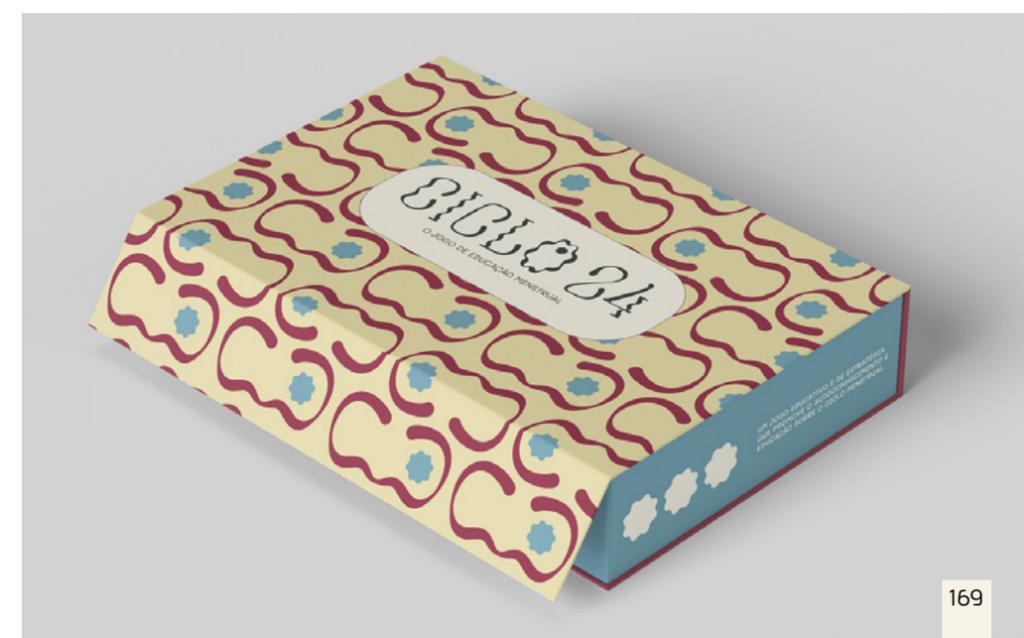
Área do Conhecimento de Artes e  
Arquitetura | Bacharelado em Design |  
Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso  
| Professora orientadora: Aline Valéria  
Fagundes da Silva | Co-orientadores:  
Douglas Onzi Pastori, Julio Colbeich Trajano  
e Ana Prudencio

### AUTORIA

Isabela Carolina Tomasi

### CLIENTE

Universidade de Caxias do Sul





## Migra.me – Artesanato Imigrante e Mercado Livre

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Migra.me é um ponto de convergência entre artesãos latino-americanos e brasileiros que desejam conhecer essas culturas através de sua arte tradicional. O projeto parte de um exercício de posicionamento sociocultural estratégico para a empresa Mercado Livre, criando uma plataforma digital de vendas exclusiva e parceira de feiras de artesanato imigrante, visando incentivar esse comércio, disseminar a multiplicidade cultural da cidade paulistana e valorizar as culturas, produtos e histórias dos artesãos presentes. O projeto foi idealizado para trazer visibilidade e dignidade a trabalhos marginalizados de comunidades imigrantes, visando também a redução de desigualdades no cenário econômico de São Paulo, além de criar um atalho de acesso entre os artesãos e possíveis compradores.

### FICHA TÉCNICA

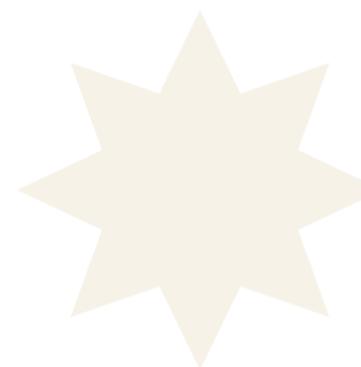
Orientadores: Prof. Me. Danilo Correa da Costa Cid (Projeto V), Prof. Dr. Carlos Frederico Lucio (Antropologia Visual)

### AUTORIA

Gabriela Pires Rossi Moreira, Giovanna Moretti Lemos, Ricardo Lima Soares e Tiago Perotti Cavalcanti

### CLIENTE

Design ESPM SP



DESIGN DE PRODUTO  
DESIGN DE PRODUTO  
DESIGN DE PRODUTO  
DESIGN DE PRODUTO  
DESIGN DE PRODUTO





## DESIGN DE PRODUTO

PROJETOS ESTUDANTIS

### Furbe: mobiliário urbano em simbiose com a estrutura urbana da cidade

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Furbe é uma linha de mobiliário urbano que utiliza os postes das cidades para promover o lazer. Projetamos peças modulares, que são instaladas rapidamente, não comprometem a estrutura existente e tem fácil manutenção. Inspirado pela Simbiose, relação harmoniosa entre duas espécies, nosso mobiliário complementa os postes com bancos, mesas e bicicletários, tratando a carência por infraestrutura de acordo com a demanda local. Exaltamos, com isso, hábitos culturais latino-americanos, como ocupar calçadas para a diversão, descanso ou alimentação, e incentivamos a mobilidade ativa. Assim, Furbe molda as cidades para o convívio no espaço público.

#### FICHA TÉCNICA

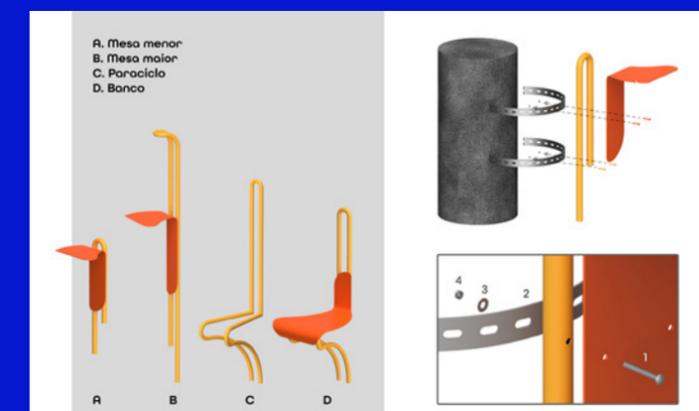
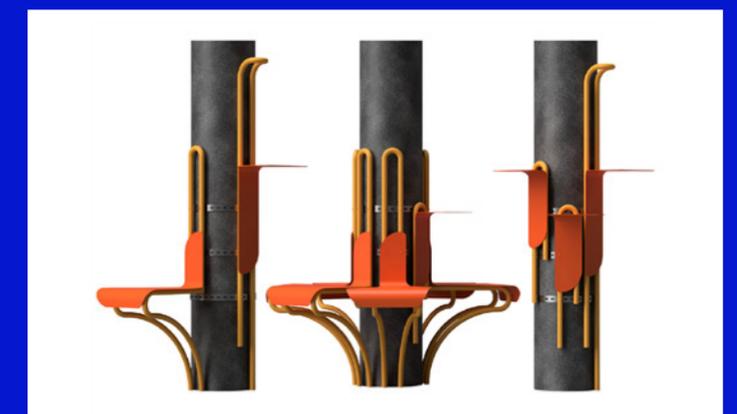
Cristina da Silva Simão (Design de Produto UFPR); Felipe Dalla Pria Leme (Design de Produto UFPR); Yasmin Fabris (Docente do Curso de Design de Produto da UFPR)

#### AUTORIA

Cristina da Silva Simão; Felipe Dalla Pria Leme; Yasmin Fabris

#### CLIENTE

Universidade Federal do Paraná



## DESIGN DE PRODUTO

ESTILO



## Alfaiataria Brahma

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A paixão dos brasileiros pelo futebol extrapola os gramados e dita a cultura. Logo, camisa de futebol é uma peça essencial do guarda roupa dos brasileiros, mas nem todo mundo acha adequado sair de casa vestindo o manto. Então, Brahma, que entende a cultura boleira como ninguém, utilizou a Paris Fashion Week como plataforma para iniciar esse debate com Alessandra Ambrósio vestida de Grêmio e entregando credibilidade à camisa de time como ícone de estilo. Por fim, elevando o nível da conversa e questionando o status quo, nasce a Alfaiataria Brahma. Em parceria com os maiores clubes do Brasil e estilistas, Brahma cria uma linha de roupas de alta costura para os times, desde blazer do Vitória até vestido do Cruzeiro. Uma linha personalizável, onde futebol e moda coexistem.



### FICHA TÉCNICA

CCO: Sergio Gordilho | Co-CCO: Nicholas Bergantin | ECD: Bruno Oppido, Gustavo Victorino, Juliana Leite | Diretor de criação: Henrique Martins, Raphael Santos | ACD Social: Guilherme Portugal | Diretor de arte: Raphaela Filippetto, Dani Keiko, Bernardo Barroso, Luis Masarin | Redatores: Lucas Menegotto, Victor Sotero | Co-COO: Heloisa Pupim | Atendimento: Rafael Marques, Vivianne Santos, Luisa Pires, Giulia Fernandes, Giovanna Antacl, Isabella Paes

### AUTORIA

Africa Creative DDB

### CLIENTE

Brahma



## DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



## Cama Kerecha

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cama Kerecha é uma resposta inovadora ao maior desastre climático da história do RS, quando enchentes e inundações fizeram com que milhares de famílias perdessem seus lares. Projetadas para uso da tecnologia Router CNC, a partir de uma única chapa de compensado naval é possível produzir uma cama de casal ou duas de solteiro, maximizando o aproveitamento do material e minimizando o desperdício. Sua montagem é intuitiva e dispensa o uso de parafusos ou ferramentas adicionais, facilitando o uso, a logística e a acessibilidade ao produto. Com seu design leve e de curvas suaves, a Kerecha transcende a funcionalidade, oferecendo uma solução definitiva que combina conforto, robustez e um simbolismo profundo de acolhimento e recomeço.

### FICHA TÉCNICA

Alexandre Rögelin Prass, Filipe Saur Santos, Thomas Alberto Weirich, Fabrícia Sandrin Zin

### AUTORIA

naE

### CLIENTE

Terrano Design



## DESIGN DE PRODUTO

### CONSTRUÇÃO



## Coleção Transicional

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A coleção de maçanetas Transicional, composta pelos modelos DOMUS 1101, DOMUS 1102 e DOMUS 1104, combina design sofisticado e funcionalidade inovadora. Cada maçaneta se destaca por sua forma geométrica predominante—oblongo, quadrado e redondo—transformando a simples ação de abrir portas em uma experiência estética e ergonômica única. Com a opção de personalização dos acabamentos e materiais, como metal, cerâmica, madeira e mármore, essas maçanetas não apenas oferecem robustez e elegância, mas também promovem uma abordagem sustentável ao design, permitindo atualizações sem substituição completa.

### FICHA TÉCNICA

Max Germano, Lauro Andrade, Roberto Koga, Heloísa Sousa

### AUTORIA

ASSA ABLOY BRASIL

### CLIENTE

LaFonte



## DESIGN DE PRODUTO

### CONSTRUÇÃO



## Cuba Liquid

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A cuba Liquid redefine o design de cubas, proporcionando uma nova experiência sensorial, que combina simplicidade estética e funcionalidade superior. Este produto é inovador ao introduzir o conceito de 'frameless', com uma borda infinita que dissolve a transição entre o interior e o exterior da cuba. Seu design combina estética minimalista com uma funcionalidade sofisticada, otimizando o escoamento da água e garantindo total compatibilidade com os metais da marca Deca. Disponível em duas versões: de sobrepor, discreta e integrada ao ambiente, e a versão de apoio, que destaca a cuba na bancada com um toque marcante de protagonismo.

### FICHA TÉCNICA

Cauã Cobuci, Rafael Lourenço, Artur Tonetto, Bruna Dagostin, Mateus Silveira

### AUTORIA

DEXCO DESIGN OFFICE

### CLIENTE

DECA



## DESIGN DE PRODUTO

### CONSTRUÇÃO



## Cuba em concreto Cliff

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Feita à mão em concreto colorido, a Cliff faz parte de um portfólio composto por dez modelos de cubas para banheiros e lavabos, disponíveis em vinte cores originais e exclusivas. Seu processo de criação e produção acontece nas instalações de uma pequena e inovadora empresa 100% brasileira, fundada no primeiro semestre de 2021 e que funciona em um galpão na Vila Romana, São Paulo, Capital. Com 38 cm de diâmetro, 38 cm de altura e 26 kg, a Cliff tem tampa inteiriça, que cobre o ralo e toda a superfície interna da cuba. E combinando beleza com funcionalidade, ela traz a boa solução de design que deixa o sifão oculto. Pode ficar apoiada sobre bancada – com a bancada instalada a 50 cm do piso – ou em seu suporte suspenso, que é preso à parede. Cliff. Original, surpreendente e linda.

### FICHA TÉCNICA

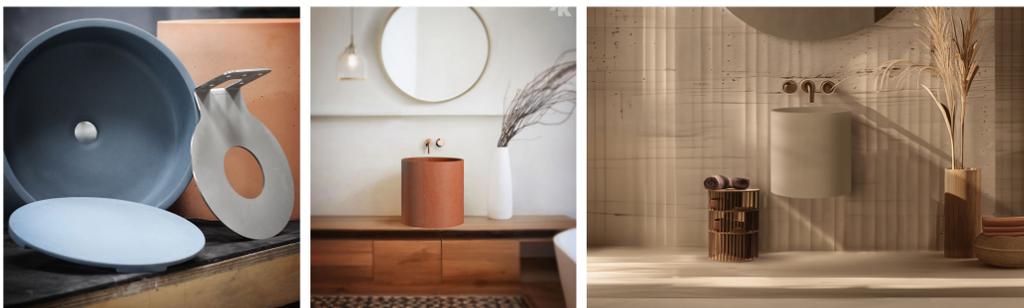
Daniel Sarti e Paulo Asano

### AUTORIA

Daniel Sarti e Paulo Asano

### CLIENTE

Konkre



## DESIGN DE PRODUTO

### CONSTRUÇÃO



## Puxador Iluminado Lumiere

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Puxador Lumiere é uma inovação na categoria de puxadores de porta, que introduz a iluminação indireta e quente para transformar o ato de abrir porta em uma experiência de uso. Com um design sofisticado e funcional, ele oferece segurança e acessibilidade ao iluminar a fechadura e a entrada da porta com um LED de alta eficiência, ativado por sensor de movimento. Fabricado em alumínio reciclável e com baterias recarregáveis, o Lumiere destaca-se pelo compromisso com a sustentabilidade. Seus acabamentos elegantes como cromado, cromado acetinado, latonado e preto fosco com o sistema de instalação plug-and-play tornam o produto uma solução moderna e prática, que eleva a experiência do usuário em qualquer ambiente.

### FICHA TÉCNICA

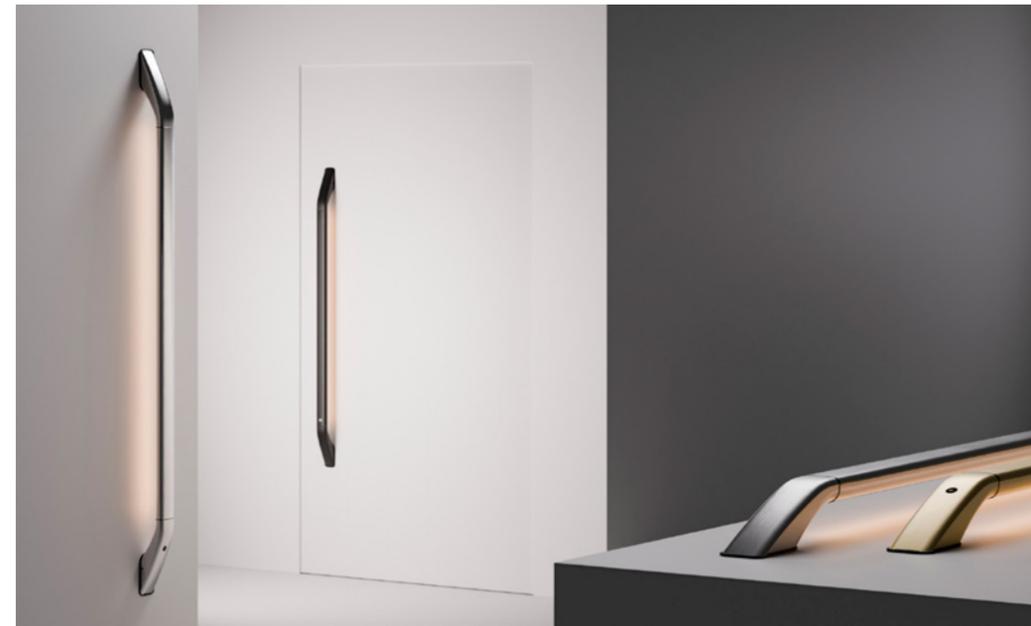
Max Germano, Lauro Andrade, Roberto Koga, Heloísa Sousa

### AUTORIA

ASSA ABLOY BRASIL

### CLIENTE

LaFonte



## DESIGN DE PRODUTO

### CONSTRUÇÃO



## Puxador Texture

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Puxador Personalizável Texture é uma inovação no design de ferragens, concebido para atender à crescente demanda por experiências sensoriais e aconchego, especialmente após o período pandêmico ele permite a personalização da face frontal com diversos materiais como mármore, madeira e porcelanato de forma simples. Por sua infinidade de opções ele atende uma demanda crescente no mercado por portas mimetizadas já que é possível utilizar materiais compatíveis com a porta em sua face principal.

### FICHA TÉCNICA

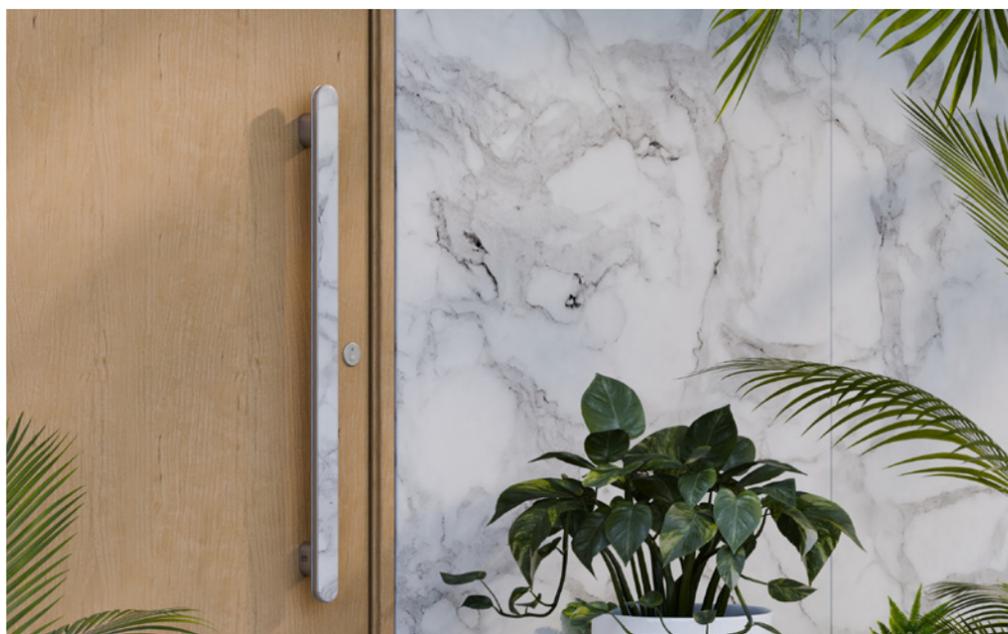
Max Germano, Lauro Andrade, Roberto Koga, Heloísa Sousa

### AUTORIA

ASSA ABLOY BRASIL

### CLIENTE

LaFonte



## DESIGN DE PRODUTO

### DESIGN COLECIONÁVEL



## Anavitória Cor Vinyl Deluxe

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

COR é o quarto álbum de estúdio do duo brasileiro de MPB contemporâneo Anavitória, vencedor do Grammy Latino na categoria "Melhor Álbum de Pop Contemporâneo em Língua Portuguesa". O álbum inaugura a fase de produção independente do duo, contando com 14 faixas, duas delas com participações especiais — Rita Lee e Lenine. O projeto gráfico da edição Deluxe do vinil, lançada no final de 2023, após o sucesso da versão Standard, materializa a rica atmosfera do disco e a trajetória das artistas em um projeto editorial diverso e recombinável, celebrando suas iterações, da concepção ao lançamento digital — ainda no contexto de isolamento social pandêmico — à circulação na turnê que percorreu 24 dos 27 estados brasileiros, em 32 apresentações.



### FICHA TÉCNICA

Direção Executiva: Stephanie Noelle | Direção Criativa e Fotografias do Case: Guilherme Collado Garofalo | Design & Direção de Arte: Laís Matias, Pedro Mooniz, Thayná Britto, Lívia Zafaneli | Gestão de Projeto: Juliana Paiva, Ana Júlia Rabelo | Produção Gráfica: Marina Ambrasas | F/SIMAS: Felipe Simas, Isadora Silveira, Ana Caetano, Vitória Falcão | Fotografias: Gabriela Schmidt, Breno Galtier

### AUTORIA

Tég, Bureau de inteligência criativa

### CLIENTE

F/Simas



## DESIGN DE PRODUTO

EQUIPAMENTO URBANO



## Banco Itamaraty

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um banco para o ar livre, feito com resíduo de bauxita, material conhecido como lama vermelha, proveniente do processo de extração do minério de alumínio no Brasil. O design composto por arcos de volta perfeita, solução tecnológica construtiva, usada em escala pelos romanos, é perfeitamente alinhada aos parâmetros da inovadora tecnologia de impressão 3D de concreto, materiais e tecnologia de impressão únicos no mundo com 100% de capital intelectual brasileiro, impactando na descarbonização do concreto. Os arcos assimétricos do banco foram inspirados nas fachadas do palácio da Marquesa do Itamaraty no RJ, o Palácio-Cor-de-Rosa. O Banco Itamaraty é uma homenagem às influências brasileiras sobre os estilos barroco, neoclássico e modernista. Seus arcos conectam séculos de história no Brasil.

### FICHA TÉCNICA

#### AUTORIA

Studio Manga\_be Arquitetura e Design

#### CLIENTE

Studio Manga\_be



## DESIGN DE PRODUTO

EQUIPAMENTO URBANO



## Novo Abrigo de Ônibus de Salvador

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Salvador é uma cidade forjada pela linha curva. Em suas inúmeras enseadas e avenidas sinuosas, em seu abraço à Baía de Todos os Santos, além da sua topografia e herança barroca. A curva é então a forma que define o traço dos abrigos. Ela resgata os atributos da imagem da cidade em seus aspectos físicos, históricos e culturais, garante elegância, sensualidade e suavidade na sua silhueta. Também está presente no design traços da ancestralidade africana e indígena, atualizados por artistas como J. Cunha e Goya Lopes, que nos inspiram na linguagem gráfica utilizada no trabalho. O grafismo aplicado no vidro dos abrigos se relaciona diretamente com a arte urbana produzida na cidade, os padrões geométricos aplicados na proposta reverenciam as artes ancestrais e a herança dos povos originários.

### FICHA TÉCNICA

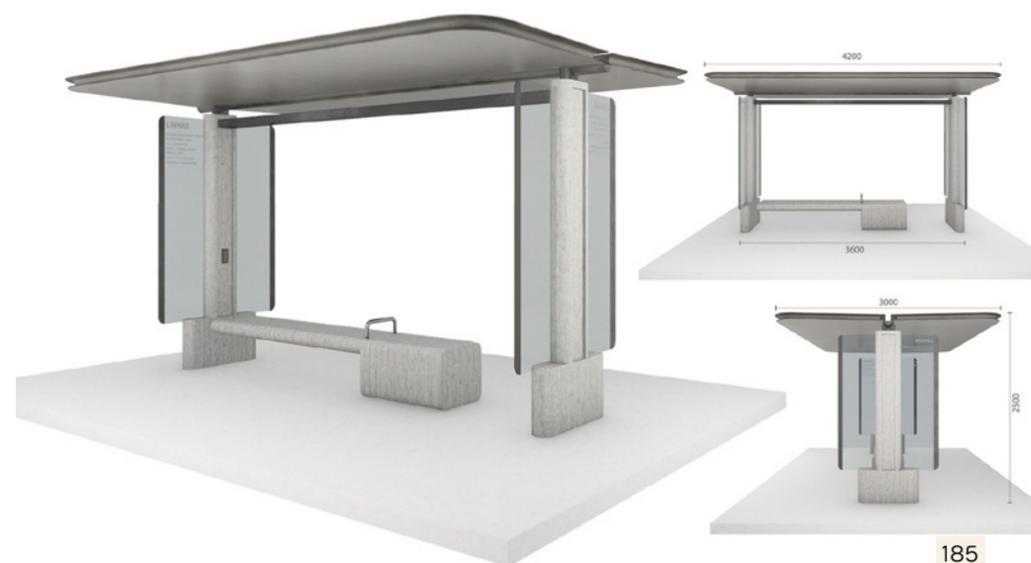
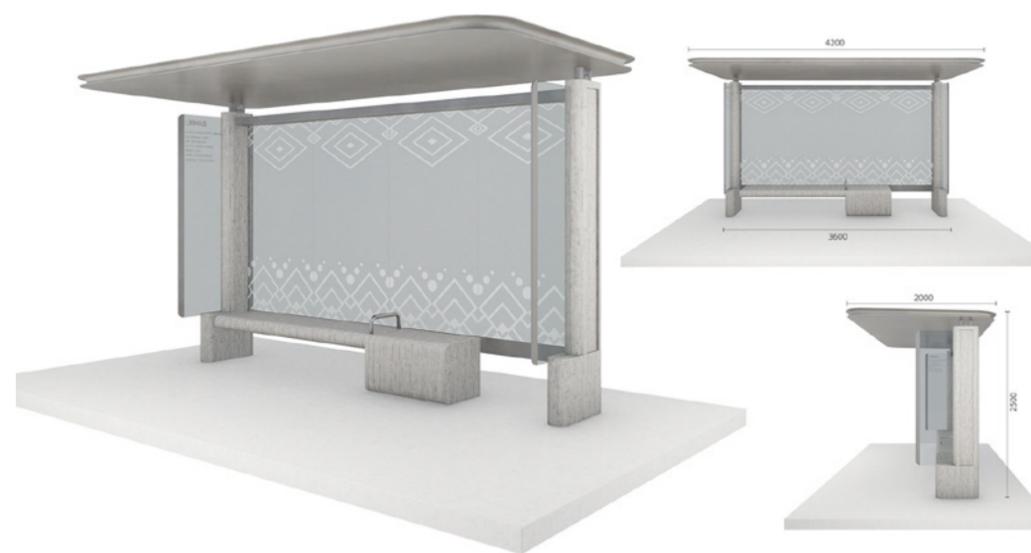
Adriano Mascarenhas, Joabe Caldas, Gabriela Correia, Fernando Teixeira, Reyllibis Blanco, Guilherme Fortuna, Juan Carlos Ortiz, Percival Andrade Nascimento, Pedro Manoel Santos, Matheus Adorno

#### AUTORIA

Sotero Arquitetos

#### CLIENTE

Eletromídia



## DESIGN DE PRODUTO

### ILUMINAÇÃO



## Coleção Tênuê

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A escolha do termo “tênuê” para nomear esta coleção de luminárias reflete a delicadeza e a leveza que caracterizam as peças, delgadas e pouco espessas. “Tênuê” também é uma palavra da língua portuguesa que designa algo pouco perceptível. Tênuê é uma coleção de luminárias, resultado de uma extensa pesquisa pela busca por mínimas espessuras na porcelana, que ao ser iluminada, cria uma luz suave e difusa. Ao examinarmos o objeto como um todo, notamos a integração entre métodos artesanais e técnicas modernas de produção. Essa fusão gera luminárias que aliam a originalidade do trabalho manual à eficiência e à consistência da produção fabril.

### FICHA TÉCNICA

Colaboradores: Gustavo Azzar, Sofia Kyrillos, Diogo Dahia, Pollyana Banhos, Rafaela Ramos, Maria Souza, Maria Eduarda Gasparete, Gabriel Roberti |  
Fotógrafos: Wesley Diego Emes, Lucas Rosin, Denilson Machado, Jomar Bragança

### AUTORIA

Studio De La Cruz + Nydia Rocha Atelier

### CLIENTE

Projeto autoral



## DESIGN DE PRODUTO

### MOBILIÁRIO



## Cadeira Peri

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A inspiração para a cadeira Peri veio da rica cultura Tupi Guarani e de sua profunda ligação com a natureza. O conceito de “Peri” como guardião das florestas e rios motivou a criação de um projeto que homenageia esta herança espiritual. A escolha dos materiais e formas pretende refletir a sabedoria ancestral e a harmonia entre o homem e o meio ambiente, proporcionando um produto que é ao mesmo tempo uma homenagem cultural e uma peça de mobiliário funcional.

### FICHA TÉCNICA

610 mm x 545 mm x 845 mm | Base em madeira maciça, assento e encosto em sisal.

### AUTORIA

Luan Del Savio

### CLIENTE

San German



## DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



## Chaise Longue Aor

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Aoristo é um tempo verbal para além do presente, futuro e passado, comum no grego antigo e inexistente atualmente. Essa ideia de atemporalidade inspirou a nossa Chaise Longue Aor, concebida para proporcionar momentos de pausa e leitura, unindo design ergonômico e acolhedor. Com uma forma esguia e vazada, ela oferece multifuncionalidade, servindo tanto como assento quanto como apoio para objetos no seu vão interno. A sua estrutura em balanço nos apoios para pernas, costas e cabeça, foi desenvolvida para proporcionar uma sensação de flutuação e conforto, reforçado por um encosto para a cabeça é ajustável, que garante ergonomia para diferentes biotipos. A Aor combina elementos do passado e do futuro, refletindo o modernismo brasileiro em suas curvas, equilibrando função e emoção.

### FICHA TÉCNICA

Dimítri Lociks - Concepção e Modelagem | Marília Turíbio - Estratégia de produto | Luiza Moyses - Gestão e desenvolvimento de produto Breton | Daniel Pegoraro - Direção de Produtos Breton | Gabriel Henkel - Detalhamento Técnico | Gustavo Rezende - Renders | Agência Zero Vinte - Fotografia e Vídeos

### AUTORIA

Choque design

### CLIENTE

Breton



## DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



## Coleção Nunox

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A linha Nunox nasceu da observação do meu filho Nuno ao engatinhar, utilizando três apoios (duas mãos e uma perna, sempre deixando a perna esquerda levantada). Inspirados por essa observação, os assentos da linha são compostos por peças que se sustentam em três apoios. Feitas 100% em aço inoxidável, o nome Nunox é uma combinação de Nuno + Inox. Na coleção todos os detalhes, incluindo os parafusos, são projetados para garantir durabilidade, tornando-os produtos ideais para uso em áreas internas e externas. Os assentos possuem 3 apoios, encosto curvo ergonômico, linhas sintéticas e detalhes construtivos específicos que proporcionam resistência e tornam facilmente montáveis, além de caracterizar as peças como uma família.

### FICHA TÉCNICA

Colaboradores: Sofia Kyrillos, Diogo Dahia | Estagiários: Pollyana Banhos, Rafaela Ramos, Nina Aso, Gabriel Roberti | Fotógrafos: Pedro Ocanhas, Lucas Rosin, Andre Klotz

### AUTORIA

Studio De La Cruz (Gabriel De La Cruz)

### CLIENTE

Projeto autoral



## DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



## LINHA MEMO

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A linha Memo é uma coleção de mobiliário que resgata memórias afetivas ao se inspirar nas camas elásticas, ícones de liberdade e diversão na infância. Os móveis, projetados para uso indoor e outdoor, combinam materiais como inox, fibra de polipropileno e gorgurão em poliéster, e foram pensados para proporcionar uma experiência sensorial única. Cada peça transcende a funcionalidade, oferecendo um design que evoca nostalgia e convida o usuário a redescobrir a leveza e a alegria do passado.

### FICHA TÉCNICA

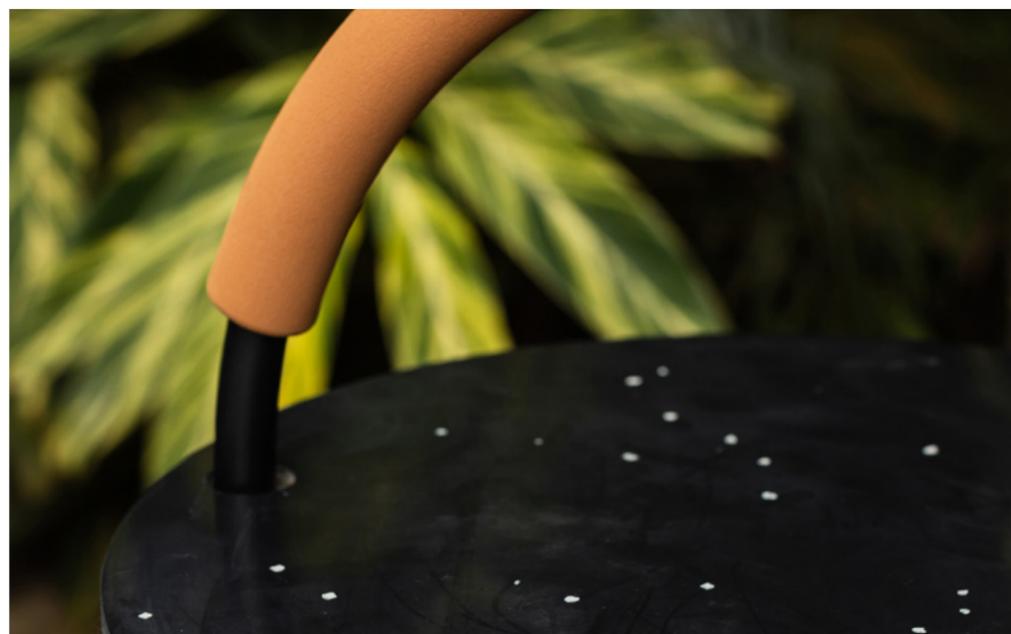
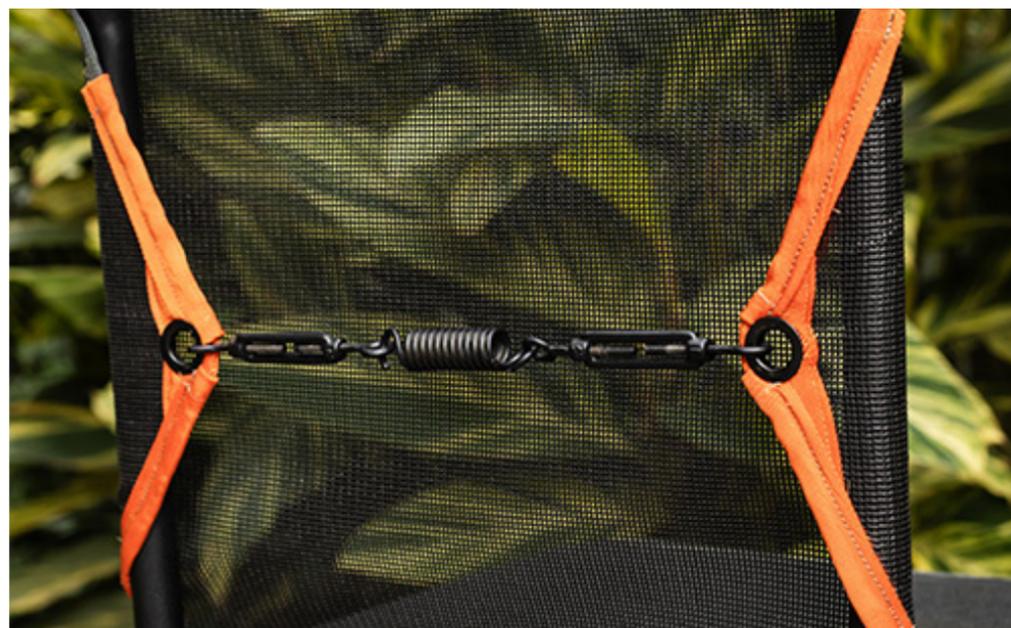
Luciana Duque e Breno Bulus

### AUTORIA

OBJ estúdio + Outer.

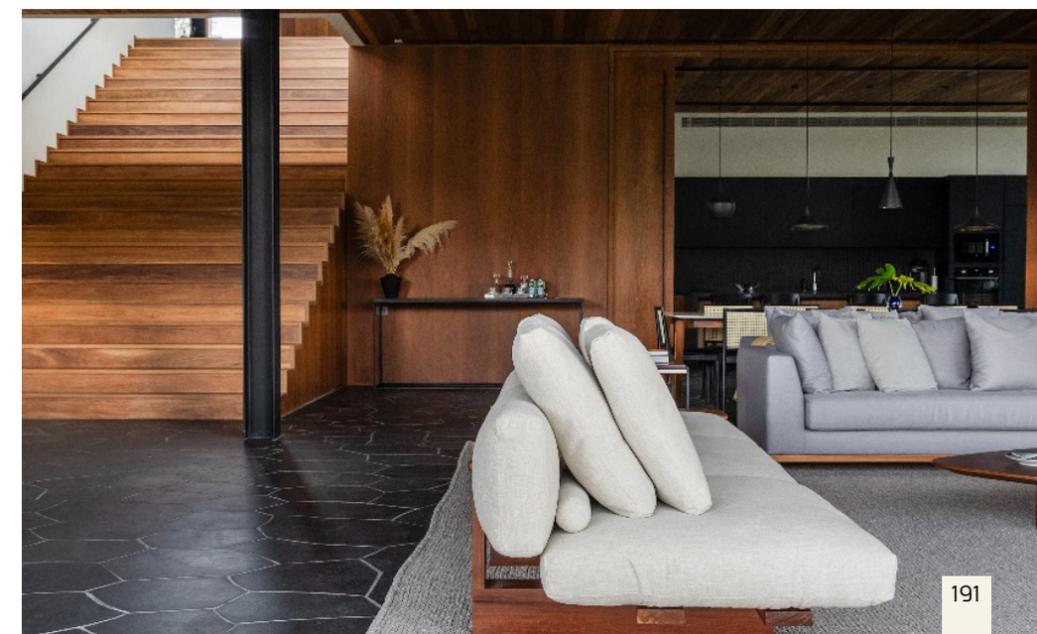
### CLIENTE

interno



## DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



## Sofa Suspensa

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com métodos de montagem através de encaixes em marcenaria a linha suspensa traz curiosidade em seu desenho. Quem a observa tem a sensação agradável por seus assentos aéreos e genericamente confortável. Pilares de sustentação dos encostos e mesas, revelam um grau audacioso na construção, declarando assim seu equilíbrio incomum.

### FICHA TÉCNICA

Largura: 3,40 m | Profundidade: 1,05 m |  
Altura: 0,45 m | Estrutura em madeira de reflorestamento Ipê e tecido em linho

### AUTORIA

Daniel Albuquerque Coutinho

### CLIENTE

Decameron

## DESIGN DE PRODUTO

SAÚDE E BEM-ESTAR



## DHFC – Dispositivo de Hipotermia Focal Cerebral

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O DHFC é um dispositivo de resfriamento cerebral focal que propõe o resfriamento do pescoço e gordura marrom subjacente. É o primeiro modelo projetado para ser utilizado também fora do ambiente hospitalar, em ambulâncias e hospitais de campanha. Além disso, é o primeiro produto de controle de temperatura de tecnologia brasileira. O carrinho combina Design moderno e tecnologia, unindo exames em uma plataforma móvel para monitoramento de funções cerebrais e também cardíacas. Dadas as suas características de mobilidade, consegue atender e ser eficaz em regiões remotas, permitindo que o socorro seja prestado antes mesmo de a vítima chegar ao hospital. Sendo assim, ganha relevância a sua existência, que coopera com o sistema de saúde pública.

### FICHA TÉCNICA

Carlos Brandão, Liliane Netto, Marcello Halfeld, Marcio Racca, Sandro Telles

### AUTORIA

Galpão3 Desenvolvimento de Produtos

### CLIENTE

UFRJ e C³M Soluções em Medicina de Catástrofe



## DESIGN DE PRODUTO

SAÚDE E BEM-ESTAR



## Natura Ekos Ryos – Shape

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Comunicar a nova linha Natura Ekos Ryos, agregando percepção de valor aos produtos e à marca Natura. Um lançamento de perfumaria a partir de um mergulho na cultura amazônica e em sua íntima conexão com as águas. Explicitar visualmente – tanto por meio dos elementos da linguagem, quanto pelos frascos – as diferentes propostas das fragrâncias, trazendo estímulos sensoriais específicos associados à narrativa de cada uma, além de propor uma jornada pelas experiências e sensações junto aos rios.



### FICHA TÉCNICA

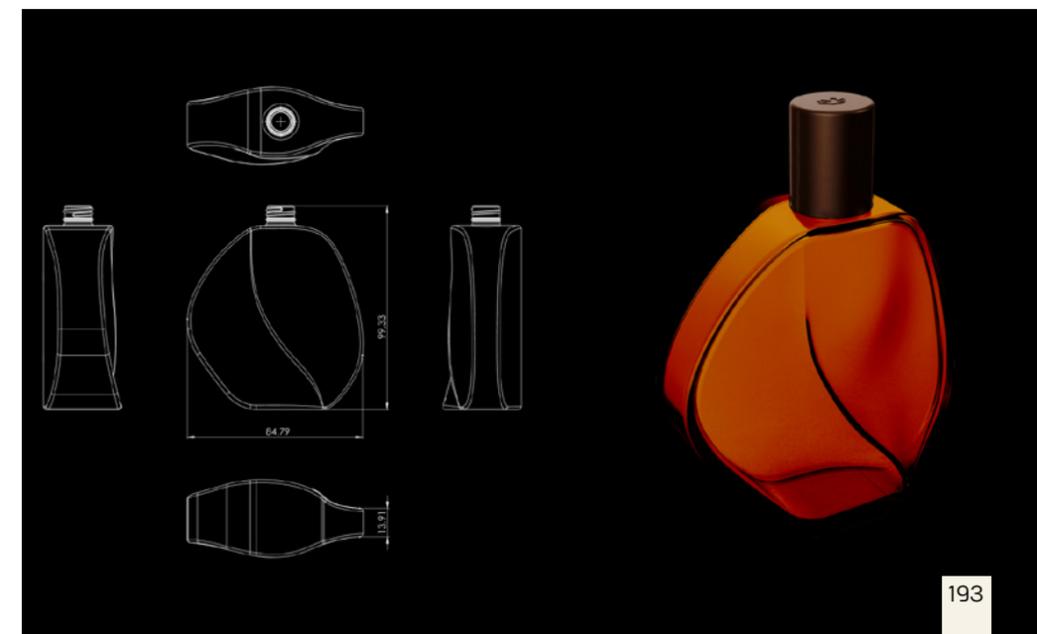
Time Tátil: Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Beto Biscoesto, Patricia Watson, Hudson Girundi, Júlia Liberati, Daniela Varanda, Elen Campos, Mayra Lins, Rafael Bittencourt, Thalita Campbell, Cristine Sech, Paula Chagas, Ulli Ferrari, Emmanuel Zaroni, David Marques e Valéria Forte | Cliente: Renata E. Fonseca, Fernanda Lopes, Bruna Coletti, Felipe Braz e Constança Basto | Parcerias: Assoc. dos Abridores de Letras, Fernanda Martins, Livia Conduru, Gazpacho, Hick Duarte, João Ávila, BlackLetra, Vídeo Monks

### AUTORIA

Tátil Design

### CLIENTE

Natura



## DESIGN DE PRODUTO

SAÚDE E BEM-ESTAR



## Toalheiro aquecido de piso DECA YOU

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Toalheiro aquecido de piso Deca You eleva o conceito de bem-estar ao oferecer toalhas sempre aquecidas e confortáveis, independente da estação do ano. Parte integrante da linha Deca You, este toalheiro combina versatilidade e sofisticação, com acabamento Cromado ou Black Matte, graças à tecnologia D.coat da Deca. O design foi pensado para combinar com qualquer ambiente, com o grande diferencial da portabilidade: pode ser transportado facilmente entre cômodos e até dobrado e armazenado quando necessário, sem nenhuma complexidade de instalação – basta ligar na tomada. Com recursos como timer para desligamento automático e controle de temperatura segura de até 70°C, o Toalheiro de Piso Deca You alia tecnologia e conforto, oferecendo uma solução elegante e funcional para o dia a dia.

### FICHA TÉCNICA

Cauã Cobuci, Artur Tonetto, Rafael Lourenço, Bruna Dagostin, Mateus Silveira

### AUTORIA

DEXCO DESIGN OFFICE

### CLIENTE

DECA



## DESIGN DE PRODUTO

TRANSPORTE



## Case E-Truck: Carenagem Pé de Carreta Elétrica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A eletrificação de veículos está em forte crescimento global e chegou aos caminhões e carretas brasileiros. Produtos como o E-trem utilizado no Doly elétrico da empresa Randon, contribuíram para que a empresa Attomi, viesse com o desafio de criar um novo modelo de Carenagem para proteger os componentes eletro-mecânicos de um novo produto: o Pé de Carreta Elétrico. Além de ser um produto pioneiro criado no Brasil, com uma solução inovadora da interface homem- máquina, de fácil uso e operação, essa oportunidade de lançar-lo na fase de ascensão da eletrificação no setor de transportes tem por objetivos: criar uma Case robusta (contra impactos e esforços mecânicos), fabricável (via processos de manufatura aditiva) e ergonômica (com interface estético-funcional mais inclusiva e acessível).

### FICHA TÉCNICA

Carenagem impressa – Material: PLA  
| Peso Case interno: 240g | Peso Case Externo: 1,53kg | Dimensões: 302 x 302 x 215 mm | Pintura automotiva

### AUTORIA

PrintUp 3D

### CLIENTE

Attomi



## SIM, ELE EXISTE: O 'FAMOSO' PÉ DE CARRETA

Primeiramente é importante compreender o que é exatamente uma Carreta e os seus respectivos elementos. Uma vez que diariamente observamos no trânsito e no fluxo da mobilidade, os mais variados veículos de carga pesada que estão em constante deslocamento ao longo do modo rodoviário, seja pelo meio urbano, industrial ou rural.

A Carreta é uma das opções de equipamentos mais tradicionais e frequentemente utilizadas para transportar cargas pesadas. São estruturas que por sua natureza são complementares, de armazenagem e não possuem força motriz própria e, sim, necessitam de uma fonte de tração, habitualmente, de um veículo autônomo: o Caminhão.

Além disso, a Carreta é caracterizada como um veículo articulado de transporte de carga e é dividido em 02 partes: o Cavalinho e a Carroceria. A (1ª) do Cavalinho, parte da frente, é configurado pelo cabine do motorista, o motor e o sistema de tração das rodas dianteiras. Já a (2ª) da Carroceria, parte traseira, é a estrutura que armazena a carga.

### O PÉ DE CARRETA

Nesse contexto, o PÉ DE CARRETA ou o "Pé Mecânico", que também é chamado de Cavalete ou Suporte de Elevação ou Aparelho de Levantamento é um equipamento essencial e indispensável para veículos de carga pesada, como as Carretas. Sua principal função é ser um produto seguro e estável para os processos de descarregamento de carga, especificamente, os mais distintos tipos de pavimento e não (artificial, rachado, pedregoso, arenoso, barroso, terroso e outros) e também para outras diversas operações como reparos, manutenções e inspeções.



## 1. PROBLEMA DE DESIGN

Nesse contexto do Pé de Carreta, a Empresa do Setor de Acessibilidade e Transporte de Cargas Pesadas viu uma oportunidade de inovar e criar um novo produto ao unir a tecnologia em ascensão de motorização elétrica junto ao sistema mecânico do equipamento. A partir da necessidade de armazenar e proteger esses novos elementos eletro-mecânicos em uma Carenagem robusta, capaz de aguentar longas viagens, suportar impactos mecânicos, adversidades de percursos, intempéries do clima, com uma interface moderna, agradável e ergonômica: prontos para o desafio!

## 2. O DESAFIO INDUSTRIAL

O Projeto de um Novo Produto (Carenagem) à ser aplicada junto a estrutura de "chassi" de peças e componentes eletro-mecânicos do novo equipamento Pé de Carreta Elétrico era algo realmente complexo e requeria um desafio especial. Por isso, consideramos várias restrições de volume, dimensões e geometria do produto devido as pré-requisições do Projeto de Engenharia Mecânica e Elétrica já especialmente alinhados nesse "chassi". Além disso, o produto deveria ser produzido através dos processos de Manufatura Aditiva (3D) de forma seriada e escalável.

## 3. ANÁLISE DE SIMILARES

Os equipamentos de Pé de Carreta Mecânicos, tanto no mercado nacional como no internacional, possuem uma configuração de sua estrutura base praticamente convencional para uso em Carretas. No entanto, já para o Pé de Carreta Elétrico, as possibilidades e diversidades de produtos com essa tecnologia e com uma interface minimamente adequada para operação do usuário são, praticamente, inexistentes ou não existem. Isso potencializa o projeto para que no processo de geração de alternativas, via desenho por sketches, fossem concebidas propostas incrementais e também disruptivas.

## 4. REFERÊNCIAS VISUAIS

A criação de um Shape Design para essa Nova Carenagem foi super interessante quanto a associação e busca por superfícies, formas e geometrias análogas ao segmento de transportes de veículos pesados com tecnologia eletrificada. Essa pesquisa proporcionou uma série de referências com acabamentos curvos e sinuosos, em volumes densos e espessos, texturas com ondulação de superfícies e simetria de formas.

## DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS



## Coifa Cube Color2U TSmart

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Coifa Tramontina Cube Isla Color2U é um projeto que combina tecnologia avançada com design inovador. É a primeira coifa conectada produzida no Brasil, foi projetada para ser instalada em ilhas de cozinha, proporcionando uma estética sofisticada e moderna, além de eficiência na exaustão de fumaça e odores. Seu design cubista, aliado à possibilidade de personalização de mais de 20 opções de cores, permite que ela se adapte harmoniosamente a diferentes estilos de decoração, transformando-se em um elemento central na composição do ambiente. A coifa pode ser acionada por comando de voz via Alexa ou Google Home, além do comando eletrônico. Isso proporciona uma conveniência única, permitindo aos usuários operar a coifa sem o uso das mãos.



### FICHA TÉCNICA

Equipe de Desenvolvimento Tramontina Teec S.A.

### AUTORIA

Tramontina Teec S.A.

### CLIENTE

Tramontina Teec S.A.



## DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS



## Coleção Due

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Coleção Due combina modernidade e simplicidade em sete cachepôs distintos, cada um projetado para se ajustar aos mais variados tamanhos e padrões de plantas encontrados no mercado. O grande diferencial está nas inúmeras combinações possíveis e na capacidade dos cachepôs de se encaixarem entre si, permitindo ao usuário criar arranjos personalizados que se adaptam a diferentes ambientes e estilos de decoração. Sua estética elegante e seu caráter inovador não apenas realça a beleza das plantas, mas também oferece uma solução decorativa versátil que se adapta aos espaços, trazendo um toque de sofisticação, criatividade e exclusividade. A Coleção, disponível em 7 tamanhos, 16 formas e 8 cores diferentes possibilita composição de 576 arranjos diferentes.

### FICHA TÉCNICA

Arthur Passaglia Felice, Guilherme Utz e João Machry

### AUTORIA

Arthur Passaglia Felice

### CLIENTE

Vasos Raiz



## DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS



## Copo Térmico T0311

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O copo térmico T0311 possui capacidade de 380mL para líquidos quentes e frios. Apresenta a exclusiva e patenteada tecnologia soft 360° que permite o acionamento com uma única mão. O contato com os dedos ocorre através da capa de silicone flexível que, quando pressionada, torna-se côncava indicando que o produto está aberto. A parte interna da tampa possui orifícios que garantem à bebida estabilidade de fluxo e vazão constante, permitindo beber em qualquer posição da borda sem risco de queimaduras ou respingos. Pressionando novamente a capa retorna à posição convexa, indicando que o copo está fechado, podendo ser transportado com segurança contra vazamentos. O corpo possui isolamento a vácuo, base anti ruído e diâmetro ergonômico. É totalmente desmontável para higienização e reciclagem.

### FICHA TÉCNICA

Ana Carolina Benfica, Ayrton Monteiro Locatelli, Bruna Fraga Ritt, Gabriel Henrique de Bairros Boff, José Carlos Broch, Marcela Elise Silva dos Santos, Natiele Carvalho Barbosa, Roberto Wickert, Samuel Lengler Abentroth, Tatielle Neves

### AUTORIA

Termolar

### CLIENTE

Termolar



## DESIGN DE PRODUTO

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS



## Potes Modo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A linha de Potes Modo traz uma abordagem inovadora para o armazenamento doméstico, destacando-se por sua versatilidade, elegância e design diferenciado. Cada pote foi projetado para solucionar o armazenamento de alimentos cotidianos de forma inteligente, oferecendo uma solução adaptável às necessidades modernas. A linha abrange uma ampla gama de tamanhos, desde pequenos potes para especiarias até grandes recipientes para alimentos volumosos. O design não só promove a organização eficiente, mas também combina inovação com elegância e funcionalidade, resolvendo questões típicas de estabilidade e versatilidade. Os Potes Modo otimizam o armazenamento e melhoram a experiência do usuário, trazendo uma solução prática, personalizável e estilosa para qualquer despensa ou cozinha.

### FICHA TÉCNICA

Matheus Caregnato Sacchet, Patrícia Sandrin, Jacson Paulino Pires, Gabriel Drago e Robson Junior Silva

### AUTORIA

Coza Design - Brinox Metalúrgica S.A.

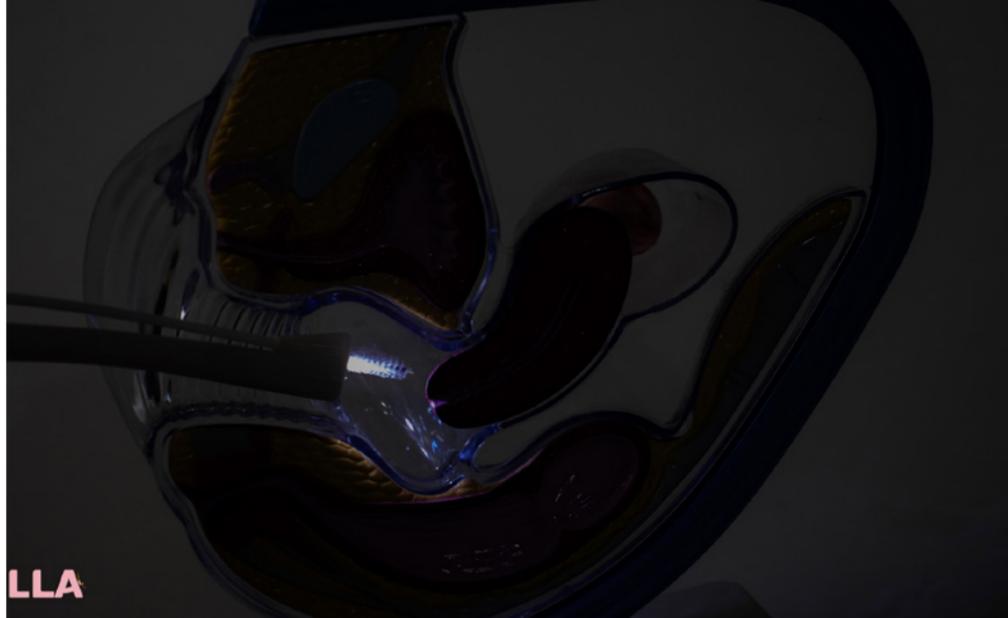
### CLIENTE

Coza Design - Brinox Metalúrgica S.A.



## DESIGN DE PRODUTO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Ella

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Ella" é uma startup femtech que visa criar produtos para a saúde da mulher, com a experiência do paciente no centro de tudo. Após uma extensa pesquisa sobre a criação de exames preventivos, surgiu uma ânsia de mudar a forma como os produtos femininos são pensados, desenhados e usados pelas mulheres. Nossa missão é criar produtos e serviços que respeitem nossos corpos, nossa integridade, melhorem nossa qualidade de vida, saúde e experiência com produtos, com a ajuda da tecnologia e da inovação.

### FICHA TÉCNICA

Autora: Emanuelle Cordeiro  
Professora orientadora: Claudia Kayat

### AUTORIA

Emanuelle Cordeiro e Claudia Kayat

### CLIENTE

PUC-Rio



## DESIGN DE PRODUTO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Nosso Naipes: Baralho ilustrado temático da flora cearense

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nosso Naipes é uma releitura do tradicional baralho de cartas, tendo como tema central a flora cearense, explorando e apropriando-se dos principais elementos naturais, econômicos e afetivos da vasta vegetação do estado. O deck de cartas segue a estrutura de um baralho tradicional, mas propõe uma nova leitura aos naipes e às cartas especiais, onde cada naipe adota uma fruta cultivada ou nativa do Ceará, levando para as cartas especiais as características e elementos marcantes do universo dessa fruta e de sua respectiva frutífera. As frutas usadas como fonte de inspiração para os naipes do baralho foram o caju, adaptação para o naipe de espadas, o pequi, adaptação para o naipe de paus, o jambu, adaptação para o naipe de copas, e a acerola, adaptação para o naipe de ouro.

### FICHA TÉCNICA

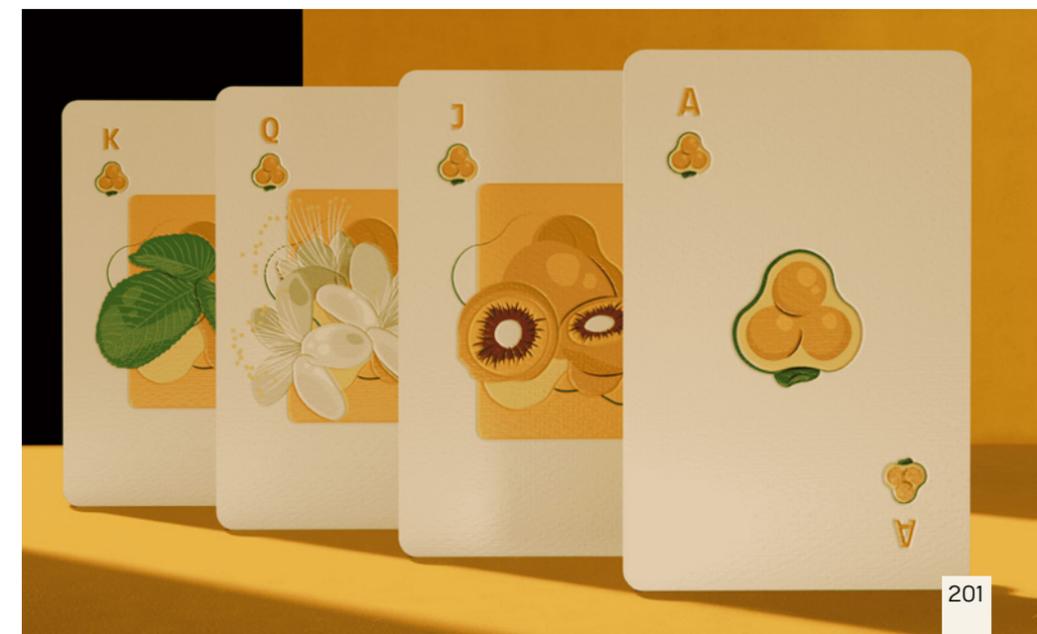
Projeto: Roger de Almeida Silva  
Orientação: Professor Diego Henrique Oliveira de Paiva  
Imagens: Rayan Victor Augusto de Farias

### AUTORIA

Roger de Almeida Silva

### CLIENTE

UNIFOR - Universidade de Fortaleza



## DESIGN DE PRODUTO

PROJETOS ESTUDANTIS



### Treko - Suporte para brincadeira

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Treko é uma solução moderna que devolve à criança uma postura ativa no ato de brincar, coisa que vem-se perdendo com a crescente inclusão de tecnologia nos brinquedos do século XXI. Trata-se de um brinquedo-mobiliário que serve de suporte para a imaginação e criatividade da criança ao se transformar. A transformação se dá através da combinação das peças e posicionamento da estrutura, a fim de estimular a autonomia e o desenvolvimento infantil. Cada configuração de brincadeira proposta (assento, brinquedo de balanço, escada e quadro), tem como objetivo suprir os interesses dos usuários à medida que crescem. Treko se propõe a transformar, através da simplicidade, a relação entre brinquedos e crianças, devolvendo a estas o controle da brincadeira.

#### FICHA TÉCNICA

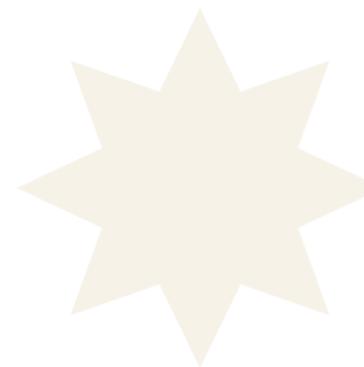
Concepção, Design, Construção: Beatriz Monken | Orientação: Augusto Seibel | Apoio técnico: Gabriela Vaccari, Diogo Luz, Maria Luiza Soares, Giuliano Balsini, estagiários e monitores do Laboratório de Modelos e Protótipos da PUC-Rio | Modelo fotográfica e usuária teste: Clara do Valle

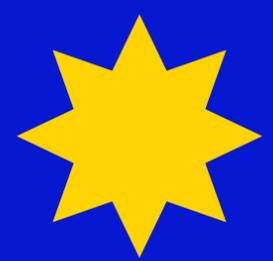
#### AUTORIA

Beatriz Monken e Augusto Seibel (orientador)

#### CLIENTE

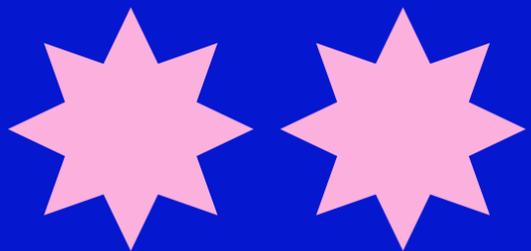
PUC-Rio





DESIGN DE

DESIGN DE SERVI



SERVIÇO

DESIGN DE SERVIÇO

SERVIÇO DESIGN

GN DE SERVIÇO



## DESIGN DE SERVIÇO

DESENVOLVIMENTO DE NOVAS TÉCNICAS PARA O DESIGN DE SERVIÇO



## Jornada de Gerenciamento e Contestação de Conta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A contestação de uma conta de luz pode ser uma experiência frustrante para consumidores de energia. O projeto desenvolvido para a Energisa propõe melhorar essa jornada de serviço por meio de um roadmap de soluções que combinam tecnologias avançadas com práticas tradicionais. A abordagem inovadora do projeto foi a aplicação de uma nova metodologia chamada "High Value Experiences" (HVE), baseada na projeção por verbos a fim de captar as reais necessidades dos consumidores. Esta metodologia foi fundamentada em pesquisas sensíveis que trouxeram insights diretos das experiências dos consumidores nos estados do Norte e Centro-Oeste, levando ao desenvolvimento de soluções que previnem a insegurança financeira, remediaram o desamparo na contestação e promovem uma maior "saúde energética".

### FICHA TÉCNICA

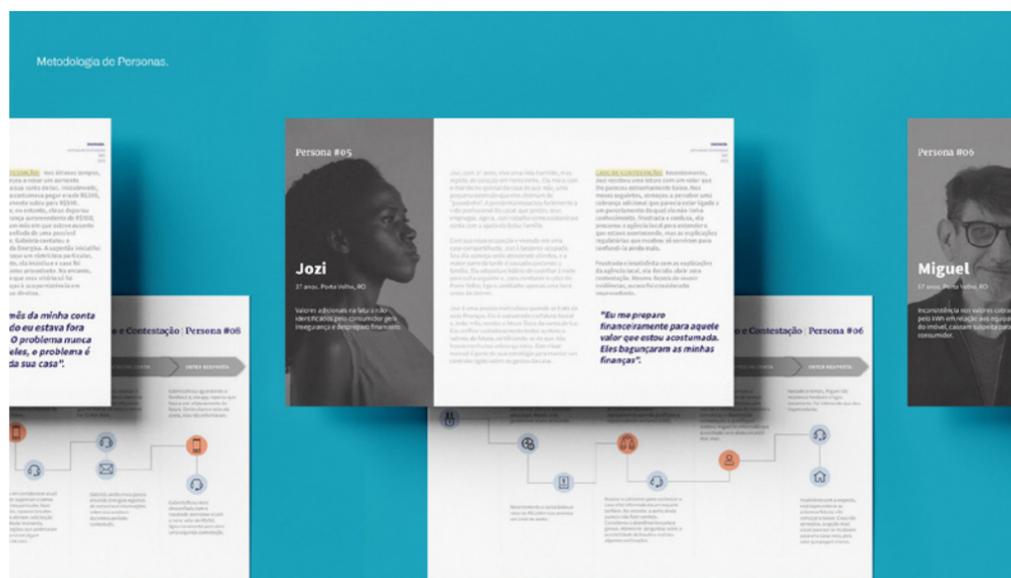
Ana Maria Copetti Maccagnan, André Levorato, Barão Di Sarno, Danielle Tubino, Giselle Jensen, Guilherme Turri, Gustavo Rosa, Leonardo Tavares, Lilian Chidiebere, Victor Garcia

### AUTORIA

Questionário QNCO

### CLIENTE

Energisa



## DESIGN DE SERVIÇO

MELHORIA



## Ferramenta de Autoavaliação de Equidade Racial

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Ferramenta de Autoavaliação de Equidade Racial é uma plataforma digital que assume o compromisso de tratar do assunto "equidade racial" nas escolas de todo o Brasil. Ao entender que muitos gestores escolares ainda não têm familiaridade com o tema e que, para a criação de políticas públicas, é necessário a coleta de dados, a plataforma se propõe a ser uma ferramenta de conscientização e reflexão. A partir de um questionário estruturado que monitora o nível de maturidade em relação à equidade racial, que deve ser respondido semestralmente pelos gestores participantes, a plataforma promove um diagnóstico que pretende gerar uma reflexão mais profunda sobre o tema e inspirar ações tangíveis.

### FICHA TÉCNICA

Camila Capeletto, Danielle Tubino, Diego Selistre, Giselle Jensen, Gustavo Rosa, Leonardo Massarelli, Luiz Madeira

### AUTORIA

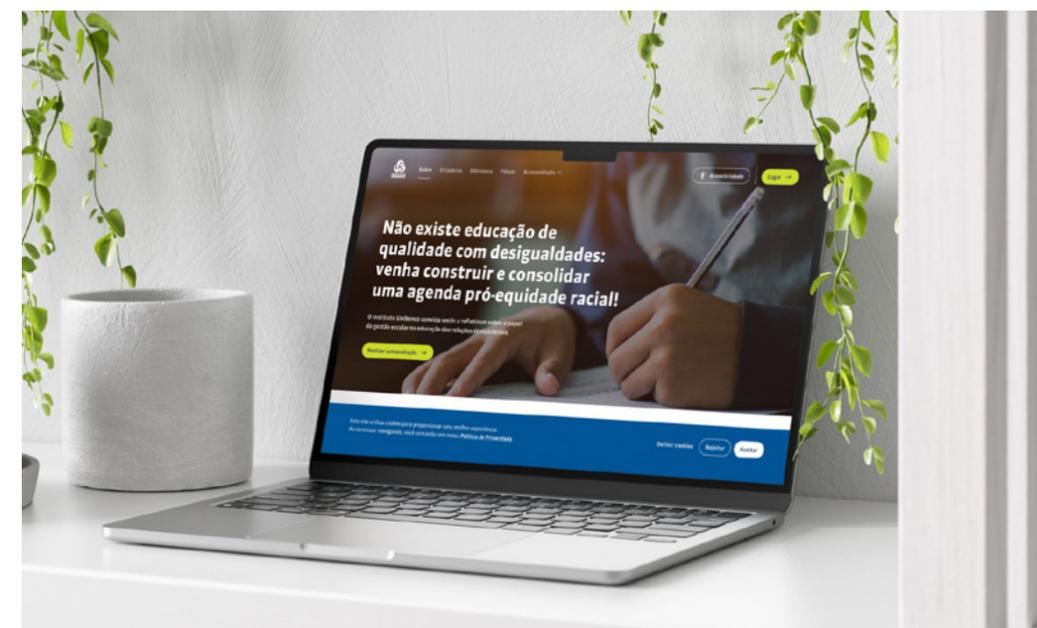
Questionário QNCO

### CLIENTE

Instituto Unibanco



## Ferramenta de Autoavaliação de Equidade Racial



## DESIGN DE SERVIÇO

MELHORIA



## PROJETO SelfColor

Suvinil

Inovação

Experiência

## Selfcolor Suvinil

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O redesenho de UX do Suvinil Selfcolor é um projeto que substituiu um software legado de 20 anos por um sistema digital moderno e seguro, focado na experiência do usuário. Após uma imersão em 13 lojas e a análise de mais de 40 dores dos usuários, foi desenvolvido um sistema integrado que melhora a rastreabilidade e reduz desperdícios. Com novas funcionalidades como exibição do RGB das cores e reaproveitamento de tintas, o Selfcolor aumenta a segurança e rentabilidade dos lojistas em cerca de 20%, proporcionando uma solução que reflete as demandas reais dos usuários.

### FICHA TÉCNICA

Adriana Hamal, Amanda Rhodes, Cristiane Novo, Dandara Estrela, Dara Vieira, Gustavo Manca, Ingrid Soto, Junio Dias, Nelson Sinis, Rodrigo Santos, Rômulo Tavares, Thiego Ramos Moura, Wesley Oliveira, Mariana Modesto, Gabriela Moreira, Gabriel Henrique, Rubens Gouveia, Ryan Drumond, Diego Santos, Elias Rabelo, Rodrigo Teixeira, Laura Terra, Walner Almeida, Débora Vieira, Fabricio Rocha, Alberto Neto (Gauge), Lívia Silva (Gauge)

### AUTORIA

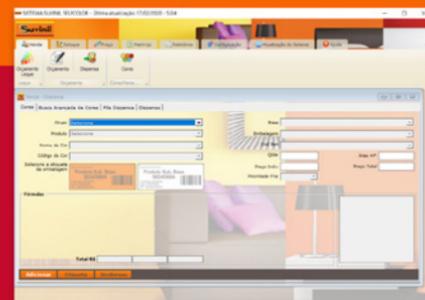
ioasys

### CLIENTE

Suvinil

Transformando a **experiência** do lojista.

O sistema de mistura de tintas continha muitas informações de ecossistemas diferentes, e poucos faziam referência ao mundo real. Fluxos eram feitos sem nenhum tipo de validação das informações e o sistema era primitivo e automatizado



\*Imagem do sistema antigo.

20 anos utilizando sistemas que **não recebiam atualizações básicas** ou com conceitos de experiência e design.

Os problemas começaram a se acumular após 20 anos sem atualizações voltadas para a experiência nos sistemas usados nas lojas da Suvinil.

Muitas das tarefas eram tão automatizadas pelos sistemas que, sem o toque manual dos usuários, eram direcionadas ao erro. Levando à insegurança e desconfiança por parte dos usuários e desperdícios de matéria prima.

## DESIGN DE SERVIÇO

DESENVOLVIMENTO DE NOVAS TÉCNICAS PARA O DESIGN DE SERVIÇO



## High Quality of the Future

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A experiência de consumo de uma bebida envolve muito mais do que um produto isolado. Ingredientes, PDV e ativação em festival andam juntos com a visão de futuro da marca. High Quality of the Future é uma metodologia interna Ambev que apoia a atualização de portfólio das marcas da companhia, a partir de uma abordagem coletiva e coesa de construção de experiência de consumo. Essa metodologia, orientada por uma visão de futuro, sugere o desenho de pontos de contato ao longo do tempo ao integrar a perspectiva das áreas de Trade, Comunicação, Produto e Embalagem que compõem o customer experience das marcas. Como diferencial, o projeto se converteu no principal norteador estratégico das marcas Ambev ao prepará-las para liderar em alta qualidade, respondendo às expectativas dos consumidores.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Rosa, Ana Maria Copetti Maccagnan, Renan Queiroz, Giselle Jensen, Barão Di Sarno, Bernardo Yono, Danielle Tubino, Leonardo Tavares, Clarice Garcia, Guilherme Turri

### AUTORIA

Questtonó QNCO

### CLIENTE

Ambev

AMBEV

DESIGN DE SERVIÇOS

# High Quality of the Future

FACE | WHY

Visão geral das Rotas de Inovação



## DESIGN DE SERVIÇO

EXPERIÊNCIA DO COLABORADOR



## ID Academy – Plano de Desenvolvimento Individual em Inteligência Artificial

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A empresa enfrentava desafios na criação dos Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs), que eram muito manuais, demorados e pouco personalizados, gerando desengajamento tanto das lideranças quanto dos colaboradores com o processo. O projeto utilizou inteligência artificial integrada aos dados coletados nas avaliações de desempenho e feedbacks, para automatizar e personalizar PDIs, integrando-os a uma plataforma dedicada que conecta líderes e colaboradores. A solução permitiu a criação de PDIs adaptativos baseados em matrizes SWOT individuais, alinhados à cultura da empresa. O resultado foi a padronização dos PDIs, aumento da eficiência, engajamento e satisfação dos colaboradores, fortalecendo os valores da empresa e seu compromisso com o desenvolvimento de talentos.

### FICHA TÉCNICA

Líder do projeto: Henrique Cacique | Mentora técnica: Ana Carol Marques | Designer: Matteo Passos | Implantação: Daniele Azevedo | Dados: Isadora Vieira | Business Partner: Karine Marques

### AUTORIA

ioasys

### CLIENTE

ioasys



Nossa receita para **innovar o plano de desenvolvimento individual com o uso de IA**



## Transformando PDIs com IA



## Crescimento Contínuo

Focado no crescimento contínuo, aprendizagem adaptativa, na valorização e motivação do colaborador em seu ambiente de trabalho.

Isso garante que o desenvolvimento nunca fique estagnado ou enviesado pelo repertório limitado de um único ser humano, mas sim sempre alinhado com as mudanças e demandas do ambiente de trabalho e do mercado.

É uma forma de garantir que cada colaborador esteja sempre no caminho certo para alcançar seu máximo potencial, com o apoio de uma tecnologia que entende e valoriza suas particularidades.

## DESIGN DE SERVIÇO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Honoris: aplicativo para otimização do trabalho voluntário hospitalar

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Segundo o IBGE, 7,3 milhões de pessoas realizaram trabalho voluntário em 2022. O número é expressivo, porém, problemas como a falta de oportunidades e informações, trazem dificuldades para atrair mais adeptos. No que tange os voluntários ativos, seus desafios estão relacionados à falta de incentivo e a sensação de impacto inexpressivo. O voluntariado na área da saúde talvez seja um dos trabalhos mais desafiadores, porque expõe as dores de quem necessita de atendimento à sensibilidade de quem se oferece para ajudar. O reconhecimento destes desafios motivaram a criação do Honoris, um aplicativo que visa conectar voluntários à vagas em hospitais, melhorando a comunicação e o feedback entre os envolvidos, e estimulando o engajamento dos usuários através de um sistema de gamificação.

### FICHA TÉCNICA

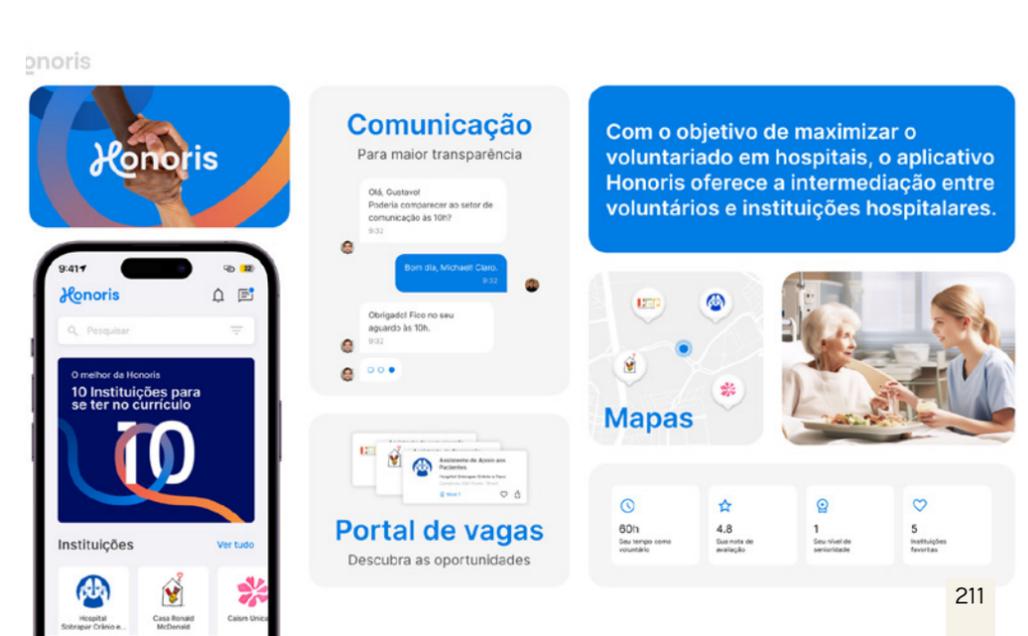
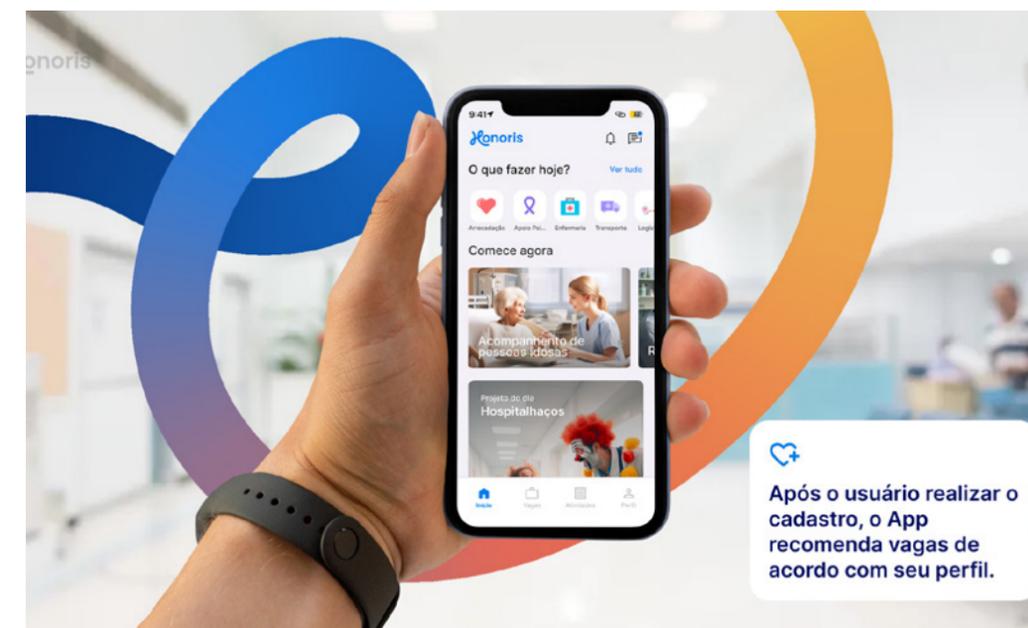
Enrico Borim Bistafa, Gustavo da Silva Santos, Gustavo Henrique Silveira Sena e Prof. Dr. Tomas Guner Sniker

### AUTORIA

Enrico Borim Bistafa, Gustavo da Silva Santos, Gustavo Henrique Silveira Sena e Prof. Dr. Tomas Guner Sniker

### CLIENTE

PUC-Campinas



## DESIGN DE SERVIÇO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Restaurar: consultoria de Design

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Equilibrar as dores do negócio e a missão da empresa com a agenda ASG foi fundamental no desenvolvimento deste projeto de Consultoria de Design de Serviço e Inovação ASG para estruturar o serviço de restauração ambiental da VerdeNovo Sementes Nativas. Foi necessário expandir e ir além do design centrado no usuário: todos os stakeholders foram envolvidos, da equipe interna ao bioma em questão – o Cerrado. Com base em pesquisas e entrevistas, os processos da jornada deste serviço foram redesenhados para torná-lo mais eficiente para os colaboradores e parceiros, sem comprometer a qualidade da experiência dos clientes: desde a captação de novos clientes até o atendimento contínuo, incluindo o pós-serviço para garantir a sustentabilidade dos resultados obtidos.

### FICHA TÉCNICA

Design e ideação: Andressa Ribeiro, Gabriel Sotrati, Giulia Hesketh e Isabela Tsurusawa | Professores orientadores: Camilla Annarumma e Coral Michelin | Demais envolvidos: Amanda Gaspar, Carol Toledo, Felipe Garcia, Gil Tokio, Thais Behar (Docentes), Graziela Nivoloni (Coordenadora acadêmica) | Cliente: VerdeNovo Sementes Nativas

### AUTORIA

Andressa Ribeiro, Gabriel Sotrati, Giulia Hesketh e Isabela Tsurusawa

### CLIENTE

VerdeNovo Sementes Nativas



## DESIGN DE SERVIÇO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Semear

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma solução que focou a logística a partir da jornada da semente nativa para melhorar os processos, os fluxos e a autonomia das colaboradoras e dos coletores: catálogos e fichas para os coletores baseados em cores e números porque a maioria deles não é alfabetizada com o objetivo de aumentar a autonomia; estante modular fabricada digitalmente e de baixo custo para otimizar o espaço e facilitar o controle do estoque; novo site com e-commerce conectado à plataforma de gestão do estoque com estratégias como: banner informando quais espécies estão ameaçadas e como o comprador pode comprar e contribuir para a biodiversidade; kits de sementes com base nas fitofisionomias; carrossel com sementes com o prazo de validade próximo em promoção e busca inteligente, entre outras.

### FICHA TÉCNICA

Design e ideação: Bárbara Prandina e Fabio Prista | Professores orientadores: Coral Michelin e Camilla Annarumma | Demais envolvidos: Professores: Amanda Gaspar, Carol Toledo, Felipe Garcia, Gil Tokio, José Carlos Carreira, Thais Behar, Graziela Nivoloni (Coordenadora acadêmica) | Empresa: VerdeNovo Sementes Nativas

### AUTORIA

Bárbara Prandina e Fabio Prista

### CLIENTE

VerdeNovo Sementes Nativas

## Agrupamentos

Gramas e Capins

Rasteiras

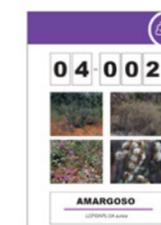
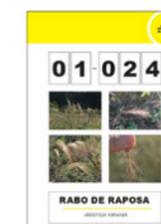
Cipos e Trepadeiras

Arbustos

Palmeiras e Coqueiros

Árvores

as por Agrupamentos



a Final para o Catálogo



## DESIGN DE SERVIÇO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Collabo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Sempre tivemos o desejo de ajudar uma minoria através do design, acreditando na disciplina enquanto peça-chave para a transformação social. Nesse projeto, decidimos focar em adultos autistas. Realizamos pesquisas, entendendo os efeitos da construção do autismo no meio social, seu impacto na vida dos autistas, suas emoções e os problemas onde o design pode atuar. Identificamos a não-inclusão no mercado de trabalho como a principal dor. Como solução, veio a Collabo: plataforma de comunicação e gestão de tarefas criada para atender necessidades desses adultos dentro do ambiente de trabalho, com funcionalidades acessíveis que promovem autonomia, facilitam a navegação do usuário, tornam a comunicação mais assertiva entre funcionários e contribui para um dia a dia de trabalho mais produtivo.

### FICHA TÉCNICA

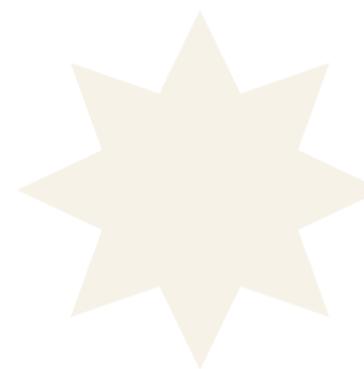
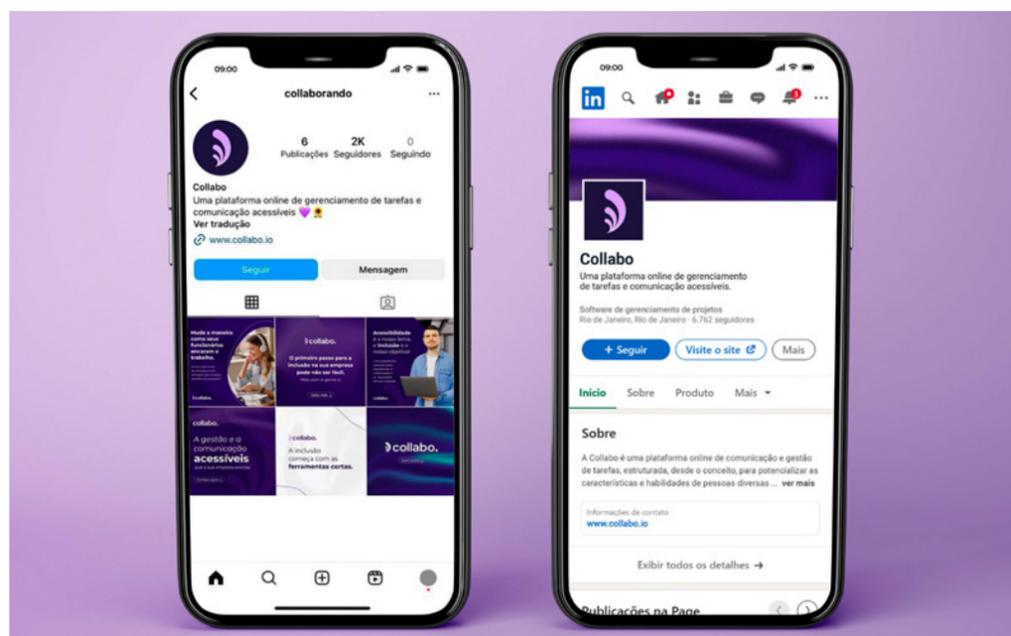
Ana Clara Marques, Carlos Henrique Toste, Carolina Abranches, Júlia Gandolpho e Mariana Ramos

### AUTORIA

Ana Clara Marques, Carlos Henrique Toste, Carolina Abranches, Júlia Gandolpho e Mariana Ramos

### CLIENTE

Escola Superior de Propaganda e Marketing Rio (ESPM Rio)





DESIGN DIG



DESIGN DIGITAL

DESIGN ✨ DIGITAL

DIGITAL DESIGN

DESIGN DIGITAL

DESIGN DIGITAL



## DESIGN DIGITAL

WEBSITE



## Plataforma Juventudes e Trabalho

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com o objetivo de qualificar o debate e nortear o desenvolvimento de políticas públicas e outras iniciativas nas áreas de educação e trabalho para as juventudes, a Fundação Roberto Marinho e o QEdu nos trouxeram o desafio de desenvolver uma plataforma que tornasse acessível um amplo conjunto de indicadores sobre diferentes juventudes brasileiras, sua situação educacional e a inserção no mundo do trabalho. A plataforma tem uma interface totalmente centrada no usuário e apresenta diversas informações de forma dinâmica e interativa, permitindo filtrar e comparar múltiplos dados, e gerar insights a partir deles. Ilustrações também permeiam toda a plataforma e possibilitam explorar alguns conceitos importantes, além de torná-la visualmente mais interessante.

### FICHA TÉCNICA

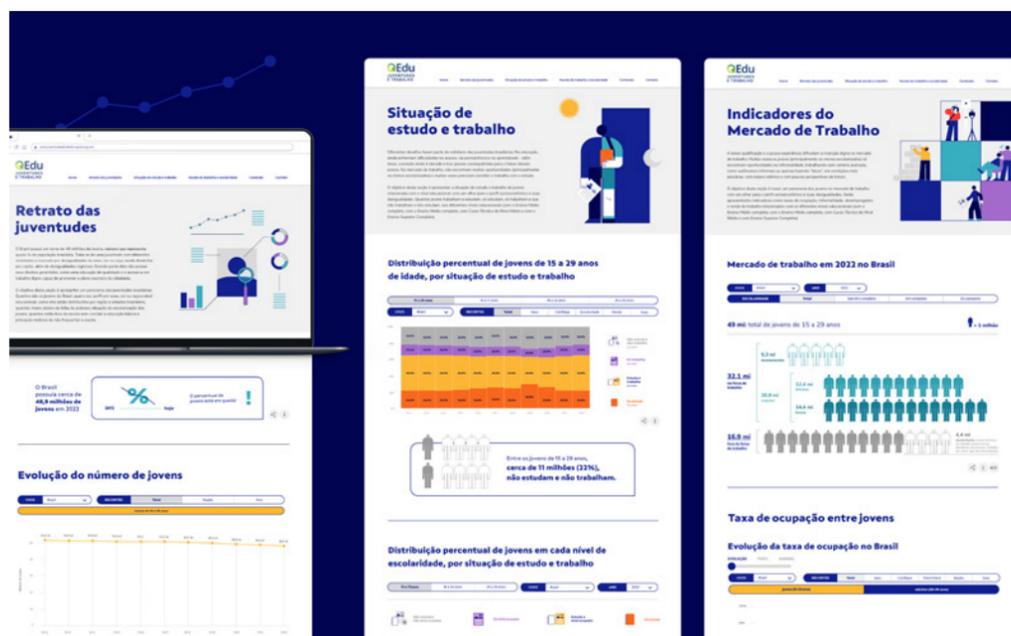
Coordenação de projeto: Ivana Miranda | Identidade visual: Ana Lúcia Ribeiro e Nataly Camargo | Ilustrações: Ana Lúcia Ribeiro | UI: Ana Lúcia Ribeiro, Nataly Camargo e Enrique Trevelin | Programação: Enrique Trevelin e Felipe Trevelin

### AUTORIA

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras

### CLIENTE

Fundação Roberto Marinho



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS - GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Identidade Visual StoneCo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

StoneCo é um grupo de marcas voltado para empreendedores no Brasil. Este projeto marca seu primeiro rebranding desde sua criação em 2017, simbolizando um novo momento na empresa ao integrar suas marcas e soluções de produtos para transformar os sonhos dos empreendedores brasileiros em resultados tangíveis. A identidade visual foi lançada no final de 2023 em um evento para investidores da companhia realizado em Nova Iorque, o StoneCo Investor Day. A nova identidade visual representa as marcas de todo o grupo de forma unificada, destacando a sinergia do ecossistema de produtos voltados para os empreendedores. O conceito central é uma cápsula que impulsiona o empreendedorismo, adaptando-se para representar o "one-stop-shop" para empreendedores de todos os portes.

### FICHA TÉCNICA

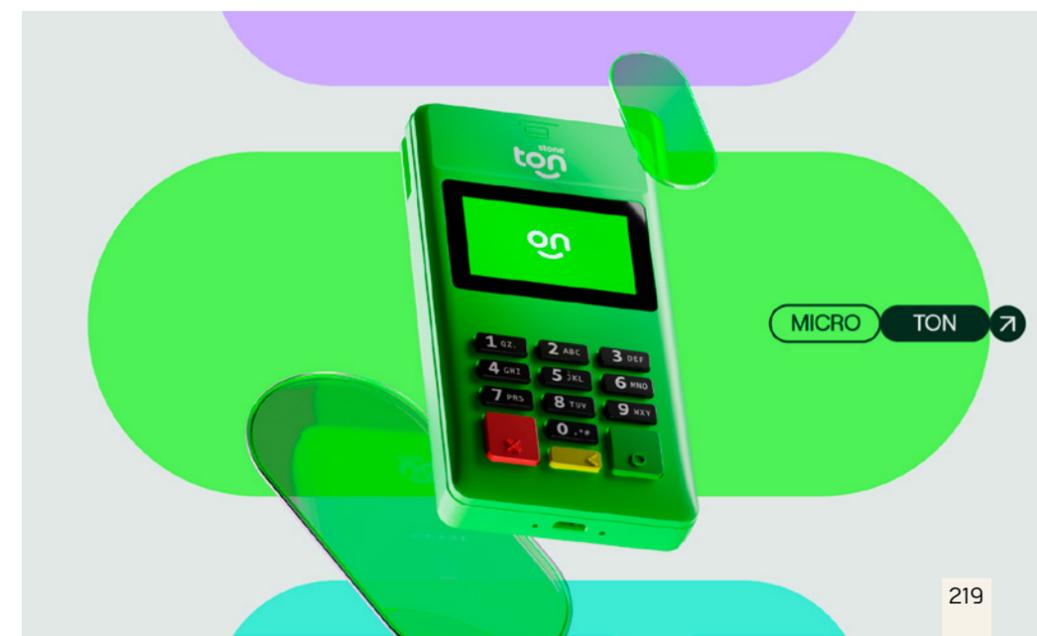
Head Marketing: Rodolfo Luz | Head Communication & Branding: Lucas Canto | PMO: Beatriz Moura | Creative Direction: Alexandre Rizzuti | Designers: Maiara Job, Marcelo Rodrigues, Rayssa Tolentino | Motion: Douglas Khozam | 3Ds: VISOR (Bruno Ferreira, Gabriel Machado, Matheus Cazuza, Caio Muranaka, Vitor Oliani) | Photography: Gustavo Zylbersztajn, Gustavo Lacerda

### AUTORIA

Time de Branding Stone

### CLIENTE

StoneCo



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS – PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Blô

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Blô é o pseudônimo da Nathaly Dias, a criadora de conteúdos do canal Bloqueira de Baixa Renda. Seu objetivo principal é retratar a rotina como moradora da favela, mostrando a vida em sua essência e celebrando a diversidade e a força da comunidade. Além de entretenimento, Blô também compartilha informações importantes de maneira leve e descontraída. Sua missão é motivar cada indivíduo a se orgulhar da sua própria história e a perseguir seus sonhos. Ela acredita que a favela tem potência!

### FICHA TÉCNICA

Branding: Itamara Ferreira  
Identidade Visual: Itamara Ferreira  
Ilustração: Itamara Ferreira

### AUTORIA

Itamara Ferreira

### CLIENTE

Nathaly Dias



## DESIGN DIGITAL

SERVIÇOS DIGITAIS



## Avaliação de Fluência Leitora da Árvore

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A pandemia da COVID-19 comprometeu a alfabetização de milhões de crianças, destacando a necessidade de ferramentas eficazes para o desenvolvimento da leitura. A Árvore, edtech que já impactou mais de 2 milhões de alunos e 200 mil educadores no Brasil, criou a Avaliação de Fluência Leitora para enfrentar esse desafio. A solução usa inteligência artificial para avaliar a leitura dos alunos de forma rápida e precisa, oferecendo diagnósticos personalizados. Durante a avaliação, as crianças contam uma história para o nosso mascote, tornando o processo divertido. Com base nesses resultados, os educadores conseguem direcionar a leitura dos alunos para conteúdos adequados ao nível de desenvolvimento de cada um, promovendo uma evolução contínua e eficaz no aprendizado.

### FICHA TÉCNICA

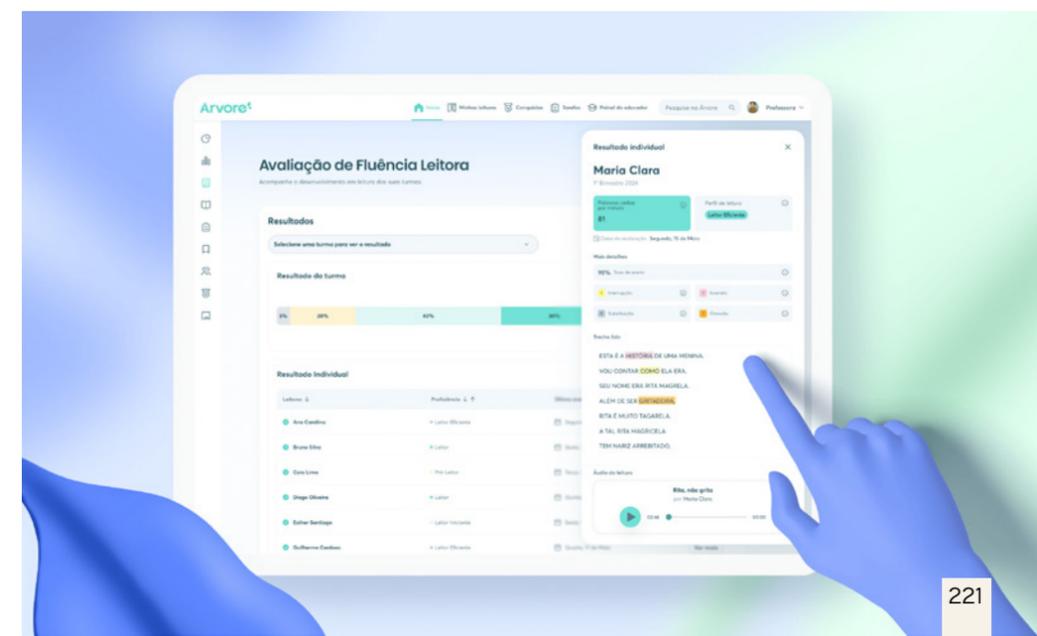
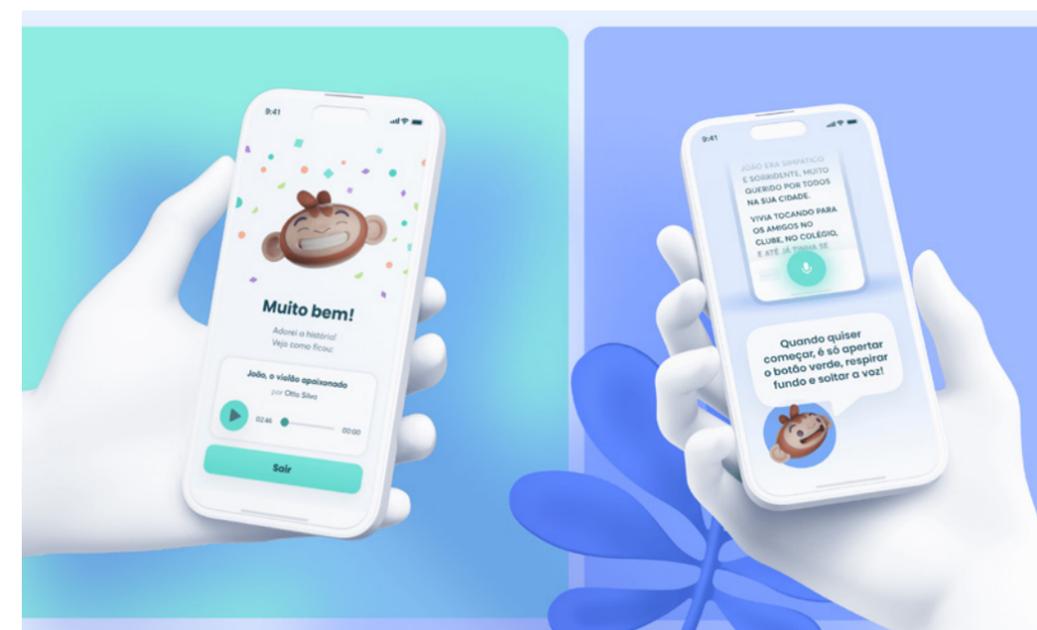
Ana Baraldi, Bruna Alencar, Gabriel Angelo, Guilherme Revolta, Leandro Rodrigues, Lucas Santiago, Talita Estrella

### AUTORIA

Árvore

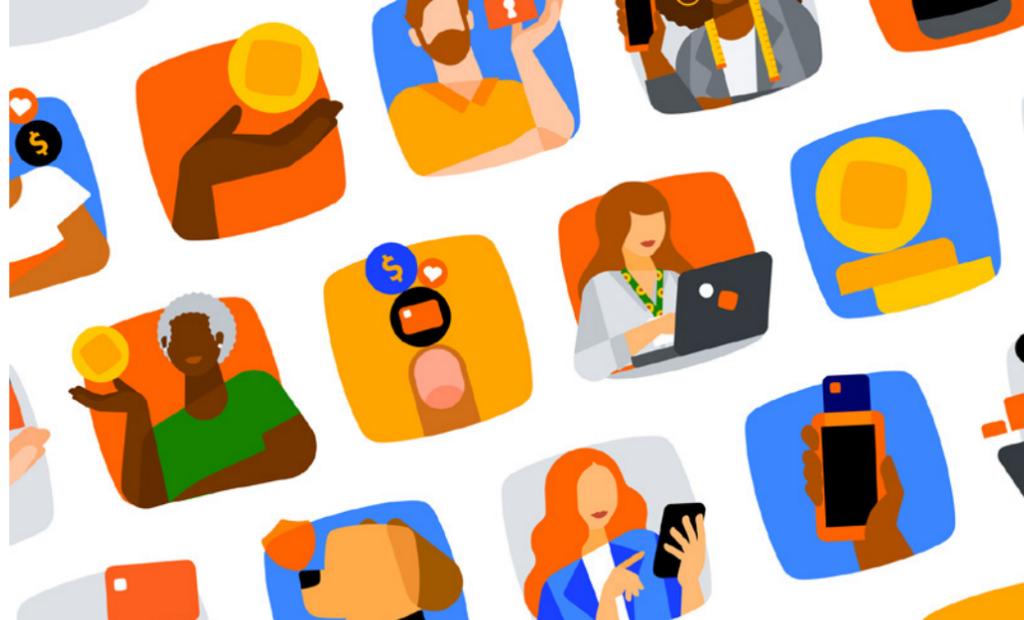
### CLIENTE

Árvore



## DESIGN DIGITAL

USER EXPERIENCE DESIGN (UX)



## Itaú – Biblioteca de Ilustrações Acessíveis

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com o rebranding do Itaú, havia a necessidade de uma nova linguagem visual que expressasse a nova marca do banco, refletindo nas experiências dos clientes os valores deste novo momento e abrangendo premissas de inclusão e acessibilidade. De acordo com o IBGE, mais de 18 milhões de pessoas no Brasil possuem algum tipo de deficiência. E no Itaú, entre 25 e 30% dos usuários ativam recursos de acessibilidade para melhorar sua experiência no aplicativo. A nova Biblioteca de Ilustrações Acessíveis é mais uma ferramenta que visa reafirmar o compromisso do Itaú com a inclusão, ofertando uma experiência que reflete a diversidade e promove a representatividade de todos os seus clientes. Afinal as ilustrações reforçam a experiência e criam uma relação emocional com as pessoas.

### FICHA TÉCNICA

Danton Gravina Baeta; Maitê Hotoshi; Wagner Rocha; Bruno Okada; Janaina L. Moreira; Thais Miranda; Fernanda Szeremeta; Yuhri Luiz Silva A. dos Santos; Sandyara Beatriz; Doro Peres; Henrique Peixe; Beatriz Ferreira de Assis; Diego Santos Vieira; Victor Pereira Assis; Gabriela Peregrino Levy; Clayton Caetano; Marina Riecken; Michele Marrul; Ary Suptitz

### AUTORIA

Itaú Unibanco

### CLIENTE

Itaú Unibanco

### Illustrative icons ✨



## DESIGN DIGITAL

WEBSITE



## ASIA – WEBSITE

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de website para a Agência Asia nasceu de uma missão ambiciosa: levar a recém-criada spin-off da respeitada e super premiada Agência Africa para o mundo. Lançada em 2022, a Asia já atende grandes marcas como GWM, Engie, O Globo e Instituto Senna. Como o próprio nome sugere, a identidade da agência é fortemente ligada à Ásia, especialmente à China, o que se reflete de forma moderna e inovadora nos elementos gráficos, animados e interativos do site. Nosso desafio foi criar um website que refletisse os valores da empresa de forma intuitiva, cheia de criatividade e rica em experiência, mostrando ao mundo o DNA único da Asia.

### FICHA TÉCNICA

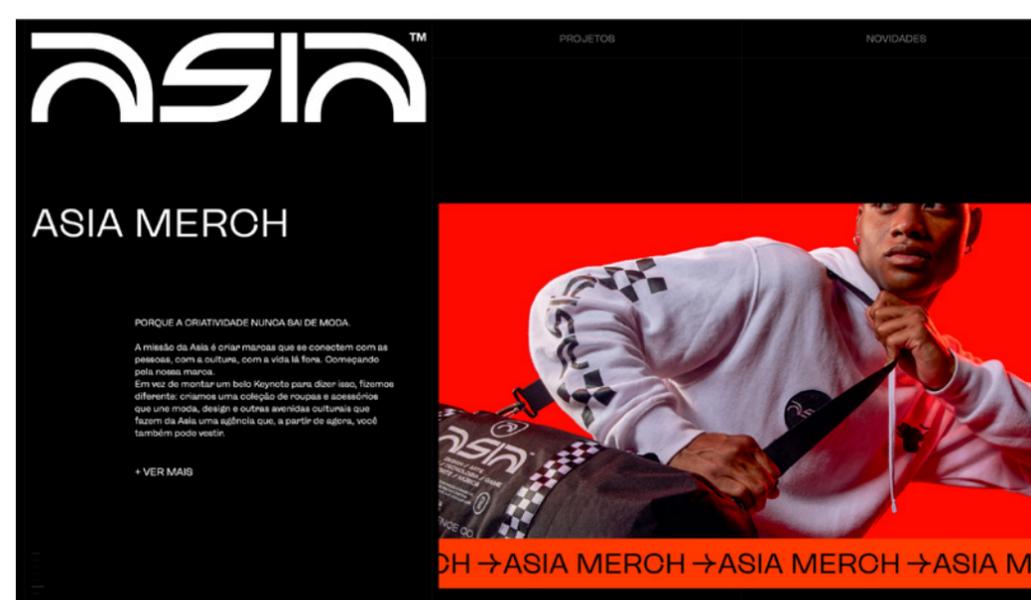
UI e UX: Rafael Alves, Gabriel Macohin | Ilustrações e Animações de personagens: Paulo Doi | Pesquisas adicionais: Fernanda Lima | Programação: Programatório | Agência e Conteúdo: Asia

### AUTORIA

Petrikór

### CLIENTE

ASIA



## DESIGN DIGITAL

WEBSITE



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS - GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Website como portfólio de estúdio criativo de motion

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Website criado como portfólio online de trabalhos de motion e direção criativa do estúdio. Partindo de uma linguagem visual que evolui ao longo dos anos e entrou em aplicação em 2023, o novo website se alinha a um momento de maturidade – profissional e de posicionamento. Com um posicionamento também voltando ao mercado internacional, o website demonstra em sua essência valores importantes para o estúdio: produção audiovisual de alta qualidade, refinamento visual e expertise para animações únicas.

### FICHA TÉCNICA

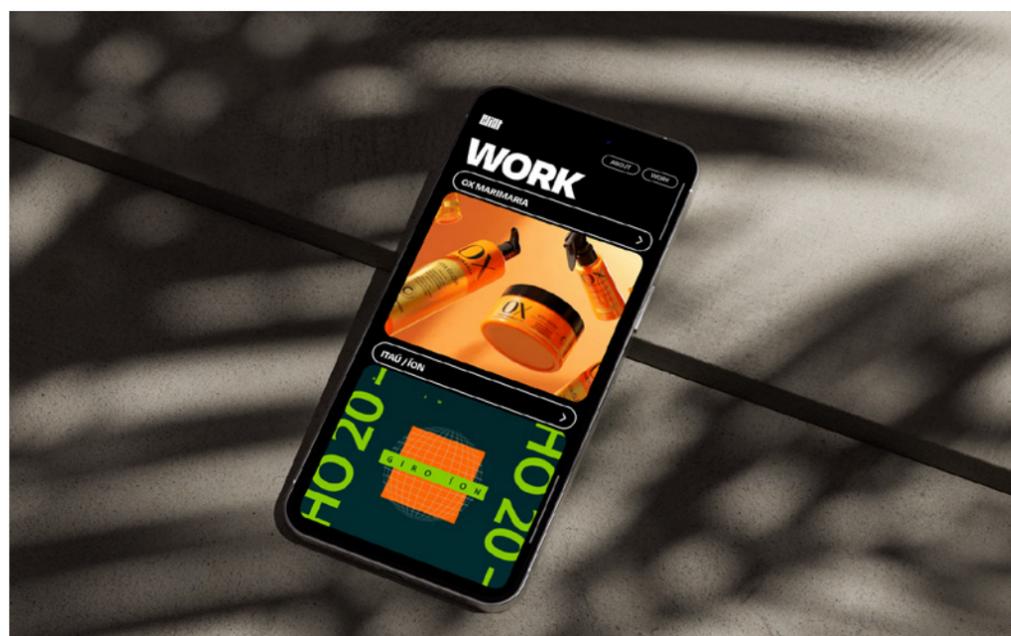
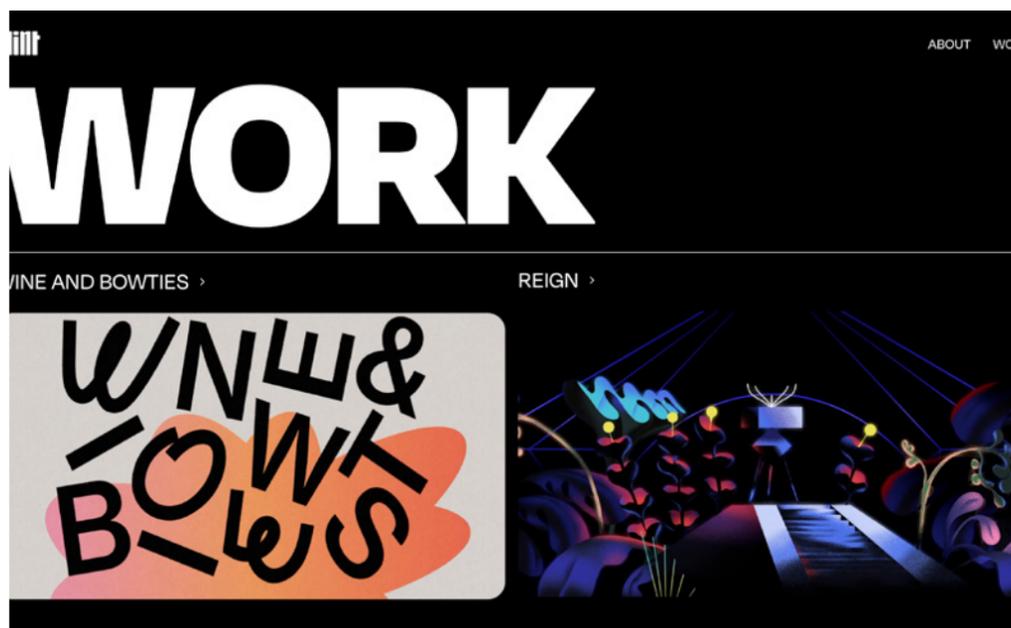
Direção e Coordenação: Gustavo Brazzalle | Design: Luciano Burger, Kalany Ballardín | Direção de Arte, 3D e Animação Lead: Luciano Burger | 3D e Animação: Lucas José Lorenzo, Danilo Coelho, Bruno Vitalino | Copyrigher: Kalany Ballardín | CMS e Implementação: Fluxo.design | Head Developer: Raphael Freire | Senior Developer: Thiago Vieira | Developer: Fellipe Abreu

### AUTORIA

Clint Studio + Fluxo Design

### CLIENTE

Clint Studio



## Inteligência Financeira (Itaú)

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Inteligência Financeira nasceu como um portal do banco Itaú, uma das maiores marcas da América Latina, oferecendo conteúdo sobre investimentos. Em um mercado saturado de “Hard News” com visuais clichês, o desafio era criar uma identidade única para destacar a marca. O design precisava ser amigável, evitando a poluição visual e a urgência típica do setor editorial, e se adaptar a diversos canais digitais, conectando-se com o público sem comprometer a credibilidade editorial.

### FICHA TÉCNICA

TIME ANA COUTO: Fernanda Galluzzi – VP | Isabella Herdy - Estrategista | Thales B – Estrategista | Danielle C – Atendimento | Jorge R – Planejamento | Luísa M – Planejamento | Fernanda C – Designer Gráfico | Davi F – Designer Gráfico | Amanda Cinelli – Conteúdo | Priscila M – Ger de Mídia | Ralph B – Sup de Mídia | TIME Itaú: Leandro Mode – CEO | Jadyr Pavão - Ger. Produto | Thaiana G – Coord. de Mkt | Marina N, Caroline P – Especialista | Victor Torelli – Growth | Renata Miwa – Ilustrações

### AUTORIA

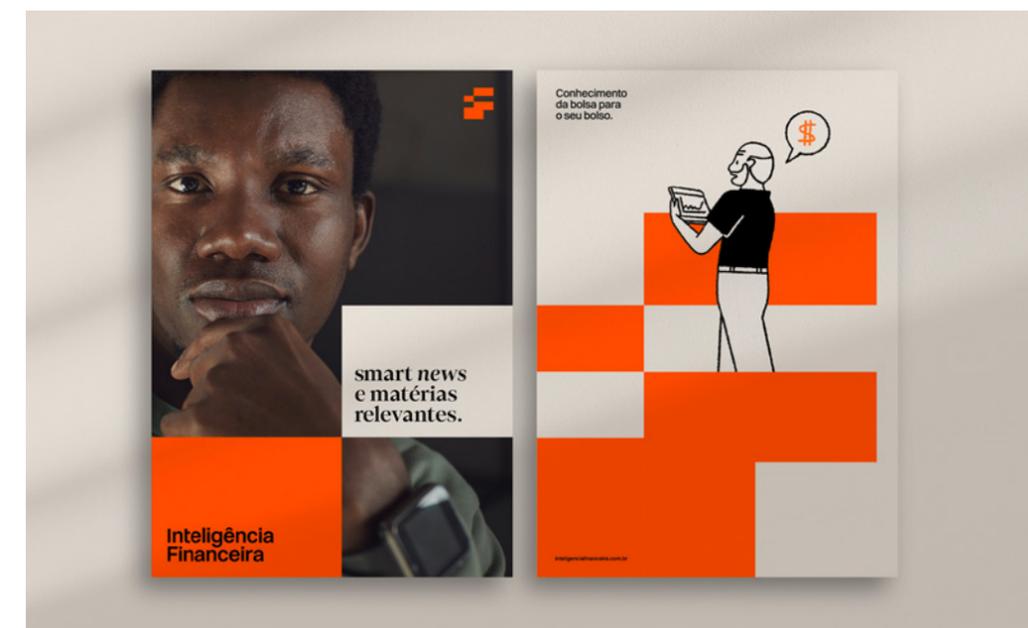
Ana Couto

### CLIENTE

Itaú

notícias  
mais  
inteligentes  
para você.

Inteligência  
Financeira



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS - GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## Magalu Cloud – Impulsionar a competitividade do Brasil

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Magazine Luiza é uma das maiores varejistas do Brasil, e ajudou a democratizar o acesso a eletrodomésticos no país. Agora, Magalu se reinventa e propõe uma nova forma de pensar tecnologia, mais próxima de todos, e usa sua experiência de Brasil para democratizar um novo mercado. Este é o branding do projeto de tecnologia mais ambicioso da companhia, um marco para a soberania brasileira no desenvolvimento de tecnologia nacional. Como valorizar a história e os atributos de Magazine Luiza ao definir o caminho em um novo segmento? Como apresentar a nova vertente da empresa para o mercado e construir credibilidade, preparando a marca para lidar com dúvidas e desconfiança?

### FICHA TÉCNICA

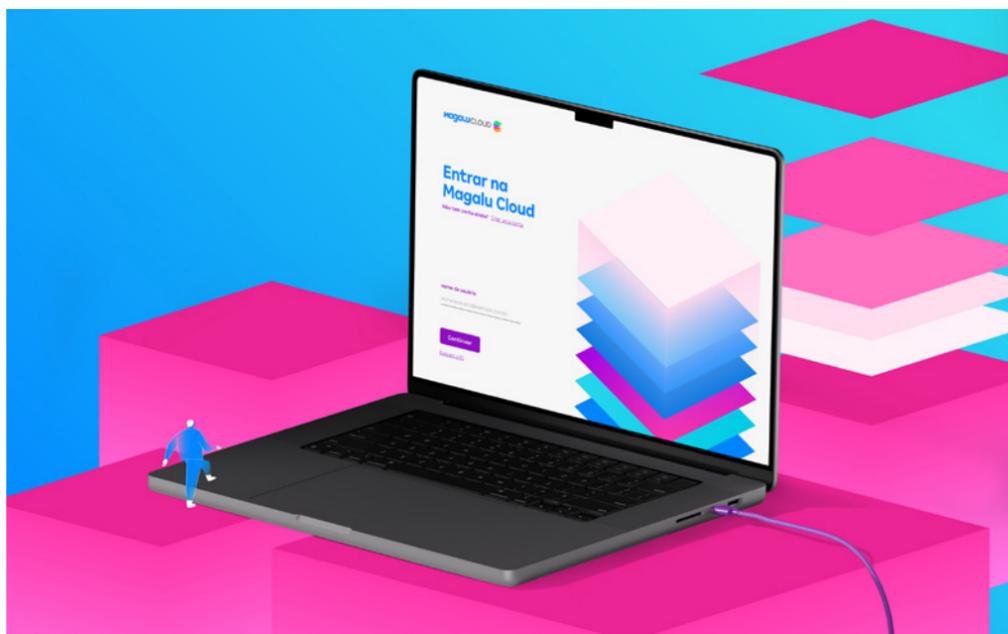
Direção estratégica - Ciro Rocha | Direção criativa - Gustavo Moura | Estratégia de marca - Isabela Lana, Lucas Cauvilla | Design - Marcelo Ávila, Alex Carvalho | Motion Design - Fernando Vital, Marcelo Ávila, Rogério Rolo

### AUTORIA

Enredo Brand Innovation

### CLIENTE

Magalu Cloud



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS - GRANDES EMPRESAS CLIENTES)



## O Elo entre os brasileiros e seus sonhos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Elo, a única bandeira de cartões brasileira e a 3ª mais utilizada no país, passou por um rebranding que objetivava evoluir sua conexão com o Brasil, estabelecida há mais de uma década. A intenção era reforçar o seu grande valor: ser o elo entre os brasileiros e os seus sonhos através de uma relação mais próxima e descomplicada com o dinheiro. Para isso, partimos do conceito da palavra "elo" enquanto conexão, ponte e laço para transmitir parceria e mostrar para as pessoas que é possível vivenciar as realizações financeiras que mais importam, de um jeito bem descontraído e vibrante, amparadas pela nova linguagem da marca.

### FICHA TÉCNICA

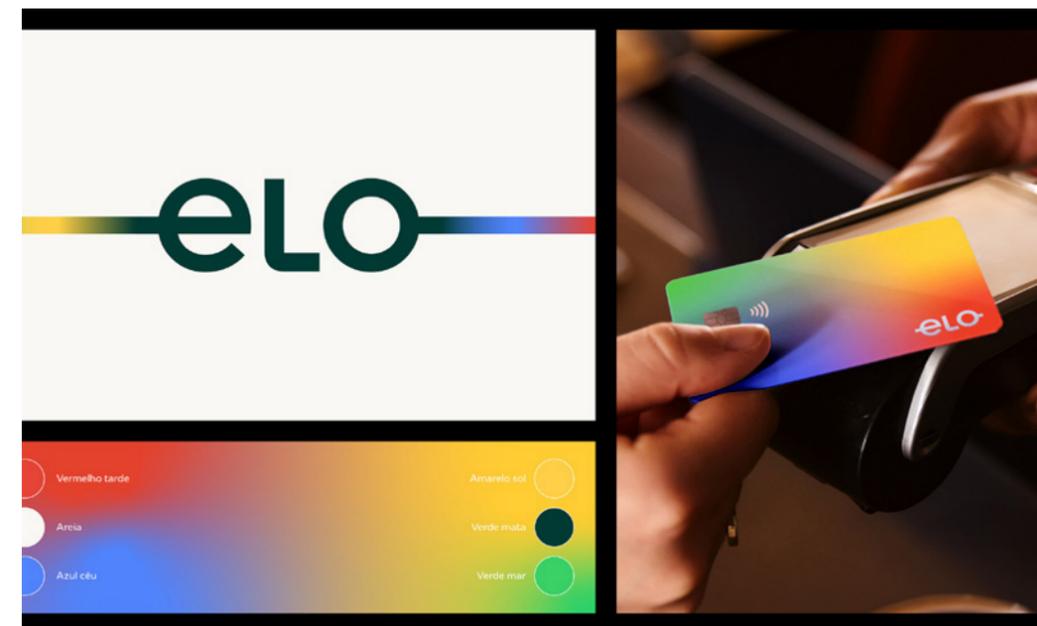
TIME ANA COUTO: Érika Pinheiro – Sócia e Diretora de Marca | Hugo Rafael – Sócio e Vice-Presidente de Experiência | Luiza Cortoni – Sócia e Gerente de Estratégia | Gabriel Fernandes – Estrategista de Marca | Johnny Brito – Especialista de Design | João Costa – Designer | Laura Arnal – Designer | Gabriel Martoni – Designer | Lucas Figueira – Conteúdo | Danilo Jesus – Atendimento e Gerente de Projeto | Rosana Gonçalves – Produção | Fábio Haag – Exploração e Refino de Logotipo | Vinicius Amorim – Motion Case

### AUTORIA

Ana Couto

### CLIENTE

Elo



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS – PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Cada criança é um mundo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

sua missão de promover a educação inclusiva. A instituição é dedicada à formação de neuroeducadores, com o objetivo de promover a inclusão de alunos neurodivergentes, impactando positivamente o ambiente escolar e a sociedade. A estratégia foi cuidadosamente desenvolvida para promover esses valores e estabelecer uma conexão emocional profunda entre a marca, professores e alunos.

### FICHA TÉCNICA

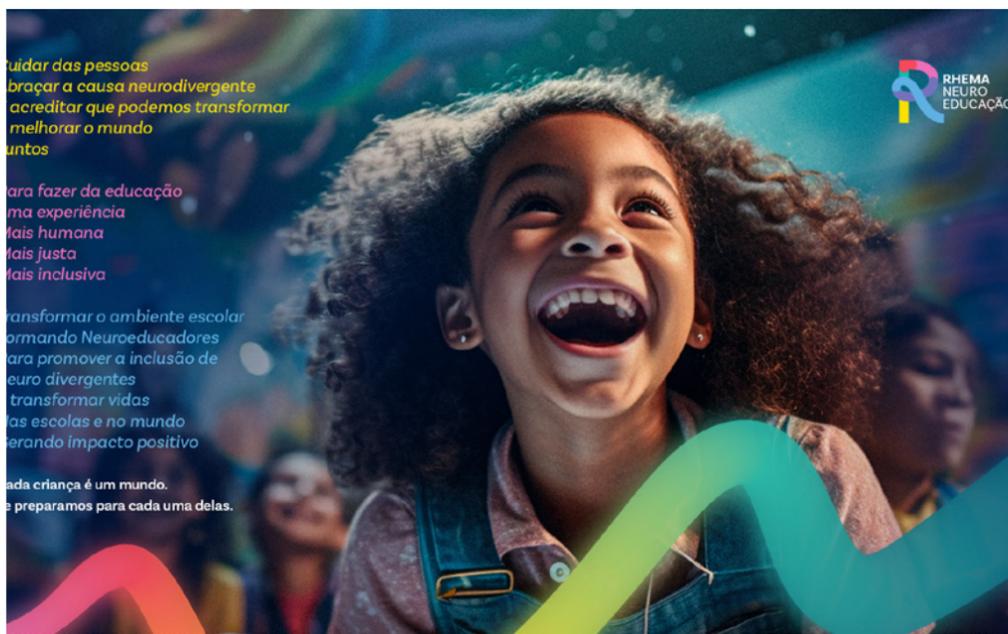
Direção de Criação e Planejamento Estratégico: Rodne Torres | Coordenação de Criação: Matheus de Sena | Designers: Rodne Torres, Ítalo Gaspar, Douglas Narciso, Breno Barroso, Marcus Brito | Planejamento: Camilla Bracioli e Mateus Lima | Ilustrador: Ítalo Gaspar | Redator: Rodne Torres, Felipe Caveira, Marcel Barros | Produtora de Áudio: Buzzina | Motion: Marcus Brito, Léo Azevedo, Gabriel Rocha | Edição: Marcus Brito, Douglas Narciso | Atendimento: Tom Brito | Diretora de Atendimento: Luciana Junqueira | CEO: Ana Celina

### AUTORIA

Acesso Estratégia Criativa

### CLIENTE

Rhema Neuroeducação



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS – PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Jazz Sessions

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade Visual completa para Curitiba Jazz Sessions, marca curitibana que promove uma agenda cultural com curadoria focada em jazz contemporâneo. Por trabalhar com diversos artistas, o projeto traz elementos que constroem uma identidade de marca forte, ao mesmo tempo em que dão espaço para receber e ressaltar a singularidade de cada artista.

### FICHA TÉCNICA

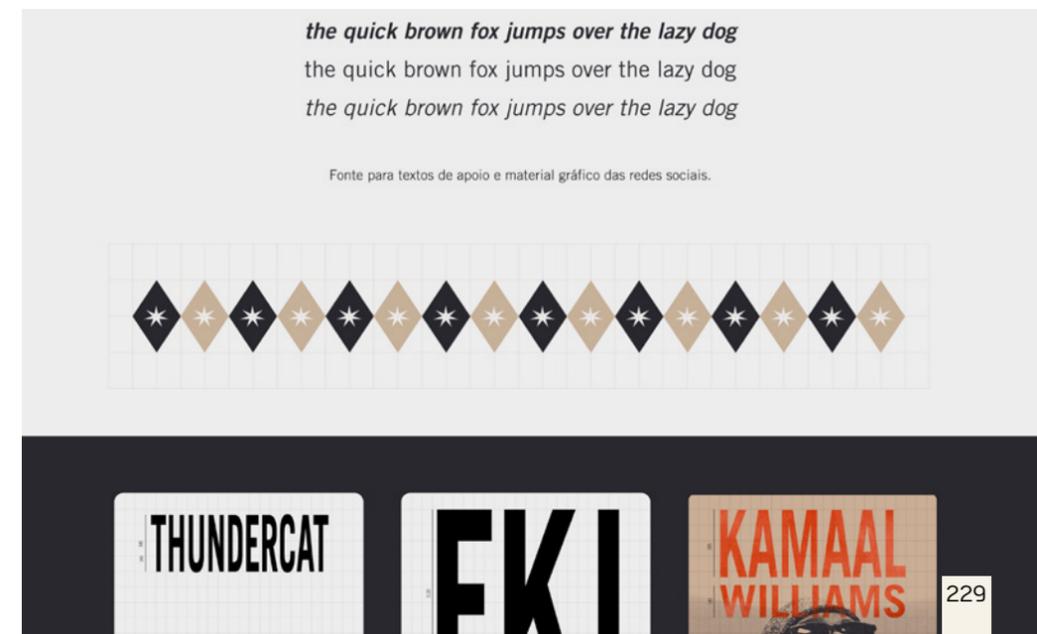
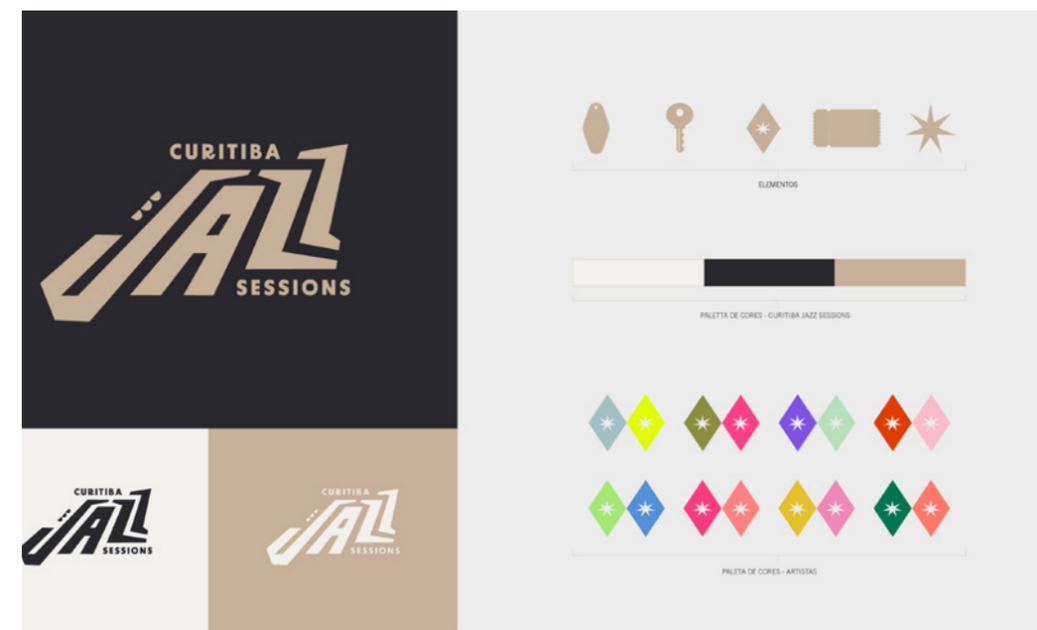
Guilherme Lepca, Stephani Heuczuk, Janis Medeiros, Axel Giller, João Jujuba, Henrique Nash, André Lessman, Theo Leal, Drica Rose, Roberto Romero

### AUTORIA

Smart Diseños

### CLIENTE

GOAT Entertainment



## DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS – PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES)



## Quebrando o Tabu agora é QoT

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O novo design da marca foi inspirado em cartazes de protesto, lambes e arte de rua, que conversam com as editorias progressistas da marca e comunicam uma linguagem popular. As cores, ora sóbrias, ora vibrantes, acompanham a diversidade de tons de fala das editorias, que variam entre notícias, entretenimento e denúncias. Mesmo sendo usada digitalmente, a arte gráfica remete a papel, por vezes, amassado, recortado ou colado, buscando texturizar o digital e trazê-lo para perto do palpável, brincando com as emoções de quem encontra essas artes de protesto na rua ou as usa em manifestações populares.

### FICHA TÉCNICA

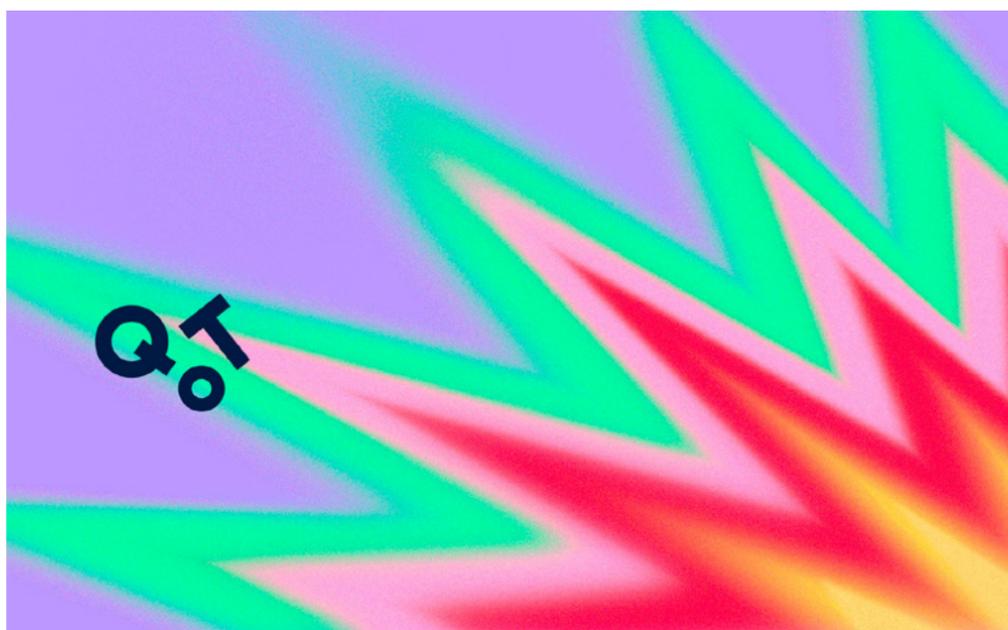
Produção Executiva: Francisco Cusco | Direção Criativa: Victor Marcello | Design Lead: Mariana Mine | Gerente de Conteúdo: Micheli Nunes | Redação: Giulia Junqueira e Giuliana Palumbo | Consultoria: Artur Louback | Produção: Renata Figueira | Assistente de Produção: Gabriela Santiago | Trilha Original: Lucas Candido

### AUTORIA

Ole Interactive

### CLIENTE

Quebrando o Tabu



## DESIGN DIGITAL

SERVIÇOS DIGITAIS



## Laudo Digital

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Se os laboratórios estão em 2024, porque os laudos de exames laboratoriais ainda parecem tão antigos? Laudos de exames são complexos demais, mas eles não precisam ser assim pra sempre. Este projeto utilizou da melhor combinação de experiência internacional em tecnologia e expertise médica para reimaginar a maneira como interagimos com dados de saúde baseados em laudos de exames laboratoriais. Através de um IA exclusiva para estruturação e harmonização, nós unificamos e enriquecemos dados de exames para gerar uma versão moderna do laudo e simplificar a criação de valor em cima destes dados de saúde. Transformamos o laudo tradicional em uma versão digital, fácil de entender e com uma experiência incrível para pacientes e médicos.

### FICHA TÉCNICA

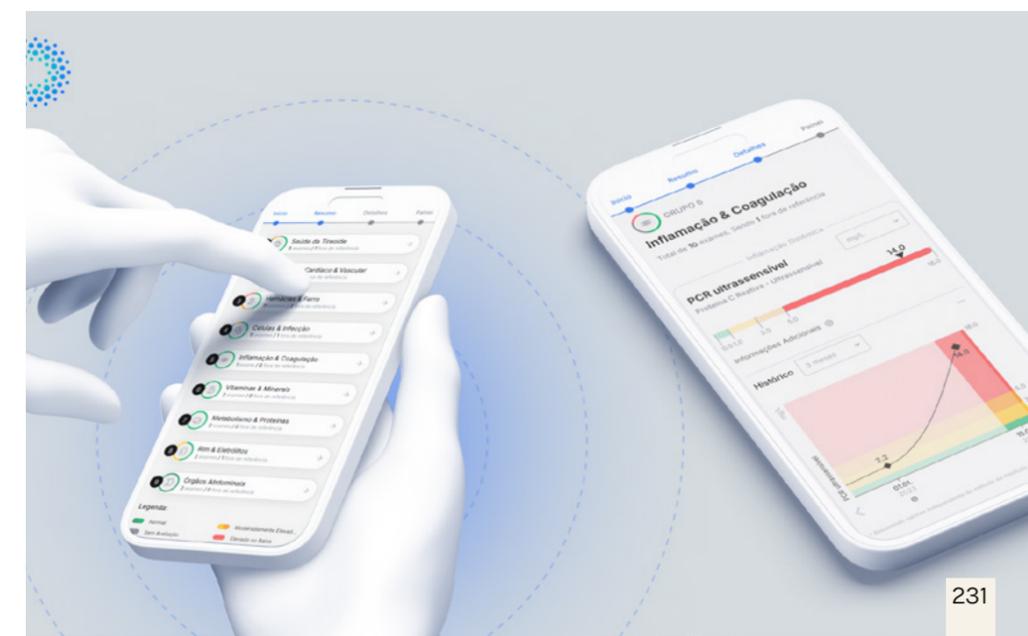
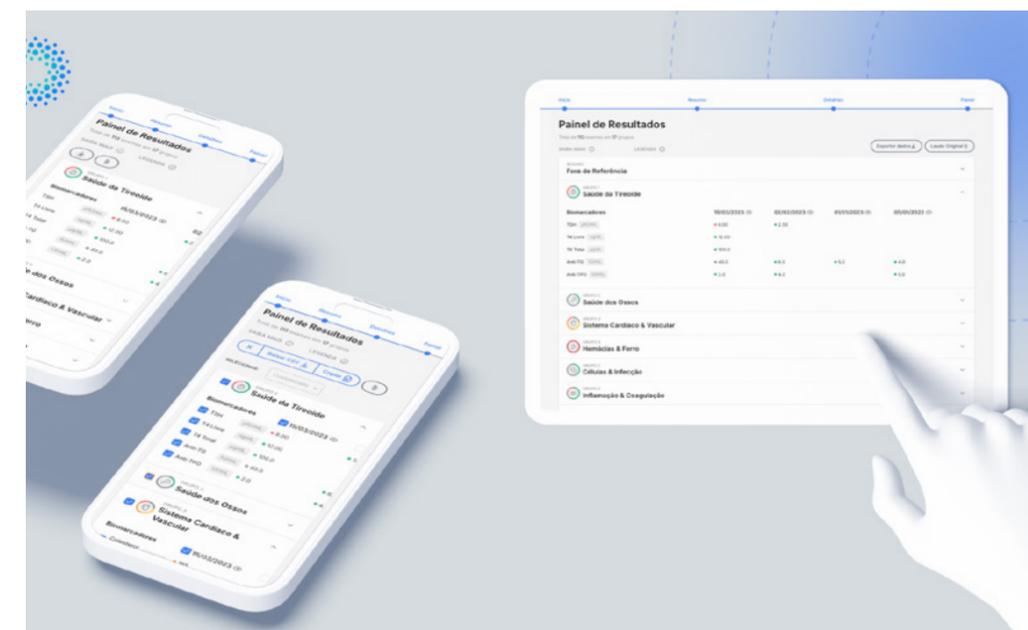
Pedro Benites, Gerrit Glass, Frederic Muench, Frank Kruger, Bruno Alves, Raphael Haddad

### AUTORIA

Openhealth Technologies

### CLIENTE

Openhealth Technologies



## DESIGN DIGITAL

USER EXPERIENCE DESIGN (UX)



## Beconfident: experiência multiplataforma para aprender inglês usando IA

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Estamos redesenhando os cursos tradicionais de inglês para torná-los mais personalizados e eficientes. Entendemos que cada aluno tem seu próprio ritmo de aprendizagem e acabam dividindo seu tempo entre diferentes plataformas (WhatsApp, Instagram, Telegram...). Criamos uma experiência multiplataforma em que o aluno pode praticar conversação falando sobre o que mais gosta (no WhatsApp ou no app), enquanto nosso modelo avalia erros de pronúncia, gramática ou falta de vocabulário, sugerindo aulas interativas com base no que ele realmente precisa aprender. Lançado em 2023, fomos premiados em Harvard, alcançamos mais de 20 mil alunos ao redor do mundo, faturamos mais de R\$ 10 milhões e fomos investidos por ex-executivos do Duolingo, Quinto Andar, Nubank, Isaac, Banco do Brasil, entre outros.

### FICHA TÉCNICA

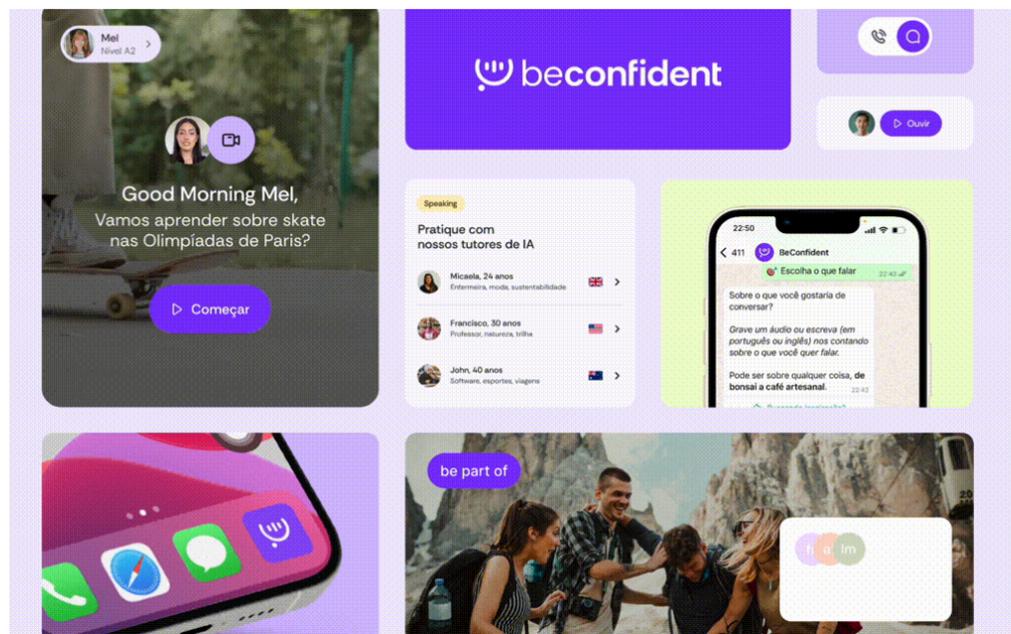
Melanie Bruckner, Felipe Silva, Felipe Tiozo, Felipe Augusto, Aline Coutinho, Giovana Fonseca, Diego Delgado, Daniel Nascimento e Thomaz Relá

### AUTORIA

Beconfident

### CLIENTE

Beconfident



## DESIGN DIGITAL

USER EXPERIENCE DESIGN (UX)



## Laudo Digital

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Se os laboratórios estão em 2024, porque os laudos de exames laboratoriais ainda parecem tão antigos? Laudos de exames são complexos demais, mas eles não precisam ser assim pra sempre. Este projeto utilizou da melhor combinação de experiência internacional em tecnologia e expertise médica para reimaginar a maneira como interagimos com dados de saúde baseados em laudos de exames laboratoriais. Através de um IA exclusiva para estruturação e harmonização, nós unificamos e enriquecemos dados de exames para gerar uma versão moderna do laudo e simplificar a criação de valor em cima destes dados de saúde. Transformamos o laudo tradicional em uma versão digital, fácil de entender e com uma experiência incrível para pacientes e médicos.

### FICHA TÉCNICA

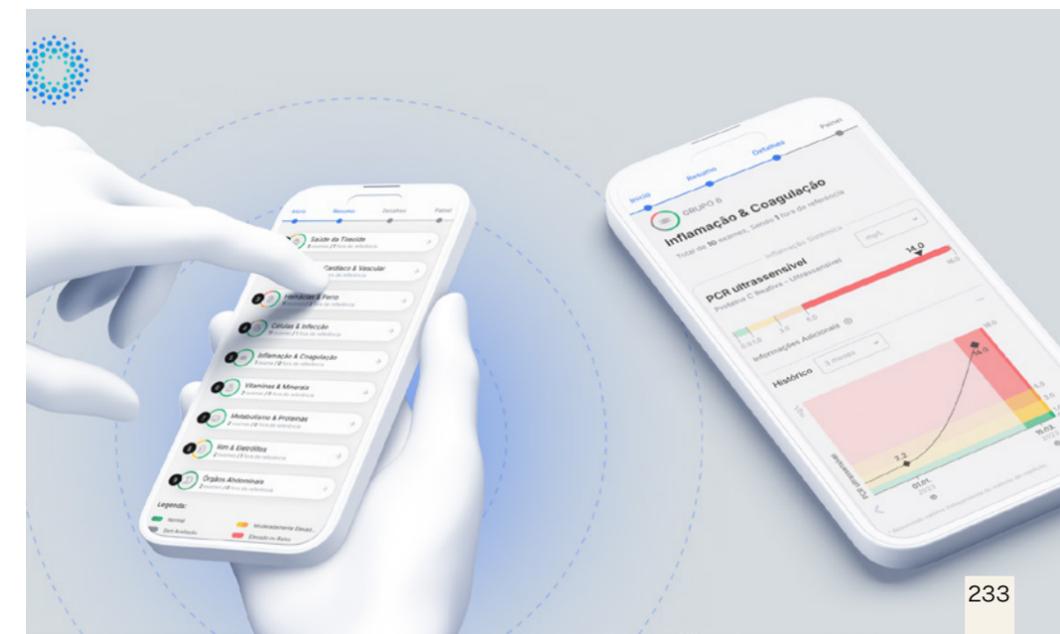
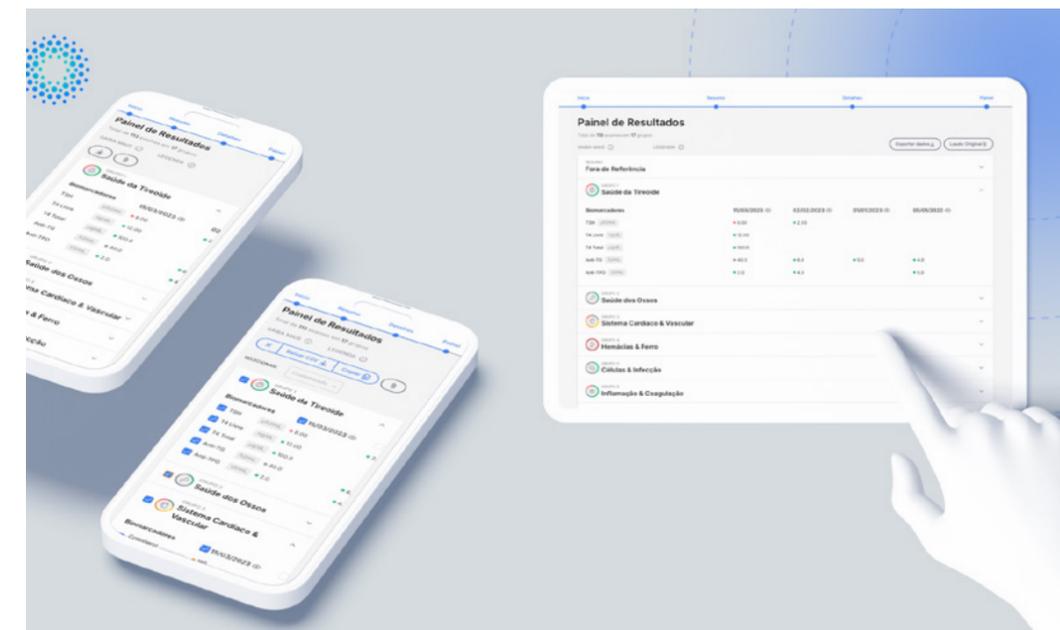
Pedro Benites, Gerrit Glass, Frederic Muench, Frank Kruger, Bruno Alves, Raphael Haddad

### AUTORIA

Openhealth Technologies

### CLIENTE

Openhealth Technologies



## DESIGN DIGITAL

USER EXPERIENCE DESIGN (UX)



## Redesenho UX Suvinil Self Color

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O redesenho de UX do Suvinil Selfcolor é um projeto que substituiu um software legado de 20 anos por um sistema digital moderno e seguro, focado na experiência do usuário. Após uma imersão em 13 lojas e a análise de mais de 40 dores dos usuários, foi desenvolvido um sistema integrado que melhora a rastreabilidade e reduz desperdícios. Com novas funcionalidades como exibição do RGB das cores e reaproveitamento de tintas, o Selfcolor aumenta a segurança e rentabilidade dos lojistas em cerca de 20%, proporcionando uma solução que reflete as demandas reais dos usuários.

### FICHA TÉCNICA

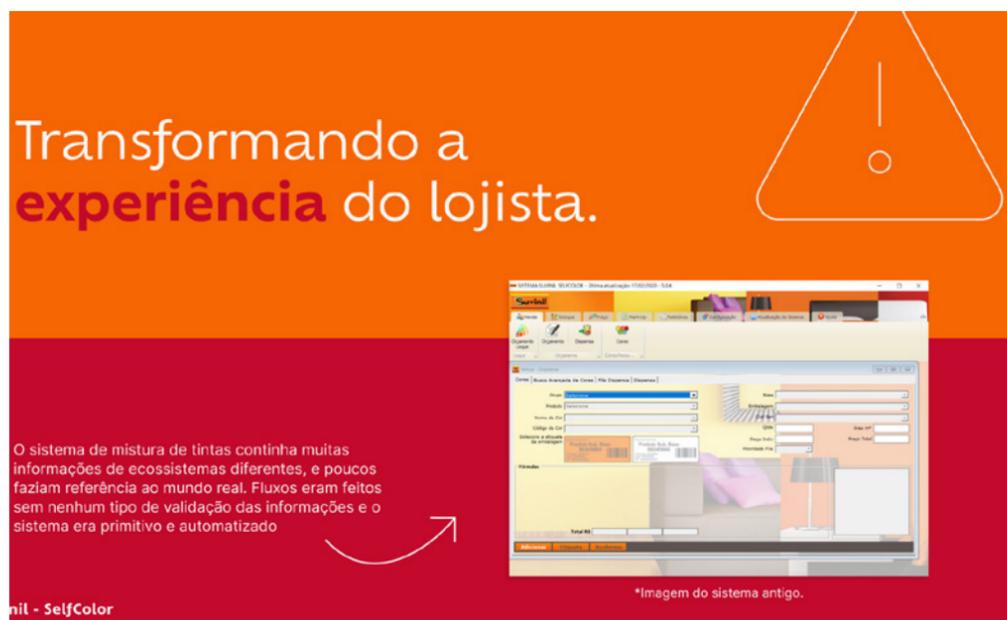
Adriana Hamal, Amanda Rhodes, Cristiane Novo, Dandara Estrela, Dara Vieira, Gustavo Manca, Ingrid Soto, Junio Dias, Nelson Sinis, Rodrigo Santos, Rômulo Tavares, Thiego Ramos Moura, Wesley Oliveira, Mariana Modesto, Gabriela Moreira, Gabriel Henrique, Rubens Gouveia, Ryan Drumond, Diego Santos, Elias Rabelo, Rodrigo Teixeira, Laura Terra, Walner Almeida, Débora Vieira, Fabricio Rocha, Alberto Neto (Gauge), Lívia Silva (Gauge)

### AUTORIA

ioasys

### CLIENTE

Suvinil



nil - SelfColor

\*Imagem do sistema antigo.

## DESIGN DIGITAL

WEBSITE



## Arqueologias do DOI-CODI/SP — Gerador de Conteúdos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvida para o Arqueologias do DOI-CODI/SP, grupo de pesquisa sobre memória e resistência durante a ditadura militar no Brasil, o projeto consiste em templates interativos que geram peças para redes sociais, otimizando a divulgação das atividades do grupo. A plataforma é uma resposta ao desafio recorrente de coletivos sociais, que dependem de trabalho voluntário para conduzir sua comunicação. Sua interface é pensada para qualquer pessoa conseguir gerar peças finais de forma rápida e fácil, seguindo as diretrizes da identidade visual do projeto e sem exigir que o usuário possua conhecimentos de design. A interatividade da plataforma realça as qualidades contemporâneas da identidade visual, como os degraus que remetem à arqueologia, criando formas que se adaptam a cada novo conteúdo.

### FICHA TÉCNICA

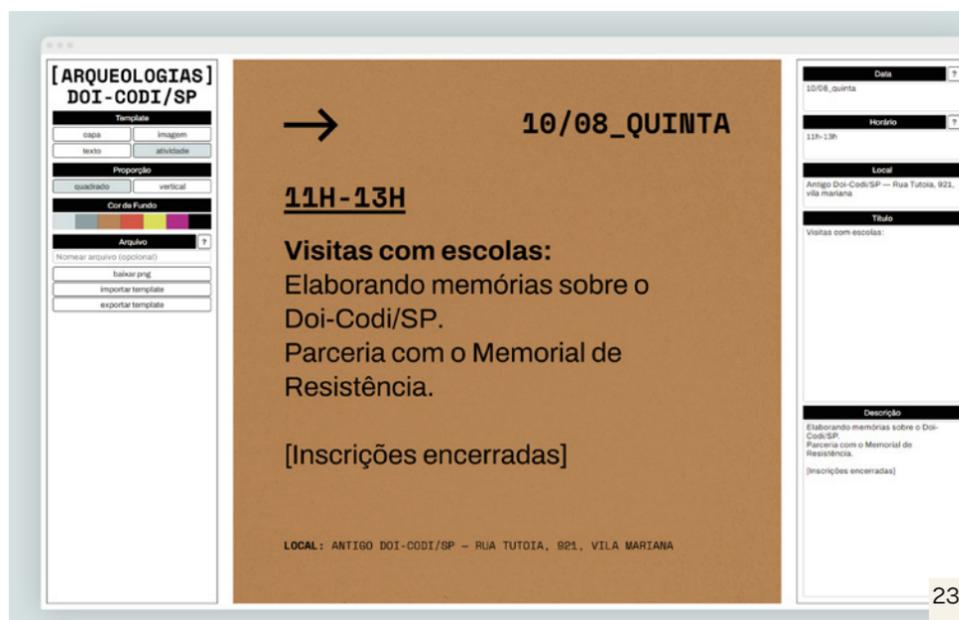
Programação Criativa: João Generoso  
Identidade Visual: Luisa Rodrigues

### AUTORIA

João Generoso, Luisa Rodrigues

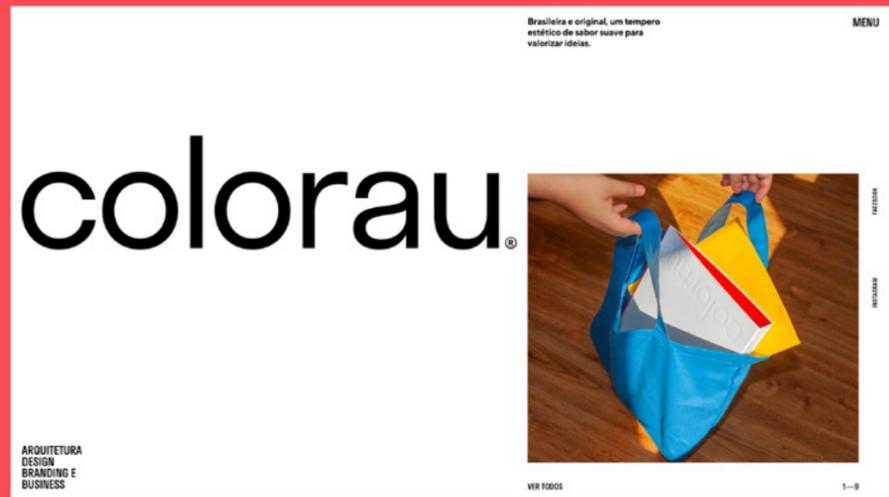
### CLIENTE

Arqueologias do DOI-CODI/SP



## DESIGN DIGITAL

WEBSITE



## DESIGN DIGITAL

WEBSITE



## Colorau

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Colorau: cor e alegria. Após 15 anos de uma trajetória bem-sucedida com projetos espalhados por vários países, as arquitetas da Sala de Arquitetura sentiram que era hora de mudar. Apesar do sucesso, estavam insatisfeitas com a forma que se apresentavam. As fundadoras são vibrantes e cheias de energia, características que permeiam seus projetos por meio das cores, da alegria e da criatividade. A neutralidade da marca e o nome do escritório, entretanto, não transmitiam o real sentimento e a essência da equipe. Nosso objetivo foi reposicionar a marca, focando em projetos corporativos e adotando um tom mais aberto e alegre, que traduzisse a personalidade da equipe e de seus trabalhos. Para isso, o projeto envolveu rebranding completo, incluindo um novo nome, UI/UX e a curadoria do portfólio.

### FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Gabriel Macohin | Estratégia / Naming / Design: Gabriel Macohin, Rafael Alves, Paulo Doi e Fernanda Lima | UI & UX: Rafael Alves, Gabriel Macohin | Fotografia de Arquitetura: Marcos Fertonani | Fotografia da Papelaria: Paulo Doi | Programação: Programatório | Arquitetura: Colorau

### AUTORIA

Petrikór

### CLIENTE

Colorau



## Yuna – Website

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Yuna é um universo mágico onde crianças, familiares e até pets se tornam os protagonistas de histórias encantadoras. Através de um app gamificado e interativo, Yuna resgata o hábito da leitura desde a primeira infância de maneira saudável e inteligente. Ao combinar contos clássicos e autorais com a personalização de aprendizados como empatia, gratidão e coragem, Yuna enriquece esse mundo imaginário, tornando-o mais profundo e educativo. Utilizando o inegável potencial da tecnologia e da Inteligência Artificial, o aplicativo conecta a fantasia ao mundo real, criando momentos valiosos de conexão para as famílias. Com uma mascote carismática e um universo visual acolhedor e imaginativo, Yuna encanta e educa, permitindo que cada criança se torne a criadora de sua própria história.

### FICHA TÉCNICA

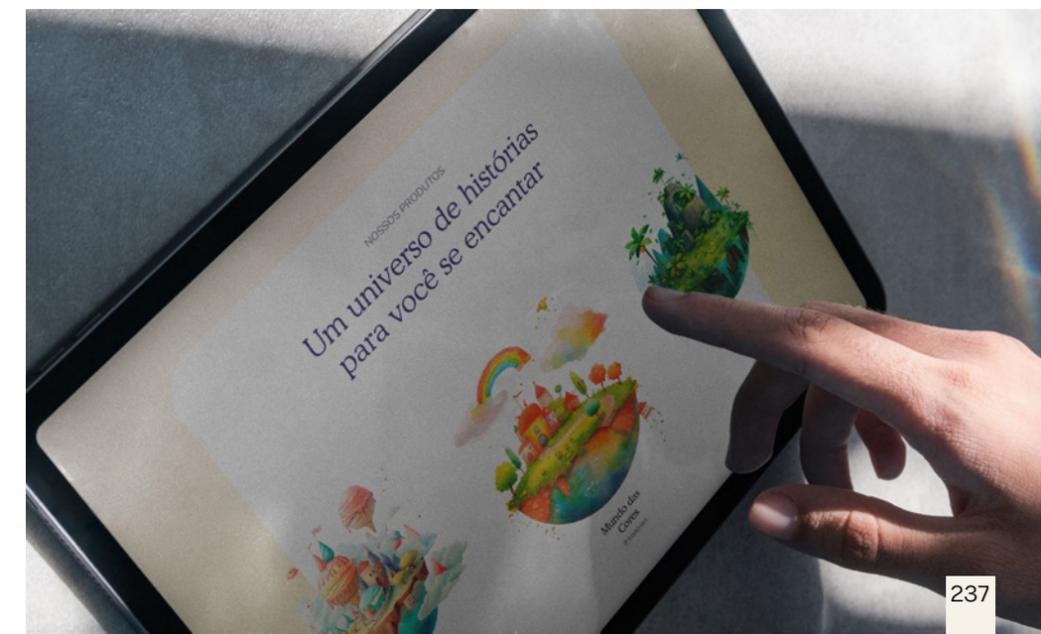
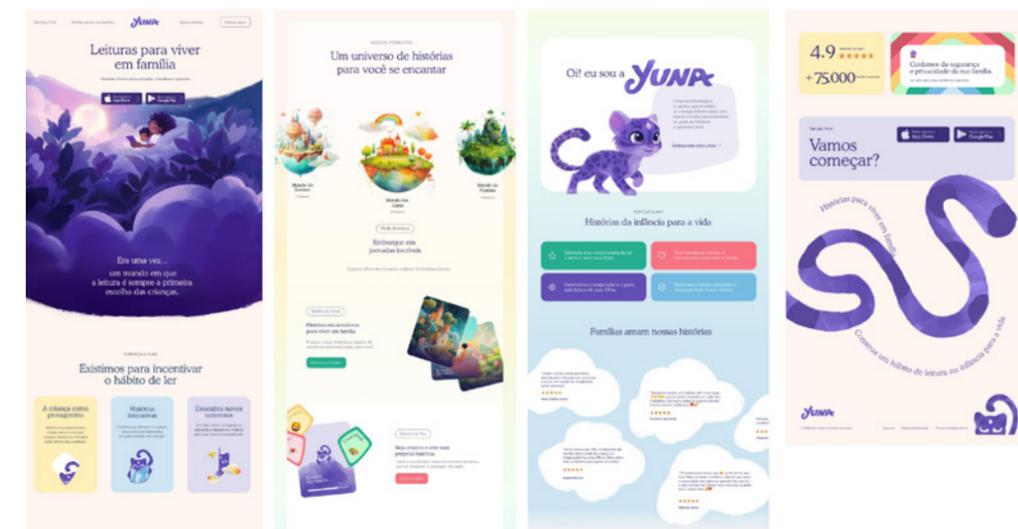
Direção Criativa e Design: Bolívar Nunes, Paula Nunes e Marcella Fontes | Estratégia e Tom de voz: Manuella Paula, Bolívar Nunes, Paula Nunes e Marcella Fontes | Suporte em Design: Bruno César e Gabriela Balza | Desenvolvimento: Bolívar Nunes

### AUTORIA

Bolden

### CLIENTE

Yuna



## DESIGN DIGITAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Amplas – Promovendo bem-estar e impulsionando a carreira de mulheres na fase de envelhecimento

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O aplicativo Amplas é uma plataforma digital que visa melhorar a qualidade de vida de mulheres em fase de envelhecimento, especialmente no contexto do trabalho. Desenvolvido com uma abordagem centrada no humano, o Amplas busca não apenas oferecer oportunidades de trabalho, mas também criar uma rede de apoio entre usuárias que compartilham experiências e desafios semelhantes. A plataforma conta com recursos como onboarding intuitivo, personalização de perfis, ofertas de vagas, conteúdos educativos e uma comunidade ativa. Cada aspecto foi pensado para garantir acessibilidade e usabilidade, atendendo às necessidades de mulheres maduras que buscam se manter ativas profissionalmente e socialmente, mesmo em idades mais avançadas.

#### FICHA TÉCNICA

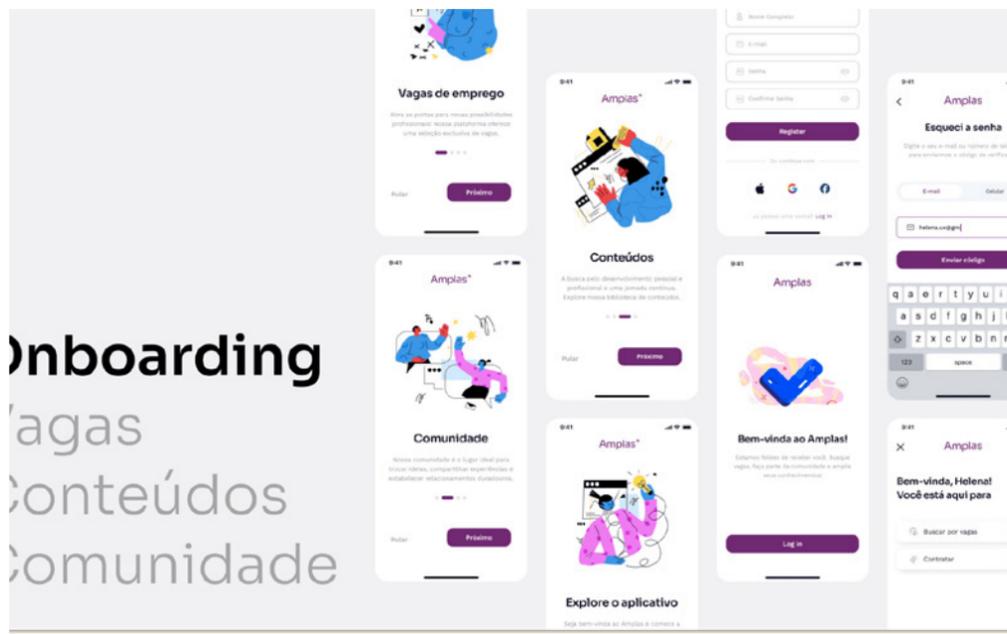
Orientador: Sandro Fetter

#### AUTORIA

Fernanda Finkelstein

#### CLIENTE

Trabalho de Conclusão de Curso UFRGS



Onboarding  
Vagas  
Conteúdos  
Comunidade

## DESIGN DIGITAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### deriva~telar

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este site é um projeto experimental que perambula entre os espaços do design prático e teórico, buscando compreender e discutir a história da cultura digital e suas implicações no web design. O projeto busca funcionar como um livro vivo digital para estimular discussões e compartilhar a história do web design, sob uma perspectiva etnográfica e política. A interface do site em si é um diálogo com a história pesquisada, de modo que referências do passado foram incorporadas na linguagem visual para retirar o usuário de seus espaços digitais corriqueiros e colocá-lo num espaço outro: a deriva entre redes e enredos da cultura digital e suas intersecções com o design. O projeto pode ser acessado no link a seguir: <https://deriva-telar.fau.usp.br/>

#### FICHA TÉCNICA

Disciplina: TCC - Trabalho de Conclusão de Curso | Orientadora: Giselle Beiguelman

#### AUTORIA

Caroline Arantes Speridião

#### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo



## DESIGN DIGITAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Dindia – Aplicativo de gerenciamento financeiro pessoal, feito com e para estudantes

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A falta de controle financeiro é uma das principais causas de endividamento entre estudantes de graduação, que frequentemente têm seu primeiro contato com remuneração através de estágios e bolsas. Por meio de processo de design participativo com 148 participantes, foi desenvolvido o Dindia, um aplicativo de gerenciamento financeiro pessoal projetado para esses estudantes. Com estrutura segura, adaptável e customizável o Dindia permite que estudantes de diferentes contextos e jornadas acadêmicas conquistem autonomia financeira ao se apropriarem do sistema, moldando-o conforme desejado. Com ele é possível experimentar e customizar diferentes métodos de organização até se ajustar, além de planejar a redução de despesas com base no histórico de consumo com a ferramenta de “faxina financeira”.

#### FICHA TÉCNICA

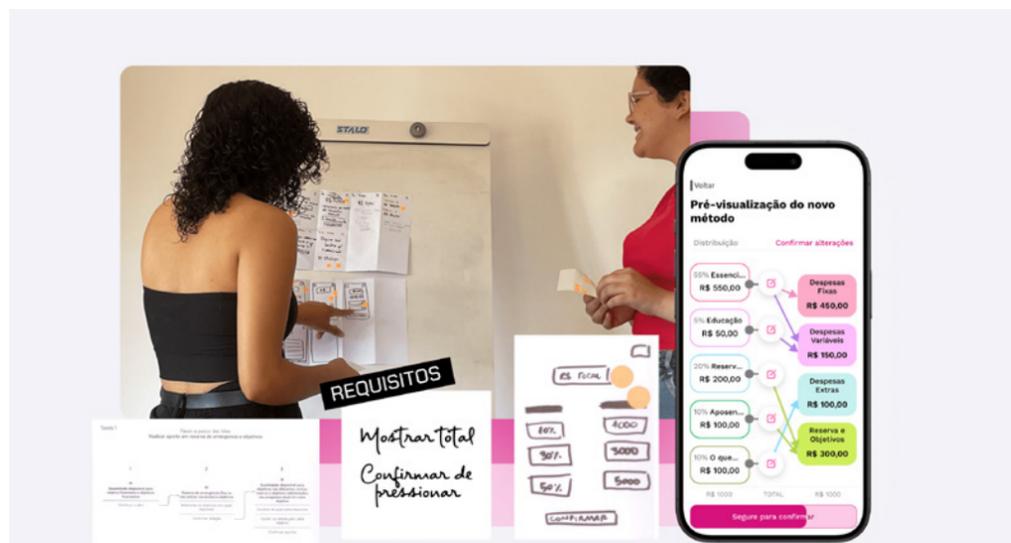
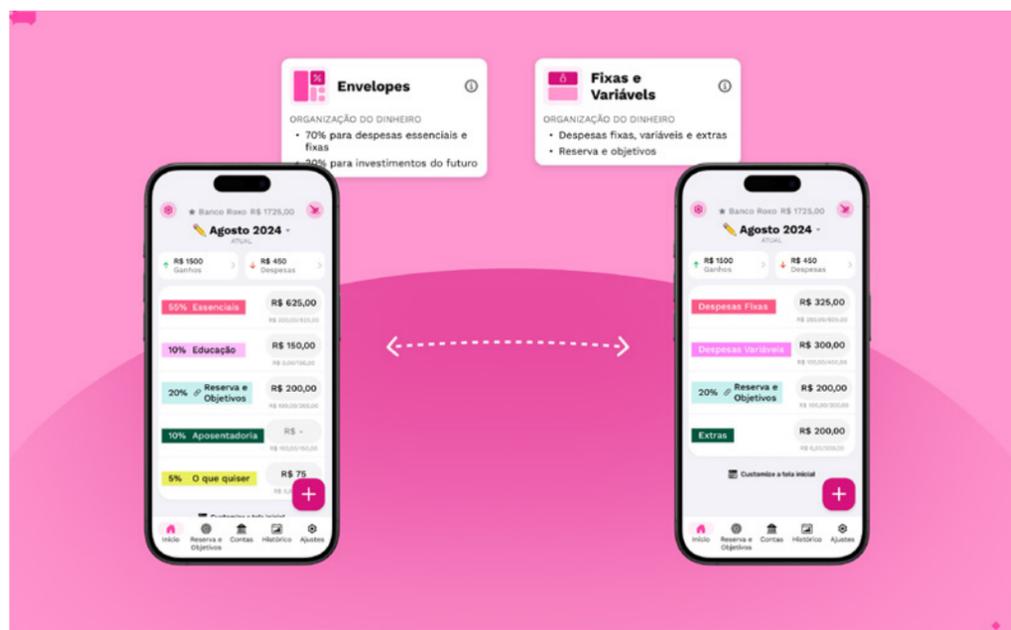
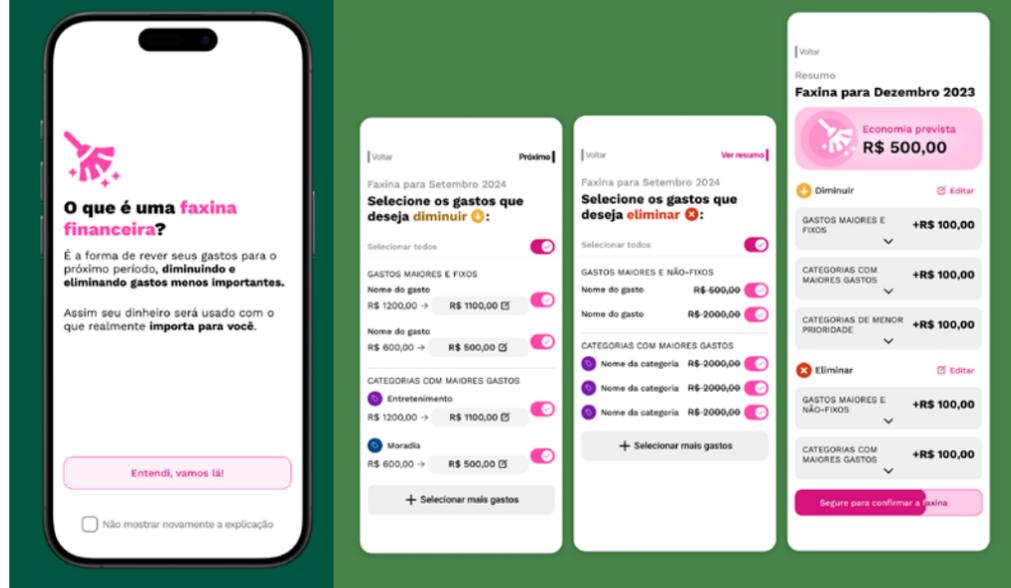
Prof.ª. Dr.ª. Stephania Padovani - Orientadora (Departamento de Design - UFPR), Prof. Dr. André Demaison - Coorientador (Departamento de Design - UFPR)

#### AUTORIA

Ana Luisa Duda Stege

#### CLIENTE

Universidade Federal do Paraná



## DESIGN DIGITAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Glicopet – medidor de glicose e aplicativo para crianças com diabetes tipo 1

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Glicopet é uma proposta de interface gráfica para glicosímetro (aparelho usado diariamente no tratamento da diabetes para monitorar os níveis de açúcar no sangue) e aplicativo complementar desenvolvidos para crianças com diabetes tipo 1. No processo de design, utilizou-se a técnica de sonda cultural aplicada por meio de atividades com crianças diabéticas, assimilando suas percepções e desejos sobre o assunto. Através da mesma, foi possível chegar a uma solução inovadora: um pet virtual companheiro de diabetes chamado Glicat, que visa promover maior adesão ao tratamento. Enquanto glicosímetros comuns têm um design sóbrio com telas sem cores, Glicopet torna o uso mais lúdico e agradável, além de oferecer um app para personalização, jogos com o pet e monitoramento de dados pelos responsáveis.

#### FICHA TÉCNICA

Orientadora: Prof. Dra. Juliana Bueno (Departamento de Design UFPR)

#### AUTORIA

Júlia Randon Savaris

#### CLIENTE

UFPR

## COM UM APLICATIVO COMPLEMENTAR

para as crianças e seus responsáveis



### DESENVOLVIDO COM E PARA CRIANÇAS DIABÉTICAS TIPO 1

Mascote e medidor de glicose ideados por crianças diabéticas através de uma sonda cultural



Medidor de glicose e aplicativo para crianças com diabetes tipo 1



## Muiraquitã Braille: o poder de aprender nas suas mãos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto "Muiraquitã Braille" transforma o aprendizado do sistema Braille, capacitando professores do ensino público a oferecer uma educação mais inclusiva para alunos com deficiência visual. O aplicativo mobile se destaca por suas inovações, como a tradução simultânea do Braille por fotos, tradução por texto compatível com o idioma Português, módulos interativos com gamificação que ensinam a teoria do Braille e exercícios personalizados que possibilitam a prática do reconhecimento dos caracteres. Desenvolvido com a metodologia Design Thinking, o "Muiraquitã Braille" não só oferece uma solução prática, mas também promove a inclusão educacional, posicionando-se como uma inovação no ensino de alunos com deficiência visual.

### FICHA TÉCNICA

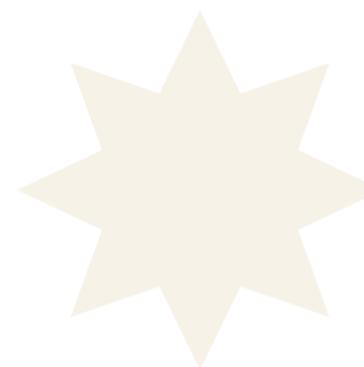
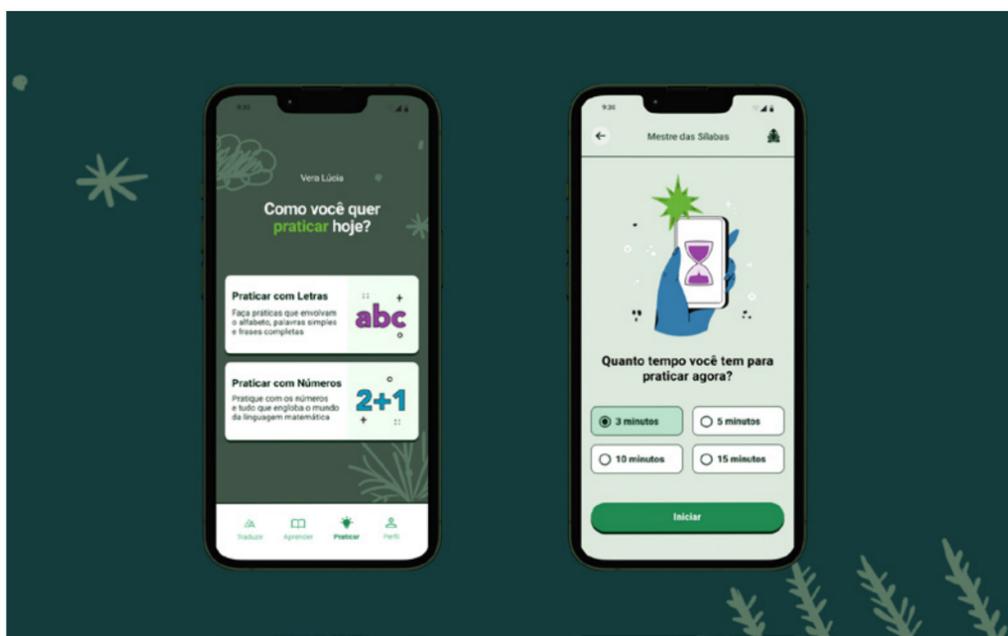
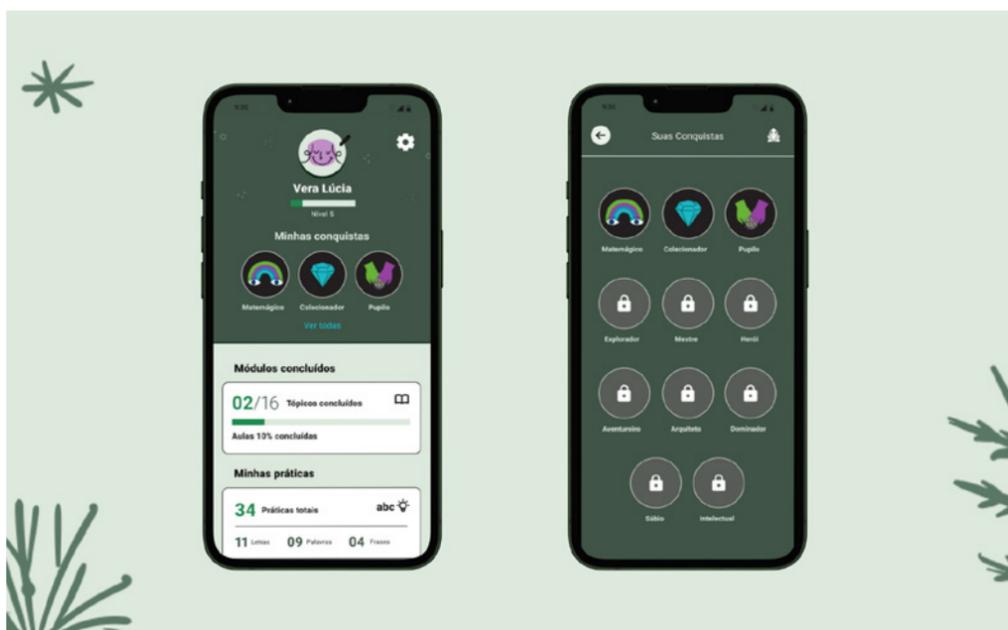
Orientadores: Sandro Fetter e Roberto Pereira do Nascimento

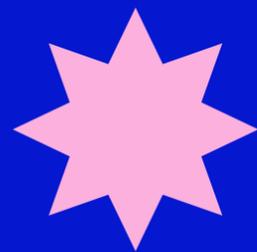
### AUTORIA

Isabella Smaniotto Bello

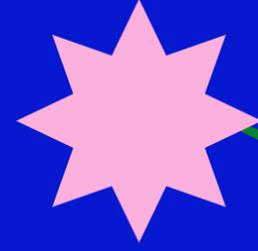
### CLIENTE

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

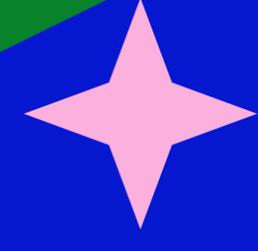




DESIGN EDITORIAL



EDITORIAL

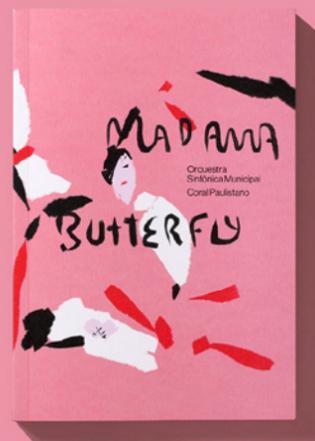


DESIGN

EDITORIAL

## DESIGN EDITORIAL

CATÁLOGOS



## Madama Butterfly

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Libreto para ópera Madama Butterfly.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

Theatro Municipal de São Paulo/Sustenidos



## DESIGN EDITORIAL

PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS



## Relatório Anual Pró-Saber SP 2023

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nós e a equipe de Comunicação do Pró sempre quisemos que os relatórios fossem mais que uma publicação institucional e alcançassem a qualidade de lugar de acolhimento onde cada pessoa que faz o Pró pudesse se reconhecer e ouvir sua própria voz. Para isso, trabalhamos de perto conversando com as equipes e lendo cada produção escrita, relato, e vendo e ouvindo os registros do que acontece por lá, para nos nutrirmos e levarmos tudo para cada cantinho das mais de cinquenta páginas de relatório em todos esses anos. Em cinco edições, esse lugar evoluiu e amadureceu, assim como o Pró em seus 20 anos de trabalho. Depois de tanto, consideramos que já somos um pouquinho parte do acervo dessa casa que gosta de se chamar carinhosamente de “a biblioteca mais linda do mundo”, em Paraisópolis, São Paulo.

### FICHA TÉCNICA

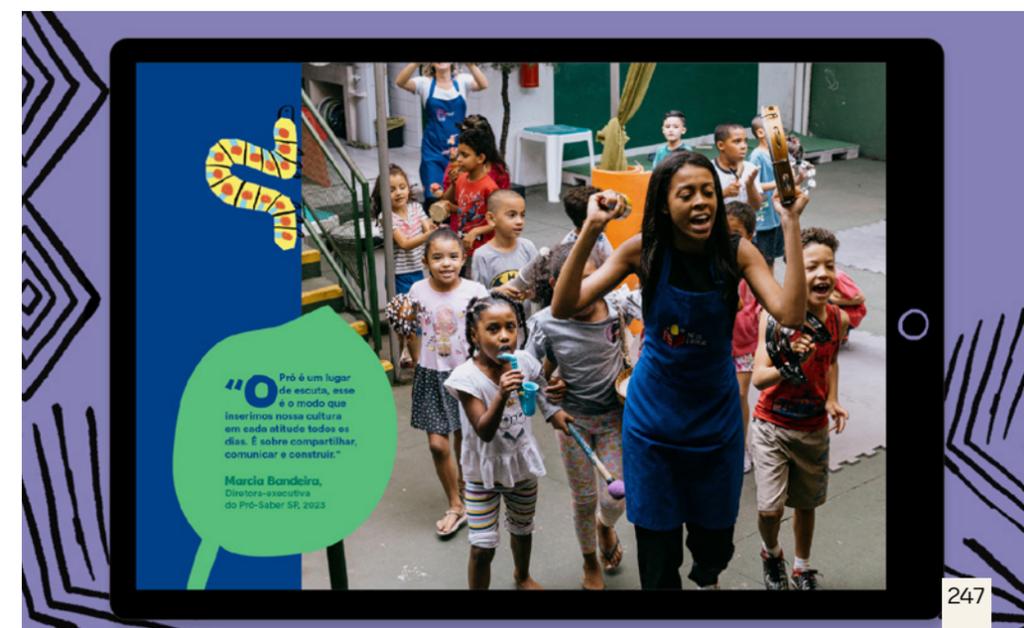
Projeto editorial, edição e redação: Thais Caramico | Revisão: Cátia de Almeida | Projeto gráfico e diagramação: Ana Paula Campos e Bruna Martins | Ilustração: Bruna Martins | Fotografia: Equipe Pró-Saber SP

### AUTORIA

Estúdio Voador

### CLIENTE

Pró-Saber SP



## DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES  
OU EDIÇÕES LIMITADAS



## DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES  
OU EDIÇÕES LIMITADAS



## Pés Pretos Cantam Sonhos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro "Pés Pretos Cantam Sonhos" nasce da costura de contos que entrelaçam os povos de terreiro, a vida travesti e os sonhos. A matéria-prima dos sonhos é feita da poeira celeste, que corre livre pela terra e ainda lembra de quando nada disso que era civilizado existia. Sonhar é um ato revolucionário. Pedra foi sonhada por muitas travestis para hoje poder escrever sobre seus devaneios oníricos. Ela sonha toda noite para que suas filhas e irmãs estejam longe do cativoiro.

### FICHA TÉCNICA

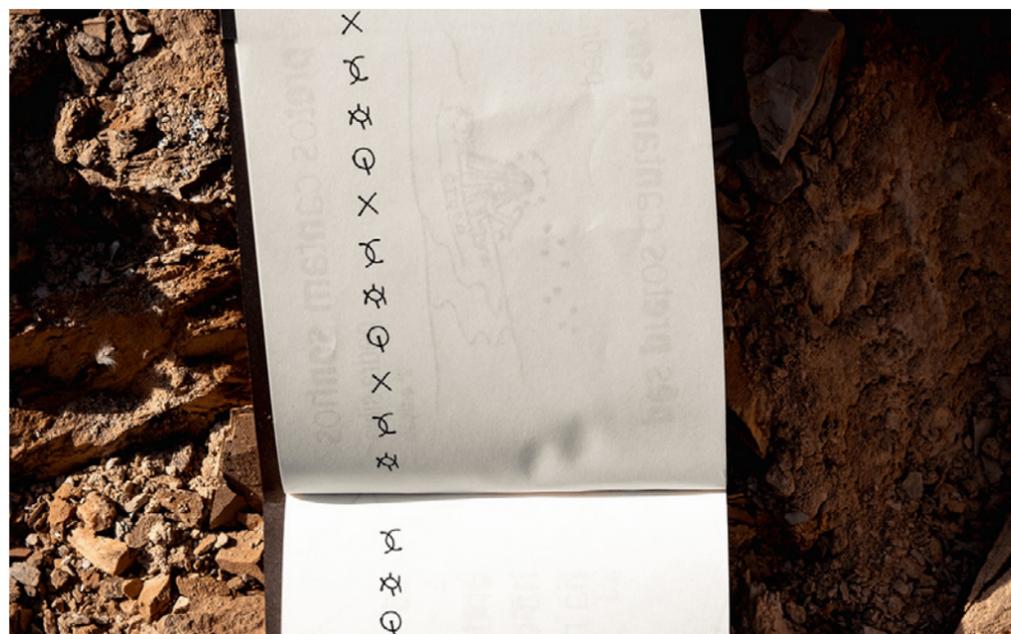
Autora e ilustradora: Pedra Silva  
Revisora: ewa niara  
Fotos de divulgação: Pedro Santanna

### AUTORIA

Laila Santanna de Oliveira

### CLIENTE

AUA Editora



## Poema Em Linha Reta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Detalhes de produção: Formato aberto: 32 cm x 15,5 cm / Formato fechado: 16 cm x 15,5 cm / Capas: Duas versões, sendo uma em Color Plus Mar del Plata 240 g/m<sup>2</sup> e a outra em Color Plus Los Angeles 240 g/m<sup>2</sup> / Interior: Marraketch Giz 90 g/m<sup>2</sup> / Número de páginas: 12 páginas / Guardas pintadas à mão, tornando cada exemplar único e explorando a ideia do erro e do acaso, tão presente na obra do autor. Livros costurados à mão com linha encerada azul ou preta, conforme a capa; Tipos centenários de chumbo e madeira, combinados com tipos digitais contemporâneos cortados em CNC ou impressos em impressora 3D. Edição limitada, distribuída para clientes no Brasil, América Latina, Estados Unidos, Canadá e Europa.

### FICHA TÉCNICA

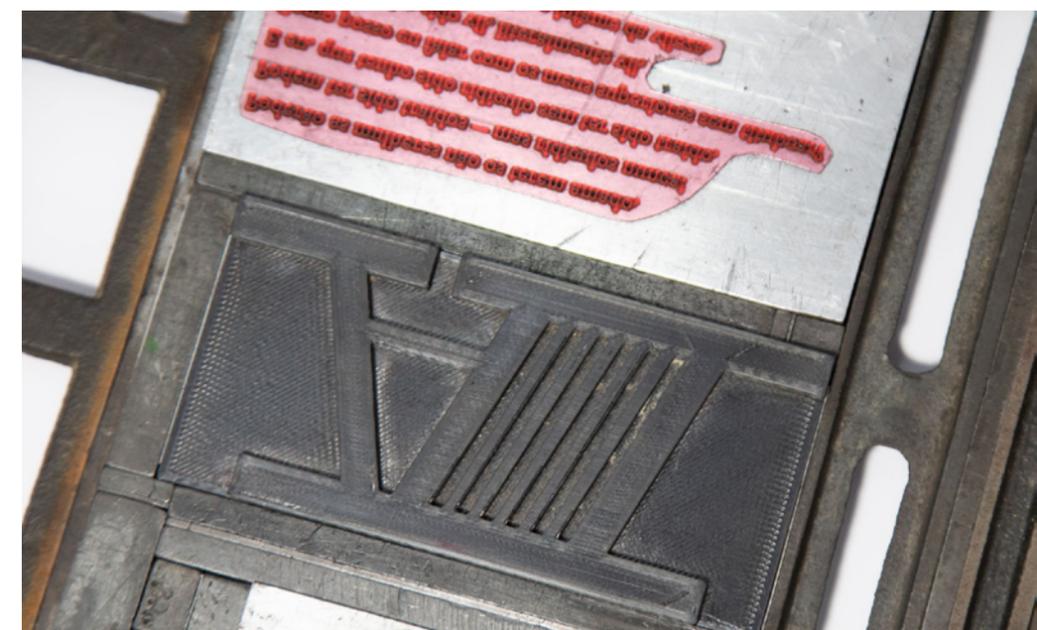
Design, ilustração e encadernação:  
Rafael Neder | Impressão: Rafael Neder e Ademir Matias

### AUTORIA

Rafael Neder

### CLIENTE

Autocomissionado



## DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES  
OU EDIÇÕES LIMITADAS



## Specimen N°0: Desenho Tipográfico / Type Design by Fernando Mello 2001—2023

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um livro / type specimen que apresenta um portfólio completo de 22 anos de fontes digitais do type designer brasileiro, que possui uma carreira notável e períodos de trabalho nas foundries Fontsmith e Monotype, e que atualmente tem seu estúdio próprio no Brasil. Contém amostras de 86 fontes tipográficas e 72 logo-letterings em 432 páginas. Inclui textos introdutórios iniciais e uma trajetória (linha do tempo) da carreira do designer ao final. Cada fonte tipográfica possui um breve texto introdutório sobre seu design (em Português + Inglês), uma amostra do conjunto de caracteres disponível, e ensaios visuais criativos que mostram a fonte em uso. Impresso em duas cores (preto + Pantone 2347) em papel offset 120g/m². Bilingue em Português e Inglês. Tiragem de 700 exemplares.

### FICHA TÉCNICA

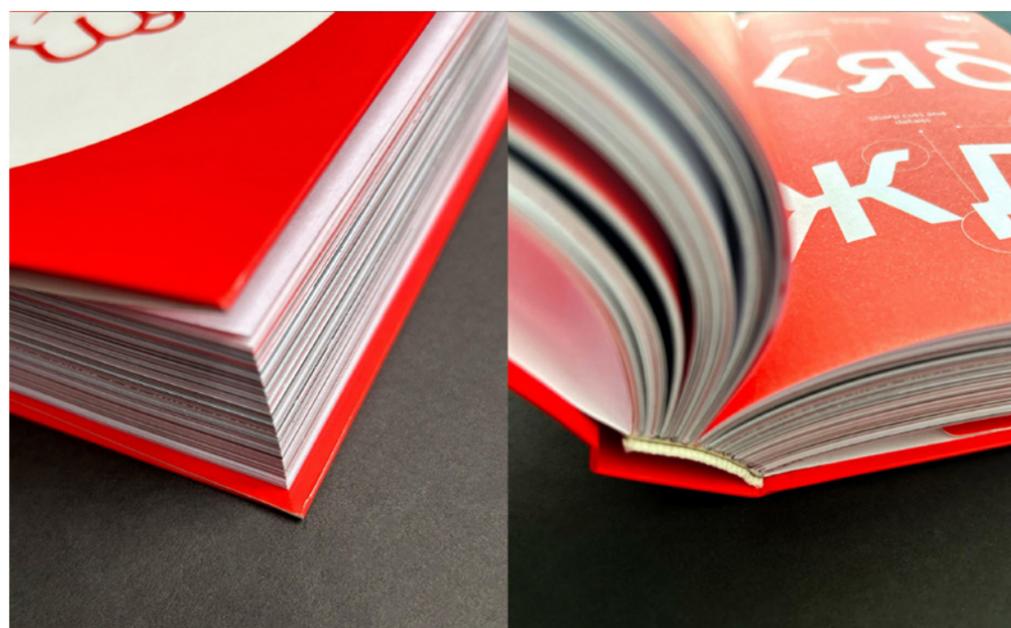
Escrito, diagramado e produzido por Fernando Mello para a Font FM

### AUTORIA

Fernando Mello

### CLIENTE

Font FM



## DESIGN EDITORIAL

CATÁLOGOS



## Catálogo da exposição Pequenas Áfricas: o samba que o Rio inventou

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Catálogo da exposição Pequenas Áfricas: o Rio que o samba inventou reconstitui a cena cultural que, entre os anos 1910 e 1940, produziu e consolidou o samba urbano tal qual ficou conhecido no Brasil e no mundo. Foi Heitor dos Prazeres quem viu uma "África em miniatura" na comunidade afrodescendente que, instalada à margem do Rio de Janeiro branco e europeizado, produziu uma das mais decisivas revoluções estéticas do século 20. Por meio de gravações, obras, documentos e objetos dos acervos do IMS e de outras instituições, a exposição mostra ainda como, para além dos aspectos históricos, a complexa rede de solidariedade, espiritualidade e música formada naquele momento se espalha pela produção contemporânea, das escolas de samba e dos blocos, dos terreiros e dos quintais.

### FICHA TÉCNICA

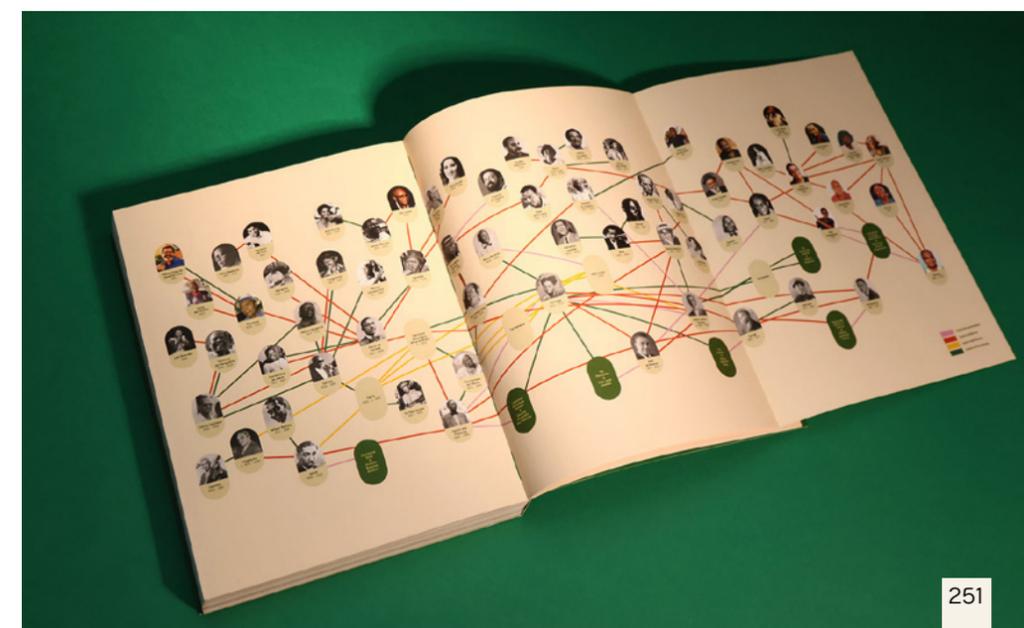
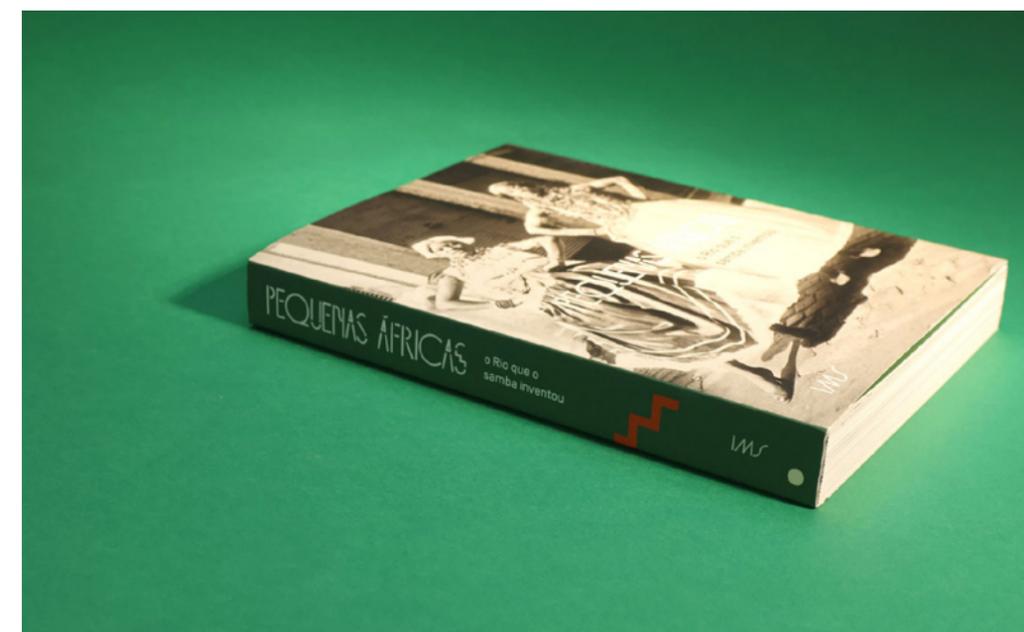
Organização: Paulo Roberto Pires | Produção editorial: Núcleo Editorial IMS | Projeto gráfico: Daniel Brito | Assistência de design: Geovana Martinez | Preparação e revisão de textos: Andressa Veronesi, Flávio Cintra Amaral, Rachel Valença | Tratamento de imagens: Núcleo de Digitalização IMS

### AUTORIA

Daniel Brito / Olhares

### CLIENTE

Instituto Moreira Salles



## DESIGN EDITORIAL

CATÁLOGOS



## Catálogo da Exposição Um Defeito de Cor

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O catálogo da exposição "Um Defeito de Cor" foi projetado para refletir os temas centrais da mostra, inspirada no livro de Ana Maria Gonçalves. Ele apresenta um layout circular dividido em dez núcleos temáticos, acompanhando a estrutura da exposição e criando uma narrativa visual integrada ao projeto.



### FICHA TÉCNICA

Curadoria: Amanda Bonan, Ana Maria Gonçalves e Marcelo Campos | Coordenação editorial e revisão de textos: Lia Ana Trzmielina | Identidade visual: Voltz Design – Alessandra Soares e Cláudio Santos Rodrigues | Projeto gráfico: Alessandra Soares, Cláudio Santos Rodrigues, Estevam Gomes | Tradução: Matthew Rinaldi | Tratamento de imagem: Márcio Café | Capa: Márvila Araújo - Estrela do mar / Starfish, 2021

### AUTORIA

Voltz Design

### CLIENTE

Sesc Pinheiros



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## A árvore mais sozinha do mundo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste na criação da capa do livro de Mariana Salomão: "A árvore mais sozinha do mundo", publicado pela Tag Livros e Editora Todavia em 2024.

### FICHA TÉCNICA

Pesquisa e Direção Geral: Estúdio Arado  
Direção de arte: Luis Matuto  
Criação e Desenvolvimento: Estúdio Arado  
Ilustrações: Bruno Brito

### AUTORIA

Estúdio Arado

### CLIENTE

Tag Livros e Editora Todavia



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



### Educar, Cuidar e Nutrir: experiências com alimentos orgânicos em escolas infantis de SP

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trata-se da produção de um livro fotográfico de memória oral, desde a revisão e elaboração de textos, entrevistas, curadoria, edição, organização e projeto gráfico, elaborado com fotografias autorais, cianotípias e monotípias botânicas, apoiado por manuscritos. O projeto foi criado como solução de letramento científico sobre a Lei Escola + Orgânica da Cidade de SP, que dispõe sobre mudanças no sistema alimentar dos Centros de Educação Infantil. As gravuras foram feitas junto às crianças em atividades pedagógicas. O livro possui 24,5 x 34,9cm e 256 páginas em couchê fosco 150 g, papel pólen 90g, capa brochura em couchê 250g, costurado e colado. Também conta com sobrecapa em PVC Cristal Cyan com serigrafia local com tinta branca 1/0, para remeter as pastas escolares do ensino fundamental.

#### FICHA TÉCNICA

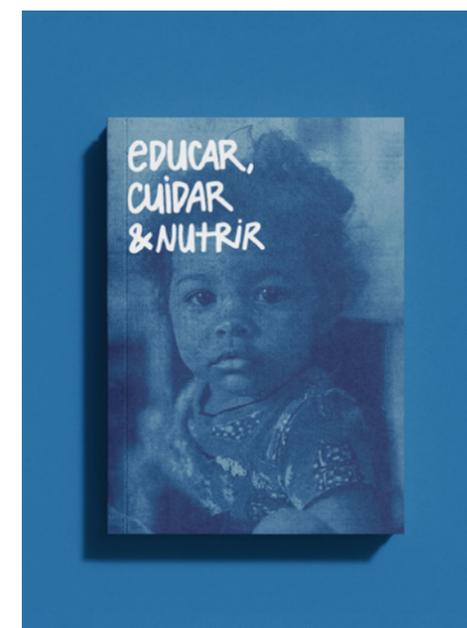
Projeto gráfico: LM&Companhia | Coordenação editorial e curadoria: Lucas Furio Melara | Organização: Adolfo Pereira de Mendonça; Lucas Furio Melara; Maria Paula de Albuquerque | Roteiro e transcrição: LM&Companhia | Captação e iluminação: Daniel Franco; Lucas Furio Melara; Samira el Sahili | Edição de vídeos: Daniel Franco | Fotografias: Daniel Franco; Lucas Furio Melara; Samira El Sahili | Edição de imagens: Lucas Furio Melara | Cianotípias: Lucas Furio Melara | Gravuras: Crianças do CREN; Lucas Furio Melara

#### AUTORIA

LM&Companhia

#### CLIENTE

CREN - Centro de Recuperação e Educação Nutricional



### As Artes do Livro na Biblioteca de Gustavo Piqueira

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto Gráfico de livro.

#### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaíque Xavier

#### AUTORIA

Casa Rex

#### CLIENTE

Ateliê Editorial/WMF Martins Fontes



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## Mulheres Em Luta – Arquivos de memória política

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A publicação “Mulheres em Luta! Arquivos de Memória Política” é o catálogo que documenta a exposição homônima exibida pelo Memorial da Resistência de São Paulo entre outubro de 2023 e julho de 2024. O foco da exposição foram as lutas coletivas de mulheres que vivenciaram a violência de Estado no período da Ditadura Civil-Militar e na Democracia, em busca de Memória, Verdade e Justiça e por direitos fundamentais.

### FICHA TÉCNICA

Fotografia: Fernando Banzi

### AUTORIA

Associação Cultural Goma Oficina

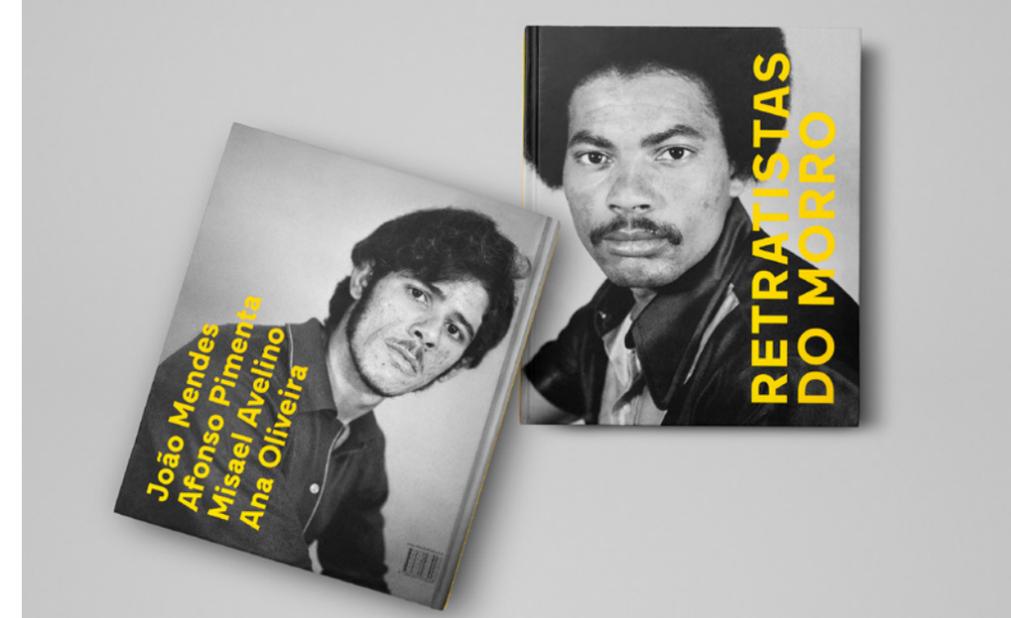
### CLIENTE

Memorial da Resistência



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## Retratistas do Morro

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro “Retratistas do Morro” apresenta ao público o resultado dos trabalhos realizados ao longo dos últimos quase 10 anos junto aos acervos de negativos dos fotógrafos João Mendes, Afonso Pimenta e do raro acervo de monóculos de Dona Ana Martins de Oliveira. Estes acervos, que contam com mais de 250.000 negativos fotográficos, foram produzidos a partir de 1960 na Comunidade da Serra, uma das maiores favelas do Brasil, em Belo Horizonte, e revelam as trajetórias de vidas, lutas e conquistas contadas a partir das experiências de seus próprios moradores. Apresentando uma iconografia inédita, inauguram outras versões da história recente das imagens brasileiras.

### FICHA TÉCNICA

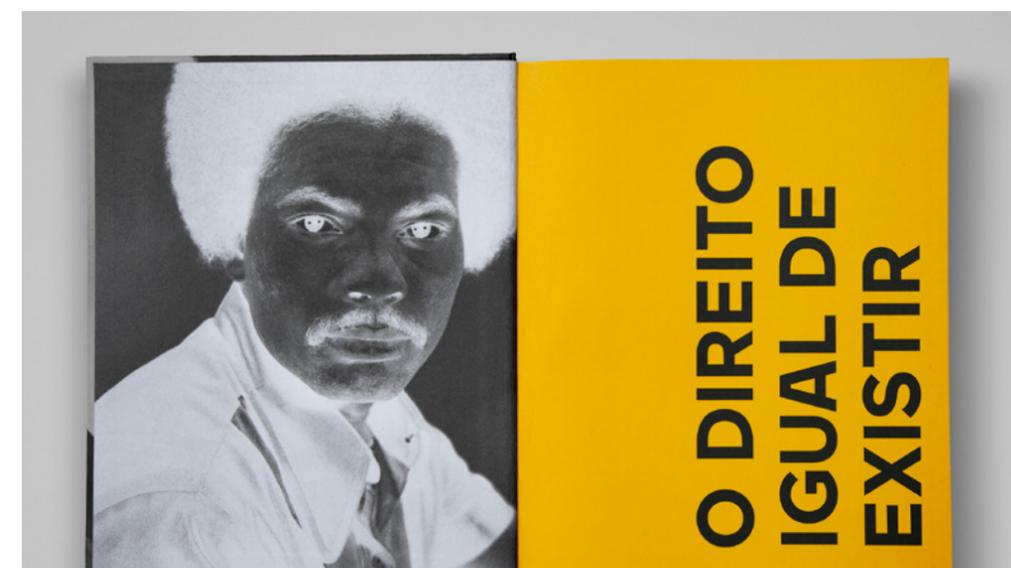
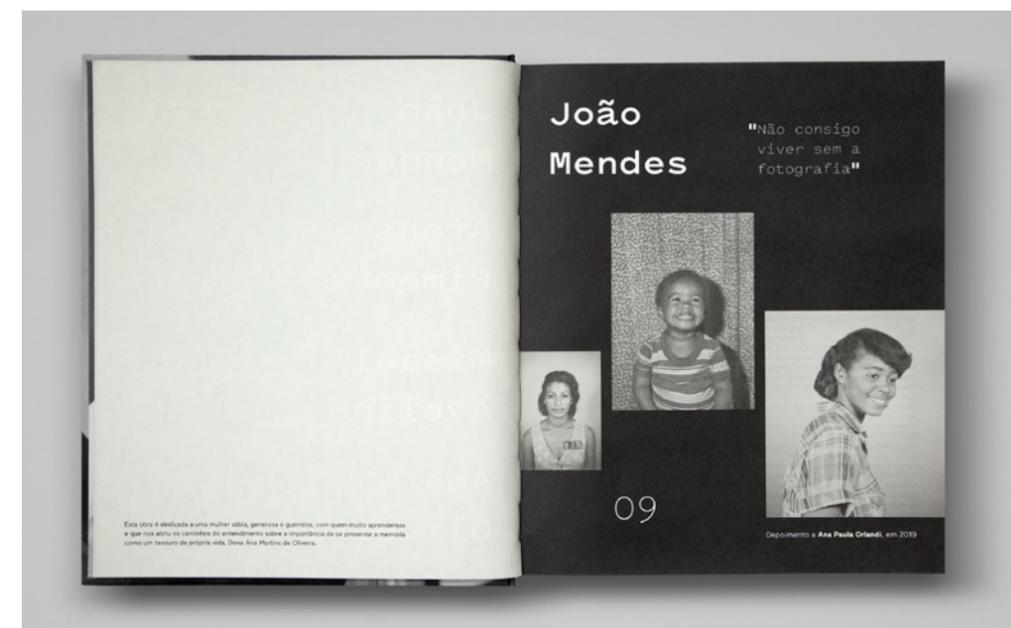
Histórias de vida/Acervos Fotográficos: Ana Martins de Oliveira, Afonso Pimenta, João Mendes, Misael Avelino dos Santos | Idealização Curadoria/Coord. Editorial: Guilherme Cunha | Projeto Gráfico: Betho Borges, Rafael Maia | Diagramação: Betho Borges, Rafael Maia | Textos/ Biografias: Ana Paula Orlandi | Entrevistas/ Depoimentos: Carina Aparecida, Kelly Cristina da Silva | Assistente de produção: Clarissa Nascimento Duarte, Luana Duarte

### AUTORIA

Betho Borges, Guilherme Cunha e Rafael Maia

### CLIENTE

Projeto Retratistas do Morro



**DESIGN EDITORIAL**

PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS



**DESIGN EDITORIAL**

PUBLICAÇÕES DIGITAIS



# Instituto Arapyau: Relatório Anual de Atividades 2023

## DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico para o Relatório Anual de Atividades do Instituto Arapyau, que atua em projetos ligados à Amazônia e à Mata Atlântica no sul da Bahia. O relatório é um experimento gráfico calcado em uma estética genuinamente brasileira. Como referencial estético e conceitual olhamos para as pinturas tradicionais de barcos amazônicos, feiras populares, produções de cacau, palafitas ribeirinhas e demais elementos culturais de tais regiões. O resultado é um relatório que traz à tona a essência dos projetos, atores e insumos ligados às iniciativas da instituição.

## FICHA TÉCNICA

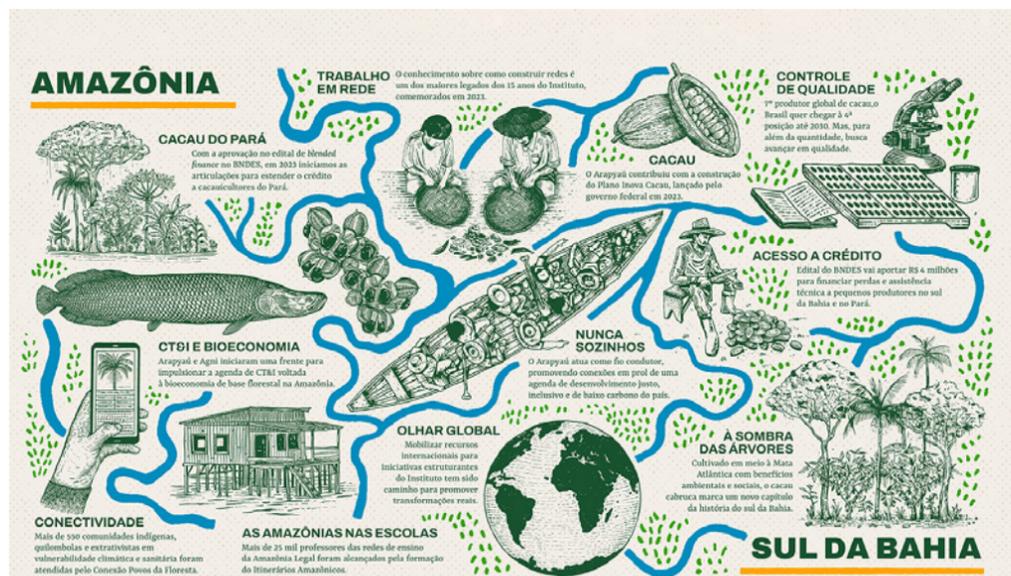
Projeto Gráfico: Estúdio Arado  
Diagramação: Ana Letícia Rodrigues  
Ilustrações: Bruno Brito

## AUTORIA

Estúdio Arado

## CLIENTE

Instituto Arapyau



# Cadeia de Valor da Castanha da Amazônia

## DESCRIÇÃO DO PROJETO

Publicação Digital/Infográfico interativo desenvolvido para o Observatório da Castanha-da-Amazônia que representa de forma visual e didática toda a cadeia de valor da Castanha-da-Amazônia. O site foi incorporado ao portal do OCA para dar suporte na conscientização e divulgação do trabalho dos coletores e castanheiros da floresta amazônica.

## FICHA TÉCNICA

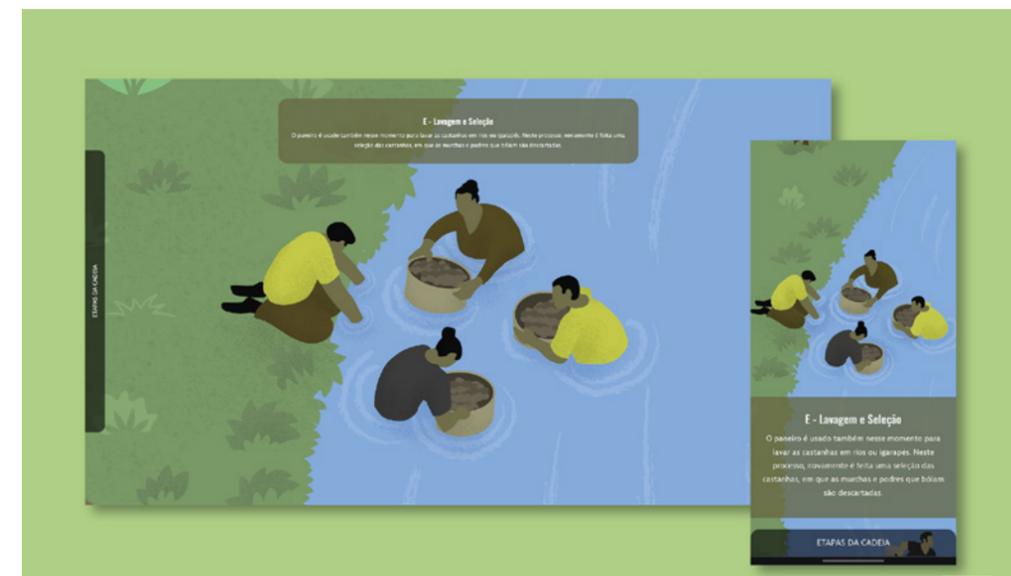
Gabriel Braga - Ilustrações, UI e UX Design  
Vitor Marques - UX, UI e Desenvolvimento

## AUTORIA

Grande Circular

## CLIENTE

Observatório da Castanha-da-Amazônia



**DESIGN EDITORIAL**  
PUBLICAÇÕES DIGITAIS



## Livro “A Trajetória de Solange Adão”

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Solange Adão é a primeira atriz negra de Santa Catarina, e sua vida é marcada por uma trajetória única e inspiradora. Em homenagem a ela, um grupo de mulheres negras decidiu documentar sua história em um livro intitulado “Trajetória de Solange Adão”. A obra é uma celebração da vida e do legado de Solange, reconhecendo sua importância cultural e artística.

### FICHA TÉCNICA

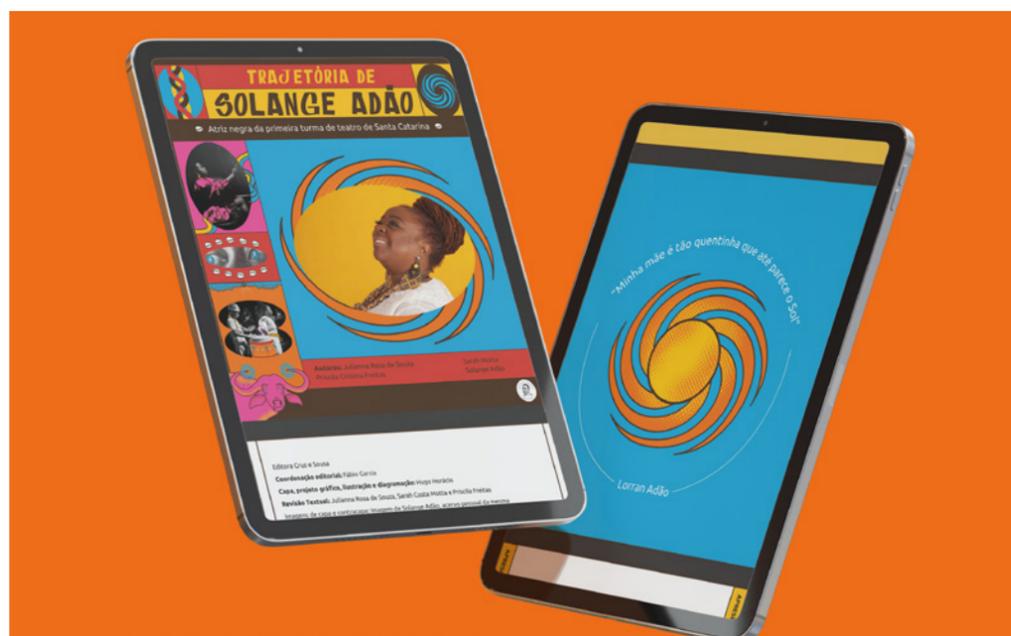
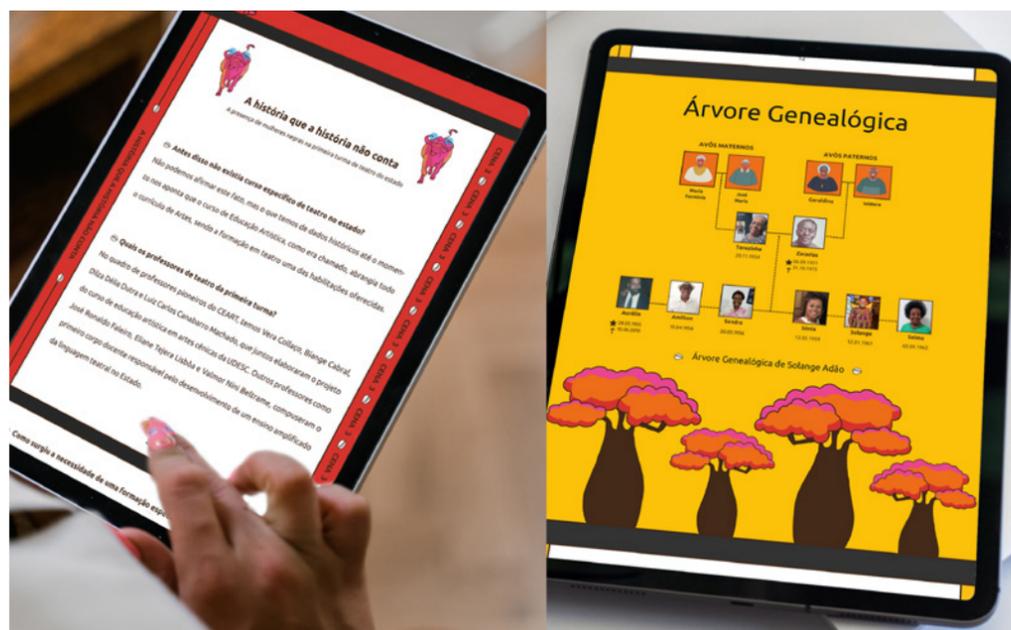
Projeto gráfico e ilustração por: hugo oguh (Hugo Horácio)

### AUTORIA

hugo oguh

### CLIENTE

Projeto Cultural feito por mulheres negras



**DESIGN EDITORIAL**  
PUBLICAÇÕES DIGITAIS



## Relatório de Atividades e Impacto Socioambiental 2023 MOL impacto

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2023, a MOL Impacto passou por um processo de rebranding e reposicionamento de marca. Consequentemente, o Relatório de Atividades e Impacto Socioambiental 2023 deveria refletir essa nova identidade, integrando-a ao material. Além disso, era crucial apresentar um conteúdo altamente sintético, com os principais números, dados e conquistas de 2023, de forma acessível em qualquer plataforma. Para isso, desenvolvemos uma landing page estruturada em 5 partes, destacando os principais indicadores do impacto da MOL por meio de recursos como infográficos, gráficos, mapas, linhas do tempo e diagramas. Acesse em: [molimpacto.com.br/relatorio2023/](http://molimpacto.com.br/relatorio2023/)

### FICHA TÉCNICA

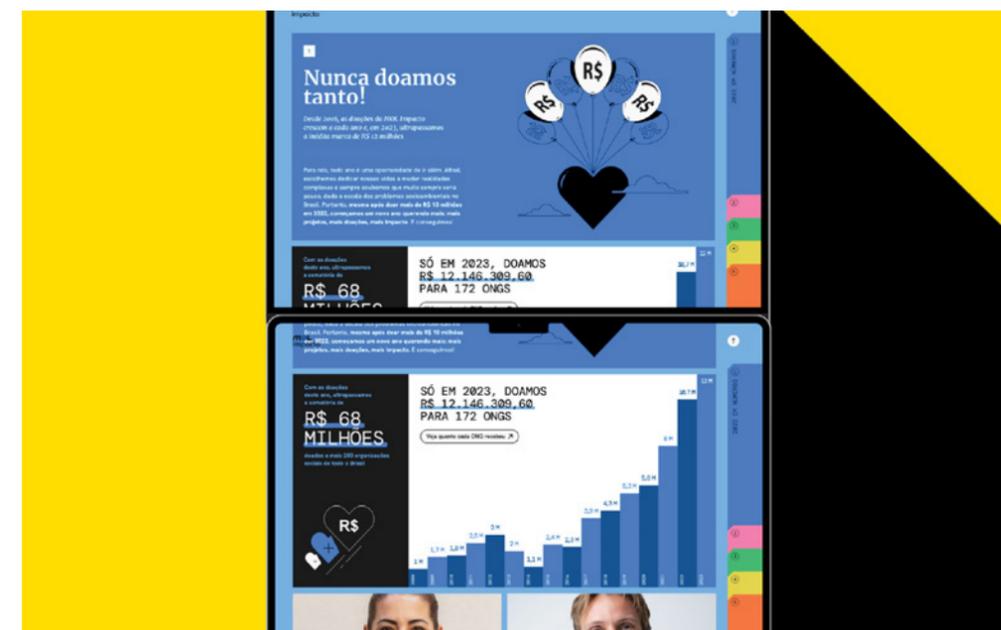
Direção Geral: Alexandre Lucas e Renata Steffen | Design UI/UX: Cristina Kashima | Ilustrações: Guilherme Henrique | Revisão: Mirella Nascimento | Desenvolvimento: Isabela Previante

### AUTORIA

Laboota

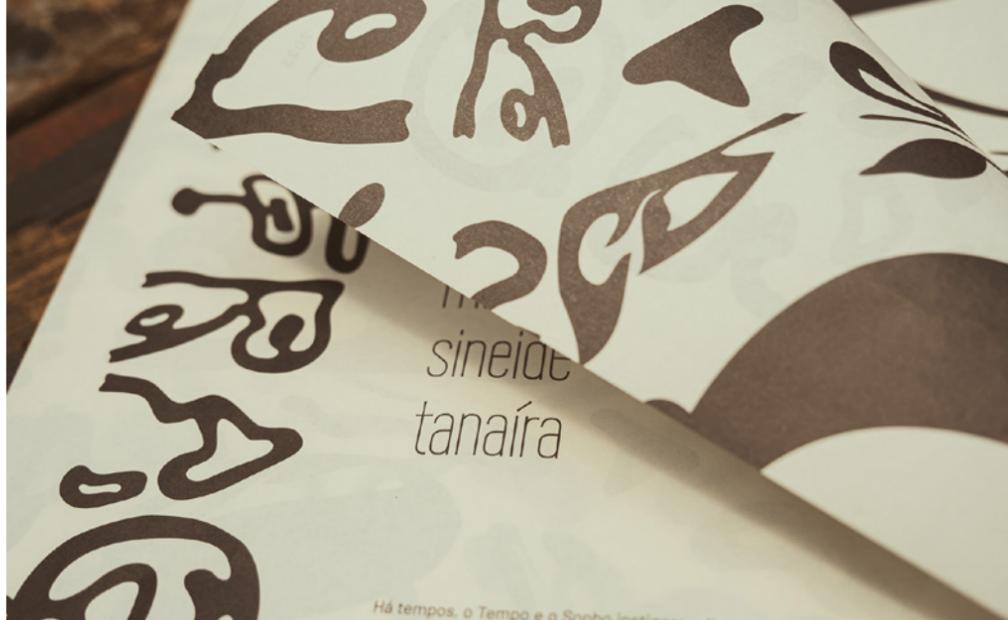
### CLIENTE

MOL impacto



## DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES  
OU EDIÇÕES LIMITADAS



## DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES  
OU EDIÇÕES LIMITADAS



## REFRAÇÃO

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

REFRAÇÃO é uma publicação independente em formato de jornal que reúne contos de ficção de nove autores indígenas e negros do território brasileiro. Todas as histórias estão entrelaçadas em uma atmosfera onírica e exploram sua relação com o futuro, a partir de uma perspectiva racial.



### FICHA TÉCNICA

Autores: Ana Clara Sousa Damásio dos Santos, Camila Maria Faundes de Lima, Rnld Nogueira, Leilane Menezes, Juliana Maria da Cunha, Rick Trindade, Tanaíra Sobrinho, Raiz Lima, Sineide France Macuxi | Revisão: Carolina de Souza. Curadoria: Carolina de Souza, Pedra Silva e Jaú Ribeiro Vieira | Colaboradores: Ana Amélia Ribeiro e Mateus Santanna | Fotos de divulgação: Pedro Santanna

### AUTORIA

Laila Santanna de Oliveira

### CLIENTE

AUA Editora



## Um passeio prático, histórico e sentimental pelo Centro de Belo Horizonte

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após 5 anos de pesquisa sobre a cultura alimentar do Centro de Belo Horizonte, a Cozinha Tupis lançou um menu degustação de 7 tempos, explorando Conservas de Balcão, Braseados, Frituras, Chapas, Caldos, Miúdos e Feiras. Para complementar essa experiência gastronômica, foi desenvolvido um guia que contém um mapa ilustrado à mão, indicando com precisão onde encontrar as iguarias, restaurantes, cafés e botecos celebrados no menu, além de um conjunto de textos que contam a história, nessa edição, de feiras e mercados da cidade, reforçando o vínculo entre o território e a cultura local. É uma forma inovadora de conectar clientes com as referências gastronômicas apresentadas, tendo um olhar cuidadoso sobre a cartografia do centro da cidade.

### FICHA TÉCNICA

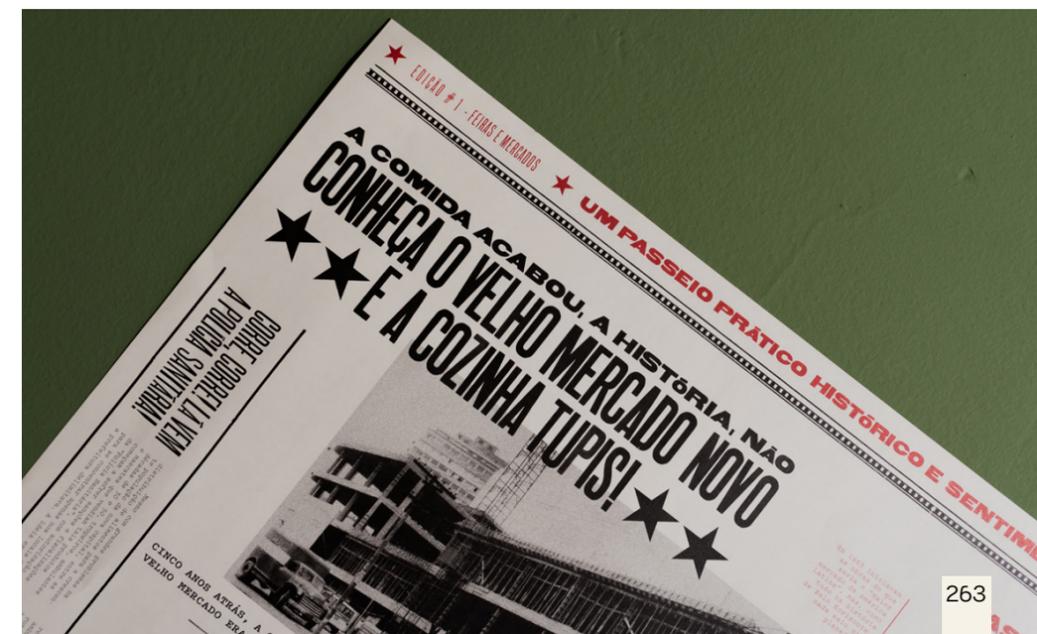
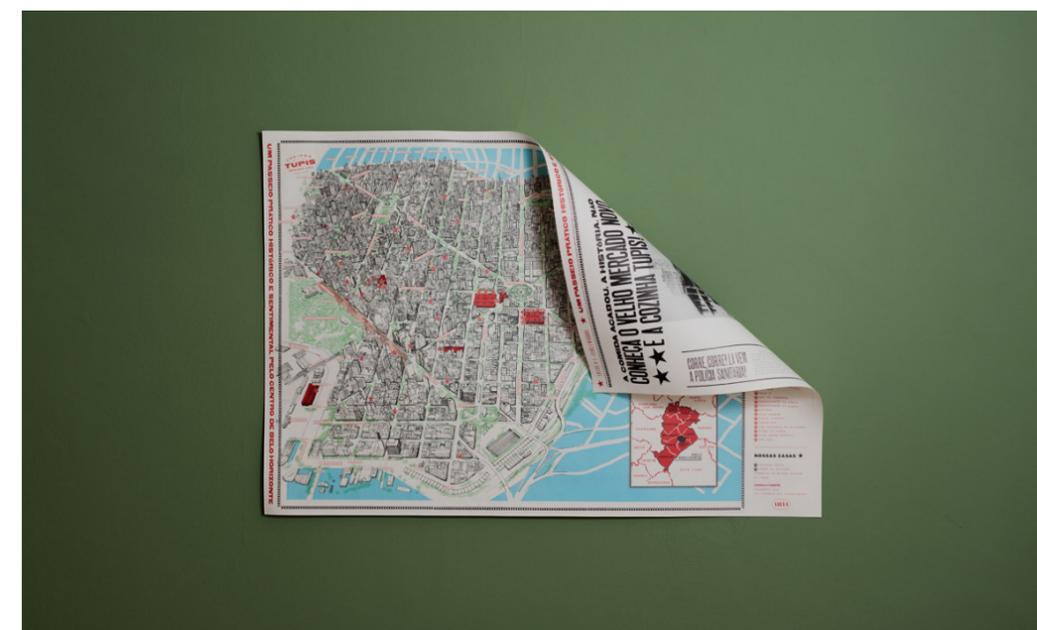
Direção criativa: Rafael Quick | Design e ilustração: Daniel Colares | Coordenação de pesquisa e redação: João Vítor Rocha | Assistência de design: Hugo Deleon | Assistência de pesquisa: Kamila Lopes e Carolina Chaves

### AUTORIA

Oficina Paraíso

### CLIENTE

Cozinha Tupis



## DESIGN EDITORIAL

CATÁLOGOS



## Lugar de estar: O legado Burle Marx

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A publicação criada para acompanhar a exposição "Lugar de Estar: o legado Burle Marx" é muito mais que um simples catálogo; é uma peça física interativa que convida o público a explorar o legado do paisagista de diferentes formas. Reunindo uma seleção valiosa de 25 projetos de seu acervo, o catálogo, composto por lâminas A3 avulsas, apresenta uma obra em cada lâmina. Presas por um elástico, as páginas podem ser percorridas tanto em sentido linear quanto vistas individualmente. Cada lâmina funciona como um pôster, onde a frente exibe o nome do projeto e um detalhe impactante do mesmo e, no verso, um texto informativo e ficha técnica. Uma forma de estimular o público a olhar para a obra do artista de uma nova forma.

### FICHA TÉCNICA

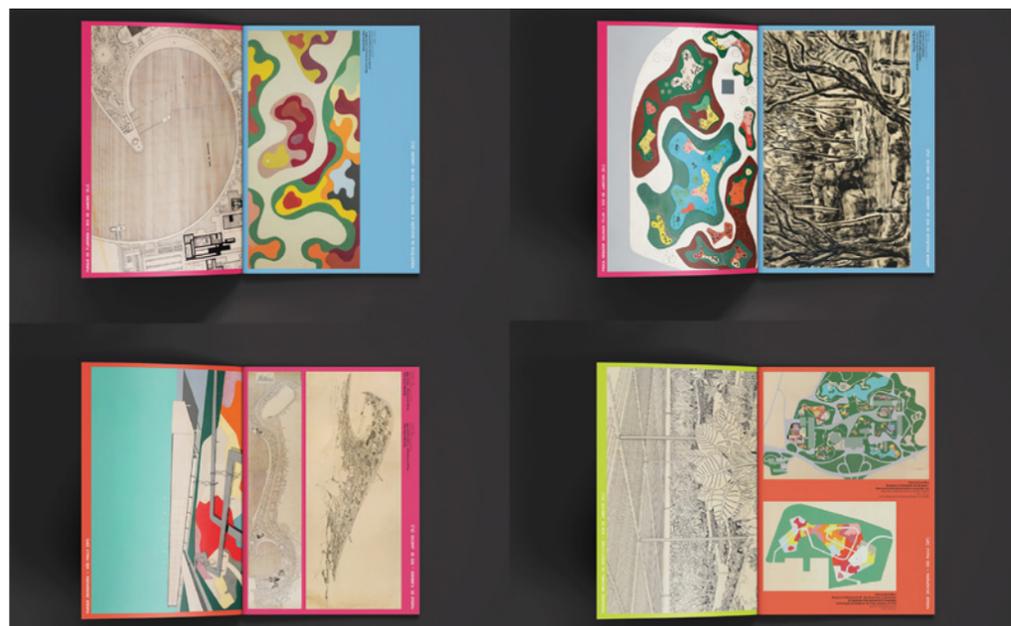
Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Bruno Senise, Vivian Pan | Gestão de projeto: Tatiana Araujo

### AUTORIA

Radiográfico

### CLIENTE

MAM Rio



## DESIGN EDITORIAL

JORNAIS



## Diário do Comércio

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Novo projeto gráfico para o Diário do Comércio, jornal que está completando 90 anos de existência. Há uma grande diferença de pensar design para ler e para ver. Decisões de tipografias, cores, novo grid, diagramação e produção foram essenciais para proporcionar uma leitura agradável.

### FICHA TÉCNICA

Alexandre Fonseca, Allan Alves, Ana Carolina Resende, Ana Letícia Rodrigues, Bernardo Sek, Cristiana Braz, Débora Colares, Eduardo Ouvido, Elis Torchetti, Emília Junqueira, Filipe Silva, Flávia Siqueira, Flora Magalhães, Frederico Quintão, Gustavo Greco, Isabella Pâmela de Leles, Lígia Antunes, Luciana Castro, Patricia Castro, Ricardo Donato, Renata Lodi, Tainá Evaristo, Thiago de Oliveira, Victor Fernandes, Vítor Santiago e Vítor Garcia

### AUTORIA

GRECO.

### CLIENTE

Diário do Comércio



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## Bíblia Sagrada da Minha Biblioteca Católica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Bíblia Sagrada da Minha Biblioteca Católica é uma obra única que combina tradição e inovação em um projeto de design extraordinário. Com uma edição luxuosa, a Bíblia traz uma caixa azul que simboliza o Céu e a pureza de Maria, além de uma luva dourada que narra a Criação e a Queda do Homem. A capa é inspirada no Batistério de São João, em Florença, e apresenta a vida de Cristo em diferentes estilos arquitetônicos. A contracapa ilustra a história do Antigo Testamento com 46 ícones simbólicos, enquanto a lombada marca a transição entre os testamentos com a Anunciação. O interior continua a narrativa com artes temáticas para cada um dos 73 livros bíblicos, culminando na ressurreição. Este projeto transforma a leitura da Bíblia em uma experiência estética e espiritual profundamente envolvente.

### FICHA TÉCNICA

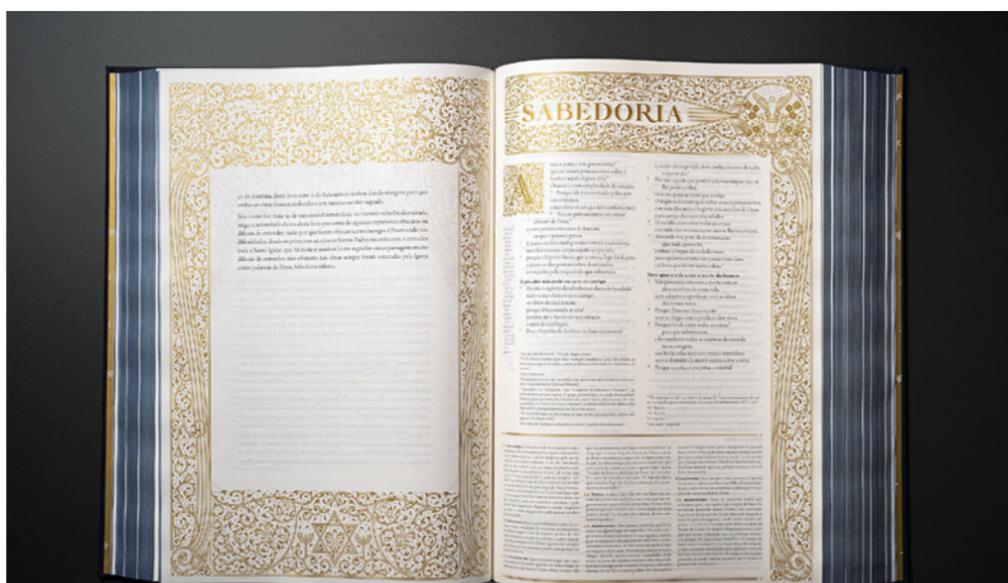
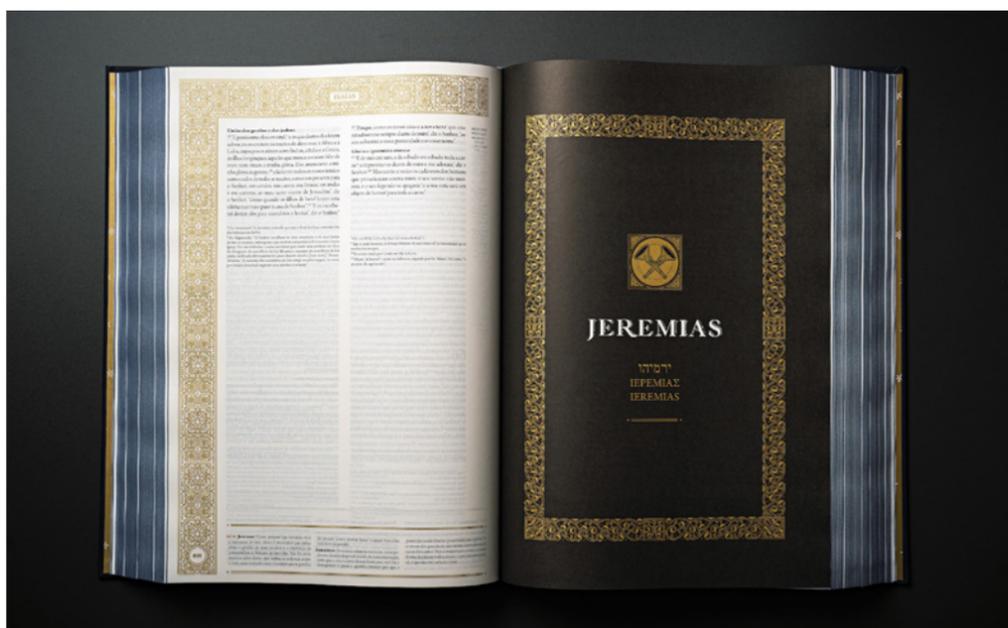
Direção geral: Lauro Garmatter | Coordenador do projeto: Jefferson Bombachim, Junior Volcan, Lauro Garmatter | Direção de criação: Matheus Bazzo | Direção de arte: Júlia Maximo | Projeto gráfico e ilustrações: Bárbara Tubelo, Gabriela Carvalho, Fábio Fernandes | Projeto gráfico dos apêndices: Fábio Fernandes, Matheus Faustino | Arte da capa: Júlia Maximo

### AUTORIA

Minha Biblioteca Católica

### CLIENTE

Minha Biblioteca Católica



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## Conjunto Moderno da Pampulha: Paisagem Cultural Mundial

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto editorial comemorativo dos 80 anos do Conjunto Moderno da Pampulha. O livro é dividido em quatro capítulos que marcam os anos de história do Patrimônio Cultural, o Conjunto Moderno da Pampulha, a Paisagem Cultural e os locais tombados na região. As cores e os elementos gráficos definidos durante a criação da identidade visual do projeto representam cada um dos elementos que se entrelaçam nesse livro: o concreto (arquitetura), o verde (paisagismo) e o azul (espelho d'água), destacando a intersecção entre o natural e o cultural em nosso patrimônio. O título é apresentado nas formas escolhidas para representar a arquitetura (quadrado), o paisagismo (círculo) e o espelho d'água (um quarto de círculo), agora separadas, criando um jogo gráfico quase codificado.

### FICHA TÉCNICA

Alexandre Fonseca, Allan Alves, Ana Carolina Resende, Bernardo Sek, Cristiana Braz, Débora Colares, Eduardo Ouvido, Elis Torchetti, Emília Junqueira, Filipe Silva, Flávia Siqueira, Flora Magalhães, Frederico Quintão, Gustavo Greco, Isabella Pâmela de Leles, Lígia Antunes, Luciana Castro, Patricia Castro, Ricardo Donato, Tainá Evaristo, Thiago de Oliveira, Victor Fernandes, Vitor Santiago e Vitor Garcia

### AUTORIA

GRECO.

### CLIENTE

Associação Cultural dos Amigos do Museu de Arte da Pampulha - AMAP



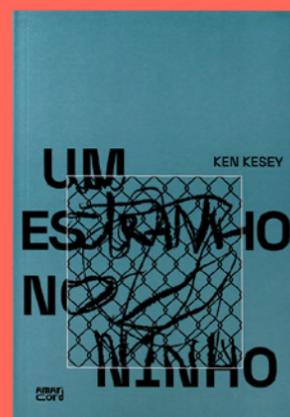
## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## DESIGN EDITORIAL

LIVROS



## Vir de tão longe

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Vir de tão longe” é um livro de Vitor Graize que reúne textos e fotografias feitos durante duas viagens ao Líbano, além de fotos e documentos de seu acervo familiar. A publicação narra sua experiência e as relações com parentes e amigos pertencentes à comunidade drusa, um grupo étnico-religioso que ocupa a região do Monte Líbano.



## Um Estranho no Ninho

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capa de Livro

### FICHA TÉCNICA

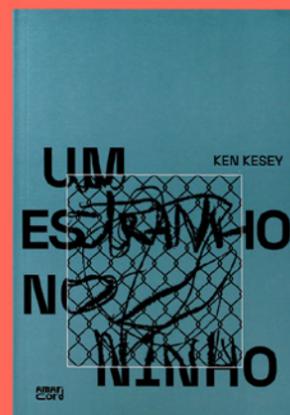
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

Grupo Editorial Record



### FICHA TÉCNICA

Texto: Vitor Graize | Tradução para o árabe: Yara Osman | Revisão de português: Victoria Pianca | Projeto gráfico, capa e diagramação: Werllen Castro | Reprografia de imagens de arquivo: Felipe Amarelo (Claraboia Imagem) | Digitalização de negativos: Gabriel Lordello (Mosaico Imagem) | Impressão: Pigma | Orientação e consultoria: Raquel Garbelotti | Coordenação editorial: Borda | Fotografias de divulgação: Nino Andres

### AUTORIA

Werllen Castro

### CLIENTE

Borda



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## TRAMAS: entrelaços entre a natureza e a mulher

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Tramas nasceu a partir da necessidade de relatar vivências femininas que se conectam através de cicatrizes experienciadas em um mundo regido pelo patriarcado e pelo capitalismo, além da exploração da natureza acometida por esses sistemas. O projeto se conecta com o design através de histórias de resistência e luta feminina. Para expressar essas conexões, foram feitos experimentos de linguagem gráfica e como peça final foi produzido um livro, que reúne técnicas artesanais — a colagem, os recortes, o bordado, os carimbos e os poemas — presentes de diferentes maneiras em cada uma das páginas, que se conectam com as cicatrizes e histórias ouvidas pelas autoras por mulheres de seus ciclos. A disposição desses itens se unem com poemas, entrelaçando diversas histórias em uma só.



### FICHA TÉCNICA

Projeto de Graduação em Design  
Orientação: Profa. Me. Marise de Chirico

### AUTORIA

Lorena Logiacco Graça, Isadora Bossolan Correa, Thamirys Couto Teles Estercio e Yasmin Silveira Magalhães Ferreira

### CLIENTE

Design ESPM SP



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## Abre caminhos: o design popular em embalagens de artigos religiosos e místicos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Abre caminhos é uma publicação visual de uma coleta de mais de 80 embalagens de defumadores, incensos, sabonetes e outros produtos religiosos e místicos a fim de valorizar o design gráfico popular. Com ilustrações autênticas e um humor genuinamente brasileiro, elas escapam do design tradicional e ajudam a compor a identidade do país, revelando a criatividade do brasileiro. Inspirado em outros projetos sobre memória gráfica latino americana, Abre Caminhos é fruto do trabalho de conclusão do curso de Comunicação Visual Design na UFRJ, uma pesquisa dividida em quatro fases: pesquisa bibliográfica, documentação, análise gráfica e projeto visual. A produção foi feita de forma artesanal, miolo impresso em papel vergê 120g e capa em 180g. Já a caixa foi impressa a laser, em papel offset, 180g.

### FICHA TÉCNICA

Design: Anna Gomes | Orientação: Fernanda de Abreu | Direção de arte: Anna Gomes | Direção criativa: Anna Gomes | Fotografia: Anna Gomes | Edição: Anna Gomes | Créditos adicionais: Bruno Zarjitsky

### AUTORIA

Anna Gomes (autora) e Fernanda de Abreu (orientadora)

### CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Batidas Tipográficas: o vernacular na comunicação visual do tecnobrega

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Batidas Tipográficas é um trabalho de conclusão de curso que tem o intuito de evidenciar a importância da tipografia vernacular do tecnobrega como parte das expressões culturais do Pará. Manifestação presente em suas faixas de aparelhagem, as quais constroem uma identidade própria e exploram variados elementos tipográficos com cores e formas criativas. Apesar de ainda ser bastante relacionada à marginalização e periferia sob aspectos pejorativos, esta arte enfatiza, com valorização e representatividade, o simbolismo cultural e estético nortista. Logo, encontrou-se o design editorial para reconhecimento dessa cultura e história, visto a falta de trabalhos relacionados diretamente com a temática, potencializando e dando visibilidade artística aos letristas em questão.

#### FICHA TÉCNICA

Ana Beatriz Melém Gaia - Designer | Prof. Me. João Roberto dos Santos Soares - Orientador | Francisco Alves - Lettering da Capa | Caio Fernandes - Foto de Estúdio

#### AUTORIA

Ana Beatriz Melém Gaia; Prof. Me. João Roberto dos Santos Soares

#### CLIENTE

Universidade do Estado do Pará



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Lampião da Esquina

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no estudo e produção gráfica e editorial de uma publicação alternativa LGBTQIAPN+ para o mercado editorial brasileiro, tomando como base e resgatando historicamente o pioneiro tabloide queer de mesmo nome que circulou pelas bancas de jornais entre 1978 e 1981, em meio à ditadura militar. O objetivo foi repensar o Lampião como uma publicação atual, adaptando seu conteúdo, formato, técnicas de impressão aos desafios e vivências da população queer atual. Sua nova roupagem busca quebrar a estrutura (hétero)normativa de um jornal, trazendo um grid mutável e provocativo entre suas páginas e edições, a ausência completa de letras maiúsculas e um formato verticalizado que se assemelha às telas de um celular para maior conexão com o público mais jovem.

#### FICHA TÉCNICA

Pedro Henrique Pires de Melo (Autor) | Nair de Paula Soares (Orientadora) | Jofre Silva (Co-orientador) | Italo Braga (Revisor) | Sara Monteiro (Fotografia)

#### AUTORIA

Pedro Henrique Pires de Melo (Autor) Nair de Paula Soares (Orientadora) Jofre Silva (Co-orientador)

#### CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Crônicas Oníricas dos Sonhos mais Curiosos e, talvez, de curadoria duvidosa

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto tem como ideal explorar e questionar o mundo onírico da mente humana através de uma publicação composta de sonhos curiosos, engraçados e estranhos. Propondo uma experiência visual acompanhada de uma narrativa imersiva com textos e composições baseados em relatos de sonhos reais. Impressa em risografia, inclui ilustrações de colagens baseadas no simbolismo onírico. As oito histórias foram selecionadas através de uma curadoria, para escolher as narrativas que se encaixam melhor na proposta do projeto. Seguida pela decupação de elementos como clima, ambiente e personagens. As imagens foram coletadas em feiras, antiquários e bancos de imagens públicos de museus e livrarias. Manipuladas digitalmente a fim de elaborar as composições dos contos oníricos.

#### FICHA TÉCNICA

Projeto editorial, seleção e edição de textos, projeto gráfico e ilustrações: Paloma Mayo Câmara | Orientação: Evelyn Grumach; Gamba Júnior | Impressão: MeliMelo

#### AUTORIA

Paloma Mayo Câmara, Evelyn Grumach e Gamba Júnior (orientadores)

#### CLIENTE

PUC-Rio



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Manifesto Sankofa: Construindo o Amanhã

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Manifesto Sankofa" é um jornal de protesto inspirado pela imprensa negra paulista dos anos 70. A partir do uso do papel jornal 55g/m<sup>2</sup> e da impressão digital, o projeto equilibra o acabamento refinado e a necessidade de uma produção acessível. A paleta de cores é reduzida, e a tipografia escolhida foi desenvolvida por type designers negros, permitindo que cada detalhe comunique a essência de sua proposta. As imagens, cuidadosamente selecionadas e editadas para criar um efeito de fotocópia no estilo punk dos anos 70, complementam a narrativa visual do "Manifesto Sankofa". Esse conjunto de elementos gráficos, tipográficos e iconográficos evoca uma forte carga emocional, tornando o jornal uma peça dinâmica, consistente e impactante.

#### FICHA TÉCNICA

Aluna: Natalia Oliveira de Cerqueira Santana  
Orientador: Prof. Fabio Nascimento Silveira

#### AUTORIA

Natalia Oliveira de Cerqueira Santana e Fabio Nascimento Silveira

#### CLIENTE

Senac Santo Amaro



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### MissBehave — Skate como libertação feminina

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A MissBehave é uma revista de skate feminino que tem como objetivo subverter os padrões de gênero, repensar narrativas, dar visibilidade à cena feminina no skate e colocar em cheque a posição e representação das mulheres nas mídias tradicionais. Para isso, ela se apropria da essência revolucionária e transgressora do skate, utilizando-a como potência criativa, através de elementos gráficos que traduzem essa não conformidade com a ordem social, refletidos na sua essência e na personalidade disruptiva dos layouts. A MissBehave utiliza o design como elemento central para possibilitar que, através da visibilidade, da experimentação, do pertencimento e da subversão, meninas e mulheres se reinventem no skate e encontrem nele uma possibilidade de libertação das amarras do patriarcado.

#### FICHA TÉCNICA

Edição e diagramação: Mariana Leal |  
Textos: Giulia Romanelli, Mariana Leal, Pedro Maranhão e Sarah Catherine |  
Ilustração: Gabi Alonso Tuts e Luísa Grigoletto |  
Coordenadora do curso: Eliane Weizmann |  
Orientação: Fabio Silveira, Rodrigo Vilalba e Fábio Paiva

#### AUTORIA

Mariana Leal

#### CLIENTE

IED



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



### Passo a Passo: a percepção do ordinário a partir do acaso e da deriva

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Passo a Passo questiona a sociedade atual que cada vez mais se distancia de vivências autênticas, inertes no contexto do espetáculo denunciado por Guy Debord. Para contrapor essa realidade, o grupo utiliza da deriva com o intuito de obter experiências únicas. O acaso, abordado segundo Ronaldo Entler, é inserido como método para que a falta de controle do grupo — somada à definição de regras no processo — garanta que o resultado seja ainda mais imprevisível. Foram realizados seis experimentos que revelam um olhar sensível ao cotidiano, elevado por meio de imagens, textos e reflexões. O design editorial explora não apenas o visual, mas também conta de forma pessoal e subjetiva questões relacionadas à humanidade, dando luz ao que é considerado crucial para o projeto: o ordinário.

#### FICHA TÉCNICA

Projeto de Graduação em Design, categoria Experimental |  
Orientação: Prof. Dr. Leopoldo Augusto Leal (7º e 8º semestres)

#### AUTORIA

Fernanda Naomi Fujisawa, Gabriela Ortega de Araújo e Otávio de Oliveira Amorim Chaves

#### CLIENTE

Design ESPM SP



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## PRISMA: caderno de desenvolvimento emocional

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

PRISMA é um caderno de desenvolvimento emocional voltado ao bem-estar e autoconhecimento de jovens adultos. O caderno inclui explicações e orientações sobre as emoções e maneiras de nos relacionarmos com elas, espaços de escrita guiados, despejo emocional, exercícios de autoconhecimento e roda de emoções. Além disso, ele aprofunda 10 emoções básicas (amor, felicidade, raiva, nojo, inveja, medo, tristeza, ciúmes, vergonha e culpa) trazendo uma pintura que pode representar visualmente aquela emoção, sinônimos, gatilhos e possíveis reações a cada emoção. Também contém uma coletânea de 48 ilustrações iconográficas de emoções, que busca auxiliar o leitor a nomear suas emoções através de linhas e formas simples.

### FICHA TÉCNICA

Projeto Gráfico: Beatriz Allgaier  
Orientador: Airton Cattani  
Conteúdo: Psicóloga Giovanna Cauduro

### AUTORIA

Beatriz Allgaier e orientador  
Airton Cattani

### CLIENTE

UFRGS



## DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS



## Projeto \_ual: Moda e Identidade LGBTQ+

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

"\_ual: Moda e Identidade LGBTQ+" é um projeto fotográfico editorial de revista destinado à pessoas LGBTQ+, que busca explorar, por meio da fotografia, do design e da moda, os aspectos sociais e culturais identitários contemporâneos da comunidade LGBTQ+ no Brasil. O projeto transdisciplinar multimídiaico constextualiza a subversão de gênero e posiciona tais corpos marginalizados como protagonistas na sociedade. Além disso, o projeto conta com publicações em redes sociais como ferramenta de divulgação e alcance de público.

### FICHA TÉCNICA

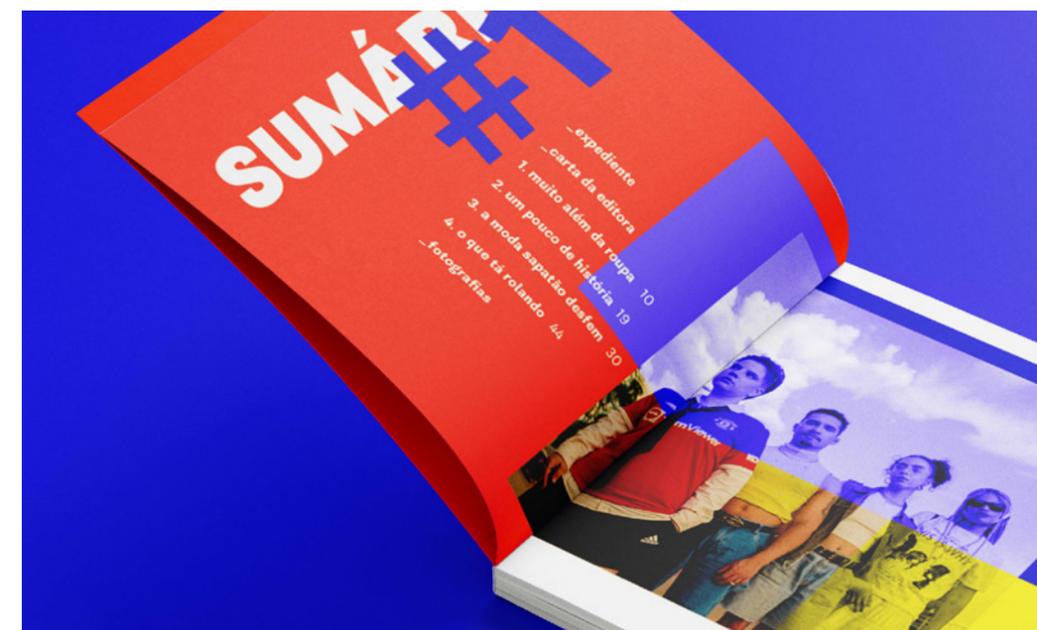
Design: Maria Julia de Araújo Ribeiro  
Orientação: Profª Drª Cassia Leticia Carrara Domiciano

### AUTORIA

Maria Julia de Araújo Ribeiro e Cassia Leticia Carrara Domiciano

### CLIENTE

Universidade Estadual Paulista (UNESP)



**DESIGN EDITORIAL**

PROJETOS ESTUDANTIS



**Revista Baoba**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

A Baoba é uma revista criada para um projeto acadêmico com foco em: criação de marca, projeto editorial e projeto gráfico. Ela se propõe a acolher mulheres em busca de crescimento pessoal e desenvolvimento em diversas áreas como sexualidade, política e trabalho. Inspiradas por teóricas do movimento do feminismo interseccional, a marca surge com o objetivo de dar voz a mulheres de diferentes origens e identidades, reforçando a multiplicidade de vivências femininas e se posicionando como aliada nas trajetórias. Através de conteúdos educativos, culturais e descontraídos (textos não originais retirados da internet), a revista procura introduzir o feminismo interseccional de maneira acessível, sendo um espaço de conforto e referência para todas as mulheres.

**FICHA TÉCNICA**

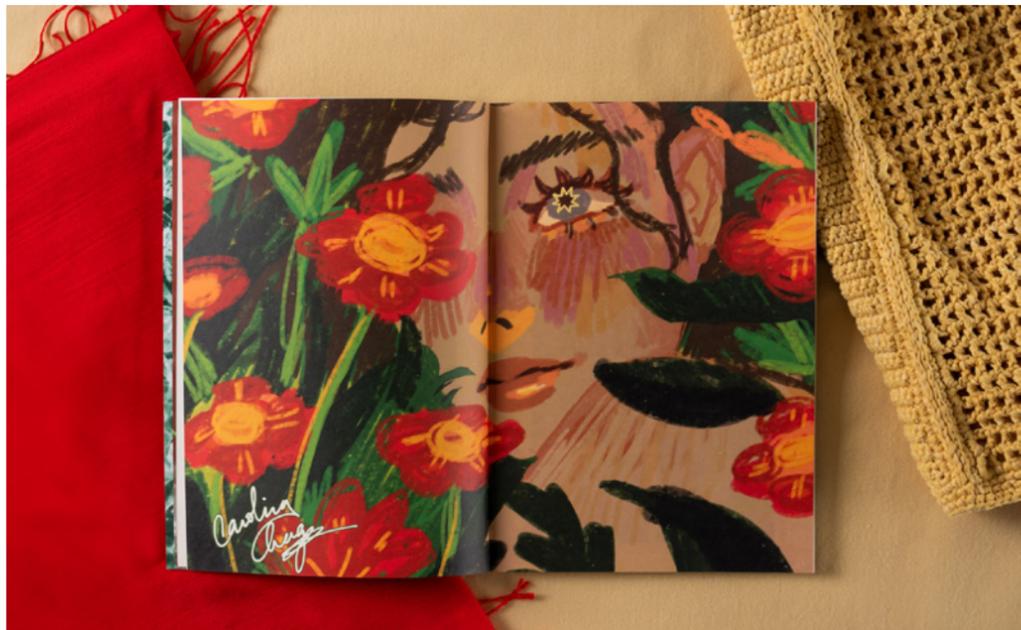
Orientação dos professores: Marise de Chirico (Projeto III), Mara Martha (Produção Gráfica), Ana Duque Estrada (Marketing Estratégico), Marcelo Pliger (Infografia e Visualização de Dados), Auresnede Stephan e Matheus Pássaro (Ergonomia)

**AUTORIA**

Carolina Cheng; Carolina Haberkorn lavelberg; Giovana Mussi Wilberg; Natália Rezende Valente; Sofia Fernandes Araujo

**CLIENTE**

Design ESPM SP



**DESIGN EDITORIAL**

PROJETOS ESTUDANTIS



**Revista Holos**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

A revista Holos é um espaço de curadoria que reúne expressões locais da cidade de Bauru/SP nas esferas de design, fotografia, moda e música, tratando sobre movimentos contemporâneos por meio de uma leitura dinâmica com riqueza de elementos visuais. Cada edição explora as possibilidades gráficas das áreas abordadas para entregar uma experiência visual única de caráter inovador, que dialoga com múltiplas linguagens. Além do produto impresso, Holos se caracteriza por uma plataforma que explora a diversidade criativa local e se manifesta de maneira transmidiática através da revista física, plataforma online e eventos.

**FICHA TÉCNICA**

Ítalo M. Santos: Fotografia, editorial, audiovisual, curadoria de referências, diagramação, capa, motion | Quéren de O. Ramos: Fotografia, editorial, audiovisual, curadoria de referências, redação, diagramação, capa, ícones | Mauricio C. Tognoli: Fotografia, editorial, audiovisual, redação, diagramação, elaboração das matérias | Rafael S. Romão: Fotografia, audiovisual | Mauricio E. K. Dick: Orientação | Jonathan T. da Silva: Designer entrevistado

**AUTORIA**

Ítalo Magalhaes Santos, Quéren de Oliveira Ramos, Rafael Siqueira Romão da Silva, Mauricio Corona Tognoli e Maurício Elias Klafke Dick

**CLIENTE**

Universidade Estadual Paulista (UNESP)



DESIGN FUTURO

DESIGN \* FUTURO

FUTURO DESIGN FU

DESIGN \* \* FUTU

FUTURO \* DESIGN FU

DESIGN FU



## DESIGN FUTURO

CONCEITO



## Natura Marca Sonora

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Natura é uma marca que está intrinsecamente ligada à natureza e à inovação. Com estes pilares em mente, chegou o momento de explorar mais um sentido, mais uma maneira de conectar a marca às pessoas: o som. Para trabalhar essa conexão, a Natura, em parceria com uma agência de soundbranding, co-criaram uma marca sonora feita pela natureza e que evoca a essência do bem estar bem.

### FICHA TÉCNICA

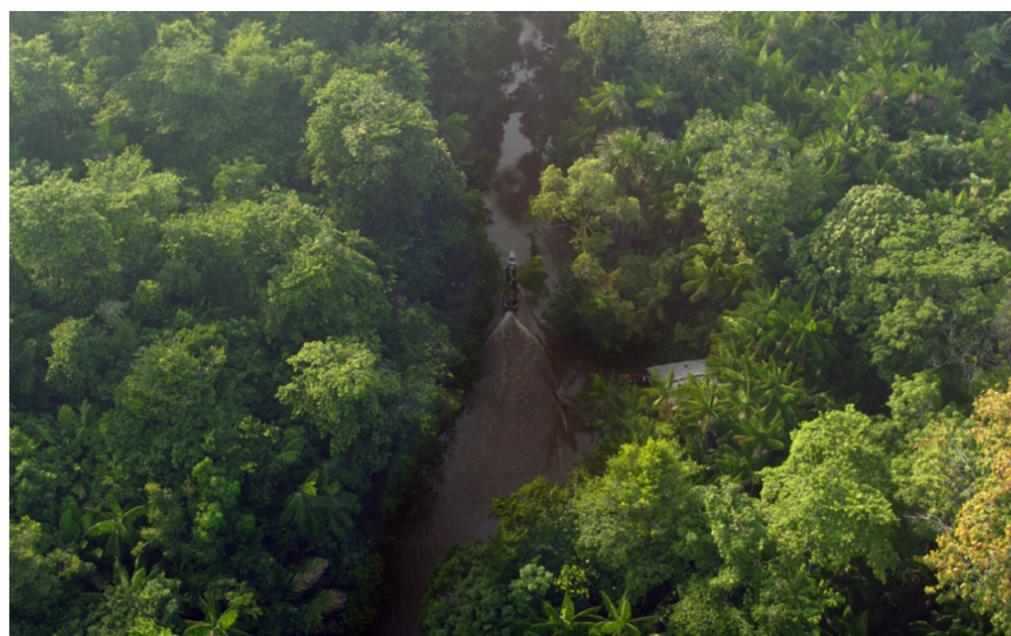
TIME NATURA: Tatiana Ponce, Isabela Massola, Marcel Vieira, Renato winnig | TIME SOUNDTHINKERS: Paulo Dytz, Saulo Baumgartner Mosna, Lucas Victorino, Rodrigo Roglio | CO-CRIADORES: Agência Africa, Agência Galeria

### AUTORIA

SoundThinkers

### CLIENTE

Natura



## DESIGN FUTURO

INOVAÇÃO



## Prótese articulada para membro superior destinada ao paraciclismo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Prótese articulada para membro superior destinada ao paraciclismo foi baseada na história de um paratleta que transformou a tragédia em inspiração. Após perder o antebraço em um acidente que também lhe tirou os pais, ele encontrou no ciclismo uma nova motivação. O atleta colaborou com o processo de criação de uma prótese que visa resolver as dificuldades enfrentadas pelos atletas ao manter o equilíbrio e controlar a bicicleta, reduzindo riscos de quedas e acidentes. Além disso, ela busca ser acessível, superando as barreiras de custo das próteses tradicionais, que dependem de componentes importados e caros. Embora inspirada na experiência desse ciclista, a prótese foi projetada para atender a um público mais amplo, sendo uma ferramenta para que eles alcancem seus sonhos.

### FICHA TÉCNICA

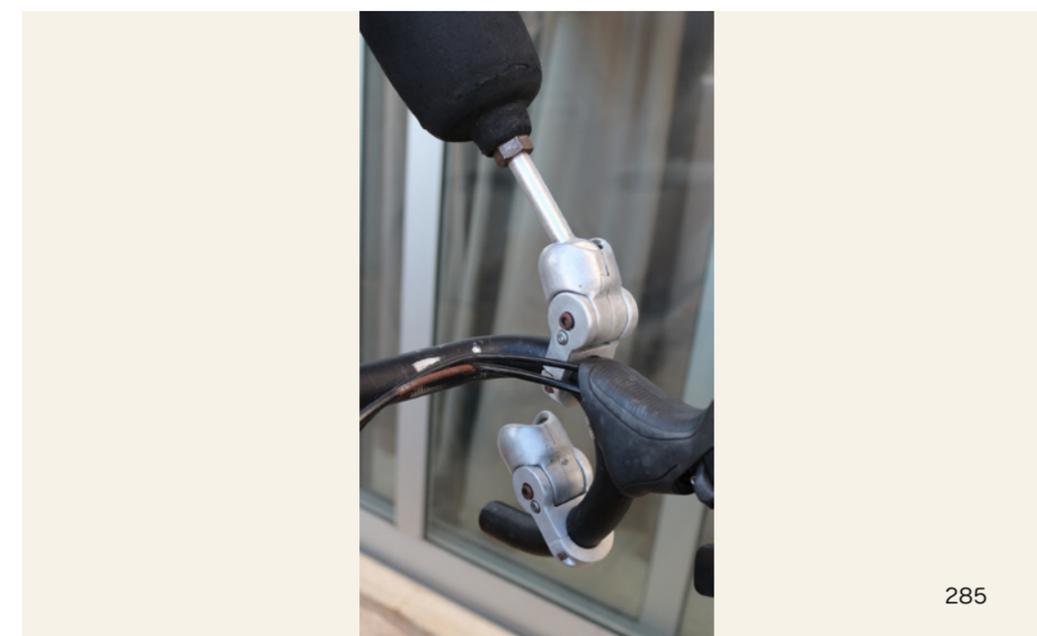
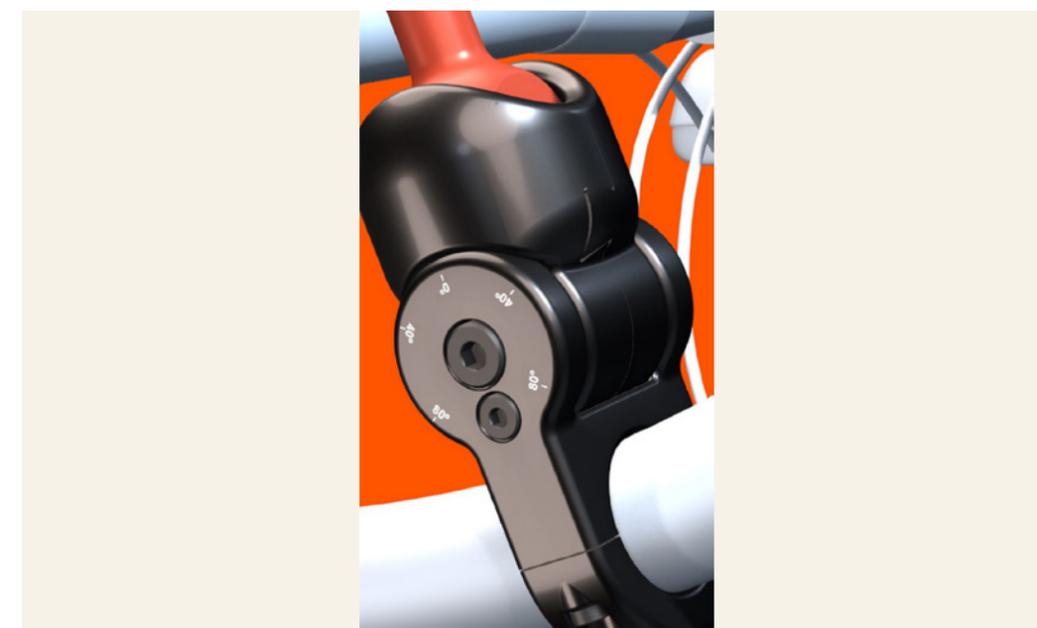
Equipe: Iara Sousa Castro; Paulo Roberto Duarte Luso dos Santos; Yrurá Garcia Júnior; Matheus de Souza e Silva; Higor de Souza Holzmeister; Samuel Methner Baldin; Laura Helena Galdino Repolês; Bárbara dos Santos Trintinella; Camila Silva Pereira; Ivam César Silva Costa; Ademir Gonçalves Pereira; Andrey Augusto de Oliveira Reis; Samuel Luis de Sales Oliveira; Gabriel Victor Valadares; Athos Martins da Costa; Laboratório de Ensaios, Modelagem e Prototipagem (LEIMP).

### AUTORIA

CPQD - Centro de Pesquisa em Design e Ergonomia da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)

### CLIENTE

UEMG - Universidade do Estado de Minas Gerais





## Biomateriais no Design: experimentação, reflexão e difusão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com uma produção de biomateriais de origem 100% orgânica processados ou in natura, sem acréscimo de ingredientes sintéticos, foram registrados vinte e quatro amostras à base de extrato de alga e oito diferentes cargas, com o objetivo de entender melhor como essas variáveis influenciam o resultado final. Esse esforço ressalta a necessidade urgente de desenvolver pesquisas contínuas para criar novos biomateriais, uma vez que a inovação nesse campo é essencial para atender às demandas futuras. Criar uma base referencial acessível no laboratório visa facilitar os processos de pesquisa e desenvolvimento aos alunos das próximas turmas de forma relevante. Em 2024, essas fichas já foram testadas em aula e continuarão a ser aprimoradas, reforçando a importância de uma pesquisa ativa e colaborativa.

### FICHA TÉCNICA

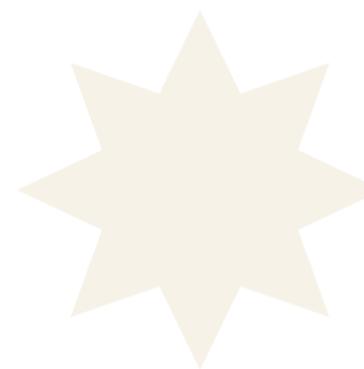
Design e ideação: Enzo Gonçalves Pretti | Professores orientadores: Maria do Rosário Gonçalves, Christian Ullmann e Felipe Garcia | Demais envolvidos: Graziela Niveloni

### AUTORIA

Enzo Gonçalves Pretti

### CLIENTE

IED



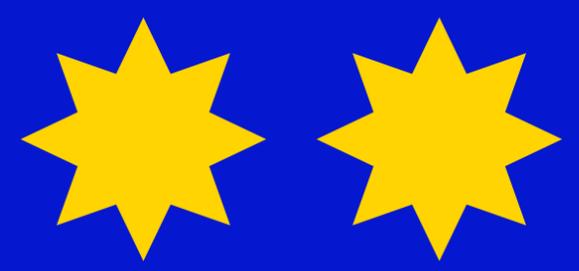


DESIGN GRÁFICO

DESIGN

GRÁFICO

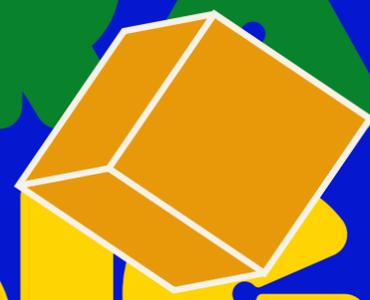
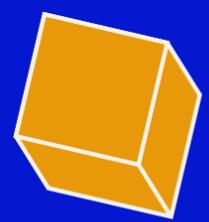
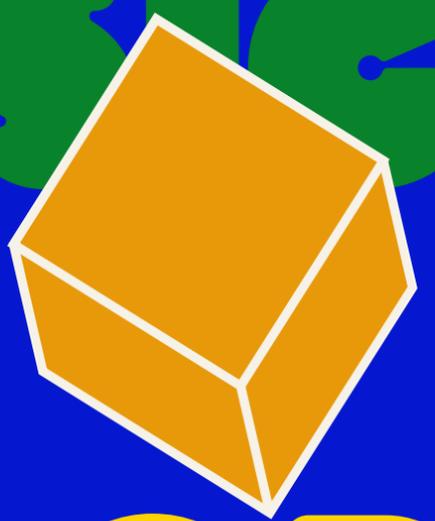
DESIGN



GRÁFICO

DESIGN

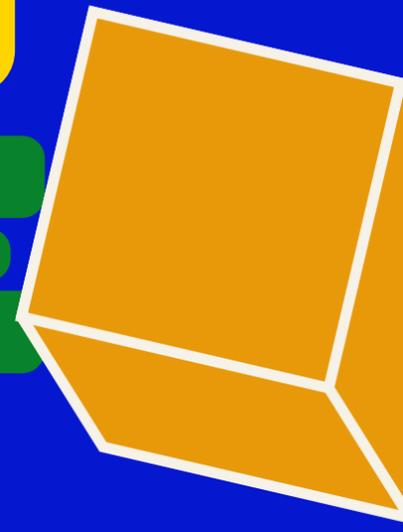
GRÁFICO



DESIGN

GRÁFICO

DE





# MAIOR EVENTO DAS MULHERES

DA MÚSICA DO BRASIL

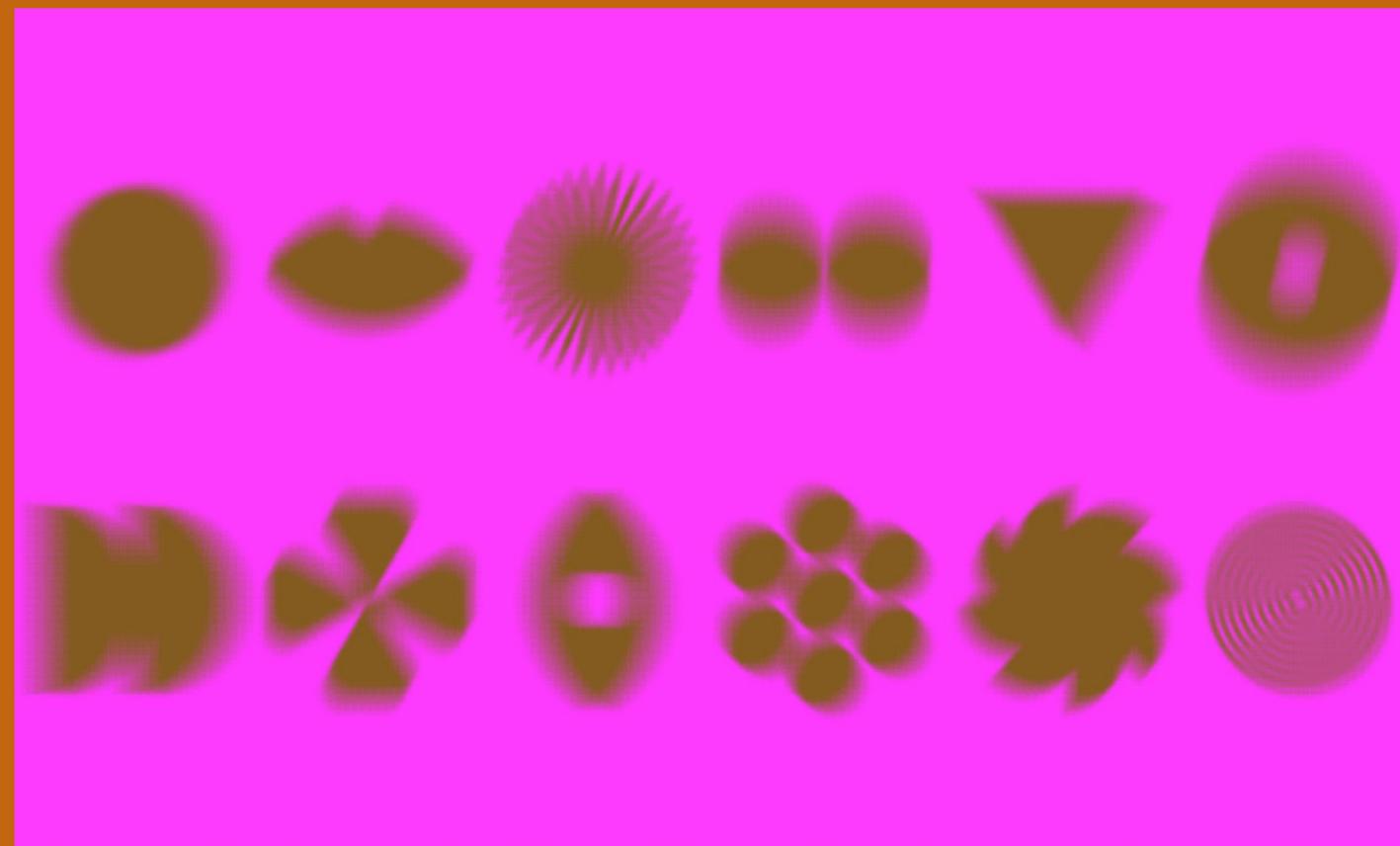
20 —  
23 JUN  
— 2024



CERVEJA OFICIAL



HEAVY HOUSE PRAÇA DOM JOSÉ BIBLIOTECA MÁRIO CASA NATURA  
GASPAR DE ANDRADE MUSICAL



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

## Women's Music Event 2024

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O WME (Women's Music Event) acontece desde 2017 e é uma plataforma de música, negócios e tecnologia com foco no protagonismo da mulher e no reconhecimento de seu papel na indústria musical. Em 2024, o desafio foi trazer luz à expressão institucional do WME, honrando a trajetória do evento e trazendo novos conceitos visuais para a sua identidade. Partindo do disco peito, símbolo proprietário do WME — uma síntese dos universos feminino e musical —, os demais elementos criados visam representar a mulher sob os holofotes, com uso da difusão dos elementos e de cores que contrastam o sensual e o vibrante. Versátil em suas possibilidades de aplicação, o projeto de identidade teve o objetivo de causar impacto, mas também de dar protagonismo às mulheres e à pauta da igualdade de gênero na música.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Natalia de Andrade  
| Direção de arte: Bárbara Luppi  
| Design: Fernando Chiara, Dan Schunck | Motion design: Rebeca Prado | Gerente de projeto: Marianna Tritapepe | Atendimento: Vanessa Queiroz e Eloisa Vieira

### AUTORIA

Coletivo Design

### CLIENTE

Women's Music Event





**DESIGN GRÁFICO**

PROJETOS ESTUDANTIS

**É como diz o ditado**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**

“É como diz o ditado” é o projeto de conclusão de curso em Design Visual que aborda o desafio de como um produto gráfico pode facilitar o compartilhamento de memórias entre gerações. O resultado é um jogo da memória de família, onde os participantes encontram pares de cartas com ditados populares ilustrados e escritos. Cada acerto convida o jogador a compartilhar uma memória relacionada ao ditado, promovendo uma conexão entre idosos e jovens. Além das cartas, o jogo inclui um livreto com descrições do projeto, instruções e histórias familiares inspiradas nos ditados. Também conta com um espaço destinado à escrita das memórias, bem como a embalagem metálica do jogo permite guardar objetos de recordação dos momentos de compartilhamento de lembranças.

**FICHA TÉCNICA**

Luísa da Rocha Fonseca |  
Orientação: Maria do Carmo  
Curtis Gonçalves

**AUTORIA**

Luísa Fonseca

**CLIENTE**

Universidade Federal  
do Rio Grande do Sul



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## Festival Musiques D'Afrique

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos a identidade para a quinta edição do Festival Musiques D'Afrique em 2024, evento gratuito que celebra a rica e diversa produção artística das nações daquele continente. Nosso projeto buscou expressar a diversidade cultural e o ideal de unidade que permeia a África. Assim, todos os elementos atuam como um grito de celebração e de conclamação. O desenho do continente africano foi posicionado de cabeça para baixo em relação ao modo como é representado nos mapas-múndi, desafiando a visão eurocêntrica do mundo e propondo outras Áfricas possíveis. A fonte Martin foi escolhida por remeter aos cartazes com a frase "I am a man" usados na greve dos trabalhadores de saneamento de Memphis (EUA), de 1968. As padronagens e as cores expressam a vibrante multiplicidade gráfica da África.

### FICHA TÉCNICA

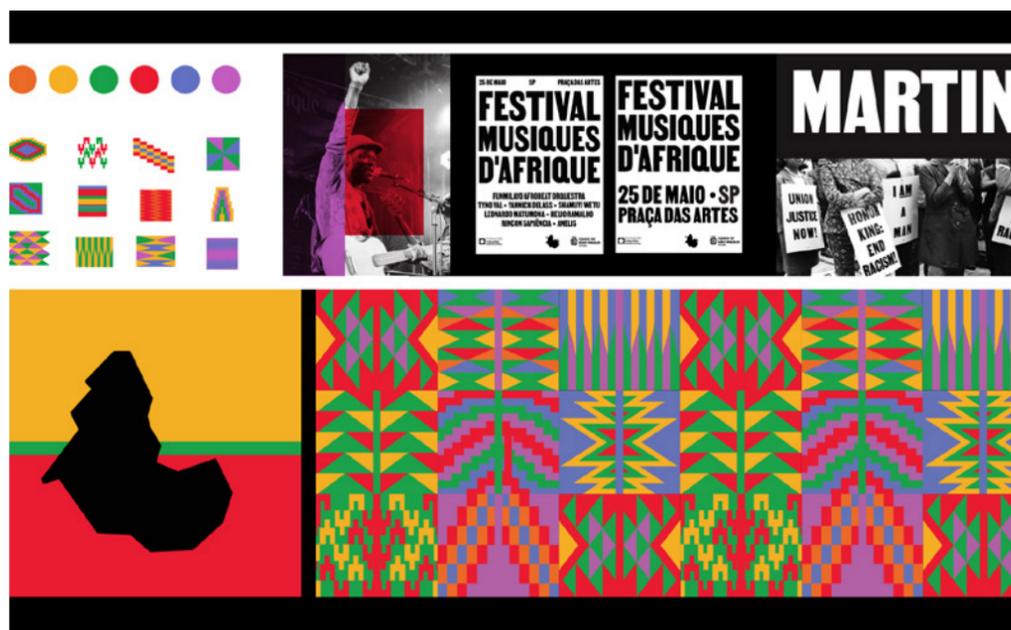
Direção criativa: Marcelo Roncatti | Direção de arte: Marcelo Roncatti | Design: Marcelo Roncatti, Vinicius Liberal e Dan Schunck | Assinatura sonora: Yannick Dellas | Motion design: Rebeca Prado | Novos negócios: Vanessa Queiroz | Gerentes de projeto: Marianna Tritapepe e Carlos Henrique Felix dos Santos | Mídias sociais e comunicação: Carlos Henrique Felix dos Santos, Laís de Melo e Marcelo Roncatti

### AUTORIA

Coletivo Design

### CLIENTE

Festival Musiques D'Afrique



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## Projeto Peixara – Conhecer, Conservar, Prosperar

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Projeto Peixara é uma iniciativa pioneira dedicada à conservação da vida aquática na Bacia do Rio Araguaia, uma das maiores do país. Hoje, ameaçada pela pesca predatória, assoreamento e mudanças climáticas. A nova marca foi pensada para criar identificação das pessoas com esses animais, atrair o olhar da sociedade e de turistas, e aproximar ainda mais o projeto da comunidade ribeirinha. As curvas que surgem nas areias de suas praias, as cores da vegetação, do pôr do sol tão marcante, as texturas do c01\_ouro.png e das escamas dos peixes. O rio e a vida que depende dele inspiraram identidade que leva ao mundo o propósito de conhecer, conservar, prosperar. O lançamento ajudou a atrair mais financiamento, aumentando a coleta de dados e o alcance educacional e científico do projeto.

### FICHA TÉCNICA

Direção estratégica: Ciro Rocha | Direção criativa: Gustavo Moura | Estratégia de marca: Gustavo Moura, Marcelo Ávila | Design: Marcelo Ávila, Alex Carvalho, Felipe Dias, Morgana Ribeiro | Motion design: Rogério Rolo

### AUTORIA

Enredo Brand Innovation

### CLIENTE

Projeto Peixara



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS CLIENTES



## Palácio das Artes – Projeto de Rebranding

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Palácio das Artes, em Belo Horizonte, é um espaço vibrante que abriga uma rica programação artística, promove encontros e aprendizados e recebe quase 400 mil pessoas por ano. O rebranding buscou fortalecer sua posição como um dos principais complexos culturais da América Latina, consolidando sua autonomia e comunicando sua essência como lugar de descobertas e conexões. A nova marca, inspirada na icônica fachada do prédio, reinterpreta as aletas em um movimento que sugere uma porta aberta para o mundo das ideias e da expressão artística. Essa forma dinâmica também funciona como uma janela, adaptando-se para abrigar a diversidade da programação cultural. Mais do que um símbolo, a nova marca representa a alma do Palácio das Artes: um espaço acolhedor, inovador e em constante transformação.

### FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Mariana Hardy | Direção de operações: Cynthia Massote | Coordenação de criação: Pedro de Albergaria | Gerente de operações: Marcelo Pantuzza | Gerente de projeto: Guilherme Legnani | Redação: Lucas Rodrigues | Design: Matheus Viana, João Emediato, Tobia Hallak, Helena Cintra, Thiago Guerreiro e Marcela Cardoso | Motion: Gabriel Augusto | Produção gráfica: Daniele Pires

### AUTORIA

Hardy Design

### CLIENTE

Fundação Clóvis Salgado (FCS)



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Mercado Novo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da marca para o Mercado Novo, Belo Horizonte, Brasil. Inaugurado em meados dos anos 1960, no centro de Belo Horizonte, o armazém foi construído para ser um complemento ao comércio que já se instalara na região central da cidade. O espaço não foi ocupado por completo e deu lugar a algumas gráficas, feiras e oficinas. Em 2018, o icônico bloco modernista passou por uma revitalização e se transformou em um grande polo criativo e espaço de produção artesanal mineira. Tornou-se cartão-postal, espaço cultural e destino gastronômico relevante da cidade.

### FICHA TÉCNICA

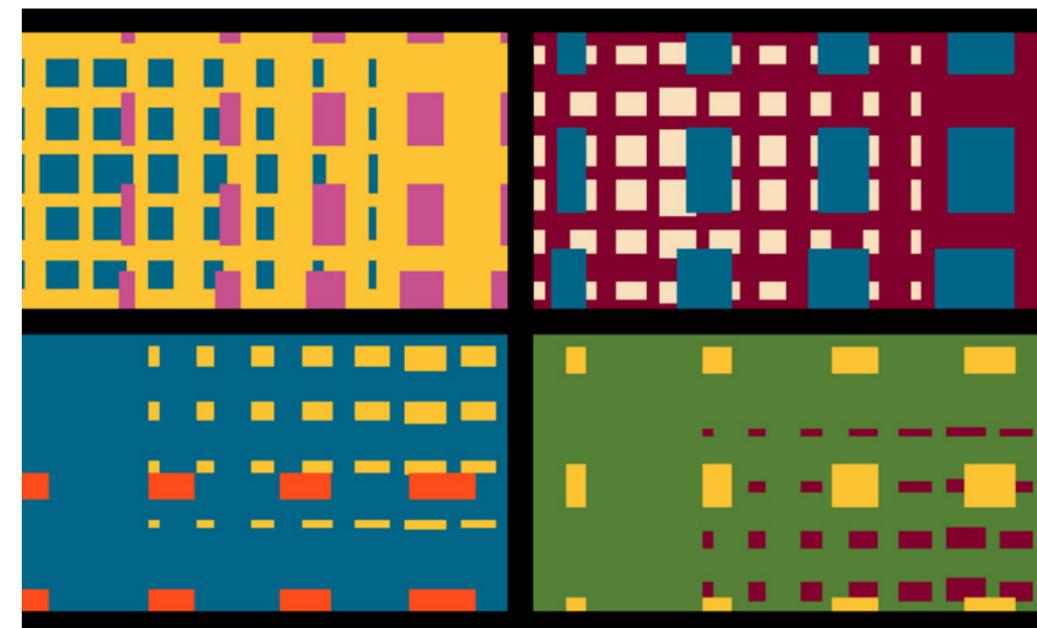
Alexandre Fonseca, Allan Alves, Ana Carolina Resende, Ana Letícia Rodrigues, Bernardo Sek, Cristiana Braz, Débora Colares, Emília Junqueira, Filipe Silva, Flávia Siqueira, Flora Magalhães, Frederico Quintão, Gustavo Greco, Isabella Pâmela de Leles, Patricia Castro, Renata Lodi, Ricardo Donato, Tainá Evaristo, Thiago de Oliveira, Victor Fernandes e Vitor Garcia

### AUTORIA

GRECO.

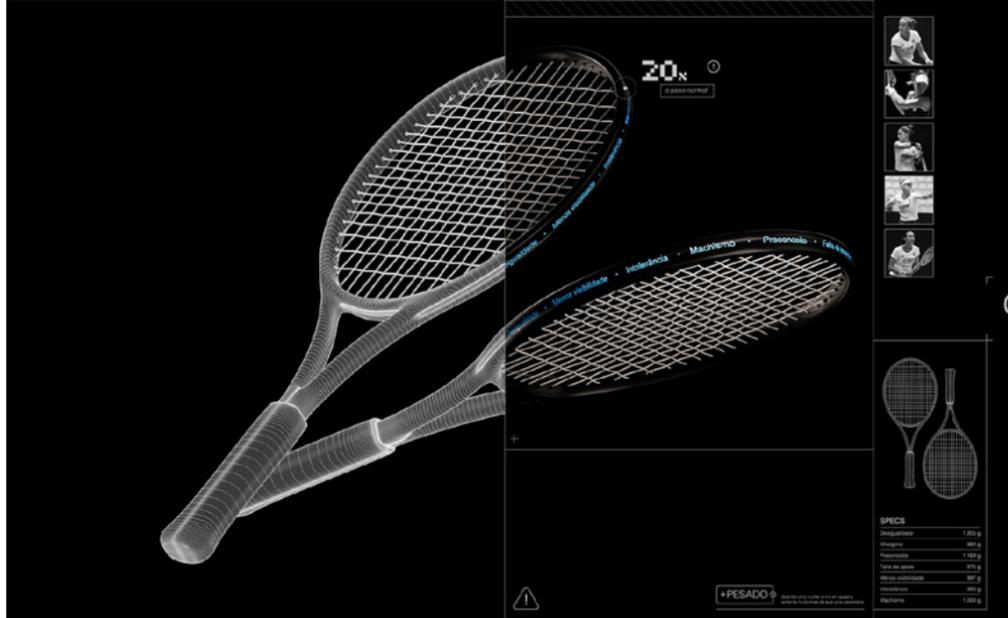
### CLIENTE

Mercado Novo



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL



## DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA



## O peso da desigualdade

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos uma raquete 20 vezes mais pesada que a usada nas partidas e com as palavras “misoginia”, “intolerância”, “machismo” e “desigualdade”, entre outras, que se referem a questões enfrentadas por esportistas mulheres no dia a dia do esporte.

### FICHA TÉCNICA

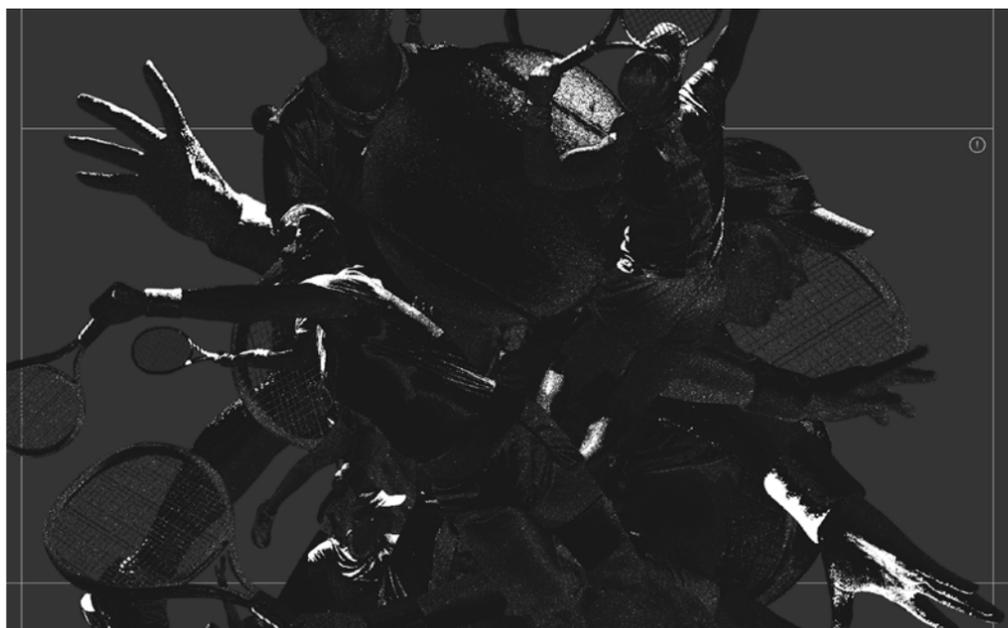
Criação: Asia The Experience Co. | Produção: SWEET | Produção agência: Tais Caetano, Larissa Deruzzi | Áudio: VOX HAUS | Mídia: Camila Ferreira | Planejamento: Carla Sá, Livia Lanzoni | PR: Casa Delas Comunicação | Social Media: Estratégica | Aprovação: Leandro Provedel, Karina Howlett, Michele Schifino

### AUTORIA

Asia The Experience Co.

### CLIENTE

Engie



## Calendário 2024: Ofícios da Gente

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Calendário impresso em cores especiais e ricamente ilustrado com o tema “Ofícios da Gente” que pela contagem do tempo pelas páginas do calendário, visa elogiar ofícios tradicionais praticados no Brasil. O projeto é um convite a pensarmos estes ofícios para além das suas demandas e funcionalidades, e observá-los enquanto formas de perpetuação e compartilhamento de um conhecimento valioso que nos define enquanto corpo social.

### FICHA TÉCNICA

Idealização e projeto gráfico: Estúdio Arado | Direção de arte: Luis Matuto | Texto de apresentação: Bruno Brito | Ilustrações: Cassius Rocha | Impressão: Edgard Domingos

### AUTORIA

Estúdio Arado

### CLIENTE

Instituto Arado - Pesquisa e Divulgação do Imaginário Rural Brasileiro



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## FUTEBOL DE BRINQUEDO

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição "Futebol de Brinquedo" foi uma grande exposição de 6 meses de duração, promovida pelo Museu do Futebol em São Paulo. Foi uma viagem pelas diversas formas de se divertir, fora do campo, com o futebol, uma celebração do ato de brincar, seja ele através de brinquedos raros, clássicos ou de lançamentos icônicos que marcaram gerações. Para dar vida a esse universo brincante, criamos a identidade visual da exposição e a desdobramos ricamente em um espaço expositivo super lúdico e informativo, pensado para crianças e adultos, pensado para transportá-los para um mundo onde a imaginação, a brincadeira e o futebol, claro, reinam absolutos.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Bruno Senise, Fernanda Guizan, Vivian Pan, Thais de Brito | Expografia: Stella Tennembbaum | Arquitetura: Matheus Perelmutter | Produção cenográfica: Mauro Amorim | Iluminação: Fernanda Carvalho | Produção executiva: Camila Nader | Gestão de projeto: Tatiana Araújo

### AUTORIA

Radiográfico

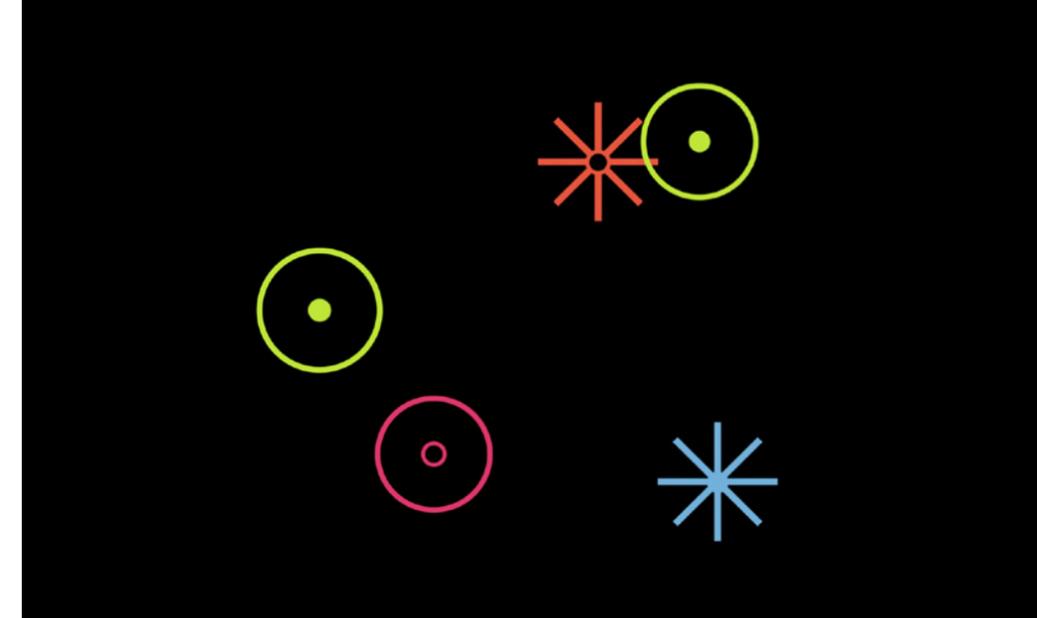
### CLIENTE

Museu do Futebol - SP



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## LUGAR DE ESTAR: O LEGADO BURLE MARX

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolver a identidade visual da exposição "Lugar de Estar: o legado Burle Marx", no MAM Rio, foi um desafio que nos levou a explorar a grandiosidade da obra de Burle Marx sem competir com sua exuberância. Entre janeiro e maio de 2024, o objetivo era criar uma síntese visual que dialogasse harmoniosamente com os projetos urbanísticos, estudos, croquis e desenhos presentes na exposição, capturando a essência de Burle Marx e integrando-a de forma sutil e poderosa ao ambiente expositivo.

### FICHA TÉCNICA

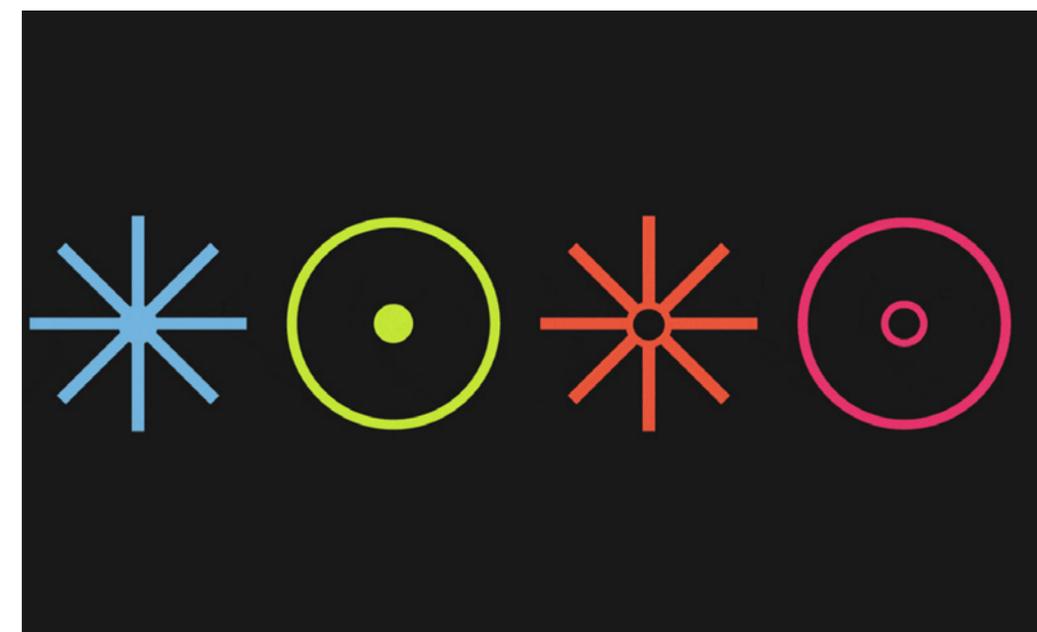
Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Bruno Senise, Fernanda Guizan e Vivian Pan | Expografia: Tiago Guimarães | Iluminação: Julio Katona | Motion design: Rosa Rubin | Gestão de projeto: Tatiana Araújo

### AUTORIA

Radiográfico

### CLIENTE

MAM Rio



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



### SOBRE NÓS — 60 anos de resistência democrática no Brasil

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Organizada pelo Instituto Vladimir Herzog para celebrar seus 15 anos de existência, a exposição “Sobre Nós — 60 anos de Resistência Democrática no Brasil” se constrói a partir de imagens de ativismo social e a luta por direitos humanos no país, desde 1964 até hoje. O logo da exposição carrega uma tela vazia que, com o movimento de uma câmera capturando uma foto, revela imagens que convidam o público a refletir sobre a história do país. Esse movimento inspira-se em Vladimir Herzog, jornalista assassinado pela ditadura militar no Brasil, realçando o fotojornalismo como ato de resistência civil. A tela do logo se materializa como elemento estruturante da expografia, com as imagens posicionadas em placas soltas de madeira apoiadas em prateleiras, recordando 60 anos de resistência no Brasil.

#### FICHA TÉCNICA

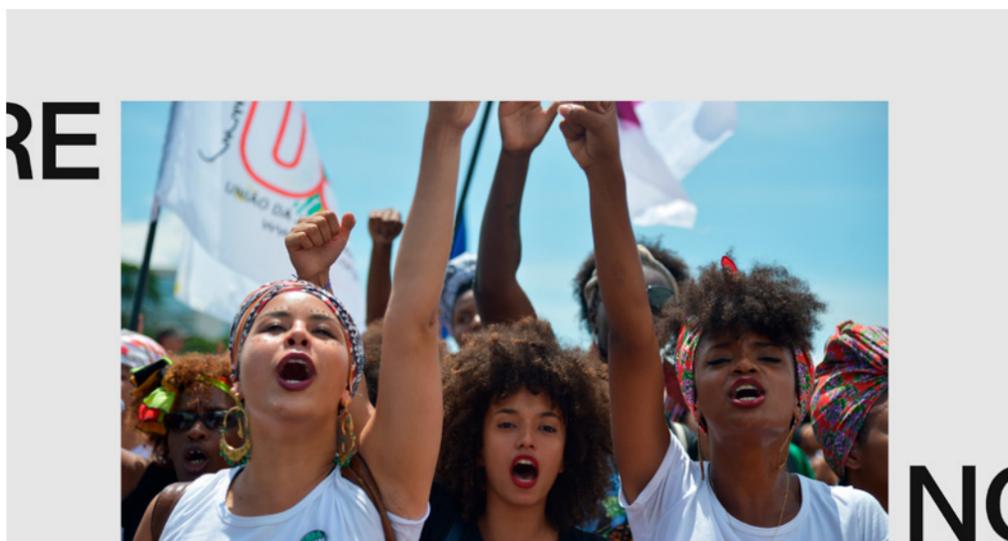
Direção de projeto: Rodrigo Araújo, Gustavo Godoy, Geandre Tomazoni | Equipe: João Generoso, Mariano Moreno | Associados Bijari: Geandre Tomazoni, Gustavo Godoy, João Rocha, Mauricio Brandão, Olavo Ekman, Rodrigo Araújo

#### AUTORIA

BIJARI

#### CLIENTE

Instituto Vladimir Herzog



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



### Trem do Samba

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O 'Trem do Samba' é o 2º maior festival de samba do mundo e ocupa ruas da zona norte do Rio de Janeiro, no Dia Nacional do Samba. Em sua 28ª edição, celebra o samba e sua importância cultural e trouxe o tema 'Senhores e Senhoras da Memória', resgatando as raízes do ritmo e a sua história. A escolha por esse recorte temático realça o papel vital e contínuo do samba na tessitura cultural brasileira, dando destaque legítimo e necessário para a sua ancestralidade. O projeto visual combina grafismos que refletem a festa e a diversidade do ritmo. A tipografia e cores alegres e sofisticadas capturam a essência do samba, conectando passado, presente e futuro. O trem e os pés, como elementos centrais, orientam os visuais em um caminho harmônico, destacando o evento e sua rica herança cultural.

#### FICHA TÉCNICA

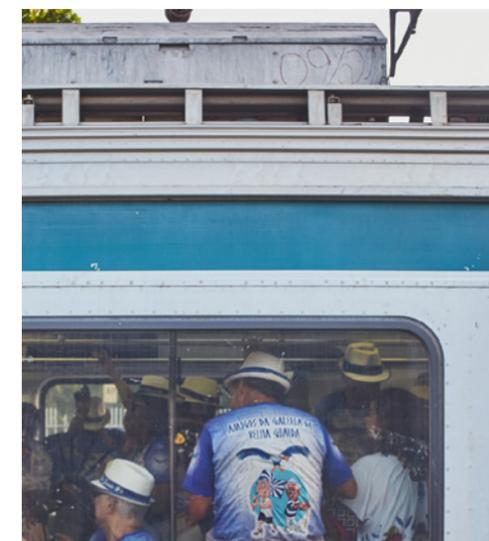
Direção criativa: Beatriz Tati Nóbrega | Design: Gabriela Prestes, Barbara Cutlak e Julia Ferreira | Animação: Vinícius Monteiro | Edição de vídeo: Vinícius Monteiro e Gabriela Prestes | Gestão de projeto: Stella Nardelli | Fotografia: Rafael Salim e Acervo Trem do Samba | Coordenação de projeto: Agência Aflora

#### AUTORIA

Biabum

#### CLIENTE

Trem do Samba



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## Arraiolo Barbada

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A festa Arraiolo já acontece há três anos em Londrina, no Paraná, e consiste em uma festa caipira contemporânea que incorpora elementos de jovialidade e da vida noturna ao tradicional arraiá brasileiro. O cartaz, uma das peças centrais para a comunicação do evento de 2024, é resultado da combinação entre elementos gráficos da zona rural e um visual mais jovem que demonstra festividade. O objetivo principal foi de fugir do imagético tradicional de uma quermesse e fazer um convite a um festival de identidade visual interessante, expressivo e de impacto, evidenciando o caráter autoral e contemporâneo da festa, desde sua curadoria, concepção, investimento da experiência do cliente, até sua ambientação, cenografia e identidade visual.

### FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Felipe Augusto | Pesquisa, planejamento e produção: Gabriela Laguna e Marina Bigardi | Ilustração e design: Manoela Cardoso

### AUTORIA

LESTE

### CLIENTE

Oloo, Barbada



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## Bauhaus e Rio se encontram: Escola Superior de Desenho Industrial faz 60 anos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Escola Superior de Desenho Industrial do Rio de Janeiro, ESDI-UERJ, iniciou suas atividades de ensino em 1963. O curso de Design foi concebido no contexto da metade do século XX, tendo como base os ideais da Bauhaus sob a perspectiva da sociedade industrial do pós-guerra. Nessa época, o Brasil passava por uma onda de desenvolvimentismo e otimismo, e a ideia de uma Escola de Desenho Industrial local pretendia posicionar o Rio de Janeiro na vanguarda do desenvolvimento brasileiro. Este cartaz (460 x 640 mm) comemorativo de 60 anos da Escola explicita a formação do design brasileiro por meio do contraste entre o contexto local e as vanguardas europeias.

### FICHA TÉCNICA

Design: Leandro Leão

### AUTORIA

Leandro Leão

### CLIENTE

Escola Superior de Desenho Industrial ESDI-UERJ



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## Edifício Virgínia – SOMAUMA

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto para incorporadora Somauma, que mostrava, de maneira criativa, o retrofit do Edifício Virgínia, em São Paulo. Foram criados vários cartazes, espalhados pelos cômodos dos apartamentos, mostrando a importância do edifício para o centro de São Paulo. Tudo isso no meio da Design Week 2023. No final da exposição, além de levar um cartaz A2 com todas essas “peças de quebra-cabeça” montadas, o público podia fechar negócio ali mesmo, comprando uma unidade de um edifício clássico, cheio de história, no centro de São Paulo, completamente renovado. Uma maneira diferente de vender unidades de apartamento, conectando oportunidades de negócio com arte.

### FICHA TÉCNICA

Agência: BSN Creatives | Direção de criação: George “Benson” Acohamo | Criação: Lorena Logiaco Graça, Pietra Soares, Thiago Franco, Luiz Otávio Castilho Manfre, Tomás Cury | Atendimento: Lucas Martins, Isabella Novaes | Aprovação cliente: Marcelo Falcão, Vitor Penha, Pedro Ichimaru, Nilton Vargas | Ilustração: Ponto Rima Design

### AUTORIA

BSN Creatives

### CLIENTE

SOMAUMA



## Marca do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB)

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o Sistema Integrado de Bibliotecas do Estado de São Paulo, desenvolvemos uma nova marca que revitalizou a comunicação e transformou o ambiente digital. A ideia central foi criar um sistema interativo que representasse a conexão entre bibliotecas e usuários por meio de um mapa dinâmico do Estado de SP.

### FICHA TÉCNICA

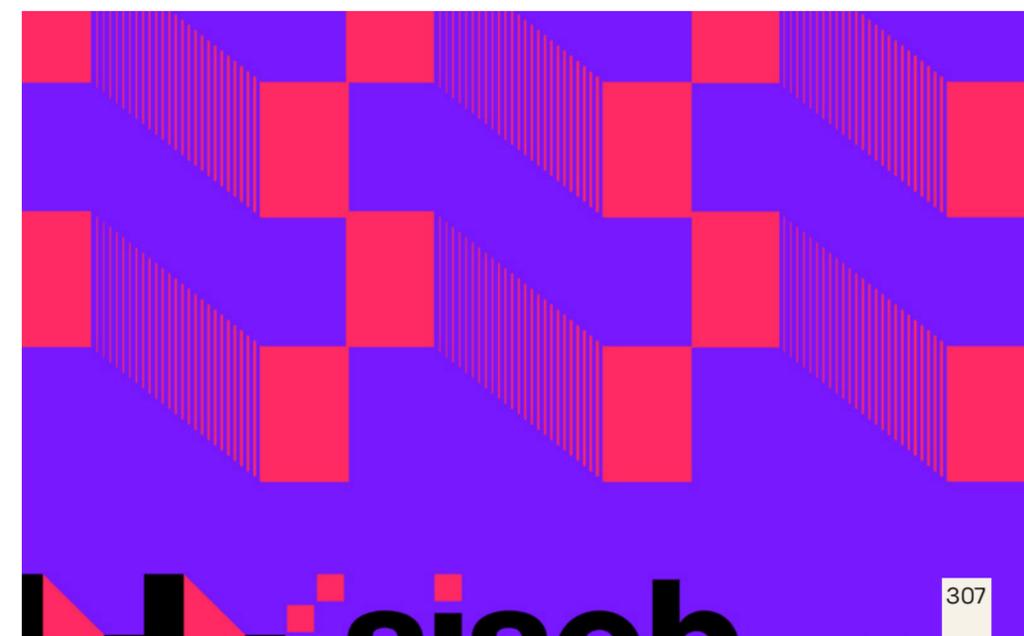
Equipe D4G

### AUTORIA

D4G

### CLIENTE

SP Leituras / Organização Social de Cultura



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## O peso da desigualdade

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos uma raquete 20 vezes mais pesada que a usada nas partidas e com as palavras “misoginia”, “intolerância”, “machismo” e “desigualdade”, entre outras, que se referem a questões enfrentadas por esportistas mulheres no dia a dia do esporte.

### FICHA TÉCNICA

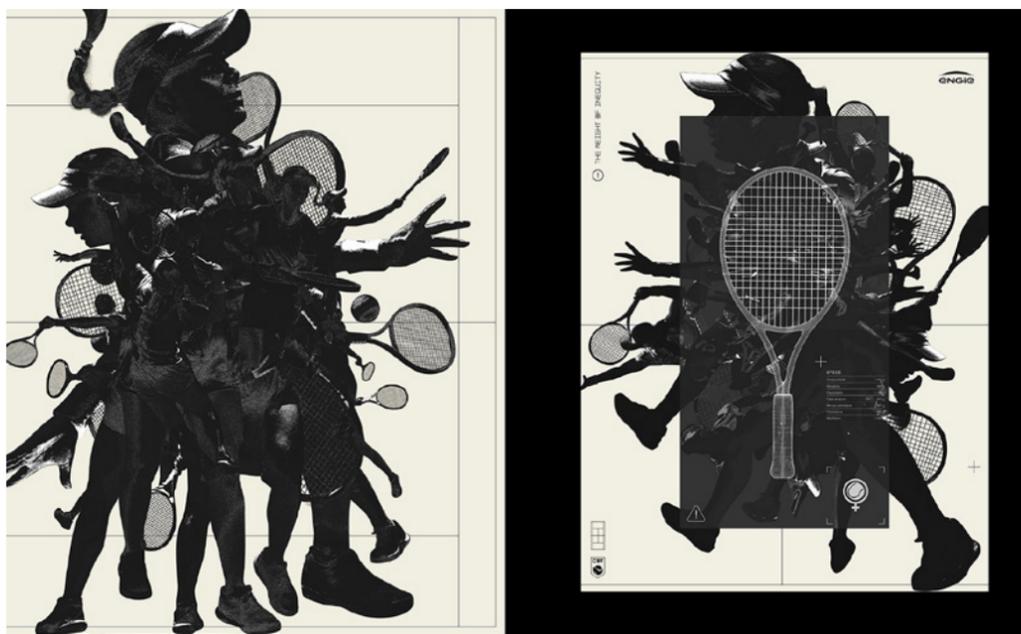
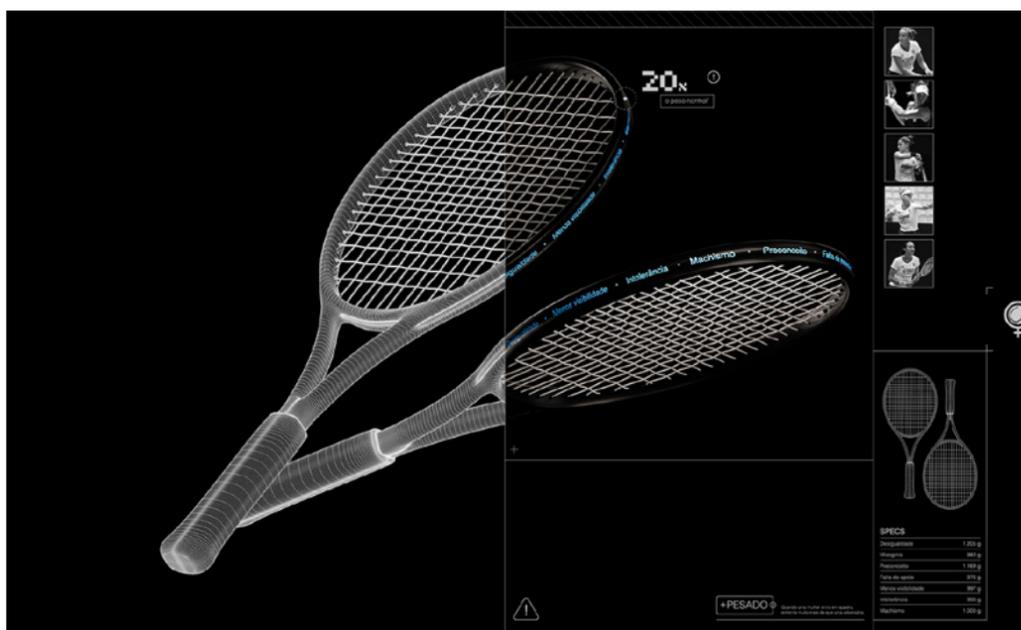
Criação: Asia The Experience Co. | Produção: SWEET | Produção agência: Taís Caetano, Larissa Deruzzi | Áudio: VOX HAUS | Mídia: Camila Ferreira | Planejamento: Carla Sá, Livia Lanzoni | PR: Casa Delas Comunicação | Social media: Estratégica | Aprovação: Leandro Provedel, Karina Howlett, Michele Schifino

### AUTORIA

Asia The Experience Co.

### CLIENTE

Engje



## Peleia

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Não tá morto quem peleia” e o cavalo “Caramelo” se tornaram símbolos de força e resiliência para o povo Gaúcho. Representam a esperança de recuperar ou reconstruir o que foi perdido nas recentes enchentes, provocadas pelo excesso de chuvas que aconteceram no RS em Maio de 2024. Aos símbolos já mencionados, foi adicionado um trecho da letra de Peleia, da banda de rock gaúcho Ultramen.

### FICHA TÉCNICA

Design: Ricardo Franco | Ilustração: Thomas Becke | Fotografia: Duda Bussolin (Moropolo Studio) | Impressão: RisoTropical | Composição: Ultramen

### AUTORIA

Ricardo Franco

### CLIENTE

Projeto pessoal



## DESIGN GRÁFICO

CARTAZES



## 22ª Edição do Festival Dança em Trânsito

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste em uma série de cartazes criados para a 22ª edição do Festival Internacional de Dança Contemporânea "Dança em Trânsito". Este evento é um dos maiores e mais abrangentes do gênero no Brasil, percorrendo 33 cidades em 13 estados, entre grandes metrópoles e pequenos povoados, circulando por todas as regiões do país. Além dos espetáculos de companhias nacionais e internacionais, o festival conta com ações sociais e inclusivas de formação, como workshops, residências artísticas e intercâmbios. Os cartazes capturam a essência do festival, combinando elementos gráficos vibrantes e dinâmicos com fotografias impactantes dos bailarinos em ação, destacando a diversidade cultural e a pluralidade de expressões artísticas que caracterizam o evento.

### FICHA TÉCNICA

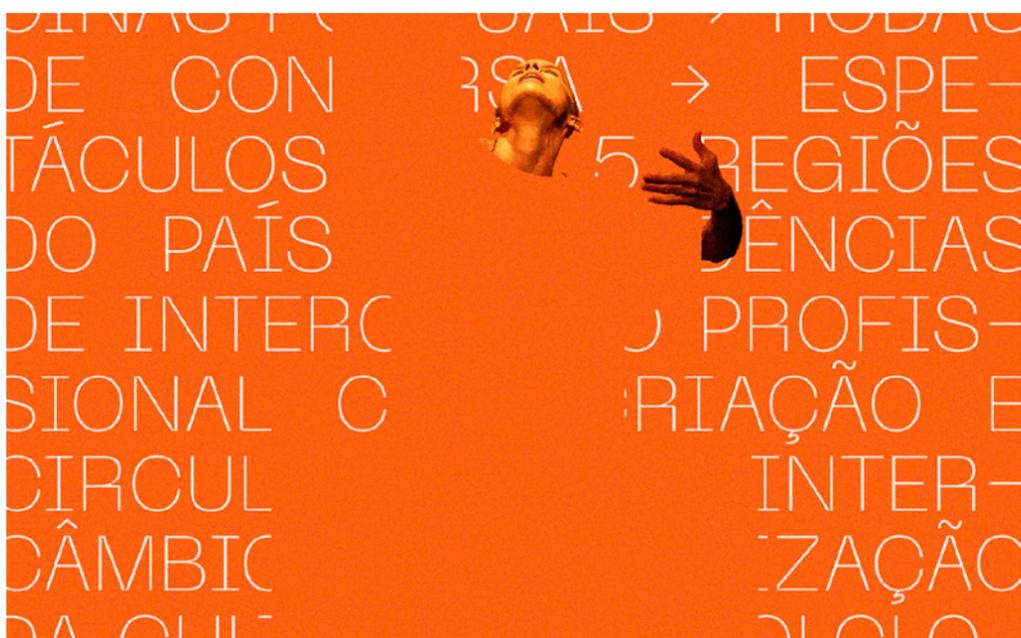
Direção criativa: Fernanda Valois | Design: Fernanda Valois e Thales Ferreira | Direção geral: Giselle Tápias | Direção artística: Giselle Tápias e Flávia Tápias | Curadoria: Giselle Tápias, Flávia Tápias, Luciana Ponso e Jacqueline Bonelli | Assistente de direção: Sandra Queiroz e Renata Marques | Direção de produção: Lillian Bertin | Produção executiva: Calu Tornaghi e Liliane Xavier | Assessoria de imprensa Rio de Janeiro e geral: Leila Grimming | Contatos artísticos: Lia Meirelles

### AUTORIA

Obra Studio

### CLIENTE

Espaço Tápias



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS CLIENTES



## MarketCoop

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A marca do Sistema OCB traduz a organização sistêmica da instituição, trazendo consistência e sinergia em suas expressões. A MarketCoop nasceu um pouco diferente das demais marcas do Sistema OCB. O endosso do Coop continua no nome, mas tem os seus próprios traços. Isso porque o MarketCoop será o principal marketplace do cooperativismo brasileiro e vamos competir com grandes players do mercado. Por isso precisamos ter uma relação direta e única com os consumidores que vão comprar os produtos das milhares de cooperativas que representamos em todo o país. É uma marca que vai traduzir a multiplicidade e diversidade do que somos em produtos e serviços do cooperativismo. Uma marca que vai entregar o melhor de tudo que o cooperativismo produz.

### FICHA TÉCNICA

Direção de criação e identidade: Erika Martins | Direção de planejamento e narrativa: Rafael Todeschini | Pesquisa qualitativa: Wonderboom (Camila Coelho) | Pesquisa quantitativa: Insider | Mapeamento estratégico: Rafael Todeschini e Camila Coelho | Naming: Rafael Todeschini e Nanda Félix | Tipografia MarketCoop Type: Naípe Foundry | Designer front end: Rodrigo Bessa | Direção vídeo manifesto: Rafael Todeschini | Roteiro vídeo manifesto: Nanda Félix | Edição e motion: Lara Lore | Color: Fabrício Batista

### AUTORIA

OBLÍQUO

### CLIENTE

Sistema OCB & SESCOOP



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS CLIENTES



## Natura Bothânica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o lançamento da Natura Bothânica, revisitamos uma marca descontinuada da Natura para criar uma identidade visual inovadora. O desafio envolveu desenvolver conceito, linguagem e embalagens que destacassem a alta concentração de óleos vegetais e a biodiversidade latino-americana. Optamos pelas monotipias botânicas, uma técnica de ilustração que captura a essência das plantas, para representar as fragrâncias dos produtos. A identidade visual se tornou um reflexo da relação entre casa e corpo, com uma diagramação editorial inspirada em rótulos botânicos.

### FICHA TÉCNICA

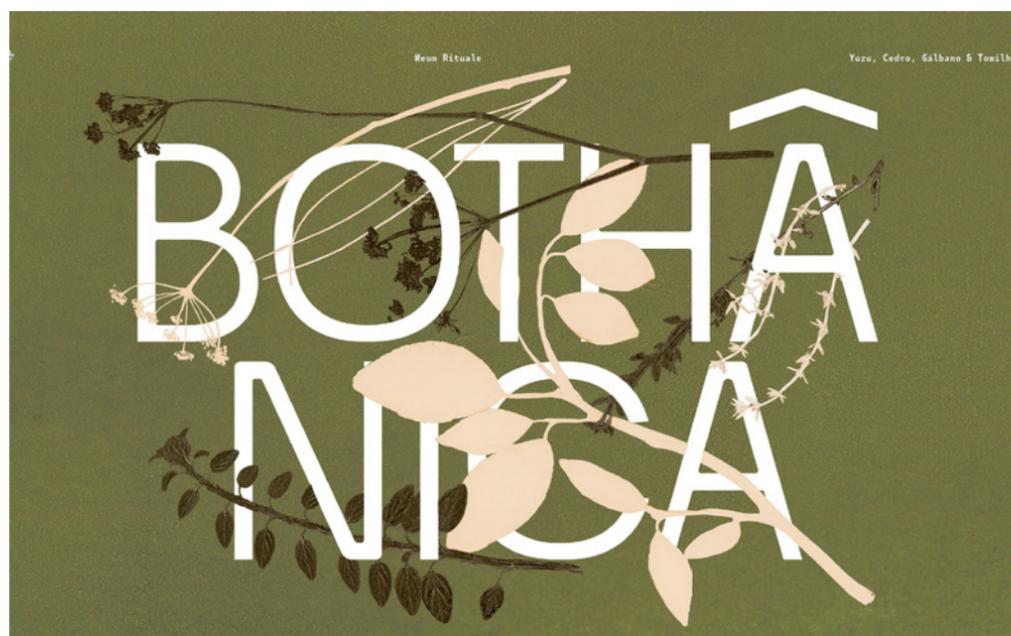
Direção geral: Marcio Mota | Direção criativa: Luca Bacchiocchi | Direção criativa de conteúdo e verbal: Vivi Kanô | Coordenação de design: Erick Fugii, Louise Haas | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Will Girundi, Bianca Victorino, Namie Arakawa, Henrique Lucio, Adson Rodrigues, Marcos Gomes | Shape design: Juliana Vieira Santos | Redação: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Catharina Rocha | Videocase: Arthur Moura | Tratamento: André Cardoso da Silva | Produção xilogravuras: Xilomóvel | Foto xilo: Dalton Yatabe

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS CLIENTES



## Osesp

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A nova identidade visual da Osesp é baseada na justaposição de duas camadas distintas: uma racional e disciplinada, que destaca o diálogo entre tempo, ritmo e compasso, e outra emocional, focada em expressar as sensações e emoções evocadas pela música. O design incorpora fios verticais e um logotipo flexível que se assemelha a notas musicais, juntamente com grafismos abstratos que representam as experiências emocionais da música.

### FICHA TÉCNICA

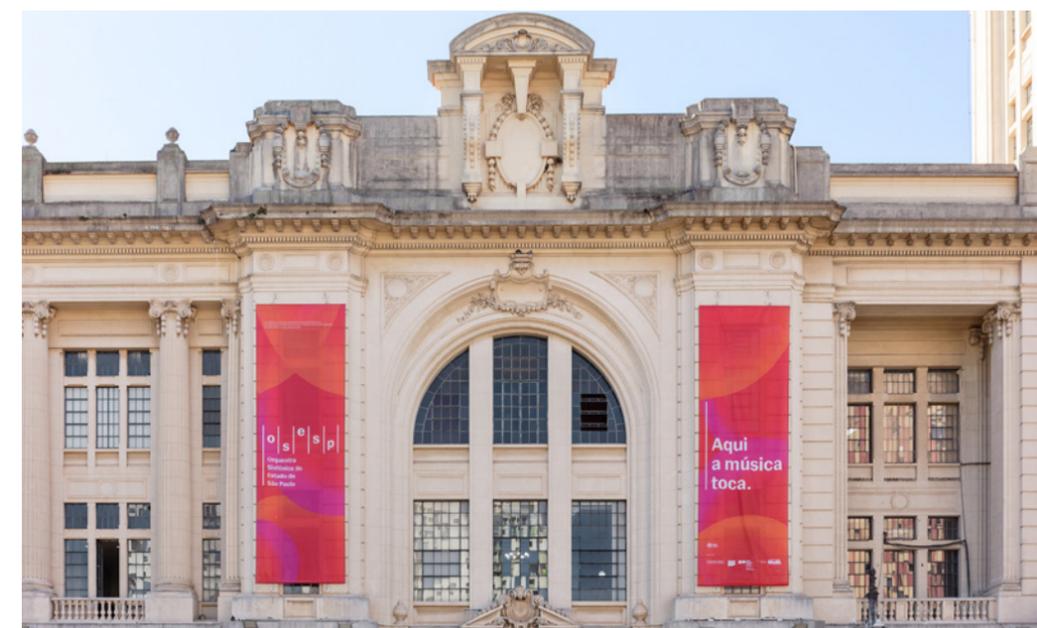
Direção de criação e design: Lais Ikoma, Ralph Mayer | Pesquisa: Stella Bonici | Motion design: Ronaldo Arthur Vidal, Rônatana Bica | Desenvolvimento: Ariel Tonglet | Estratégia: ACE | Direção criativa (Estratégia): Marcella Brito Franco | Direção de planejamento (Estratégia): Felipe Teobaldo | Direção de contas (Estratégia): João Paulo Silveiras | Spatial photography: Tuca Vieira | Case study photography: Naira Mattia, Daniel Queiroz (assistant) | Case study production: Satsuki Arakaki

### AUTORIA

Polar, Ltda.

### CLIENTE

Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS CLIENTES



## Re.green

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da nova linguagem de Re.green com um software tipográfico inspirado nas espécies nativas da floresta brasileira.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Pedro Mattos e Fernando Andreazi | Coordenação: Jaci Moraes e Giovanna Marques | Direção de flow: Cacau Chaves | Redação: Giovanna Marques, Fernando Andreazi | Design: Pedro Mattos, Jaci Moraes, Thiago Siqueira | Creative coding: André Burnier

### AUTORIA

REBU

### CLIENTE

Re.green



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Clandestina

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para o Clandestina, restaurante que se define como um repositório cultural do Brasil. Após percorrer o país explorando e mapeando as culinárias regionais, assim como as cadeias do alimento, a chef Bel Coelho reflete em sua cozinha uma jornada pelas riquezas do país. O design da marca foi influenciado por letreiros populares, cartazes políticos e cultura alimentar. Em suas composições, a marca apresenta um dialeto visual único, repleto de signos que evocam a identidade brasileira.



### FICHA TÉCNICA

Pesquisa e direção geral: Arado | Direção de arte: Arado e Lasca | Fotografia: MarAberto.CO | Criação e desenvolvimento: Ana Luiza Bernardo, Arthur Duarte, Bruno Azzani, Bruno Brito, Gabriel Vinicius, Luis Matuto, Katy Kakubo

### AUTORIA

Arado e Lasca

### CLIENTE

Clandestina



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Coexistence Story

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade Visual Coexistence Story para a ONG Elephant Family – ONG internacional que faz parte do The British Asian Trust, uma instituição sem fins lucrativos registrada no Reino Unido e nos Estados Unidos. A ONG trabalha para proteger os elefantes asiáticos ameaçados de extinção. Desde sua criação, em 2004, a instituição beneficente fez parceria com mais de 1.000 criativos e realizou oito exposições de arte pública em cidades como Londres, Nova York, Edimburgo e Mumbai. A nova marca utiliza o poder da criatividade para inspirar e capacitar as populações humanas a compartilhar espaço com a vida selvagem. Para a criação da nova identidade, encontramos, na placa de trânsito que indica a existência de animais selvagens em espaços urbanos, o símbolo gráfico exato para abordar a coexistência.

### FICHA TÉCNICA

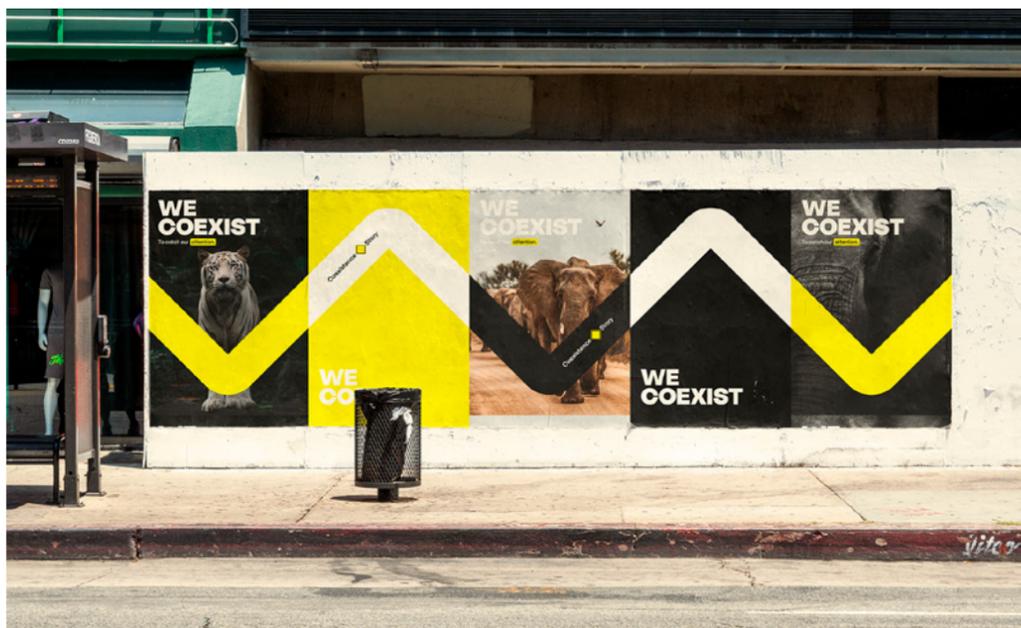
Alexandre Fonseca, Allan Alves, Ana Carolina Resende, Bernardo Sek, Cristiana Braz, Débora Colares, Eduardo Ouvido, Elis Torchetti, Emília Junqueira, Filipe Silva, Flávia Siqueira, Flora Magalhães, Frederico Quintão, Gustavo Greco, Isabella Pâmela de Leles, Lígia Antunes, Luciana Castro, Patricia Castro, Ricardo Donato, Tainá Evaristo, Thiago de Oliveira, Victor Fernandes, Vitor Santiago e Vitor Garcia

### AUTORIA

GRECO.

### CLIENTE

Coexistence Story



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Marca do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB)

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o Sistema Integrado de Bibliotecas do Estado de São Paulo, desenvolvemos uma nova marca que revitalizou a comunicação e transformou o ambiente digital. A ideia central foi criar um sistema interativo que representasse a conexão entre bibliotecas e usuários por meio de um mapa dinâmico do Estado de SP.

### FICHA TÉCNICA

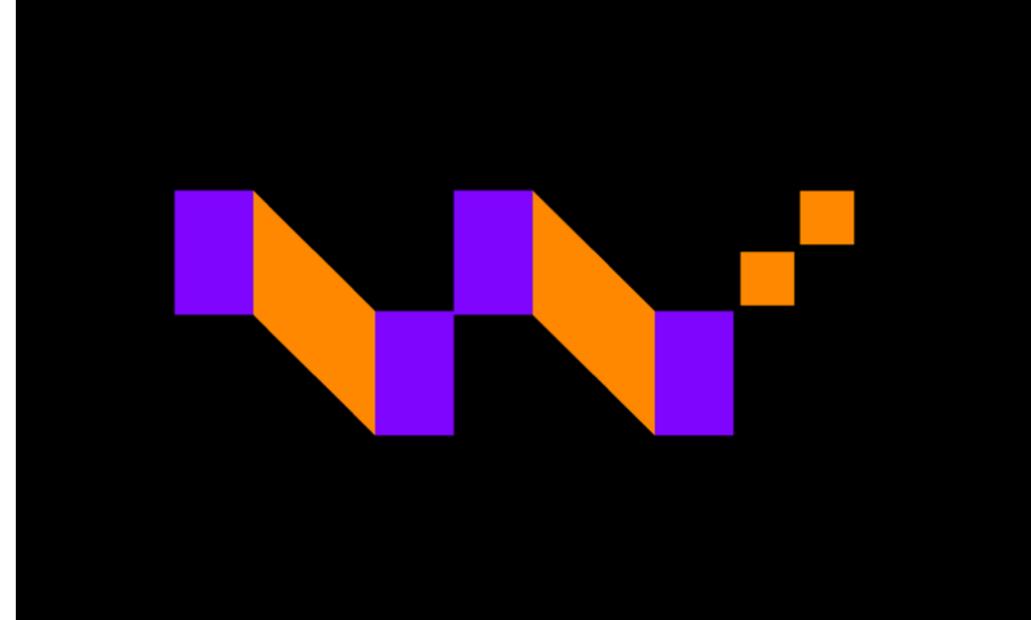
Equipe D4G

### AUTORIA

DAG

### CLIENTE

SP Leituras / Organização Social de Cultura



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Marioneta

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Marioneta é a marca desenvolvida para a primeira loja do Grupo Giramundo, principal companhia de teatro de bonecos do Brasil. Fundado em 1970, o Giramundo é reconhecido nacional e internacionalmente por sua excelência artística na criação e na manipulação de marionetes. Com o legado técnico e criativo de Álvaro Apocalypse, pintor, ilustrador, cenógrafo e publicitário brasileiro, eles produzem espetáculos de alta qualidade estética e técnica, e têm um papel importante na promoção e na preservação da arte do teatro de bonecos no Brasil. Em dezembro de 2023, o Grupo inaugurou sua primeira loja para venda de produtos e réplicas de alguns dos 1.350 bonecos que ganharam vida, criados com as mais variadas formas de construção de marionetes.

### FICHA TÉCNICA

Alexandre Fonseca, Allan Alves, Ana Carolina Resende, Bernardo Sek, Bruna Siqueira, Cristiana Braz, Débora Colares, Eduardo Ouvido, Elis Torchetti, Emília Junqueira, Filipe Silva, Flávia Siqueira, Flora Magalhães, Frederico Quintão, Gustavo Greco, Isabella Pâmela de Leles, Lígia Antunes, Luciana Castro, Patrícia Castro, Ricardo Donato, Tainá Evaristo, Thiago de Oliveira, Victor Fernandes, Vitor Santiago e Vitor Garcia

### AUTORIA

GRECO.

### CLIENTE

Marioneta



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## O Tim Tim Bar

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para bar.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Luiz Mello

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

O Tim Tim Bar



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Projeto Peixara – Conhecer, Conservar, Prosperar

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Projeto Peixara é uma iniciativa pioneira dedicada à conservação da vida aquática na Bacia do Rio Araguaia, uma das maiores do país. Hoje, ameaçada pela pesca predatória, assoreamento e mudanças climáticas. A nova marca foi pensada para criar identificação das pessoas com esses animais, atrair o olhar da sociedade e de turistas, e aproximar ainda mais o projeto da comunidade ribeirinha. As curvas que surgem nas areias de suas praias, as cores da vegetação, do pôr do sol tão marcante, as texturas do c01\_ouro.png e das escamas dos peixes. O rio e a vida que depende dele inspiraram identidade que leva ao mundo o propósito de conhecer, conservar, prosperar. O lançamento ajudou a atrair mais financiamento, aumentando a coleta de dados e o alcance educacional e científico do projeto.

### FICHA TÉCNICA

Direção estratégica: Ciro Rocha | Direção criativa: Gustavo Moura | Estratégia de marca: Gustavo Moura, Marcelo Ávila | Design: Marcelo Ávila, Alex Carvalho, Felipe Dias, Morgana Ribeiro | Motion design: Rogério Rolo

### AUTORIA

Enredo Brand Innovation

### CLIENTE

Projeto Peixara



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Supersônica

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Supersônica é uma editora que nasceu com a inclusão em seu DNA. Fundada, dentre outros sócios, por Maria Carvalhosa, que aos 19 anos identificou uma lacuna na oferta de audiolivros em português, a editora foi concebida para aqueles que, como Maria, amam a literatura, mas enfrentam barreiras para acessar livros impressos ou e-books. Maria, que perdeu a visão aos 13 anos, nunca desistiu de sua paixão pela leitura, e transformou sua experiência em uma missão: criar uma editora que oferecesse audiolivros com a mesma qualidade e rigor de uma obra de arte. Com essa missão como guia, desenvolvemos uma identidade visual que coloca a acessibilidade em primeiro plano, garantindo que cada detalhe do projeto seja pensado para incluir e encantar todos os públicos, especialmente o público PCD.

### FICHA TÉCNICA

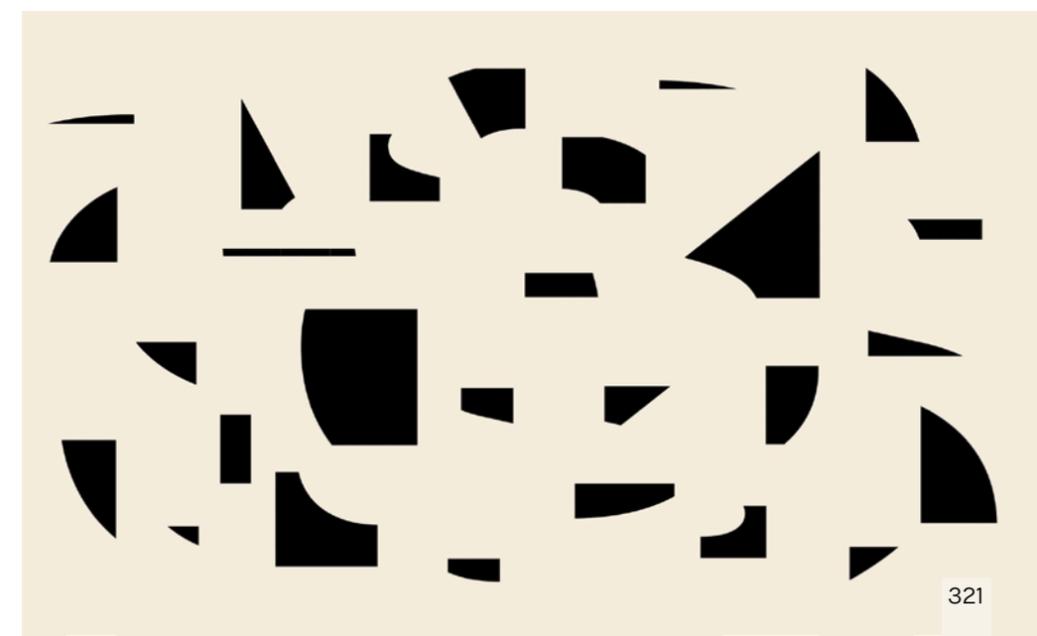
Direção criativa: Olívia Ferreira e Pedro Garavaglia | Direção de arte: Fernanda Guizan | Design gráfico: Bárbara Abbês, Bruno Senise, Fernanda Guizan, Laura Nogueira, Vivian Pan | Motion design: Angela Jomara e Sérgio Aranha | Programação site: Diego Ramos | Gestão de projeto: Lilian Al'Osta, Tatiana Araujo e Tatiana Buratta

### AUTORIA

Radiográfico

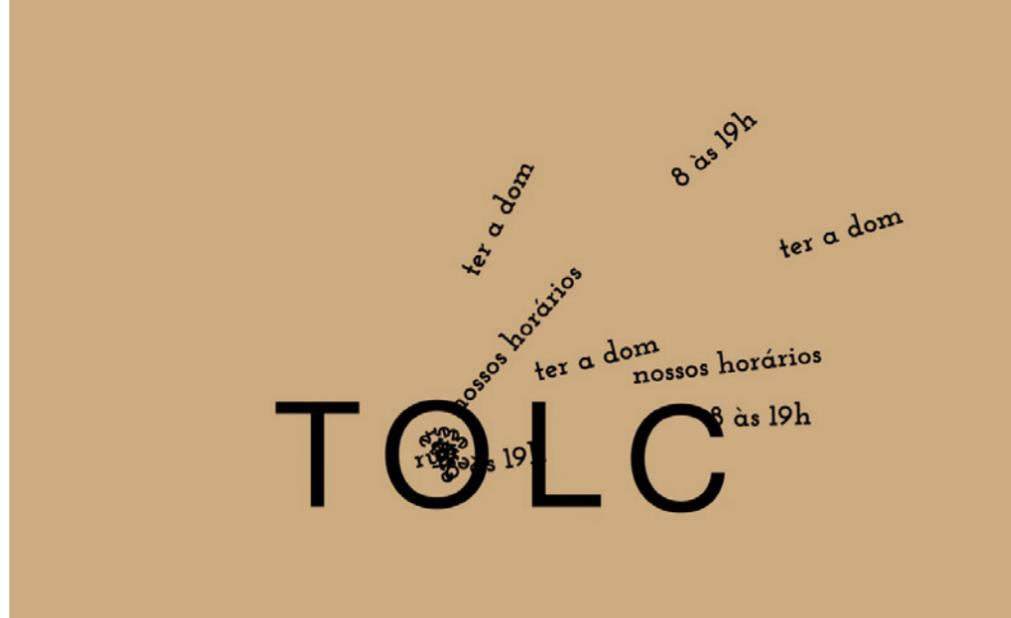
### CLIENTE

Supersônica



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL



## TOLC

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para TOLC, espaço aberto em 2024 e localizado no bairro da Pompeia, em São Paulo.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Luiz Mello

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

TOLC



## Ocupação Naná Vasconcelos

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual e projeto gráfico para peças promocionais da exposição Ocupação Naná Vasconcelos, no Itaú Cultural.

### FICHA TÉCNICA

Editorial: Carlos Costa, Fernanda Castello Branco, Icaro Mello e Juliana Ribeiro | Edição de fotos: André Seiti e Letícia Vieira | Produção editorial: Luciana Araripe e Victoria Macedo | Projeto gráfico: Estúdio Claraboia | Produção gráfica: Lília Goes | Revisão: Karina Hembra e Rachel Reis

### AUTORIA

Estúdio Claraboia: Felipe Daros, Luciana Orvat, Vitor Gabriel e Yasmin Amorim

### CLIENTE

Itaú Cultural



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL



## DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA



## São João do Seu Jeitão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O São João é uma festa tipicamente nordestina. E uma marca como a São Geraldo, que tem a cara do Nordeste, não pode ficar de fora dessa festividade. Porém, cada vez mais as festas culturais tradicionais dão espaço aos novos comportamentos e modismos. E a São Geraldo precisava incorporar essa mistura, afinal, o São João é uma festa popular, onde todos os gostos e estilos são bem-vindos. Foi pensando nisso que criamos o “São João do Seu Jeitão”.



### FICHA TÉCNICA

Direção de Criação e Planejamento Estratégico: Rodne Torres | Coordenação de criação e direção de arte: Matheus de Sena | Direção de arte e ilustração: Italo Gaspar | Direção de arte - Motion: Douglas Narciso | Redação: Rômulo Carneiro e Marcel Barros | Produção de vídeo: Terra Vista | Produção de áudio: Buzzina | Fotografia: Falcão Jr

### AUTORIA

Acesso Estratégia Criativa

### CLIENTE

Cajuína São Geraldo



## Chunky Chunks

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O briefing era bem simples: “queremos criar uma marca de cookies stupidamente recheados e saborosos, o resto é com vocês.” — Tenho a lembrança do início do projeto que, durante uma conversa do time, surgiu a seguinte frase: “legal, então podemos montar essa marca como se fosse para nós mesmos?!” Sim, e foi isso que fizemos. Mergulhamos em todas as fases do projeto: posicionamento, naming, design, arquitetura, web e direção fotográfica.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Gabriel Macohin | Estratégia, naming, design: Rafael Alves, Paulo Doi, Gabriel Macohin e Fernanda Lima | UI & UX: Rafael Alves | Fotografia: Jota Oshiro | Programação web: Programatório

### AUTORIA

Petrikór

### CLIENTE

Chunky Chunks



# CHUNKY CHUNKS®



## DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA



# cirandaia



CIRANDAIA @ CAFÉ CARIOCA  
COMES E BEBES • RIO DE JANEIRO

## Cirandaia

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ciranda, com seu rico significado na cultura popular, representa coletividade, pertencimento e a continuidade de nossas raízes. Inspirados por essa tradição, o Cirandaia nasceu como uma celebração da nossa cultura, carregando em seu nome um vasto repertório de brasilidade que evoca o sentimento de movimento, roda, samba e, acima de tudo, alegria. É um cantinho acolhedor, no coração do Rio de Janeiro, que oferece delícias genuinamente brasileiras e cafés especiais, com elementos da identidade visual e da arquitetura que trazem um pouco da história do Rio de Janeiro e sua cultura vibrante. Nesse projeto, encontramos no coração dos clientes o posicionamento e a alma da marca, criamos um nome que refletisse o sentimento do local, fizemos o design e a direção da arquitetura e do menu.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Gabriel Macohin | Estratégia, naming, design: Gabriel Macohin, Rafael Alves, Paulo Doi e Fernanda Lima | Fotografia: Paulo Doi | Arquitetura: Gruna

### AUTORIA

Petrikór

### CLIENTE

Cirandaia



## DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA



## Colorau

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Colorau: cor e alegria. Após 15 anos de uma trajetória bem-sucedida com projetos espalhados por vários países, as arquitetas da Sala de Arquitetura sentiram que era hora de mudar. Apesar do sucesso, estavam insatisfeitas com a forma que se apresentavam. As fundadoras são vibrantes e cheias de energia, características que permeiam seus projetos por meio das cores, da alegria e da criatividade. A neutralidade da marca e o nome do escritório, entretanto, não transmitiam o real sentimento e a essência da equipe. Nosso objetivo foi reposicionar a marca, focando em projetos corporativos e adotando um tom mais aberto e alegre, que traduzisse a personalidade da equipe e de seus trabalhos. Para isso, o projeto envolveu rebranding completo, incluindo um novo nome, UI/UX e a curadoria do portfólio.

### FICHA TÉCNICA

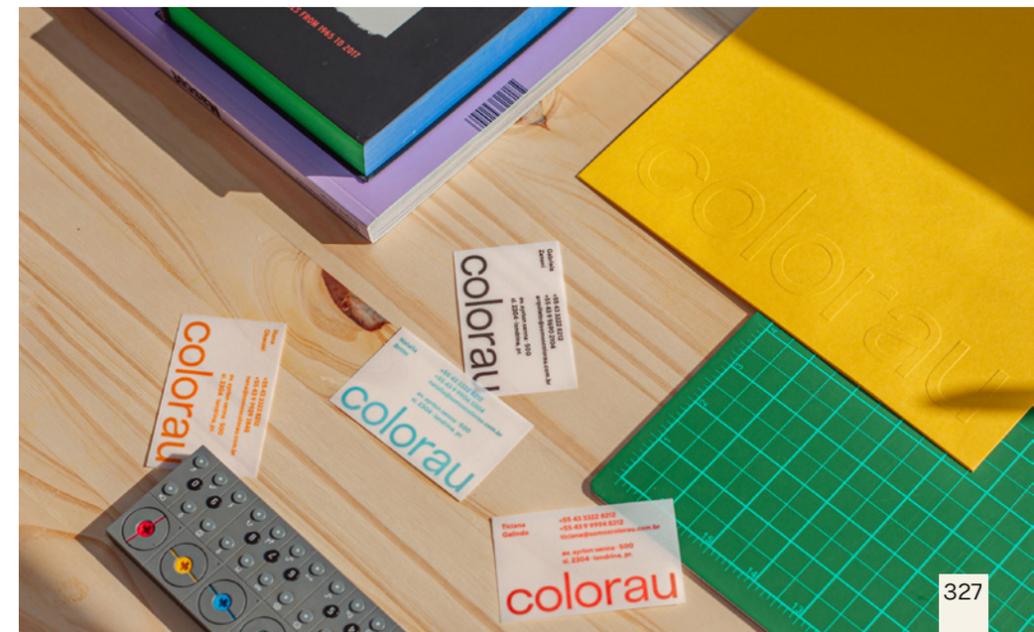
Direção criativa: Gabriel Macohin | Estratégia, naming, design: Gabriel Macohin, Rafael Alves, Paulo Doi e Fernanda Lima | UI & UX: Rafael Alves, Gabriel Macohin | Fotografia de arquitetura: Marcos Fertonani | Fotografia da papelaria: Paulo Doi | Programação: Programatório | Arquitetura: Colorau

### AUTORIA

Petrikór

### CLIENTE

Colorau



## DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA



## DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA



## Grifo

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Grifo é uma cafeteria de cafés especiais no coração de Bauru, projetada para ser um refúgio para quem busca se reconectar. Misturando universos de forma inesperada, o Grifo combina um espaço moderno com uma identidade visual inspirada no universo fantástico, criando uma experiência única. Nos envolvemos em todas as etapas do projeto: desde o posicionamento e naming até o design, arquitetura e direção fotográfica. Cada detalhe reflete a essência do Grifo, convidando os clientes a vivenciarem uma pausa mágica no cotidiano.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Gabriel Macohin | Direção de arte: Paulo Doi | Estratégia: Paulo Doi, Gabriel Macohin | Naming: Paulo Doi, Gabriel Macohin | Design: Paulo Doi, Gabriel Macohin e Rafael Alves | Fotografia de arquitetura: Jota Oshiro

### AUTORIA

Petrikór

### CLIENTE

Grifo



## Memória Interior

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Memória Interior" é uma coleção composta por mais de 30 peças de casa e decoração para a Tok & Stok com inspiração no imaginário rural brasileiro.

### FICHA TÉCNICA

Estúdio Arado

### AUTORIA

Estúdio Arado

### CLIENTE

Tok Stok



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## Arte dos Mestres

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual exposição  
Arte dos Mestres.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho,  
Luiz Mello

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

Artesol



## Coleção Florais

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2024, Granado lançou uma edição limitada que celebra cinco fragrâncias florais clássicas da marca: Violeta, Rosa Damascena, Lírio, Magnólia e Gardênia. Para promover a coleção, foi criada um sistema visual coeso que unificou as 5 fragrâncias diferentes sob uma só, ao mesmo em que preservou a singularidade e a personalidade de cada fragrância. A identidade foi aplicada em produtos, embalagens, vitrines, ambientação, materiais gráficos e eventos promocionais da coleção.

### FICHA TÉCNICA

Equipes de Marketing, Varejo &  
Desenvolvimento de Produtos da Granado

### AUTORIA

Granado

### CLIENTE

Granado



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



# ESSA NOSSA CANÇÃO

## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



# MAIO FOTOGRAFIA NO MIS 2024



# MAIO FOTOGRAFIA NO MIS 2024

SEBASTIAO SALGADO  
GABRIEL CHAIM  
BRUNO MATHIAS  
SERGIO POROGER  
ACERVO MIS  
THEREZA EUGENIA  
COLEÇÃO ALLAN PORTER

## Essa Nossa Canção

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para a exposição "Essa Nossa Canção".

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Luiz Mello

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

Museu da Língua Portuguesa

# ESSA NOSSA CANÇÃO

## Maio Fotografia no MIS 2024

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual, ambientação e design editorial para exposição.

### FICHA TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Luiz Mello

### AUTORIA

Casa Rex

### CLIENTE

MIS - Museu da Imagem e do Som



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



## Matinho do Bom

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de Embalagem, logotipo, universo visual, ilustrações e tagline para o Matinho do Bom, uma bebida alcóolica, tipo Hard Seltzer, feita de uma mistura de Mate, limão, rum, lúpulo e terpenos.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Vitor Brito Pereira | Design e ilustração: Renato Brito Mamede e João Maiolini | Motion: Bout Design | Trilha: Jean Luc | 3D: Studio Cosmo

### AUTORIA

Estúdio Caxa

### CLIENTE

Matinho do Bom



## Oficinas de Criação

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2024, o Sesc Bertioga inaugura as Oficinas de Criação, um espaço que tem como principal objetivo democratizar as possibilidades do fazer artístico. Inspirado nas Oficinas de Criatividade do Sesc Pompeia, o projeto oferece cursos regulares de diversas técnicas artísticas para a comunidade. A convite do Sesc, desenvolvi a estratégia de marca, identidade visual, caderno de programação e a ambientação do espaço das Oficinas de Criação, com a pintura de um mural ilustrado e categorização dos ateliês. O conceito de manualidade foi o fio condutor de todo o projeto, fruto do cruzamento entre as ideias de arte e ensino-acessível-e-democrático promovido pelo Sesc. Afinal, não é preciso muito para fazer arte. Já temos todo o potencial criativo em nós: o fazer manual.

### FICHA TÉCNICA

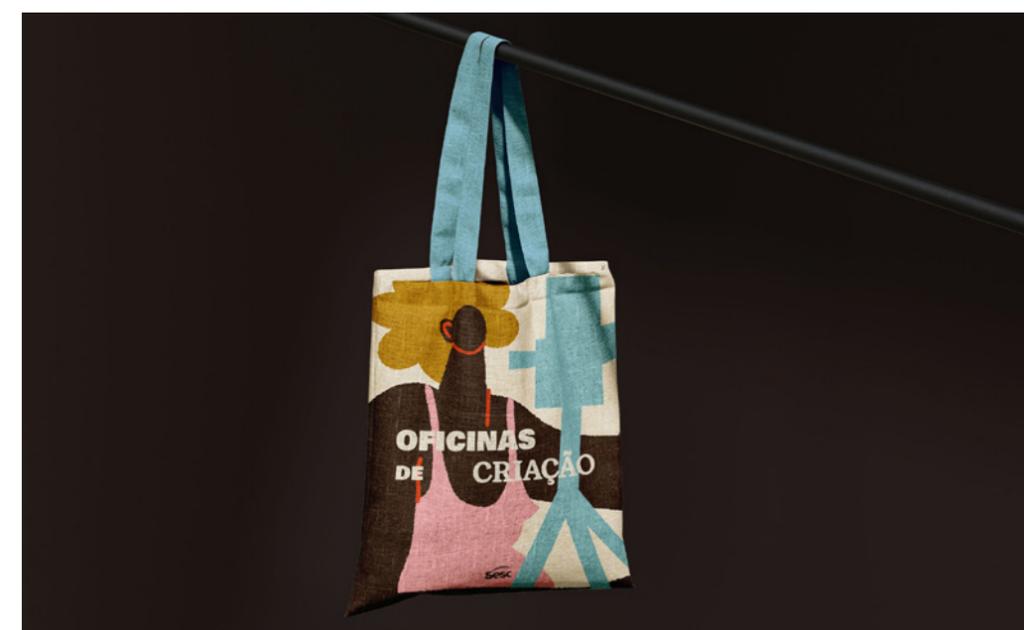
Estratégia de marca, design gráfico, ilustração e pintura: Bruna Kater | Assistência de pintura: Camila Kater | Motion graphics: Samuel Mariani | Equipe Sesc: Guilherme Leite Cunha, Karen Pimentel e Midiã Silva

### AUTORIA

Bruna Kater

### CLIENTE

Sesc Bertioga



## DESIGN GRÁFICO

MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO



## DESIGN GRÁFICO

MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO



## Árvores de Porto Alegre

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para celebrar o aniversário de 19 anos da agência de branding Néktar, em 2023 foi criado um projeto para homenagear as árvores de Porto Alegre, cidade onde a sede da empresa está localizada. POA já foi considerada a 4ª cidade brasileira mais arborizada com 82,9% de arborização, mas pesquisas mostram uma queda nesse número nos últimos anos, revelando a necessidade de abordar o tema. Motivado pelos debates sobre crise climática que tanto vem afetando as cidades do Sul do país nos últimos anos, e pela essência da marca Néktar que põe foco em temáticas sobre natureza e cidade, o projeto buscou chamar atenção sobre como as árvores são importantes no ecossistema urbano, e como as pessoas tem carinho por essas espécies e suas flores, folhas e frutos.



### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Paula Langie | Design e ilustração: Thomas Becke Miguel, Paula Langie, Gabriel Hoch Jaques, Patricia Ugalde, Augusto Santos, Matheus Fritz, Izadora Merlo, Adrienni Klering, Raquel Alberti, Roberta Hentschke | Oficina gráfica: Gravura na Tulipa (Fernanda Soares e Laura Fagundes) | Impressão: Risotropical

### AUTORIA

Néktar Design e Branding

### CLIENTE

Néktar Design e Branding



## Dias melhores verão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto autoral dedicado ao verão. A concepção para a coleção começa com a associação pessoal de momentos do verão brasileiro. O projeto brinca com a ideia de que o verão traz dias melhores, e usa a analogia de “verão” e “virão”. A partir daí, uma série de elementos do universo do verão são retratados, como o sol do meio-dia, o pôr do sol, uma cesta de frutas frescas e o clássico copinho americano dos botecos brasileiros. As formas simples — círculo, retângulos e losangos — trazem a pureza e a sensação de uma vida descomplicada. As cores escolhidas são enérgicas, como laranja, amarelo ovo e rosa estourado. A coleção conta com ilustrações, produtos (pôster e canga, vendidos em lojas de design em São Paulo), fotografias analógicas autorais e peças para redes sociais.

### FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo da Mata

### AUTORIA

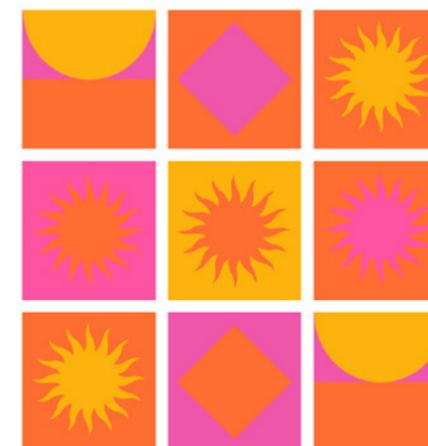
Estúdio Capim

### CLIENTE

Trabalho autoral - Autopromoção



### PADRONAGENS

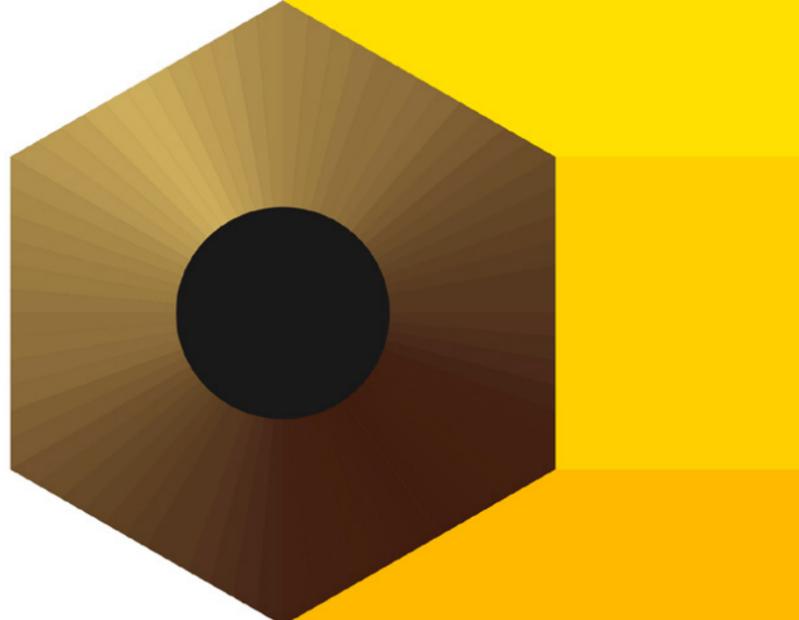


### IMPRESSOS EM RISOGRAFIA



## DESIGN GRÁFICO

MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO



## Parceria Tátil e D&AD Awards

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2024, a Tátil Design comemorou 35 anos e expandiu sua atuação para Londres. Para celebrar este marco e consolidar sua posição como uma das principais agências de design do mundo, a Tátil patrocinou o D&AD, o maior festival de design do mundo. Fundindo os assets da Tátil com o icônico lápis do D&AD, criamos uma identidade visual exclusiva para a parceria. Além disso, transformamos o evento de boas-vindas aos jurados em uma verdadeira imersão na cultura brasileira, com uma ativação inesquecível do case 'Rio Carnaval'.

### FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Ricardo Bezerra | Design: Ricardo Bezerra | Relacionamento/ Negócios: Renata Costa, Barbara Craveiro | Marketing e comunicação: Luiza Magalhães, Marcelo Cândido, Natalia e Camila Canavale

### AUTORIA

Tátil Design

### CLIENTE

D&AD Awards + Tátil



## DESIGN GRÁFICO

MATERIAL PROMOCIONAL PARA PONTO DE VENDA



## São João do Seu Jeitão

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O São João é uma festa tipicamente nordestina. E uma marca como a São Geraldo, que tem a cara do Nordeste, não pode ficar de fora dessa festividade. Porém, cada vez mais as festas culturais tradicionais dão espaço aos novos comportamentos e modismos. E a São Geraldo precisava incorporar essa mistura, afinal, o São João é uma festa popular, onde todos os gostos e estilos são bem-vindos. Foi pensando nisso que criamos o "São João do Seu Jeitão".

### FICHA TÉCNICA

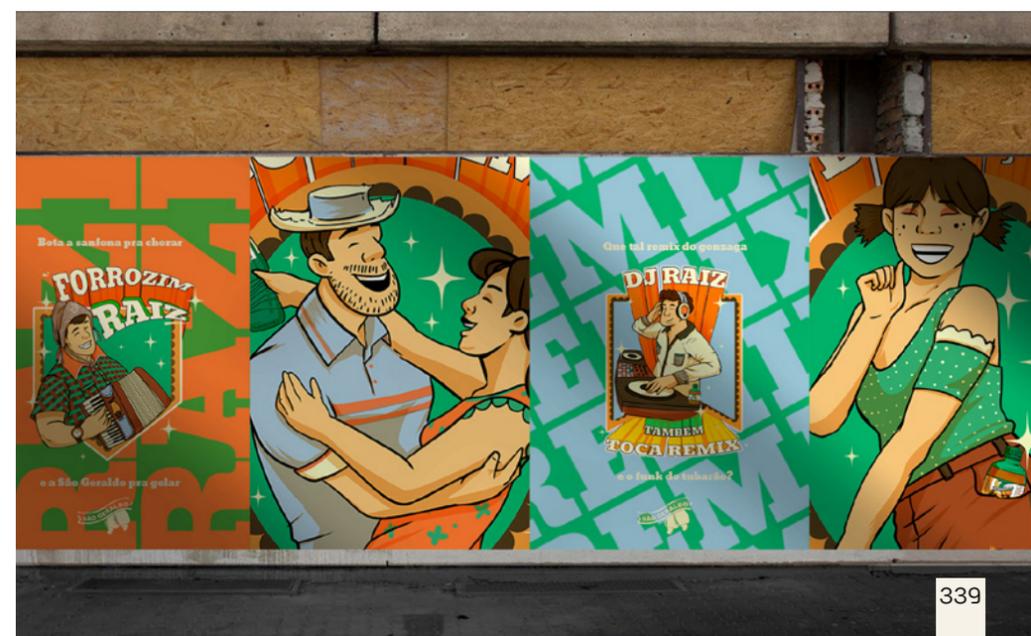
Direção de Criação e Planejamento Estratégico: Rodne Torres | Coordenação de criação e direção de arte: Matheus de Sena | Direção de arte e ilustração: Italo Gaspar | Direção de arte - Motion: Douglas Narciso | Redação: Rômulo Carneiro e Marcel Barros | Produção de vídeo: Terra Vista | Produção de áudio: Buzzina | Fotografia: Falcão Jr

### AUTORIA

Acesso Estratégia Criativa

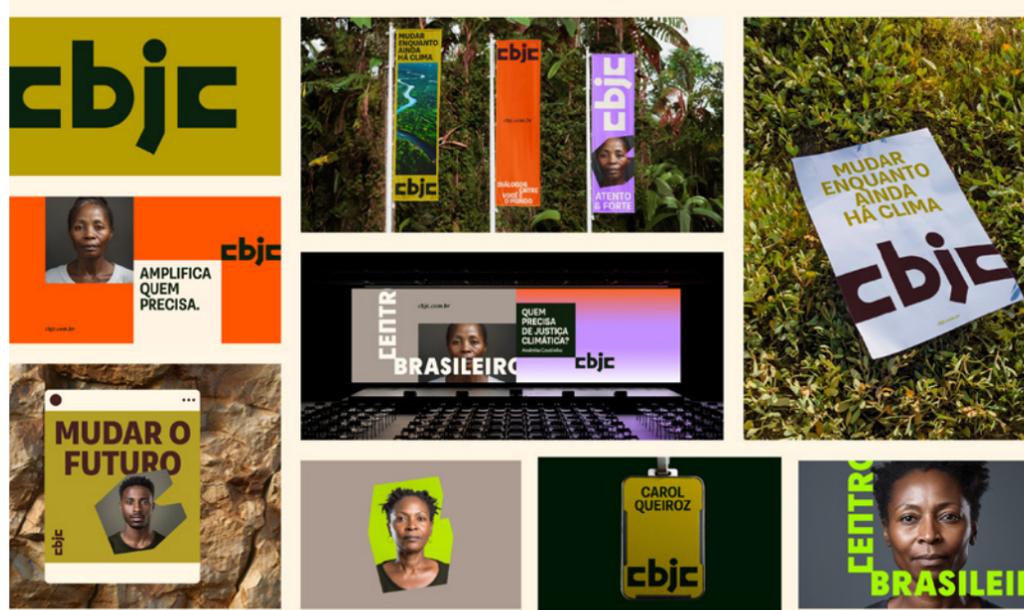
### CLIENTE

Cajuína São Geraldo



## DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES



## Centro Brasileiro de Justiça Climática (CBJC)

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados para criar essa marca tão sublime e necessária, e nosso processo começa ao unir a tecnologia das IAs generativas, da programação com processing e p5.js na geração das formas geométricas, com a sensibilidade da imersão mais íntima e humana sobre um tema tão atual. O Centro Brasileiro de Justiça Climática é uma organização dedicada às temáticas da população negra na agenda climática brasileira. Seu universo visual é uma plataforma gráfica contemporânea que potencializa tudo o que precisa ser comunicado. Em sua natureza, a marca tem a empatia de valorizar as diversas histórias a serem contadas, ao mesmo tempo que retrata o peso e a aspereza da realidade de quem luta e de quem é vítima das inseguranças climáticas.

### FICHA TÉCNICA

Design, estratégia, motion: Lukas Arujo | Design, estratégia, direção de arte: Thalles Ferreira | Refino tipográfico: Kauan Miranda

### AUTORIA

DOBU

### CLIENTE

Centro Brasileiro de Justiça Climática (CBJC)



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



## 81 anos do Levante do Gueto de Varsóvia

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trata-se de uma proposta de identidade visual para o 81º Levante do Gueto de Varsóvia, promovido pela Casa do Povo. O projeto possui como figura central o cartaz de divulgação, o qual contém os direcionamentos visuais – tipografia, cores e tratamento fotográfico – que permeiam também os outros materiais gráficos para o evento. Considerando a preocupação das outras edições do evento com a contextualização do Levante dentro de importantes debates políticos nacionais, buscou-se articular aqui importantes relações históricas brasileiras, tendo como referência temática a resistência antifascista contra a ditadura militar e como referência visual Marius Bern, importante capista da década de 1960.

### FICHA TÉCNICA

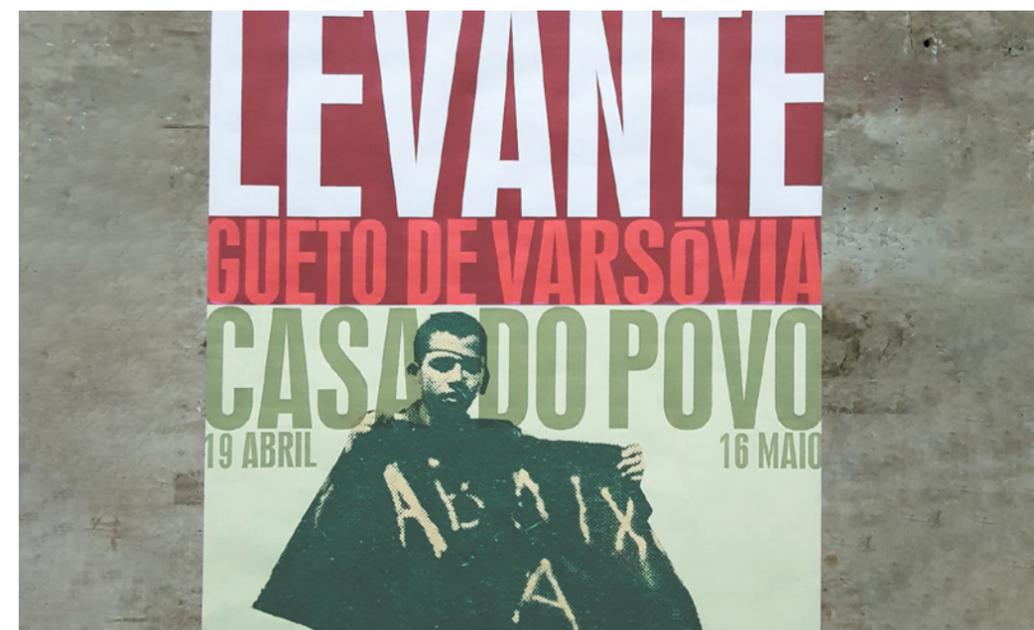
Disciplina: Módulo Interdepartamental de Projeto: Design, História e Memória | Professores: Dr. Eduardo Augusto Costa, Dra. Priscila Lena Farias | Impressão: Seção Técnica de Produção Editorial - STPROED (FAUUSP)

### AUTORIA

Andre Luis Vieira, Bruna Megumi Fujita, Gustavo Alves Machado

### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Brocantes: Palavras e coisas da escola

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este projeto de identidade visual foi desenvolvido pelo laboratório acadêmico Enter, composto por estudantes da Univates. O Enter serve como porta de entrada no mercado de design para estudantes, recebendo projetos internos e externos, como o "Brocantes: palavras e coisas da escola". Este projeto é coordenado pelo grupo de pesquisa Currículo, Espaço, Movimento (CEM), ligado à Univates, UCS, e em colaboração com UFRGS e Unisinos. O CEM convida a comunidade a doar documentos escolares para um repositório público, dando visibilidade ao material produzido pelas escolas nas últimas décadas e servindo como recurso para pesquisas acadêmicas.

### FICHA TÉCNICA

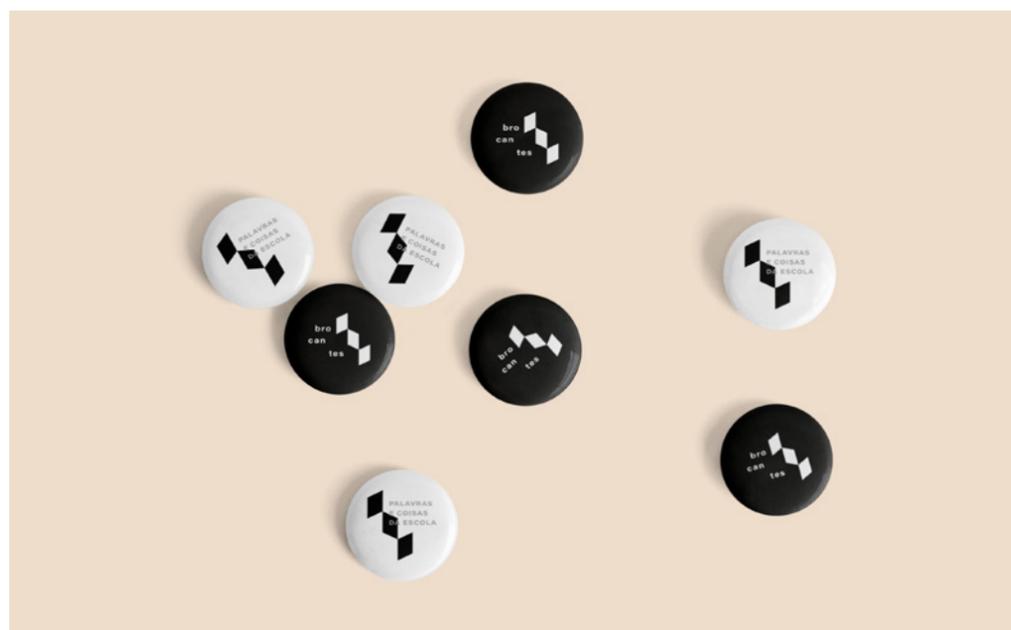
Gestão de projeto: Marina Sartori Becker e Flávia Leonhardt Miranda | Design gráfico: Marina Sartori Becker | Motion design: Arthur Pereira Pezzi | Planejamento de mídia: Marina Sartori Becker e Maria Eduarda Wendt | Professor responsável: Rodrigo de Azambuja Brod

### AUTORIA

Enter - Estúdio Experimental de Comunicação e Design (laboratório de ensino)

### CLIENTE

Universidade do Vale do Taquari - Univates



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Ciatox FMUSP

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto compõe a criação da identidade visual do Centro de Informação e Assistência Toxicológica (CIATox) FMUSP. Eles atuam há 32 anos no atendimento de casos de emergência de intoxicação e/ou envenenamento, oferecendo a população diagnósticos e encaminhamento a tratamentos. Entretanto, muitos cidadãos não conhecem o serviço. Assim, a criação da identidade visual permite diversos caminhos que aumentam a visibilidade do CIATox FMUSP perante a sociedade. O logo foi desenhado de modo claro e direto, sem o uso de ícones, apenas focando no nome para facilitar o reconhecimento.

### FICHA TÉCNICA

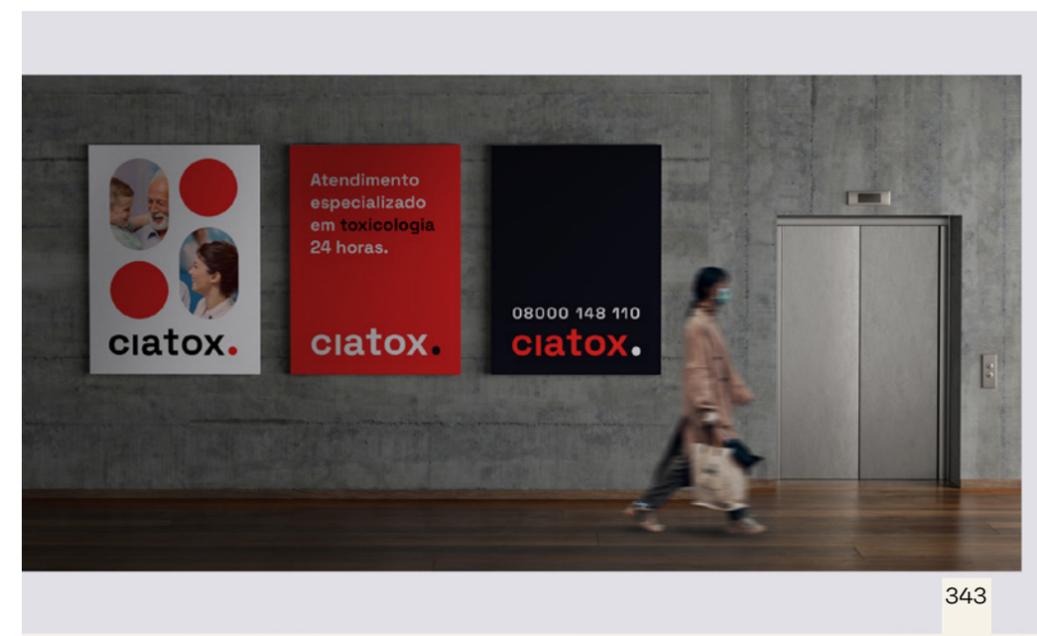
Curso: Design | Disciplina MOP: design para saúde e bem-estar | Profa. Sara Miriam Goldchmit

### AUTORIA

Andressa Licka, Beatriz Cividanes de Souza Garcia; Camila Rosado, Luiz Henrique Silva

### CLIENTE

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Coleção City of Stars

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mais que uma estampa, a coleção "City of Stars" é um convite para a arte invadir o dia a dia. O briefing da equipe da Tok&Stok nos desafiou a desenvolver estampas corridas e localizadas para aplicação em uma linha de cama e louça, além de outros produtos presentes na loja. O tema da criação foi a tendência batizada de "Dark Déco", linha pré-existente da Tok&Stok, que traz a elegância e glamour do movimento Art Déco com a modernidade e tons escuros da atualidade, com uma paleta limitada pela necessidade de tornar a produção viável. Dessa maneira, a filosofia da marca e da tendência foram estudadas para que pudéssemos traduzir e combinar o movimento estético de forma atual com o design de superfície, resultando em aplicações originais nesses produtos da marca.

### FICHA TÉCNICA

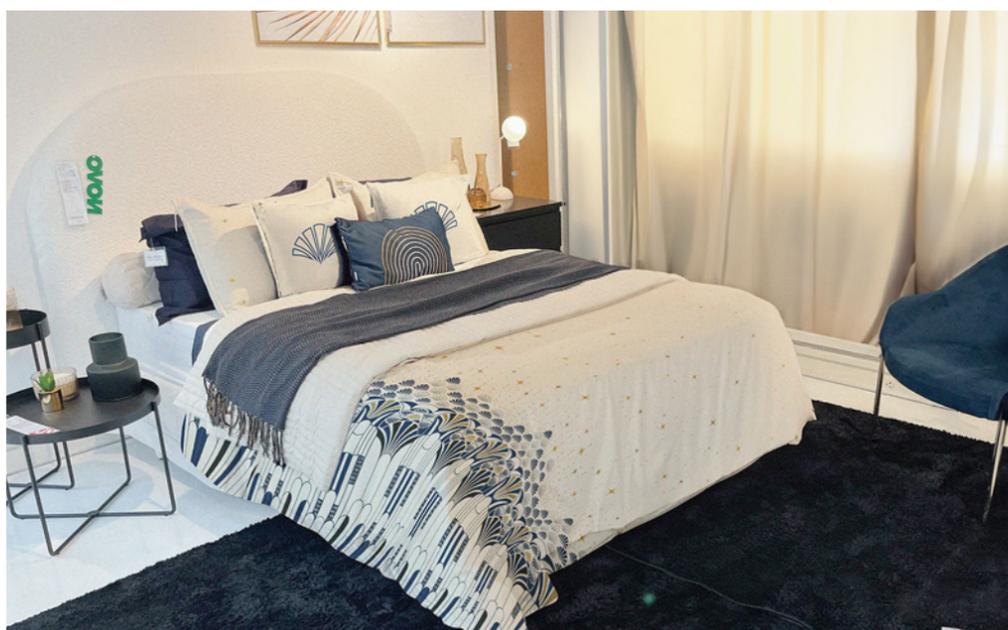
Projeto desenvolvido pelos estudantes: Bruno Eduardo Ruba, Giulia Escobar Rios de Almeida, Sophia Sampaio Teixeira | Orientação: Profa. Me. Mara Martha Roberto (disciplina Design de Superfície) | Submetido na categoria Design Gráfico - Gráfica Aplicada - Projetos Estudantis

### AUTORIA

Bruno Eduardo Ruba, Giulia Escobar Rios de Almeida, Sophia Sampaio Teixeira

### CLIENTE

Design ESPM SP



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



## Desfruta: A representatividade da mulher madura no mercado erótico

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

O "Desfruta" é uma marca de sexshop criada para representar e atender as necessidades de mulheres da meia-idade. O projeto visa promover a discussão aberta sobre a sexualidade feminina em diferentes fases da vida, desafiando a visão predominante que foca no público jovem adulto. Ao abordar a sexualidade de mulheres maduras, a marca contribui para a normalização e aceitação do prazer em todas as idades. O projeto proporciona um espaço onde essas mulheres podem se sentir valorizadas e refletidas, combatendo a invisibilidade cultural e comercial.

### FICHA TÉCNICA

Manuela Kudo

### AUTORIA

Manuela Felipe Kudo

### CLIENTE

Senac Santo Amaro



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



### Titânia: A Rainha das Fadas

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

"No reino de Oberon, a rainha Titânia resolve que é hora de se aposentar e precisa eleger um de seus súditos para sucedê-la. Por isso, decide que quem realizar suas Ordens Reais e conquistar três Dádivas, receberá uma Carta de Sucessão e se tornará a nova Rainha das Fadas!". Titânia é um jogo de tabuleiro com peteleco, desenvolvido em uma disciplina de gestão de projetos. Foi necessário alinhar os conhecimentos de gestão e design para executar o projeto dentro do período letivo. Titânia contém diversos elementos que ajudam a garantir a jogabilidade e a imersão no universo do jogo, como cartas, discos, fichas de desempenho e tabuleiro.

#### FICHA TÉCNICA

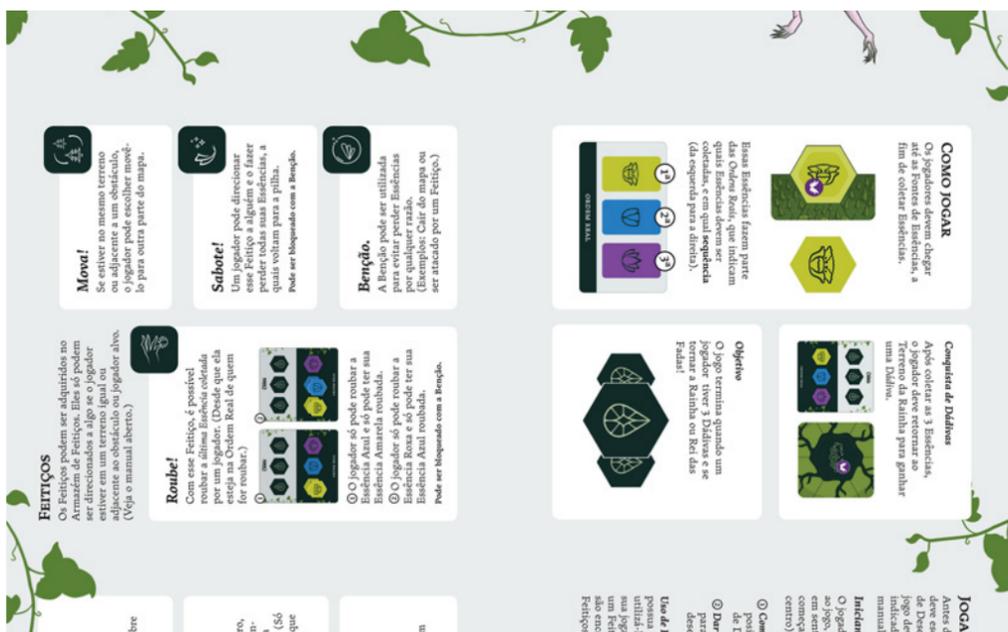
Projetistas: Alisson Franco, Flávio Davi Alves de Borba, Gustavo Oppermann Lisbôa, Julia Lucia Bentancurt Saldanha, Marina Wolff Garcia, Sofia Satie Basso Aseka, Vinícius Ahnert Knevez | Professores orientadores: Luiza Grazziotin Selau, Maurício Moreira e Silva Bernardes | Tipografia: David Jonathan Ross

#### AUTORIA

Alisson Franco, Flávio Davi Alves de Borba, Gustavo Oppermann Lisbôa, Julia Lucia Bentancurt Saldanha, Marina Wolff Garcia, Sofia Satie Basso Aseka, Vinícius Ahnert Knevez

#### CLIENTE

Universidade Federal do Rio Grande do Sul



## DESIGN GRÁFICO

PROJETOS ESTUDANTIS



### XEPA

#### DESCRIÇÃO DO PROJETO

XEPA é um jogo de cartas destinado a crianças, que busca de forma lúdica e educativa, evocar o sentimento de pertencimento ao território nacional e de valorização da cultura local. O projeto se tangibiliza na representação gráfica do jogo em uma feira-livre, essa que compõe o cotidiano e por sua vez a memória do povo brasileiro, ao expressar visualmente e sensorialmente a partir de cores, texturas e grafismos a cultura do país.

#### FICHA TÉCNICA

Autores: Fyamma Sampaio, Isabel Cavalcante, Marcos Hasegawa e Raphael Gimenez | Coordenadora do curso: Eliane Weizmann | Professores orientadores: Eliane Weizmann, Daniel Grizante, Patrícia Kiss, Érico Lebedenco, Maria Carolina de Toledo, Maya Guizzo

#### AUTORIA

Fyamma Sampaio, Isabel Cavalcante, Marcos Hasegawa e Raphael Gimenez

#### CLIENTE

IED



INTERNACIONAL

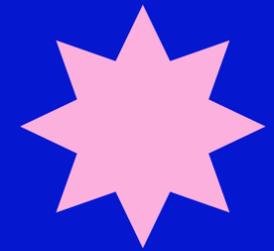
INTERNACIONAL ✨



ANALIZAÇÃO

INTERNACIONALIZAÇÃO

INTERNACIONALIZAÇÃO



INTERNACIONAL





**INTERNACIONALIZAÇÃO**  
DESIGNED IN BRAZIL

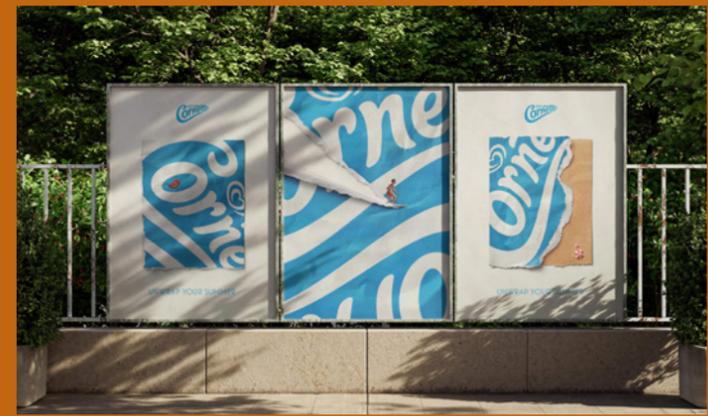
**CORNETTO –  
UNWRAP YOU SUMMER/ UNWRAP IT**

**DESCRIÇÃO DO PROJETO**  
Esta campanha global foi desenvolvida com o time criativo da agência LOLA MULLENLOWE Madrid e busca evidenciar um dos principais atributos da marca Cornetto: o ritual de abrir seus produtos ao rasgar a embalagem. O resultado da campanha são pôsteres com uma linguagem elegante e coesa, que mantêm um ambiente dinâmico por meio de elementos de colagem. Além disso, integramos uma presença mais proeminente do branco e do espaço negativo para destacar a embalagem do Cornetto, utilizando pedaços rasgados e pequenos recortes que remetem à sensação de momentos únicos de verão.

**FICHA TÉCNICA**  
Cliente: Cornetto | Agência: Lola Mullenlowe Madrid | Título: Unwrap Your Summer / Unwrap It

**AUTORIA**  
PICT ESTÚDIO

**CLIENTE**  
CORNETTO



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## INTERNACIONALIZAÇÃO

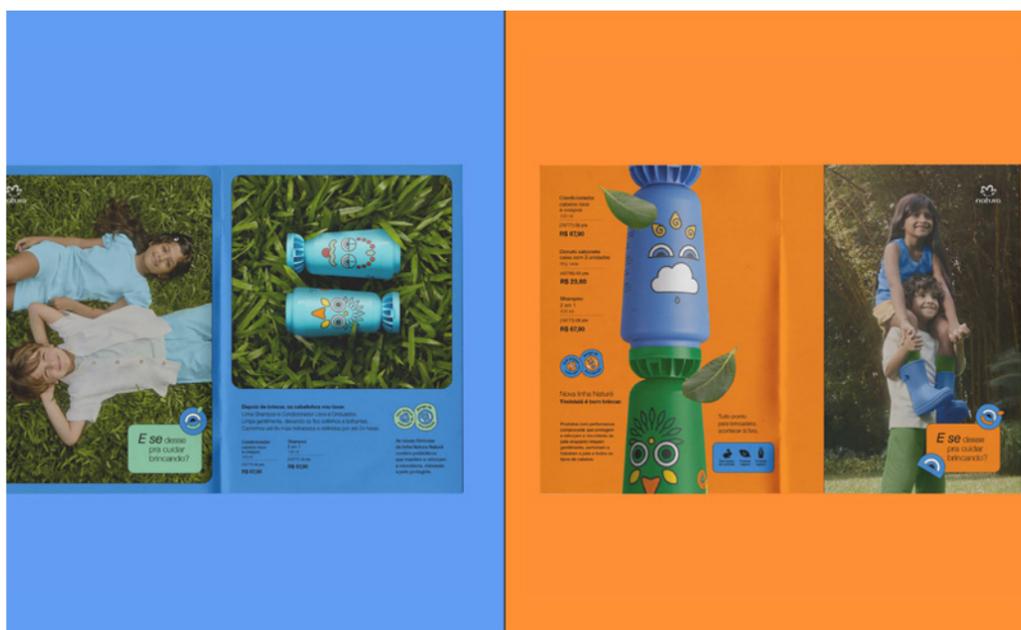
DESIGNED IN BRAZIL



## Natura Naturé

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

The project for the relaunch of Natura Naturé's children's line was a complete reimagination journey. It involved creating a new visual identity that captures the essence of "free play in nature," promoting children's imagination. The redesign encompassed everything from the Naturé characters, made from natural elements, to the stackable packaging that forms totems. The creative approach aimed to go beyond traditional standards, using packaging and photography to tell stories and invite children to explore the outdoors.



### FICHA TÉCNICA

General Direction: Marcio Mota | Creative Direction - Design: Luca Bacchiocchi | Creative Direction - Content and Verbal: Vivi Kanô | Copywriting: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Catharina Rocha | Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Rodrigo Gondin, Bianca Victorino, Carol Ohashi, Will Girundi, Namie Arakawa, Heitor Gois, Thayna Brito, Alexandre Opipari, Julia Gontier | Videocase: Arthur Moura

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Natura



## John Chester Ross & Sons Whiskey

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Heritage Revived: The Second Batch of John Chester Ross & Sons' Kansas City Whiskey is a project that seamlessly blends tradition and innovation. It is a journey into the brand's heritage, drawing inspiration from its rich history and the esteemed legacy of Shane Veritasi's grandfather, the pioneer in the family's whiskey production.

### FICHA TÉCNICA

Creative Direction & Design: Erik Marchetti, Luis Felipe Cavalcanti | Printing Production: Brazicolor | Visualization: Luis Felipe Cavalcanti | Client: Shane Veritasi | Bottles: ByQuest brands

### AUTORIA

Holy Studio

### CLIENTE

House of Veritasi



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## Coca-Cola Design Summit

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

The Coca-Cola Company's Everything Design Summit is an event designed to provoke and inspire designers to see the discipline as a powerful tool for transformation. A project that takes advantage of the entire repertoire of one of the world's most iconic brands to create a visual identity that questions and moves reflections on themes in constantly changing universes.

### FICHA TÉCNICA

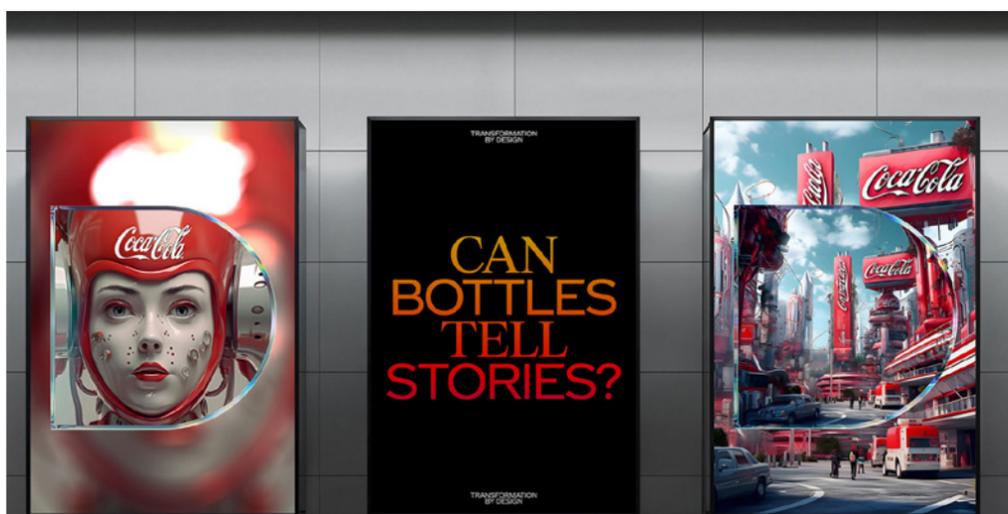
Design: André Stefanini, Maria Clara Rubinger, Renan Vizzotto, Thai Gomes | Art direction: André Stefanini, Renan Vizzotto | Creative direction: Cristiano Gonçalves, Ricardo Bezerra | Edition: Lucas Santiago, Thai Gomes | Animation: João Rosa, Lucas Santiago | The Coca-Cola Company | Strategy: Juliana Barreto | Account Manager: Renata Costa | Copywriting: Gustavo Feyer | Production: Emmanuel Zaroni - Institutional | Client: Camila Moletta, Rapha Abreu

### AUTORIA

Tátil Design

### CLIENTE

Coca-Cola Company



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## Identidade Visual para Yunka

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de logo e identidade visual, além de todas as aplicações de comunicação, para um restaurante de cozinha nikkei (peruana-japonesa) na cidade de Ho Chi Minh, no Vietnã. Para a construção da identidade de Yunka (que significa selva) utilizamos o tipo de arte peruana chamada Nazka e construímos não só um alfabeto próprio como também a representação de todos os animais e símbolos que compõem a identidade. Na paleta de cores, tons que vêm diretamente das representações de arte popular peruana. O aspecto japonês está na direção de arte fotográfica e também na diagramação de cardápios e materiais de comunicação.

### FICHA TÉCNICA

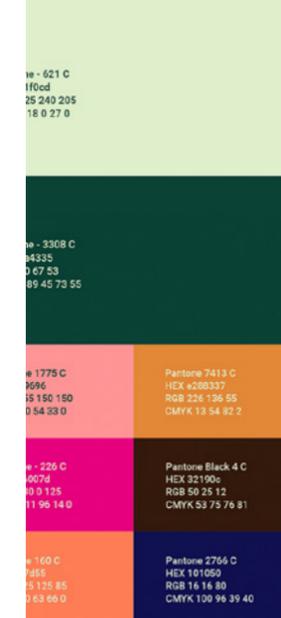
Direção de criação: Camila Kintzel, Rafael Ferro | Lead Design: Nicholas Dimitry Cozzi | Design: Beatriz Ricci, Igor França, Lorenah Oliveira

### AUTORIA

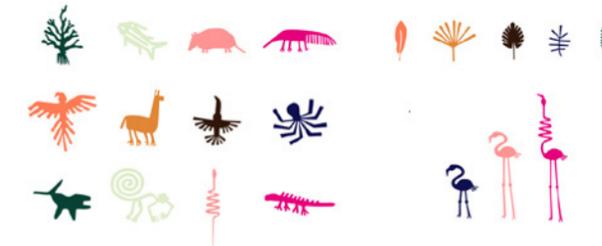
My dear Studio,

### CLIENTE

Yunka Restaurant



### YUNKA'S FAUNA & FLORA



### GRAPHISMS



### YUNKA'S TYPEFACE



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## JEJU

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

JEJU é um restaurante que faz parte do prestigiado portfólio do renomado chef coreano Peter Cho, localizado em Portland, Oregon. A proposta do JEJU é oferecer uma experiência autêntica de churrasco coreano, onde o foco está na arte dos cortes de carne, combinados com ingredientes locais e de alta qualidade. O ambiente é vibrante e acolhedor, ideal para que famílias e amigos desfrutem juntos da culinária coreana.

### FICHA TÉCNICA

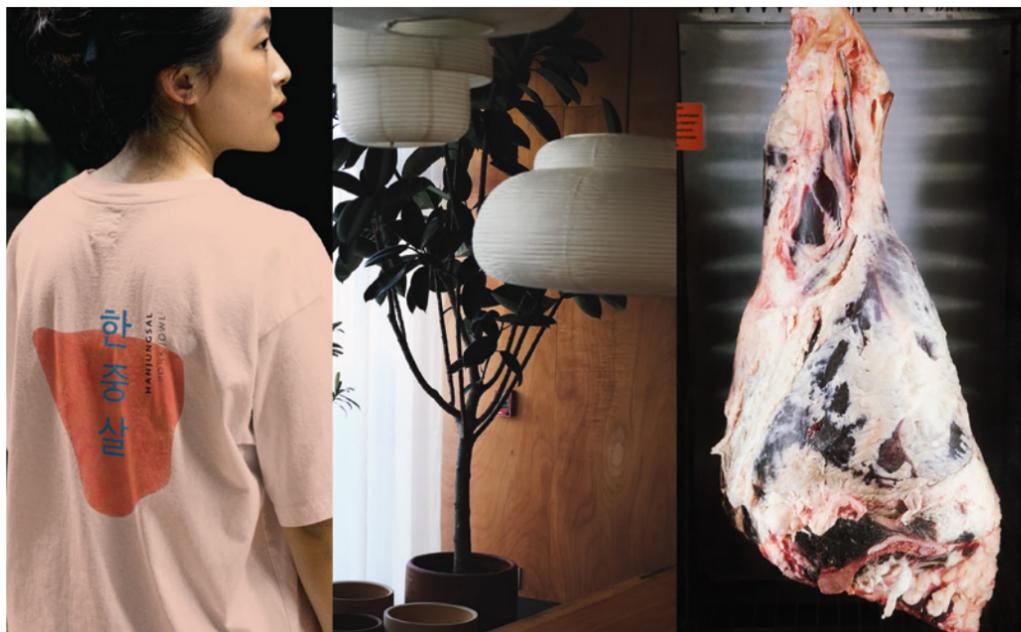
Design e direção criativa: Juliana Navarro, Rafaela Vinotti | Identidade verbal: Giovanna Marques | Motion design: Barbara Baraldi | Fotografia: Kari Young

### AUTORIA

WHY WE DESIGN

### CLIENTE

PETER CHO, SUN YON PARK



## KBW Corp.

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

A KBW Corp. atua em várias frentes, promovendo valores de diversidade, inclusão e responsabilidade social. Entre suas sub-marcas estão: KBW Sports: Conecta atletas talentosos a oportunidades, impulsiona o marketing esportivo e oferece conteúdo empolgante para fãs de esportes; KBW News: Fornece informações em tempo real com reportagens imparciais e análises para manter o público atualizado sobre eventos globais, esportivos e de entretenimento; KBW Academy: Focada no aprendizado e desenvolvimento pessoal através de intercâmbios, capacitando indivíduos a alcançar objetivos educacionais e profissionais na Coreia. A KBW Corp. é uma força inspiradora que molda o futuro com inovação, paixão e dedicação.

### FICHA TÉCNICA

Direção e design gráfico: Lotipa (Antonielle Felainne) | Design gráfico suporte: Alex Leandro | Motion Design: Dillan Motion | Direção e texto: Khaleby Gomes e Kim HS

### AUTORIA

LOTIPA

### CLIENTE

KHALEBY GOMES E KIM HS



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## Pôsteres Latinofuturistas

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

Responding to the call of the International Poster Competition (formerly Graphic Design Festival Scotland) and with the aim of developing an original project, we created a collection of posters with the overarching theme of Latinofuturism. This theme was chosen because it represents us as a collective distributed across Latin America and brings a provocative perspective to a European festival. Each team selected a different aspect of the theme, which explores a decolonial narrative valuing Latin culture and peoples. The result is seven series of posters, unified by the reversed America icon, inspired by the work of Uruguayan artist Joaquín Torres-García, all of which were submitted to the festival. The posters have been printed and are displayed in our workspaces.

### FICHA TÉCNICA

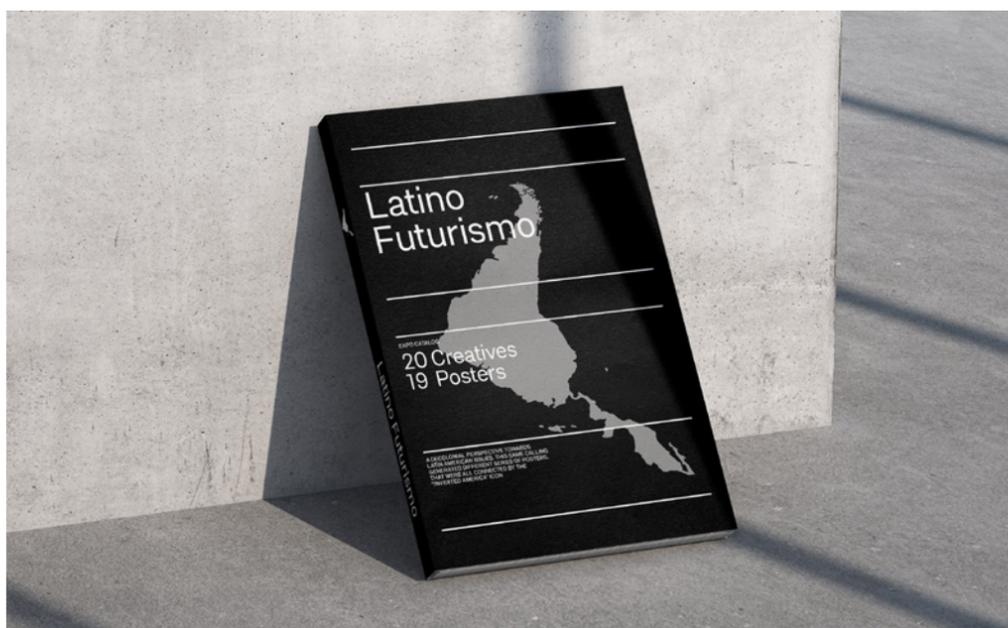
General Direction: Marcio Mota | Creative Direction: Luca Bacchiocchi, Cris Inoue, Louise Haas, Marcela Scheid | Project Leader: Luca Bacchiocchi | Designers and Copywriters: Alexandre Opipari, Carol Ohashi, Cris Inoue, Daniel Mundo, Erick Fugii, Gabi Locateli, Henrique Lucio, Juliana Coelho, Lívia Minazzi, Louise Haas, Luca Bacchiocchi, Marcela Scheid, Rapha Dutra, Ricardo Colombo, Rodrigo Gondim, Tauana Fernandes, Tiê Todão Coelho, Valentina Brenner, Will Girundi | Social Scientist: Tiago Cunha

### AUTORIA

Pharus Bright Design

### CLIENTE

Pharus Bright Design



## INTERNACIONALIZAÇÃO

DESIGNED IN BRAZIL



## Treevia Smart Forest

### DESCRIÇÃO DO PROJETO

The device is designed in the form of a capsule and made of polycarbonate, whose structure is divided into 2 modules: above, a stainless steel measuring tape with a rainwater leakage system, and below a waterproof module with the electronic components and the battery with a life of about 8 years. The compartments communicate with each other to collect data from the environment.

### FICHA TÉCNICA

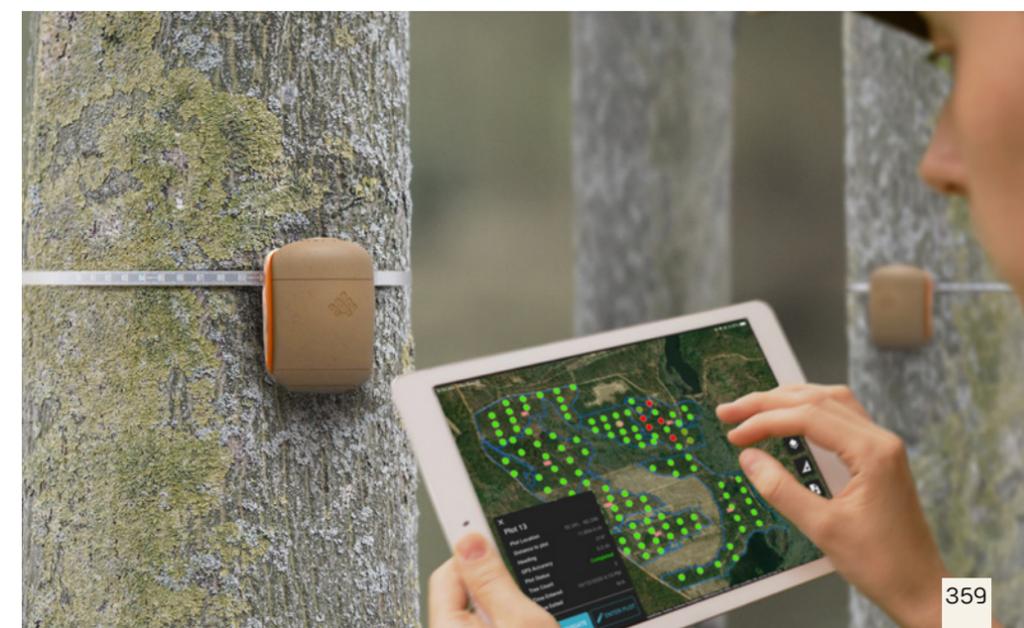
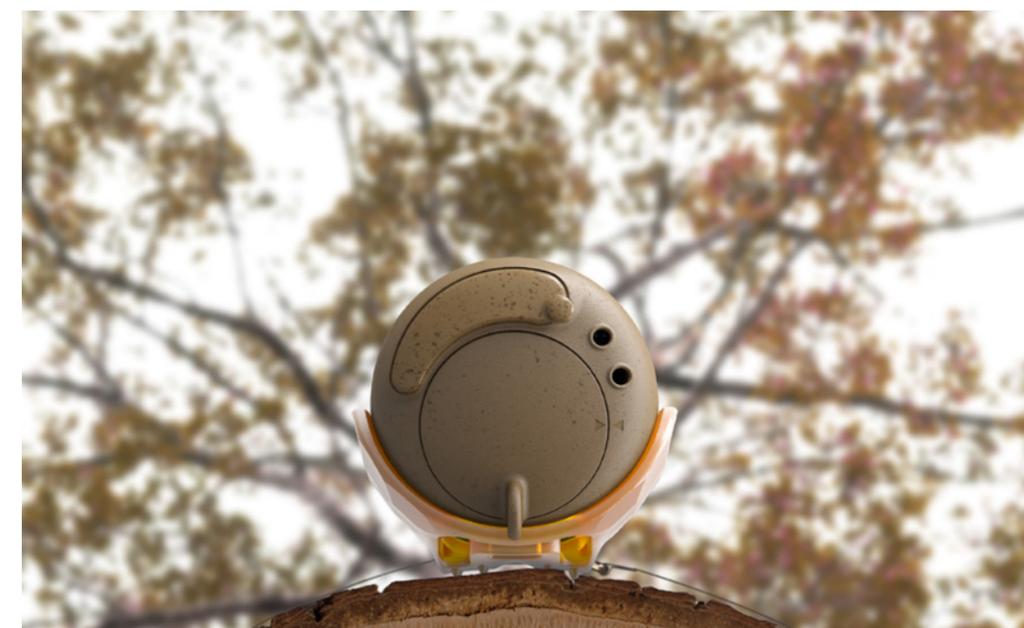
Target group: public sector/ government | Market region: South America/ North America/ Europe/ Africa | Project development time: 3 years | Product launch: 2024 | Price: 50 Euro annually/ device | Dimensions: 49,7 mm width x 64,6 mm height | Weight: 210 g | Battery life: 8 years

### AUTORIA

Victor Colhado Atelier

### CLIENTE

Treevia Forest Technologies





14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024

# ★ FICHA TÉCNICA ★ ★

## PRÊMIO BRASILEIRO DE DESIGN 2024

Giovanni Vannucchi – Diretor Geral BDA 2024

Gabriel Lopes – Presidente ABEDESIGN  
Larissa Denis Dallal – Gestão Executiva  
Bruno Garcia – Produção Executiva  
Diego Marques – Produção Executiva  
Tomas Guibu – Design e arte final  
Vanessa Queiroz – Direção de Conteúdo  
Gustavo Greco – Equipe Executiva  
Barbara Duavy – Produção  
Bruna Romero – Produção  
Rosana Brito – Produção  
Erick Blank – Audio e Vídeo  
Bendito Design – Identidade Visual

Rafael Nascimento – Tipografia principal  
Tipogra Fio – Tipografia secundária  
Colletivo Design – Cenografia  
Comus Eventos – Produção Geral  
Consoante – Identidade Sonora

Origem – Cobertura Sala Senac

Five Media – Transmissão ao vivo  
Mazurky – Produção Gráfica  
RM2 – Gráfica Parceira

## EQUIPE ABEDESIGN

Larissa Denis Dallal – Gestão Executiva  
Bruno Garcia – Criação e Comunicação  
Bruna Romero – Administrativo  
Rosana Brito – Administrativo / Financeiro

## DIRETORIA GESTÃO 2023-2025 – ABEDESIGN

Gabriel Lopes – Presidente  
Calebe Bezerra – Vice-Presidente  
Bárbara Duavy – Relacionamento e Comunidades  
Camilo Barros – Missões e Experiências

Gisela Schulzinger – Educação  
Karen Cesar – ESG  
Mario Rosa – Internacionalização  
Vanessa Queiroz – Comunicação e Conteúdo

## CONSELHO CONSULTIVO – ABEDESIGN

André Poppovic  
Calebe Bezerra  
Gabriel Lopes  
Gian Franco Rocchiccoli  
Giovanni Vannucchi  
Gustavo Gelli  
Gustavo Greco  
Luciano Deos  
Ludmila Oliveira

## PATROCÍNIO

Mazurky  
Empathy Company  
Apex Brasil

## APOIO EDUCACIONAL

Senac São Paulo

## APOIO

Abre - Associação Brasileira de Embalagem  
Apdesign  
CBD - Centro Brasil Design  
ADG Brasil  
Preta ADG  
Colletivo Design  
Licor 43  
Vinhos Suntana  
Maralto

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO DO CATÁLOGO

Estúdio Voador





14º Prêmio  
Brasileiro  
de Design  
2024



REALIZAÇÃO  
ABEDSIGN