15º Prêmio Brasileiro de Design

2025

transformar

colaborar

REALIZAÇÃO

ABEDESIGN

SUMÁRIO

PALAVRA DA PRESIDÊNCIA 04
PALAVRA DO DIRETOR 06
EQUIPE BDA|ABEDESIGN 08
PRESIDENTES DO JÚRI 12
JÚRI 14
HOMENAGEADOS 18
DESTAQUES DO ANO 22
BRANDING 28
CRAFT FOR DESIGN 52
DESIGN DE AMBIÊNTE 84
DESIGN DE EMBALAGEM 126
DESIGN DE IMPACTO SOCIAL 156
DESIGN DE PRODUTO 172
DESIGN DE SERVIÇO 204
DESIGN DIGITAL 215
DESIGN EDITORIAL 244
DESIGN FUTURO 282
DESIGN GRÁFICO 288
INTERNACIONALIZAÇÃO 348

REALIZAÇÃO

ABEDESIGN

APOIO EDUCACIONAL

Senac

APOIO

43 ORIGINAL · MARALTO · empathy Human of Things · CABEZA DE PIEDRA · COLLETIVO

ENTIDADES PARCEIRAS

ADGBrasil · CENTRO BRASIL DESIGN · ABRE ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA EMBALAGEM · ap:design

PATROCÍNIO

mazurky · apexBrasil · MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS · GOVERNO DO BRASIL DO LADO DO POVO BRASILEIRO

Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas · SÃO PAULO GOVERNO DO ESTADO

PALAVRA DO PRESIDENTE

Gabriel Lopes
PRESIDENTE ABEDESIGN

O Prêmio Brasil Design Award chega a sua 10ª edição. Conseguimos, a muitas mãos, fazer do BDA o prêmio mais abrangente (posso dizer importante também?) do país. Mas por que promover um prêmio em meio a uma pandemia e a um distanciamento social em dimensões sem precedentes? É histórico o poder do design como agente de superação de crises, tanto sociais quanto econômicas. E nunca tal representação gráfica e a maneira pela qual resolvemos problemas de grande complexidade foram tão importantes para que as marcas deixassem claro a que vieram: focadas no ser humano, sempre.

Além disso, prêmios estabelecem padrões criativos e ainda educam, inspiram e promovem o bom design. Aumentam a consciência das pessoas sobre a sua importância e unem uma comunidade em torno da meticulosidade de seu ofício. Empresas premiadas ganham visibilidade e constroem um mercado relevante.

Um time fulgente de profissionais assume a Presidência e dá voz e representatividade a cada uma das dez categorias do BDA, com a tarefa de escolher o melhor da produção nacional do último ano. A revisão do Regulamento por eles atualiza a busca por projetos consonantes com a nova realidade. Um processo de julgamento totalmente digital, atendendo ao novo formato do BDA nestes novos tempos.

PALAVRA DO DIRETOR

Giovanni Vannuchi
DIRETOR BDA 2025

Fico profundamente feliz que meu último ano como diretor-geral do BDA coincida com este momento tão especial: os 20 anos da ABEDESIGN e a 15ª edição do nosso Prêmio Brasileiro de Design. Celebrar essas duas marcas simultaneamente é testemunhar a força de uma trajetória construída com visão e compromisso.

Completar duas décadas é um feito notável para qualquer associação — e ainda mais para uma associação de design, em um mercado que se reinventou tantas vezes ao longo desses anos. Quando fundamos a ABEDESIGN, lá em 2005, já percebíamos que a profissão se transformava rapidamente. Por isso, entender a importância de criar uma entidade que desse voz não apenas aos profissionais, mas também às empresas que cresciam em número e maturidade, foi essencial. Era preciso estar à altura dos desafios que se anunciavam e, sobretudo, construir juntos um caminho possível para o futuro do design no Brasil.

O tema do BDA deste ano, **"Colaborar e transformar"**, traduz com sensibilidade a própria essência dessa evolução. O design deixou de ser, na maior parte das vezes, o trabalho solitário de um único designer para se tornar uma construção coletiva, feita por equipes diversas, multidisciplinares e complementares. Essa pluralidade de olhares é o que nos permite enfrentar problemas cada vez mais amplos, complexos e impactantes. E é também o que torna nossa profissão tão dinâmica e cada vez mais necessária.

E é justamente essa combinação entre **colaboração e transformação** que forma o DNA da ABEDESIGN. O trabalho voluntário de tantos designers, somado ao entusiasmo e dedicação da equipe que impulsiona a associação no dia a dia, fortalece a nossa missão de consolidar o design como uma atividade respeitada, abrangente e potente.

Celebrar este momento é reconhecer tudo o que já conquistamos — e também reafirmar nossa confiança no que ainda podemos construir e transformar juntos.

EQUIPE BDA / ABEDESIGN

Gabriel Lopes

Giovanni Vannucchi

Larissa Denis Dallal

Bruno Garcia

Rosana Brito

Bruna Romero

Vanessa Queiroz

PRESIDENTES DE JÚRI

Gustavo André
Presidente da categoria
Craft for Design BDA 2025

Gustavo Greco
Presidente da categoria
Design de Ambiente BDA 2025

Camila Chaves
Presidente da categoria
Design Digital BDA 2025

Dandara Almeida
Presidente da categoria
Design Editorial BDA 2025

Erica Ribeiro
Presidente da categoria
Design de Impacto Social BDA 2025

Leticia Castro
Presidente da categoria
Design de Produto BDA 2025

Luciana Bazanella
Presidente da categoria
Design Futuro BDA 2025

Luciana Pellegrino
Presidente da categoria
Design de Embalagem BDA 2025

Erico Fileno
Presidente da categoria
Design de Serviço BDA 2025

Fred Gelli
Presidente da categoria
Internacionalização BDA 2025

Gian Franco
Presidente da categoria
Destaques do Ano BDA 2025

Luis Matuto
Presidente da categoria
Design Gráfico BDA 2025

Rafael Rosseti
Presidente da categoria
Interatividade BDA 2025

Monica Rodrigues
Presidente da categoria
Branding BDA 2025

JÚRI

DESIGN DE AMBIENTE

Gustavo Greco
Allan Alves
Kelli Silva Smythe
Babi Monteiro
Lara Dias
Laura Penna
Leandro Stevam
Ludmilla Rossi
Luis Castellari
Rogerio Batagliesi
Michele Simões

DESIGN DIGITAL

Camila Chaves
Gabriela Fiori
Julia Masagão
Marcelo Lima
Marco Vincit
Rodrigo Alarcon
Tati Frambach
Camilo Barros
Barbara Villar
Otavio Burin

CRAFT FOR DESIGN

Gustavo André
Elio Silva
Tadeu Costa
Brunno Balco
Gabriela Paolla
Júlia Lago
Lorena Araújo
Maria Alvina
Pedro Mooniz
Thomas Cosin
Winny Tapajós
Kevelyn Silva de Oliveira

DESIGN DE PRODUTO

Letícia de Castro
Camila Fix
Valkiria Pedri
Mel Campos
Sergio Matos
Rodrigo Dangelo
Gustavo Chelles
Rafaela Giozza
Maria Cecilia Loschiavo

DESIGN EDITORIAL

Dandara Almeida
Iansã Negrão
Claudio Rocha
Sarah Stutz
Thais Klein
Renan Costa Lima
Júlia Custódio
Lia Cunha
Vilma vilarinho
Cecilia Consolo
Aline Valli

DESIGN DE EMBALAGEM

Luciana Pellegrino
Nivaldo Fernandes de Oliveira
Ana Pontes
Ricardo Sastre
Marcos Palhares
Adriana Akatuka
Leonardo Boulos
Paula Cotta
Fabio Mestriner
Aldiane Lima
Hugo Freitas

DESIGN DE SERVIÇO

Érico Fileno
Gisele Raulik Murphy
Leandro Sanchéz
Luis Alt
Paula Macedo
Pietra Ranucci
Renata Hinnig
Ana Brum
Milena Mariano

DESIGN FUTURO

Luciana Bazanella
Patricia Carneiro
Jader Rosa
César Paz
Tiago Trindade
Carlo Franzato
Carla Link
Patrícia Travassos
Vanessa Queiroz

DESIGN GRÁFICO

Luis Matuto
Alexandre Fonseca
Giovanni Castelucci
Jackson Peixer
Elisa von Randow
Marina Bigardi
Paula Cruz
Lucas D'Ascenção
Ericson Straub
Felipe Goes
Joaquim Francisco Cordeiro Neto (Chico Neto)
Artêmio Neto
Thais Hamer
Verena Tatiana
Patricia Watson

INTERNACIONALIZAÇÃO

Fred Gelli
Hoon Lee
Aidee Rodriguez
Claudia Boggio
Muriel Schildknecht
Nuno Alves
Rafa Florian
Wustavo Quiroga
Karina Rodriguez
Francisco Providencia

DESTAQUES DO ANO

Gian Franco Rocchicioli
Gisela Schulzinger
André Popovic
Levi Girardi
Regys Lima
Luis Bartolomei
Titha Kraemer
Bel Andrade Lima
Rebeca Prado
Roberta Freitas

IMPACTO SOCIAL

Érica Ribeiro de Andrade
Tamires Lima
Carla Piaggio
Auá Mendes
Berna Magalhães
Rosi Pichler
Ivo Pons
Júlia Webber
Karen Cesar
Jaqueline Fernandes
Julio Andery
Ludmila Oliveira

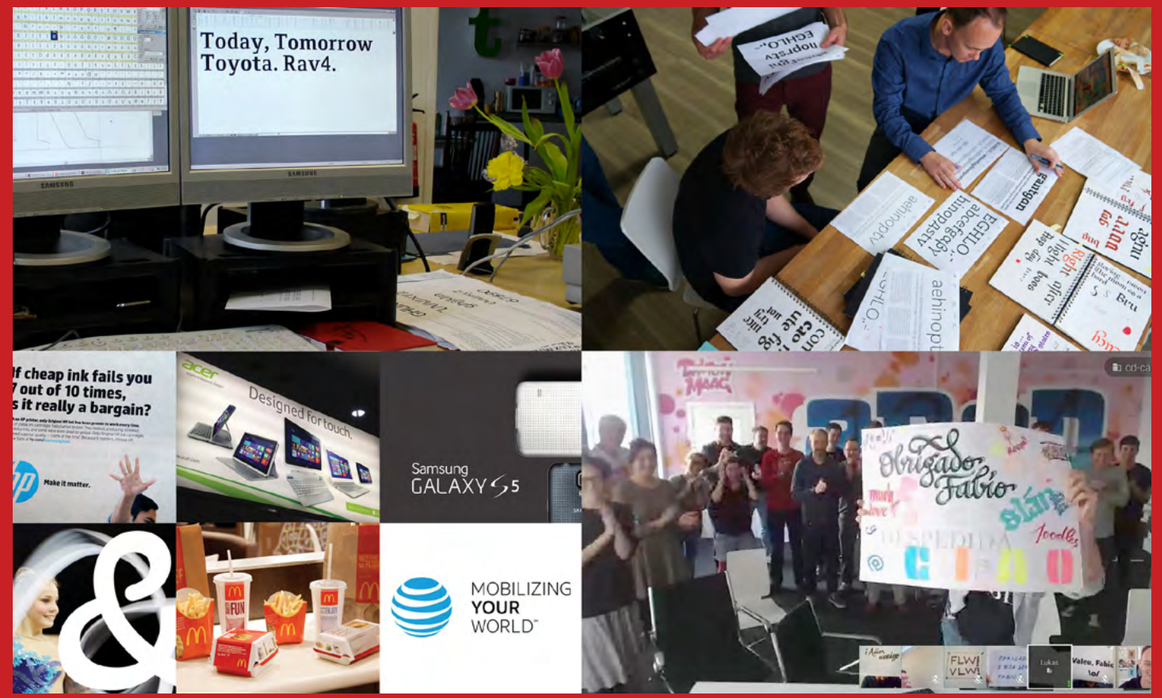
INTERATIVIDADE

Rafael Rossetti
Débora Machado
Luis Fernando dos Santos
Fabiana Raulino
Reinaldo Ramos
Luciano de Souza
Missila Cardozo
Eduardo Moreno
Fabio Couto

BRANDING

Monica Rodrigues
Luana Lisboa
Mayane Cristina
Gabriel Kalani
Luiza Vidal
Rafaela Cardoso
Raimundo Britto
Renato Figueiredo
Mirela Guidotti
Mayra Lins
Patrícia Macedo
Roberta Colleta
Ronald Kapaz

DESTAQUES DO ANO



GRANDPRIX

DESTAQUES DO ANO

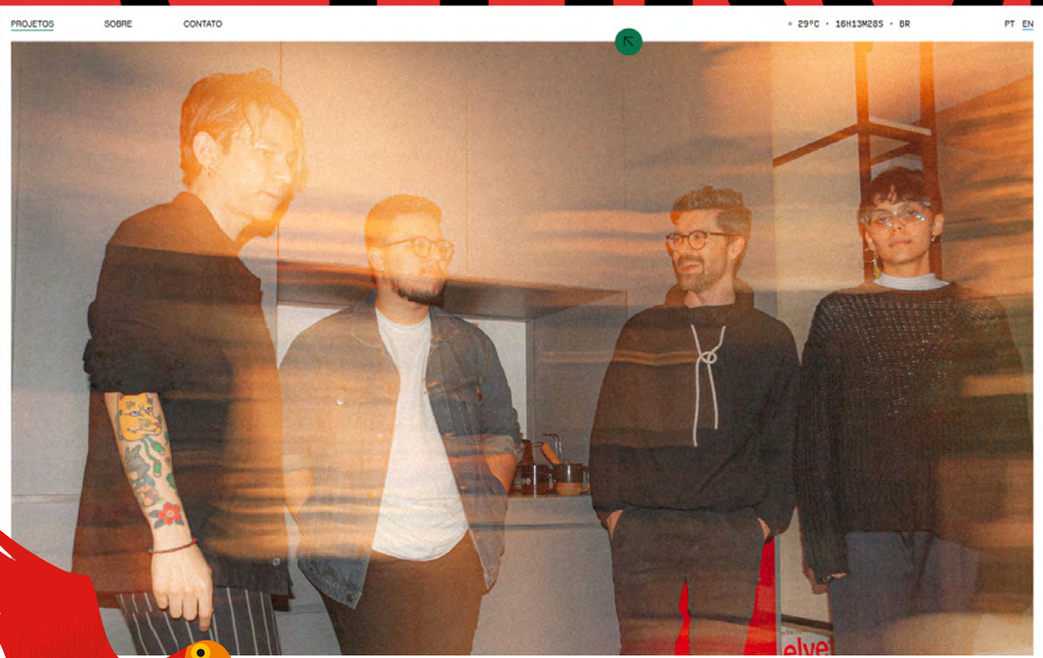
Fabio Haag

Fabio Haag acredita que tipografias são como relógios — há uma tensão delicada entre forma e função. Haag potencializa identidades através de tipografias que servem propósitos estratégicos, não apenas estéticos. Após quase 10 anos na Dalton Maag, onde trabalhou para Toyota, McDonalds, Amazon, AT&T e Rio 2016, fundou seu estúdio com uma cultura forte ancorada em empatia, colaboração, busca pela perfeição e autonomia com responsabilidade. Foi destaque no Eye On Design da AIGA, 99U/Adobe, no livro “The 100 Best Typefaces Ever”, nas revistas alemã Page, espanhola Gráffica e a brasileira ComputerArts. Já palestrou em dezenas de eventos de design e também na Transform Conferece, em NYC. Foi professor titular da Perestroika e convidado da Unicamp, ESDI, PUC, ESPM e Unisinos, entre outros.

FICHA-TÉCNICA
Fabio Haag

AUTORIA
Fabio Haag

Petrikor



GRANDPRIX

DESTAQUES DO ANO

Petrikór

Somos a Petrikór, um estúdio de branding de Londrina, uma cidade jovem e fora do eixo financeiro do Brasil. Criamos marcas que tocam o coração. Para nós, bom design é aquele que provoca, que tem personalidade e uma pitada de estranheza. O mundo já está cheio de marcas comuns; nosso trabalho é não adicionar mais uma. Vemos o design como disciplina transversal, aplicada a todas as camadas do negócio, com o objetivo de criar experiências coesas e de alto valor. Acreditamos no futuro do branding nos pequenos estúdios, onde o designer é o agente que conecta todas as pontas.

FICHA-TÉCNICA
Time: Gabriel Macohin Paulo Doi
Rafael Alves Fernanda Lima

AUTORIA
Petrikór

BRANDING

Tial assume o frutagonismo e traz a fruta para o centro da conversa

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Tial é o primeiro suco sem conservantes do Brasil. E com um legado enraizado na cultura brasileira, a marca passou por um reposicionamento para se reconectar à sua essência. O novo tom de voz assume o frutagonismo e traz a fruta para o centro da conversa, mergulhando em ditados, frases e expressões populares para criar um jeito descontraído, leve e bastante brasileiro de falar. Uma marca que tira suco da conversa e mostra com quantos limões se faz uma limonada: o verdadeiro puro suco do Brasil.

FICHA-TÉCNICA
DIREÇÃO CRIATIVA: Breno Pineschi e Rafael Cazes HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE PLANEJAMENTO: Felipe Teobaldo HEAD DE COMUNICAÇÃO: Gabriela Barbosa GESTÃO DE PROJETOS: Isaac Alves GERENTE DE PRODUÇÃO: Sandessa Knaus DESIGNERS: Gianlucca Segato, Jessica Almeida, Hermes Miranda, Glaiton Tatsch, Nicole Morim, Lucca Pineschi, Alexei Potemkin REDATOR: Vinicius Cambruzzi TIPOGRAFIA: Cyla Costa ARTE FINALIZAÇÃO: Bruno Longhi ILUSTRAÇÃO 3D: Pedro Lambuja, Gustavo Schinner

AUTORIA
HardCuore

CLIENTE
Tial

Natura Naturé

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A linha Natura Naturé ganhou um novo tom de voz inspirado pelo conceito “Vem brincar na natureza!”. Nossa ideia foi desenvolver uma linguagem verbal que traduzisse a infância como território de encantamento e liberdade, valorizando o brincar como experiência formadora. Esse tom equilibra ludicidade e afeto: fala diretamente com crianças de forma divertida e musical, ao mesmo tempo em que dialoga com os adultos por meio da memória afetiva. Original e inspirador, o tom se ancora na oralidade das brincadeiras e na espontaneidade do universo infantil, criando proximidade, emoção e identificação imediata.

FICHA-TÉCNICA
Direção Geral: Marcio Mota Direção Criativa Design: Luca Bacchiocchi Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô Redação: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Catharina Rocha Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Rodrigo Gondim, Bianca Victorino, Carol Ohashi, Will Girundi, Namie Arakawa, Heitor Gois, Thayna Brito, Alexandre Opipari, Julia Gontier; Videocase: Arthur Moura Coordenação de inscrição: Rapha Dutra

AUTORIA
Pharus Bright Design

CLIENTE
Natura

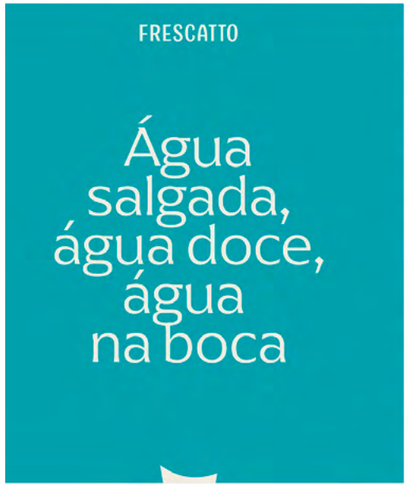
A vida é mais pescados

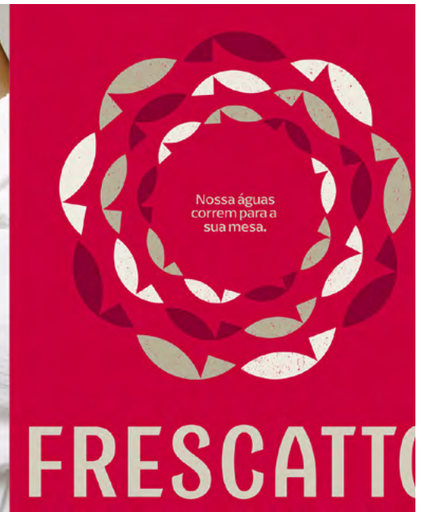
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Frescatto, com quase 80 anos de tradição em pescados, precisava construir não apenas uma marca, mas também uma voz capaz de traduzir sua essência. Em um mercado commoditizado, onde 86% dos consumidores não associam pescados a nenhuma marca, o desafio foi criar uma linguagem proprietária que gerasse identificação. Um tom de voz desbravador, especialista, sofisticado e carismático, capaz de aproximar os pescados da rotina dos brasileiros e transformar o consumo em uma experiência de sabor, saúde e inspiração.

FICHA-TÉCNICA
ANA COUTO–CEO, ERIKA PINHEIRO –Sócia Dir. Marca,DANILO JESUS-Atendimento, ISABELLA HERDY-Gte Estratégia, ROBERTA AMORIM e FAEL FERREIRA BORGES – Estrategista,RAFAEL TORRES – Sócio-Dir. Design, THALLES FERREIRA E JOÃO COSTA – Designer Gráfico, MARCELA BOMFIN-Conteúdo,UBIRATÃ OLIVEIRA-Artefinalista, CECILIA LOMBARDI – Gerente Design de Serviço, NATHALIA BERTOZZI–UX Design, BRUNA SAVINO – Gerente Design de Produto,MURYEL BOMFIM E PEDRO AVELLAN– Designer de Produto, RODRIGO SCHERRER-Gte de Pesquisa

AUTORIA
anacouto

CLIENTE
FRESCATTO





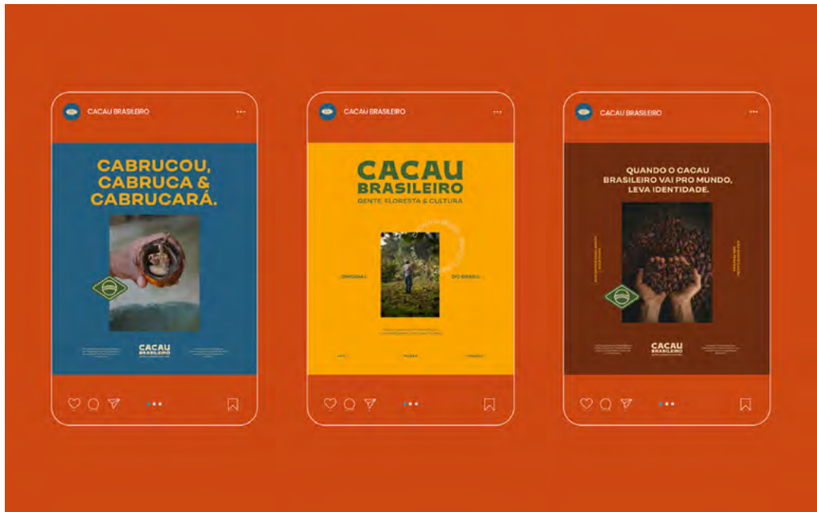
A voz do Cacau Brasileiro

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Fazer o Cacau Brasileiro falar e, na sua voz, levar a nossa identidade. Começa no próprio nome, descritivo e territorial, continua na tagline “Gente, Floresta e Cultura”, que destaca o caráter coletivo do cultivo, e cresce na expressão verbal, que entrega tanto o tom confiável para a comunicação em congressos internacionais, quanto calor e a poesia de um produto enraizado na história do Brasil, capaz de transformar histórias, famílias e comunidades.

FICHA-TÉCNICA
Direção Geral: Bruno Brito (Arado) Direção Criativa: Luís Matuto (Arado) Designers: Lara Gomes, Douglas Jacinto, Beatriz Lago. Narrativa e Voz - Renata Monteiro (Criatexto) Pesquisa - Lia Krucken Gerente de Projeto: Larissa Prado

AUTORIA
Criatexto

CLIENTE
Cacau Brasileiro



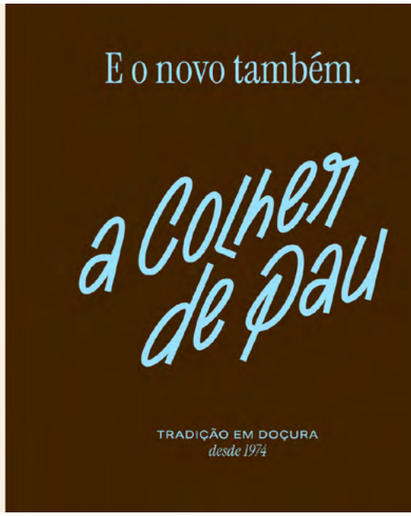
Guri - A voz de muitas vozes

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O Guri é um programa de educação musical e inclusão sociocultural do Governo do Estado de São Paulo e da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado. Desde a sua fundação, em 1995, já atendeu mais de 1 milhão de jovens, promovendo o desenvolvimento humano por meio da música e da cultura.

FICHA-TÉCNICA
Voz e Posicionamento: Renata Monteiro (Criatexto) Design: Papanapa Diretor de Criação: Gustavo Garcia Líder de Projeto: Cássia Freire, Gustavo Kone, Lucas Rodriges, Luana Cordeiro Motion: Gustavo Kone Fotos: Guri (divulgação) Guri: Juliana Azevedo, Monica Toyota, Nathalia Sousa, Paulo Zuben Renata Franco

AUTORIA
Criatexto e Papanapa

CLIENTE
Guri - Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo



A Colher De Pau: rebranding com gosto de quero mais

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Uma das confeitarias mais tradicionais do Rio de Janeiro, A Colher de Pau ocupa um lugar especial no coração dos cariocas. Com mais de 50 anos de história no Leblon, a marca vive um novo momento de expansão e renovação criativa. O desafio foi criar uma linguagem proprietária capaz de dialogar com seu público fiel e, ao mesmo tempo, conquistar novas gerações de apaixonados por doce. A nova identidade verbal traduz acolhimento, boemia e indulgência, com expressões carregadas de afeto e sabor de quero mais.

FICHA-TÉCNICA
DIREÇÃO CRIATIVA: Breno Pineschi e Rafael Cazes HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE COMUNICAÇÃO: Gabriela Barbosa HEAD DE PLANEJAMENTO: Felipe Teobaldo GERENTE DE PROJETOS: Maria Clara Rigon GERENTE DE PRODUÇÃO: Sandessa Knaus DESIGNERS: Carolina Costa, Josué Delazeri REDATOR: Vinicius Cambruzzi CONTEÚDO/ MÍDIA: Talita Barcelos MOTION DESIGN: Alex Rezende ILUSTRAÇÃO: Cadu Blanco FOTOGRAFIA: Bruno Machado TRATAMENTO: André Kawa

AUTORIA
HardCuore

CLIENTE
A Colher de Pau

BRANDING
VOZ

Instituto Somos – A voz que mobiliza a educação brasileira

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O que separa milhões de jovens brasileiros de seus sonhos não é a falta de vontade, mas o abismo da desigualdade educacional. O Instituto Somos nasceu para mudar essa realidade e democratizar o acesso à educação de qualidade, valorizando o educador, engajando a sociedade e promovendo ações que contribuem para a criação de políticas educacionais mais efetivas. Criamos um tom de voz que, mais do que comunicar, se transforma em um movimento vivo: uma voz ativa, empoderada e mobilizadora, capaz de ecoar como expressão de impacto social e promover mudanças reais. Uma linguagem que sempre evoca o coletivo, afinal está na nossa essência de marca “Somos a força que impulsiona a educação” uma voz que convida para a ação e reforça o papel do Instituto como articulador de uma rede de transformação

FICHA-TÉCNICA
Luis Castellari - Diretor de Estratégia Felipe Castellari - Diretor de Criação Victoria Costa - Expressão Verbal Débora Rodrigues - Executiva de Contas Alexandre Avelino - Designer Vinicius Chaim - Designer

AUTORIA
Keenwork Agency

CLIENTE
Somos Sistemas de Ensino

BRANDING
VOZ

Cimed K-med - Voz da marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO
K-MED é referência em lubrificantes íntimos. A marca expandiu seu portfólio para incluir produtos que englobam o universo sexual, como toys. Nosso desafio foi reposicionar a marca de forma autêntica e inovadora. Assim, a K-MED passou a fazer parte de toda a jornada dos consumidores, alinhando-se às tendências e desejos atuais.

FICHA-TÉCNICA
Direção criativa: Betina Cupello, Mariane Rodrigues Design: Bruna Padula, João Santos, Yara Santos Estratégia: Lara Felix, Ralph Uehara, Renata Rodrigues Motion Design: João Santos Imagem: Diego Righi Redação: Kika Mateos

AUTORIA
Team Creatif

CLIENTE
Cimed

Late Cafeteria

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Late é uma identidade visual desenvolvida para uma cafeteria fictícia que une café e cães vira-latas resgatados em Botafogo, no Rio de Janeiro. O projeto parte da dualidade entre caos e conforto para propor uma marca afetiva e engajada, que provoca conexões entre pessoas e animais enquanto estimula pequenas ações de voluntariado. A identidade visual celebra a cultura carioca e a estética do vira-lata com humor, autenticidade e um sistema gráfico que abraça a multiplicidade, negando a ideia de uma marca com uma só personalidade. Ao propor um design brasileiro, sensorial e emocional, o projeto se destaca por usar o branding como ferramenta de impacto social real.

FICHA-TÉCNICA
Anna Beatriz Rocha, Fernanda Carvalho, Marina Fasciotti, Verônica Mattos | Disciplina: TCC PGD III | Orientação: Paulo Reis

AUTORIA
Anna Beatriz Rocha, Fernanda Carvalho, Marina Fasciotti e Verônica Mattos

A VOZ DE DUQUESA REPRESENTATIVIDADE E VISIBILIDADE DAS MULHERES NEGRAS NO HIP HOP BRASILEIRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Com o crescimento da cultura de rua no Brasil, gêneros como rap, funk e trap se expandem, e o debate sobre o espaço das mulheres no rap nacional ganha força, marcado por baixa visibilidade e objetificação. A rapper Duquesa se destaca por seu protesto agressivo contra essa vertente. Com base em pesquisa aprofundada sobre rap feminino, feminismo negro e identidade cultural, o PGD desenvolveu o branding, a identidade de marca e a criação de uma extensão de marca, incluindo o projeto das joias de Duquesa, desenvolvidos para enaltecer as mulheres da cena por meio da beleza e do poder. O branding potencializa o impacto artístico e social, fortalecendo sua imagem, conectando estética, narrativa e propósito, rompendo estereótipos e inspirando suas ouvintes a ocuparem espaços de protagonismo.

FICHA-TÉCNICA
Trabalho desenvolvido por Gloria Cristina Machado e Silva, jessica Hradec Fernandes dos Santos, Julia de Melo Claro orientadas pelos professores Guilherme Mirage Umeda e Marise de Chirico no PGDII

AUTORIA
Glória Cristina Machado e Silva, Jessica Hradec Fernandes dos Santos e Julia de Melo Claro

Chisme

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O Chisme é um festival de música realizado em Porto Alegre que conecta as identidades latino-americanas do extremo sul. Seu naming foi desenvolvido a partir de uma pesquisa cultural na fronteira entre Brasil e Uruguai, onde a palavra “chisme” (do espanhol, fofoca) é usada para designar causo ou conversa do cotidiano. Ao adotar o termo, o festival transforma um signo popular em manifesto: celebrar a oralidade e a circulação de histórias como motores culturais. O nome é curto, sonoro e enraizado no território fronteiriço. Com identidade inspirada no pampa, o projeto cria um sistema de branding onde o nome não apenas identifica, mas personifica a experiência. Chisme é um naming vivo, culturalmente conectado e original: um exemplo de design verbal que converte linguagem em comunidade.

FICHA-TÉCNICA
Diretor de Negócios: João Victor Castiel
Diretor Criativo: Giovani Bonin-Barbieri
Diretor de Cultura: Zé Victor Castiel Diretor de Produção: Bruno Melo Design: Emanuel Barros Marketing: Isadora Osório Inteligência e Gestão: Raíza Vieira Gestão de Projeto: Juliana Brondani Produção Executiva: Bruna Anele Arquitetura: Gloria Uchasky

AUTORIA
Gana&Voga

CLIENTE
Chisme Festival

Natura Naturé Colônias

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Inspirados pelo conceito “Vem brincar na natureza!”, criamos os novos nomes das colônias da linha Natura Naturé. A ideia foi traduzir o brincar como experiência essencial para o desenvolvimento integral da criança, resgatando também a memória afetiva dos adultos. Assim, a natureza surge como cenário de brincadeiras livres e criativas, e os nomes evocam jogos populares da infância — Pula Pula, Corre Corre, Pula Corda, Esconde Esconde e Pique Pega. A originalidade está em transformar essas brincadeiras em identidade verbal, conectando ludicidade, musicalidade e afeto de forma simples e memorável.

FICHA-TÉCNICA
Direção Geral: Marcio Mota Direção Criativa Design: Luca Bacchiocchi Direção Criativa Conteúdo e Verbal: Vivi Kanô Redação: Vivi Kanô, Gabi Locatelli, Catharina Rocha Design: Luca Bacchiocchi, Erick Fugii, Rodrigo Gondim, Bianca Victorino, Carol Ohashi, Will Girundi, Namie Arakawa, Heitor Gois, Thayna Brito, Alexandre Opipari, Julia Gontier; Videocase: Arthur Moura Coordenação de inscrição: Rapha Dutra

AUTORIA
Pharus Bright Design

CLIENTE
Natura

SWITCH

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Chegou a hora de Switch. O convite para trocar os energéticos convencionais e seus malefícios por um energético 100% natural que energiza mente e corpo por longas horas enquanto potencializa foco, concentração e memória. Assim como o efeito do produto, o nome é direto e claro. Memorável e cheio de significado, Switch sintetiza em uma única palavra o propósito da marca: provocar a mudança de estado mental e inspirar uma transição de comportamento do convencional para o funcional. Para além, a palavra foi escolhida também pela sua sonoridade remeter no final ao estalo de uma lata abrindo, marcando o instante exato da transformação.

FICHA-TÉCNICA
Direção de Criação: Isabela Rodrigues
Design: Arthur Martin Redação: Júlia Rebelo
Atendimento: Bruna Martins

AUTORIA
Sweety & Co.

CLIENTE
Switch

Mãos e Demãos | Somauma | Design Week 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Naming desenvolvido para a mostra artística da Somauma na Design Week 2025. A incorporadora, especializada em retrofit no centro de São Paulo, ocupou os 9 andares do Edifício Tebas com um projeto que integra diversos saberes e temas urbanos. O nome sintetiza três eixos conceituais: a convivência de temporalidades - cidade como palimpsesto, a manualidade do arquiteto Tebas e a relação com o universo das tintas de Suvinil — parceira do projeto neste ano. Dar protagonismo ao Tebas, figura marginalizada pela narrativa dominante, é uma busca não só por articular gestos construtivos às camadas de tempo, mas também por revelar novas perspectivas sobre o que foi ignorado, resultando em uma visão de cidade como organismo vivo.

FICHA-TÉCNICA
Direção criativa: Natália de Andrade
Direção Estratégica: Mayra Lins Pesquisa e posicionamento: Edna Marques Design Espacial: Natália de Andrade Design: Artemio Neto Assistente de arte: Vitor Teixeira Tipografia: Dan Schunck Gerenciamento do projeto: Beatriz Costa Líder de conta: Sabrina Silveira Líder de Operações: Mariana Tritapepe Relacionamento: Vanessa Queiroz Vídeocase: Victor Marcello

AUTORIA
Colletivo

CLIENTE
Somauma

BRANDING

NAMING

Queira agroecologia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Queira Agroecologia é uma marca que nasceu do rebrand da "Quinta da Mantiqueira". Uma marca que nasceu de uma ideia "pequena", uma "quinta". Embora assim como uma semente que, mesmo pequenina, concentra um propósito muito importante para o mundo. Não se trata do tamanho, mas da capacidade de disseminar um ideário próprio: a agroecologia. O negócio é múltiplo: cestas de frutas, hortaliças, ovos, geleias, cafés especiais, turismo e educação agroecológica. Nosso principal desafio foi construir uma marca capaz de demonstrar sua integração e diferenciação dentro de um propósito transversal.

FICHA-TÉCNICA

Direção de planejamento e narrativa: Rafael Todeschini Direção de criação e identidade: Erika Martins Assistente estratégia e redação: Nanda Félix

AUTORIA

OBLÍQUO

CLIENTE

Queira agroecologia

BRANDING

NAMING

Sociedade Canina – Naming

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Seu cachorro deveria comer apenas comida de verdade. Sem segredos, sem conservantes, feita com ingredientes naturais e temperos de verdade. A Sociedade Canina nasceu desse propósito inquestionável, e nosso papel foi dar forma a essa visão através do design. Foi um daqueles trabalhos em que colocamos tudo o que temos: posicionamento, naming, identidade, UI & UX, ilustração, fotografia, animação, embalagens e produtos. O diferencial é que não criamos apenas uma marca, mas uma sociedade: um lugar de pertencimento, leveza e orgulho para quem cuida de cães. Com uma pitada de estranheza, buscamos surpreender em cada detalhe, misturamos tipografia sóbria com ilustrações enigmáticas, fotografia crua com narrativa divertida. O resultado é uma marca que foge da fórmula e respira autenticidade.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia, Nome e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi UI & UX – Gabriel Macohin Fotografia – Jota Oshiro Food Styling – Nicole Khouri, Guilherme Lima Programação – Yan Hülsebusch

AUTORIA

Petrikór

CLIENTE

Sociedade Canina

BRANDING

NAMING

Wigow

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com pelo e apelo emocional, Wigow chegou para marcar território como a nova geração de suplementos para pets. Criada para quem enxerga o pet como parte da família, a marca precisava comunicar afeto e performance, rompendo com o apelo farmacêutico da concorrência. Por isso, o nome nasce da linguagem canina de amor e contentamento: o abanar de rabo (wiggle). Estilizado para soar mais amigável e fácil de ler, Wigow também remete foneticamente a “we go”, evocando energia e movimento. Assim, unindo emoção e desempenho, como o produto pedia. Além de ressoar com os tutores, Wigow também conversa com os pets. Sua estrutura curta de duas sílabas e os sons alongados de vogais (“ou”) potencializam a associação sonora canina, permitindo que o suplemento seja reconhecido e celebrado até pelo pet.

FICHA-TÉCNICA

Direção de Criação: Isabela Rodrigues
Redação: Júlia Rebelo Design: Arthur Martin
Atendimento: Larissa Trindade

AUTORIA

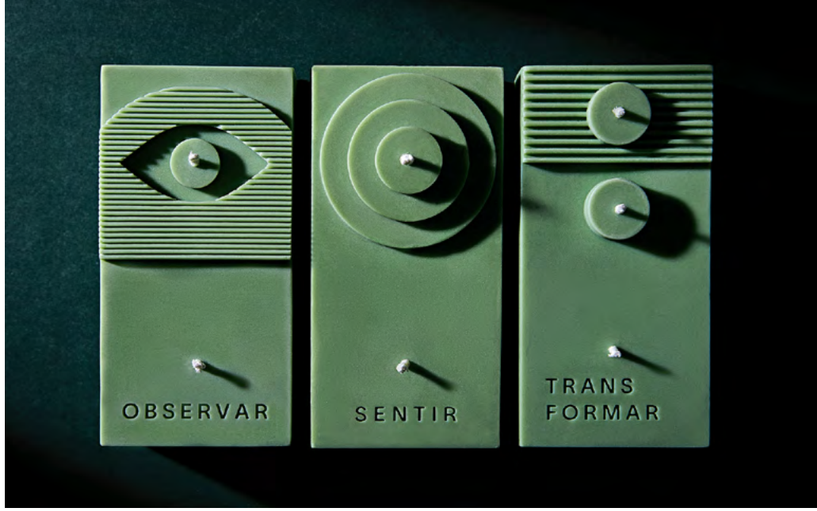
Sweety & Co.

CLIENTE

Adventures Inc.

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)



ÓST - Um convite a olhar de novo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ÓST é uma galeria capixaba de design, arte e decoração, especializada em velas-esculturas. A marca nasceu em 2024 do desejo das fundadoras de criar produtos autorais e sofisticado, valorizado a mão de obra local.

FICHA-TÉCNICA

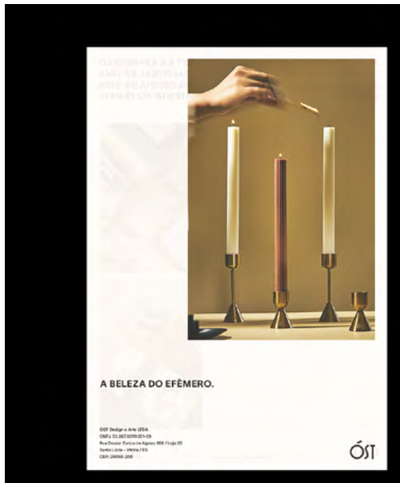
Posicionamento e Identidade Verbal: Renata Monteiro (Criatexto) Logotipo, Embalagem e Identidade Visual: Gustavo da Mata (Estúdio Capim) Clientes: Laina Nemer e Janaína Pimentel Fotografia: Jota Oshiro

AUTORIA

Criatexto e Capim

CLIENTE

ÓST



BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Isa Silva | Reposicionamento de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Reposicionamento da marca Isa Silva para ampliar a presença da marca no mercado global, mantendo sua essência ligada à ancestralidade, ao afeto e à sofisticação artesanal. Tendo como ponto de partida a celebração dos 10 anos da marca e a transição da estilista nesse processo, o trabalho contou com uma imersão na visão de futuro, público e mercado da marca, resultando na definição do DNA da marca (propósito, diferenciais e essência) e na construção de uma narrativa de posicionamento clara e escalável, inspirada na potência simbólica do sol. Foram desenvolvidos também personalidade, tom de voz, manifesto e identidade visual, criando uma expressão coesa que traduz raízes culturais em linguagem contemporânea e internacional.

FICHA-TÉCNICA

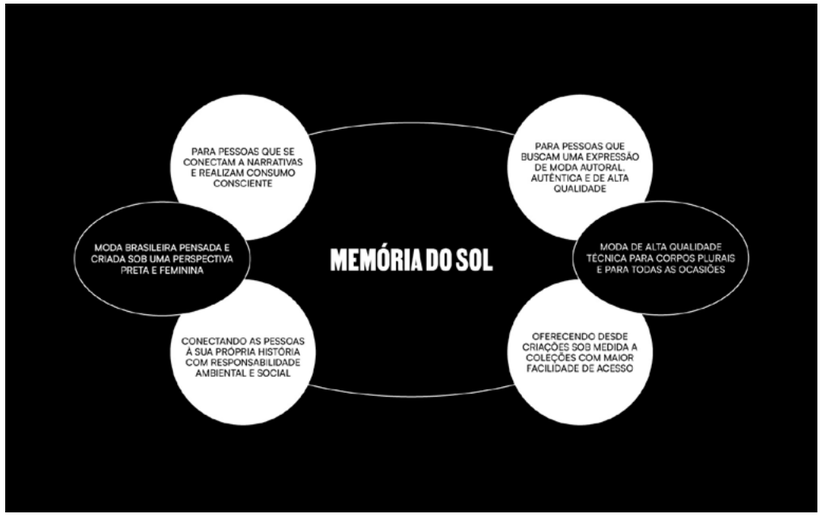
Novos negócios: Vanessa Queiroz Atendimento: Sabrina Silveira Gerenciamento do projeto: Beatriz Costa Líder de Operações: Marianna Tritapepe Direção criativa: Mayra Lins Conceito e estratégia: Edna Marques e Natália Zonta Redação: Natália Zonta Direção de arte: Artêmio Neto Tipografia: Dan Schunck Assistente de arte: Kel Oliveira e Luiza Whately

AUTORIA

Colletivo

CLIENTE

Isa Silva



BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Adênia – Estratégia de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Adênia, conhecida por “Moça do marketing da Aff The Hype” ou pela fala “Eu vou escutar K-Pop porque eu sou jovem” (que marcou a guerra Millenials x Gen z em 2021), nasceu como uma porta-voz do seu idealizador, Matheus, para sua papelaria, Aff The Hype. Nos últimos 4 anos ela se tornou muito mais que um braço da Aff: uma influencer digital. Juntando-se a campanhas de grandes marcas como Itaú e Maggi, ao lado de nomes como Fernanda Torres e Leslie Baker, seu crescimento borrou as linhas entre Adênia e Aff The Hype. É aqui que entra nosso papel no projeto. Trabalhamos para consolidar o que é a Adênia, em um projeto que brilha em identidade, personalidade e o carinho de toda uma geração.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi Fotografia – Jota Oshiro

AUTORIA

Petrikór

CLIENTE

Aff The Hype

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Sociedade Canina – Estratégia de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Seu cachorro deveria comer apenas comida de verdade. Sem segredos, sem conservantes, feita com ingredientes naturais e temperos de verdade. A Sociedade Canina nasceu desse propósito inquestionável, e nosso papel foi dar forma a essa visão através do design. Foi um daqueles trabalhos em que colocamos tudo o que temos: posicionamento, naming, identidade, UI & UX, ilustração, fotografia, animação, embalagens e produtos. O diferencial é que não criamos apenas uma marca, mas uma sociedade: um lugar de pertencimento, leveza e orgulho para quem cuida de cães. Com uma pitada de estranheza, buscamos surpreender em cada detalhe, misturamos tipografia sóbria com ilustrações enigmáticas, fotografia crua com narrativa divertida. O resultado é uma marca que foge da fórmula e respira autenticidade.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia, Nome e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi UI & UX – Gabriel Macohin Fotografia – Jota Oshiro Food Styling – Nicole Khouri, Guilherme Lima Programação – Yan Hülsebusch

AUTORIA

Petrikór

CLIENTE

Sociedade Canina

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Queira agroecologia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Queira Agroecologia é uma marca que nasceu do rebrand da "Quinta da Mantiqueira". Uma marca que nasceu de uma ideia "pequena", uma "quinta". Embora assim como uma semente que, mesmo pequenina, concentra um propósito muito importante para o mundo. Não se trata do tamanho, mas da capacidade de disseminar um ideário próprio: a agroecologia. O negócio é múltiplo: cestas de frutas, hortaliças, ovos, geleias, cafés especiais, turismo e educação agroecológica. Nosso principal desafio foi construir uma marca capaz de demonstrar sua integração e diferenciação dentro de um propósito transversal.

FICHA-TÉCNICA

Direção de planejamento e narrativa: Rafael Todeschini Direção de criação e identidade: Erika Martins Assistente estratégia e redação: Nanda Félix

AUTORIA

OBLÍQUO

CLIENTE

Queira agroecologia

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Rebranding Phebo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2024, a Phebo passou por um processo de rebranding, tendo como principais objetivos resgatar as raízes culturais paraenses, destacar a riqueza da natureza exuberante da Amazônia, presente nos seus produtos, e ativar a memória afetiva do seu público. Para isso, foi realizado um longo processo de pesquisa, que culminou com uma viagem de imersão à cidade de Belém do Pará. O grande desafio da equipe de criação foi transformar bens intangíveis, como danças, artes, dialetos e histórias em embalagens igualmente impactantes e ricas em detalhes. Mais uma vez, a tradição uniu-se à inovação. Os traços artesanais dos artistas locais foram absorvidos sob a ótica de um design mais arrojado e transformados em um produto rico em detalhes impactantes e com fragrâncias inesquecíveis, amadas por gerações.

FICHA-TÉCNICA

Sissi Freeman - Diretora de Marketing | Phebo Higo Lopes - Gerente de Marketing | Phebo Equipe de Marketing, Varejo e Desenvolvimento de Produtos | Phebo Fotos e Vídeos: Cinemotion Creative Films

AUTORIA

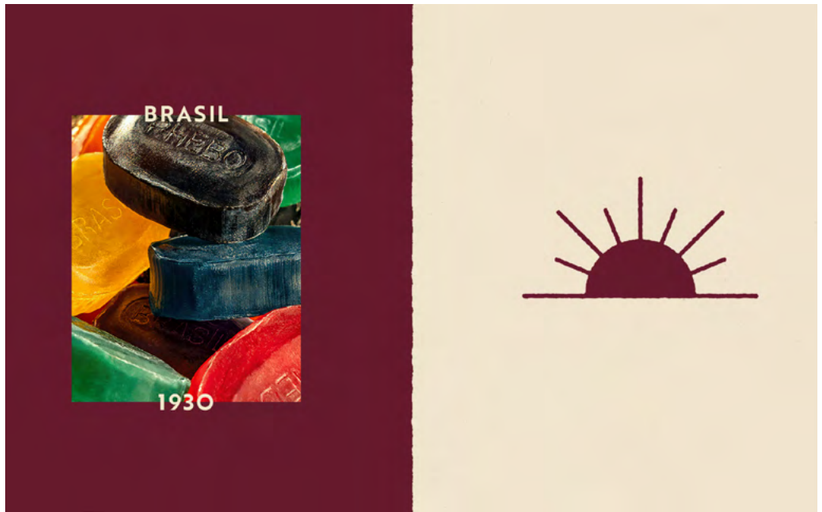
Equipe de Marketing, Varejo e Desenvolvimento de Produtos | Phebo

CLIENTE

Phebo

PERFUMARIA
PHEBO

ANTES



BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

PUC RIO: Voar mais alto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Resgatamos as fortalezas da PUC-Rio para criar um posicionamento que respeitasse seu legado, reforçasse seu caráter comunitário, além de atrair novos alunos para dialogar com o Rio de Janeiro para além das suas desigualdades. Cocriamos uma marca reflexiva, criativa, acolhedora e corajosa, traduzindo a universidade como um lugar de acolhimento e desafios. A universidade extrapola seus muros com projetos que vão de comunidades carentes a negócios de grandes empresas. Seu campus é um espaço de encontro entre pessoas e saberes, desafiando todos a repensarem seu lugar no mundo. Cada elemento visual foi pensado para ser usado de forma flexível. Desde uma linguagem mais institucional, com o brasão expandido e cores oficiais, até uma abordagem mais dinâmica, com grafismos e cores vibrantes.

FICHA-TÉCNICA

Ana Couto: CEO, Erika Pinheiro: Sócia Dir. de Marca, Hugo Rafael:VP de Experiência, Gabriel Fernandes: Estrategista, Cecilia Lombardi: UX e Estrategista, Rafael Torres: Sócio Dir.Design, João Costa e Thalles Ferreira: Designer. Amanda Cinelli: Conteúdo, Danilo Jesus: Atendimento Cliente: Pe. Anderson Pedroso, Gustavo Robichez, Marcelo Gattass, Roberta Portas, Alexandre Street, Manuela Quaresma, Jackeline Farbiarz, Fabio Lopez

AUTORIA

anacouto

CLIENTE

PUC RIO

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Guri - Música e Cultura Inspirando Vidas

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Guri é um programa de educação musical e inclusão sociocultural do Governo do Estado de São Paulo e da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado. Desde a sua fundação, em 1995, já atendeu mais de 1 milhão de jovens, promovendo o desenvolvimento humano por meio da música e da cultura.

FICHA-TÉCNICA

Voz e Estratégia: Renata Monteiro (Criatexto) Design: Papanapa Diretor de Criação: Gustavo Garcia Líder de Projeto: Cássia Freire, Gustavo Kone, Lucas Rodriges, Luana Cordeiro Motion: Gustavo Kone Fotos: Guri (divulgação) Guri: Juliana Azevedo, Monica Toyota, Nathalia Sousa, Paulo Zuben Renata Franco

AUTORIA

Criatexto e Papanapa

CLIENTE

Guri - Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Reposicionamento Lubrax

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O reposicionamento de Lubrax, ícone brasileiro com décadas de história, impulsiona a marca para uma nova fase, reafirmando seu compromisso com inovação, sustentabilidade e o futuro da mobilidade. Esta estratégia aprofunda o posicionamento de Lubrax como líder em tecnologia de lubrificação, equiparando-o às melhores marcas globais, com a singularidade da expertise brasileira. A “Fluentologia” – a fluidez de quem lidera com carisma e a tecnologia de ponta – guia o novo momento da marca. Isso se manifesta na revisão do tom de voz, mensagens, identidade visual, arquitetura de marcas, elementos visuais e tipografia exclusiva.

FICHA-TÉCNICA

Desenvolvido por Design Bridge and Partners Brasil

AUTORIA

Design Bridge and Partners Brasil

CLIENTE

Vibra Energia

BRANDING

ESTRATÉGIA DE MARCA (GRANDES EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Rebranding Invicta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Invicta é uma marca com 70 anos de história, referência nacional no mercado de garrafas térmicas e recipientes isotérmicos e parte do grupo global Newell Brands. O projeto de estratégia de marca equilibrou tradição e inovação: modernizamos a marca sem apagar sua memória afetiva. Nossa proposta foi encontrar o que torna a Invicta única e projetá-la para o futuro. A marca está presente no cotidiano, no dia a dia das pessoas. A partir disso, identificamos o propósito da empresa de “Transformar momentos simples em momentos de conexão.” e para isso não precisamos voltar ou avançar no tempo. Pois quando olhamos a vida com o olhar Invicta, percebemos que o simples agora já é especial. E é no agora que encontramos a vida. Nos pequenos espaços apreciáveis de tempo.

FICHA-TÉCNICA

Creative Direction: Matheus Pinto Brand Strategy: Beatriz Janoni, Lara Rei, Matheus Pinto Graphic Design: Beatriz Janoni, Lara Rei, Matheus Pinto Verbal Identity: Joe Sebastiany Photography / Video: João Pedro Medeiros, Yasmin Zanutto 3D: Arthur Felice, Eduardo Dorfman, Henrique Borba, Rodrigo Martins Costa Case Study: Amanda Flores, Marieta Simch, Matheus Marques Motion Design: Brendon Kowalski Logotype Refinement: Fabio Haag Type

AUTORIA

Valkiria Inteligência Criativa

CLIENTE

Invicta

BRANDING

ARQUITETURA DE MARCA

Minha Tia leva a mercearia brasileira para o universo de Tia Sônia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após seu reposicionamento e o lançamento de uma nova identidade, Tia Sônia, líder em granolas no Nordeste, iniciou um movimento estratégico para repensar seu portfólio. O diagnóstico revelou que alguns produtos essenciais não se conectavam ao território premium cerealista da marca mãe. A partir de um trabalho de arquitetura, foi definida a criação de uma nova marca endossada. Assim nasceu Minha Tia, focada em produtos essenciais do dia a dia, com a mesma confiança e cuidado de Tia Sônia, agora em um território mais amplo.

FICHA-TÉCNICA

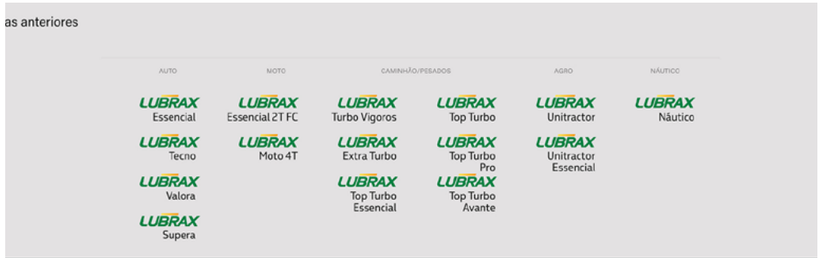
DIREÇÃO CRIATIVA: Breno Pineschi e Rafael Cazes HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE PLANEJAMENTO: Felipe Teobaldo HEAD DE COMUNICAÇÃO: Gabriela Barbosa GESTÃO DE PROJETOS: Isaac Simão DESIGNER: Jessica Almeida e Lucas Fagundes REDATOR: Vinicius Cambruzzi 3D: Gustavo Schinner

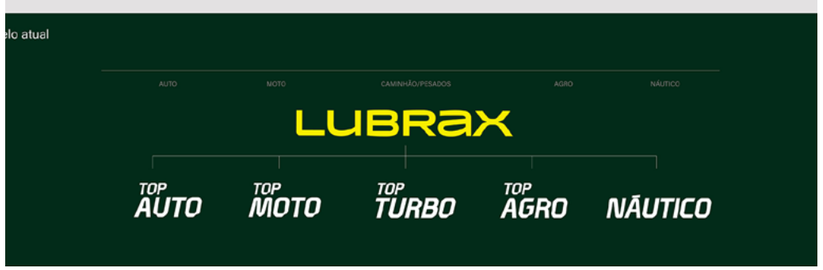
AUTORIA

HardCuore

CLIENTE

Tia Sônia





Arquitetura de Marcas Lubrax

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de arquitetura de marcas de Lubrax redefiniu a estrutura fundamental de seu portfólio, impulsionando a marca para uma nova fase alinhada à “Fluentologia” – a fluidez de quem lidera com carisma e a tecnologia de ponta. Adotando o modelo “BRANDED HOUSE”, Lubrax centraliza a marca-mãe, enquanto o uso de submarcas é orientado para identificação clara de categorias e a qual veículo ou motor o produto se destina. As mudanças incluem o fortalecimento da Master Brand, simplificação do portfólio com nomes descritivos, descontinuação de submarcas sem sentido ou lógica de hierarquia e otimização das linhas B2C/B2B.

FICHA-TÉCNICA

Desenvolvido por Design Bridge and Partners Brasil

AUTORIA

Design Bridge and Partners Brasil

CLIENTE

Vibra Energia

Queira agroecologia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Queira Agroecologia é uma marca que nasceu do rebrand da “Quinta da Mantiqueira”. Uma marca que nasceu de uma ideia “pequena”, uma “quinta”. Embora assim como uma semente que, mesmo pequenina, concentra um propósito muito importante para o mundo. Não se trata do tamanho, mas da capacidade de disseminar um ideário próprio: a agroecologia. O negócio é múltiplo: cestas de frutas, hortaliças, ovos, geleias, cafés especiais, turismo e educação agroecológica. Nosso principal desafio foi construir uma marca capaz de demonstrar sua integração e diferenciação dentro de um propósito transversal.

FICHA-TÉCNICA

Direção de planejamento e narrativa: Rafael Todeschini Direção de criação e identidade: Erika Martins Assistente estratégia e redação: Nanda Félix

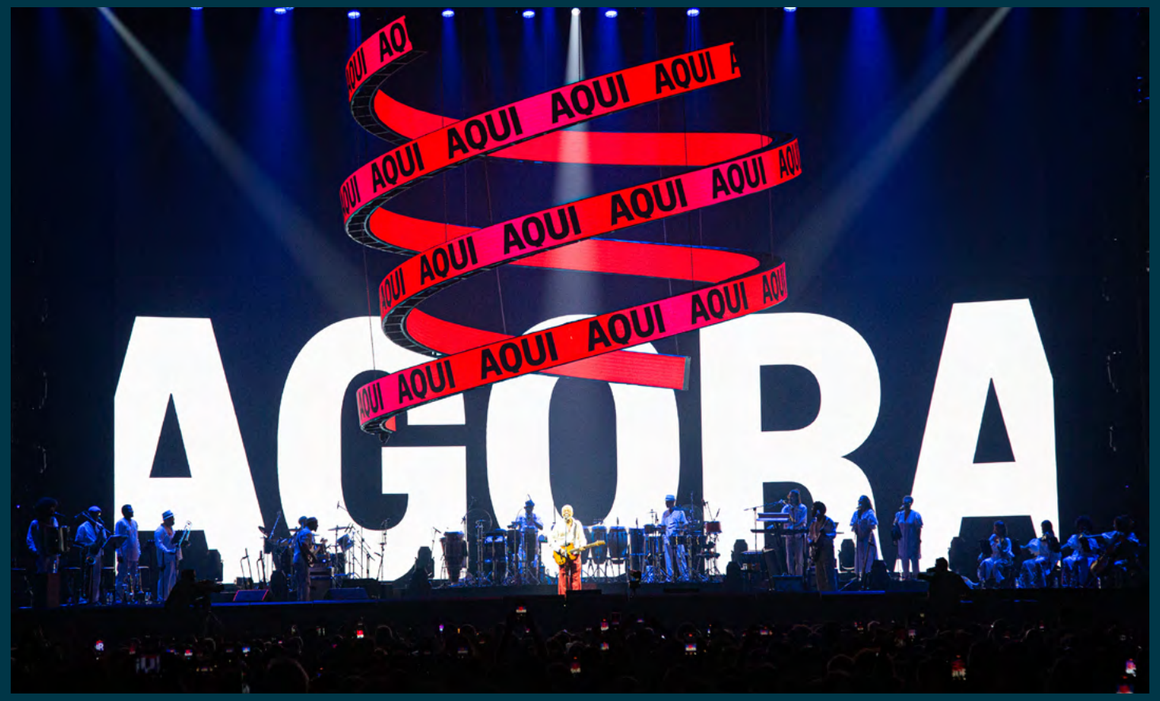
AUTORIA

OBLÍQUO

CLIENTE

Queira agroecologia

CRAFT FOR DESIGN



GRANDPRIX

CRAFT FOR DESIGN

Turnê Tempo Rei - Gilberto Gil

Criamos as artes e animações da turnê Tempo Rei, espetáculo que marca a despedida de Gilberto Gil dos palcos aos 83 anos. Foram 30 curtas de animação — um para cada música — somando 2h30 de conteúdo inédito, sem o uso de loops. No palco, uma tela de LED (16x12m) e, à frente dela, uma escultura espiralada de LED completavam uma instalação viva. Desenvolvemos uma maquete 3D interativa para pré-visualizar cada conteúdo no espaço cênico e sincronizá-lo com música, luz e dramaturgia. O sistema — integrado ao After Effects via Disguise — permitia controle total da animação, preview em múltiplos ângulos e resposta precisa às dinâmicas musicais, com alguns trechos operados ao vivo. Um projeto de motion design que expande o campo da animação para o território da experiência ao vivo.

FICHA-TÉCNICA
direção criativa: Olivia Ferreira e Pedro Garavaglia direção de arte e design: Fernanda Guizan produção: Nessa Alves designers gráficos: Thamy Kurosawa,Gabriel Martins,Celina Kuschnir pesquisa de imagens: Julia Shnoor motion designers: Daniela Serpa,Rafael Alves,Cristiano Costa,Angela Jomara,Lucas Gabriel,Bruna Nogueira,Thais Falconi,Roberta Martins,Walmor Luis,Tamires Campos,Bruna Shutz pré-visualização, renderless, modelagem 3D e pixel mapping: Gabriel Weckmuller

AUTORIA
Radiográfico

CLIENTE
30e + GG Produções

Letraço - 26 Letras em Portas de Aço

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Letraço é um alfabeto experimental criado a partir de letras grafitadas em portas de aço de Belo Horizonte. Cada letra foi pintada individualmente em diálogo com espaço, formando um alfabeto sem precedentes. O projeto ocorre no entre — entre o público e o privado, o dentro e o fora — onde o barulho do portão anuncia o dia. Letraço reinventa a letra como forma viva e transforma o gesto da escrita em acontecimento gráfico e urbano. Em vez de representar a cidade, torna-se parte dela.

FICHA-TÉCNICA
Autoria: Bernardo Sek Agradecimento: Tainá Evaristo e Gustavo Greco

AUTORIA
Bernardo Sek

CLIENTE
Letraço

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

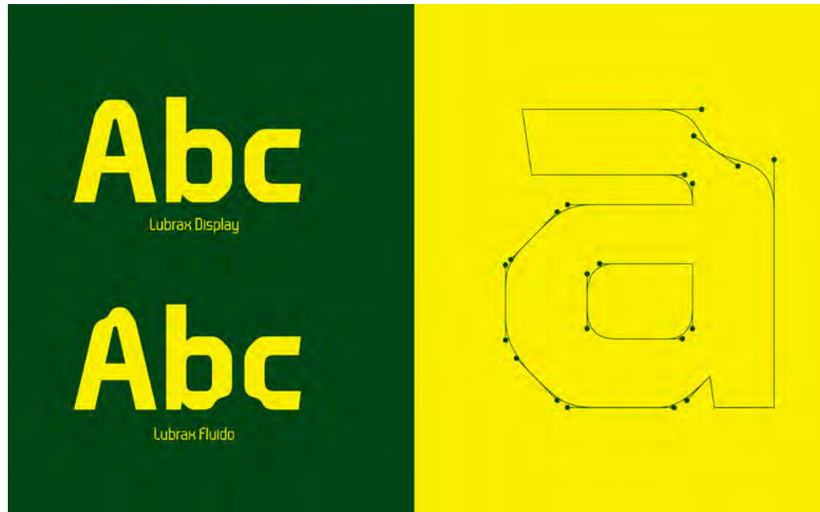
Tipografia Lubrax

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Lubrax, um ícone brasileiro, inicia uma nova fase com uma identidade visual que reafirma seu compromisso com inovação e mobilidade. No processo, identificou-se a complexidade da categoria de lubrificantes, com excesso de informações técnicas nas embalagens e a importância dos numerais de viscosidade na escolha do óleo correto. A solução foi transformar o texto obrigatório em um ativo de identidade: a tipografia exclusiva Lubrax Type. Desenvolvida a partir do posicionamento da marca – tecnológica, de alta performance e fluida – a fonte possui 4 eixos variáveis, permitindo adaptabilidade do digital ao impresso. Com acabamentos geométricos e chanfrados que remetem à identidade hexagonal da marca, e variáveis fluidas que contrastam rigidez tecnológica com a fluidez do óleo (“Fluentologia”)

FICHA-TÉCNICA
Desenvolvido por Design Bridge and Partners Brasil

AUTORIA
Design Bridge and Partners Brasil

CLIENTE
Vibra Energia



Corax

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Corax veio ao mundo para causar estranheza. Tipografia serifada de alto contraste, ela mistura influências caligráficas com um tempero gótico inesperado.
A família é composta por três pesos e muitos caracteres alternativos, fazendo com que cada aplicação sua pareça uma composição de lettering única. A combinação de diferentes estilos clássicos criou esse monstro de Frankenstein afiado, sofisticado e altamente contemporâneo, perfeito para ser usado por quem não tem medo de ousar e chamar a atenção.

FICHA-TÉCNICA
Type Design: Júlia Lago Material promocional: Júlia Lago, Luize Araújo e Maria Stéfanni Carvalho

AUTORIA
Motora

CLIENTE
Motora

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

Guaraná Antarctica Typeface

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Guaraná Antarctica Typeface Uma família tipográfica exclusiva que reflete a essência do Guaraná Antarctica, expressando uma brasilidade não óbvia e irreverência por meio de uma unicase para títulos (display). A tipografia desempenha um papel importante como elemento identitário da marca, sendo aplicada em todos os pontos de contato. Para textos, foi desenvolvida uma tipografia variável (do Bold ao Regular), que também oferece caracteres alternativos para garantir composições únicas. A família inclui ainda uma tipografia colorida variável: um “guaranazinho” que, por meio de duas variáveis, muda de posição, abre e fecha os olhos, podendo ser usado como padrão gráfico ou combinado a textos. Uma tipografia original do Brasil e exclusiva para o Guaraná Antarctica.

FICHA-TÉCNICA
Type Design: Leopoldo Leal e Marconi Lima
Font Engineer: Christopher Hammerschmidt
Estagiários: Bruna Lagazzi e Thales Della Torre

AUTORIA
Leopoldo Leal e Marconi Lima

CLIENTE
Guaraná Antarctica – AMBEV

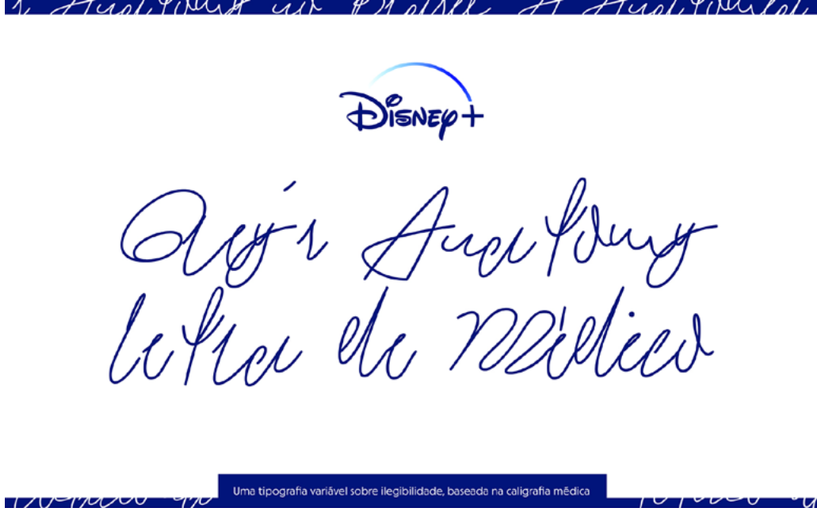
Tipografia Natura Ekos Ryos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Amazônia não é apenas um lugar — é uma força, um equilíbrio delicado entre natureza e cultura, sustentado pelo ritmo de seus rios. Ekos Ryos nasceu do desejo de engarrafar esse ritmo, criando uma embalagem que não apenas guarda a fragrância, mas carrega o próprio espírito da floresta. No coração do design está a água, representada pela letra “Y” na língua tupi. Esse símbolo tornou-se a essência da identidade — uma tipografia fluida e viva, que imita o movimento dos rios e se desdobra tanto na embalagem quanto na linguagem visual.

FICHA-TÉCNICA
Dir. Criação Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Felipe Aguiar, Beto Biscesto e Pat Watson Design Hudson Girundi, Júlia Liberati, Carolina Pinheiro Ju Santos, Paulo Ferreira, Arthur Figueiredo Verbal Elen Campos, Dani Varanda e Mayra Lins Estratégia Rafael Bittencourt e Thalita Campbell Negócios Cris Sech, Paula Chagas e Ulli Ferrari Prod. Emannuel Z, David M, Valéria F e Paola R Parcerias Inari Type, Assoc. Abridores de Letras, Fernanda Martins, Livia Conduru, Vídeo Monks, Gazpacho.

AUTORIA
Tátil Design

CLIENTE
Natura



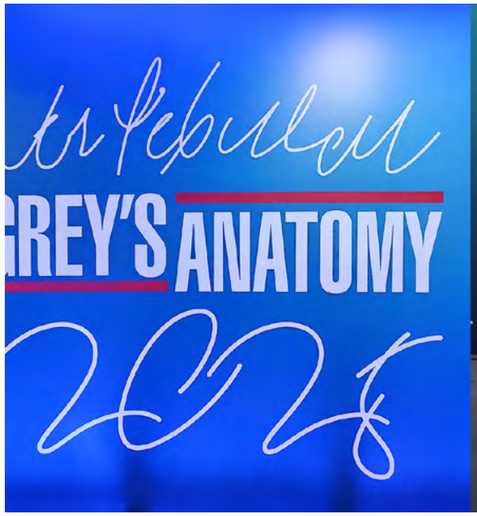
Letra de Médico Grey’s Anatomy

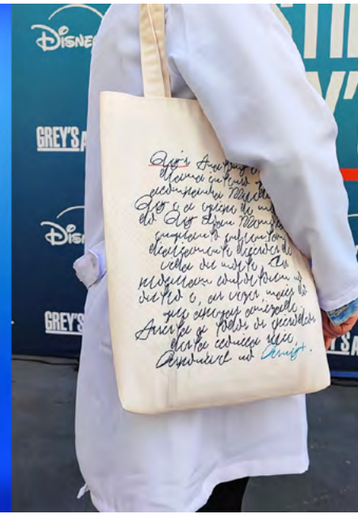
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Existe uma brincadeira entre os fãs de Grey’s Anatomy, que dizem ter se “formado” em medicina pela série. Por causa disso, a Disney Plus criou, em 2025 (ano em que a série completou 20 anos) o “Vestibular Grey’s Anatomy”, para descobrir quem é o maior fã do Brasil. E o nosso desafio tipográfico foi transformar a famosa letra ilegível dos médicos em fonte. Foi desenvolvida uma tipografia variável que acompanha a jornada do estudante: começa legível no início dos estudos e termina quase indecifrável quando ele se forma médico. A família traz três pesos, Vestibulando, Residente e Médico, e foi aplicada na prova do vestibular, logotipo do evento, painéis, cadernos de caligrafia, ecobags e outros, criando uma experiência divertida e imersiva para os fãs da série.

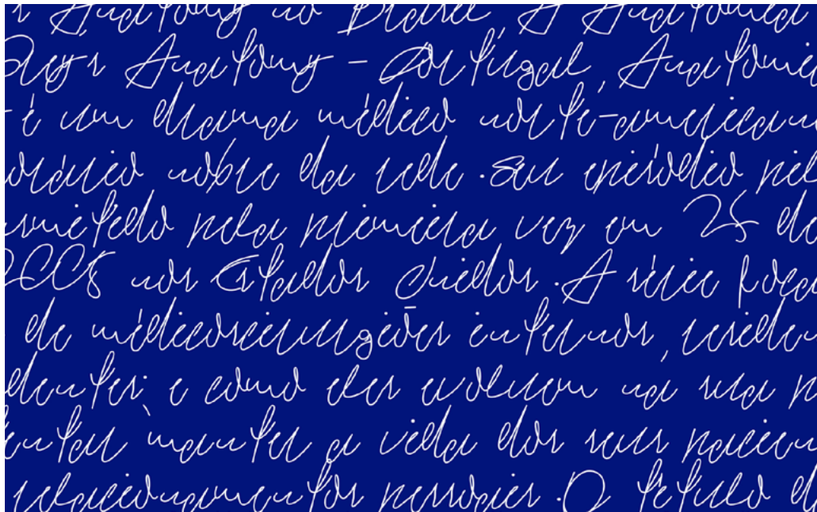
FICHA-TÉCNICA
Type design: Dan Schunck Type | Motion Graphics: Dan Schunck Type | Disney Plus (Head de Criação: Alex Mendes | Gerente Sênior de Produção: Estela Garcia | Gerente de Criação: Deco Soares | Produtora Sênior: Amanda Ramos, Vitoria Pirahy | Supervisor de Redação: Rodolfo Vicentin | Diretor de Arte: Márcio Vaz)

AUTORIA
Dan Schunck Type

CLIENTE
Disney Plus







Cerveja Original | Tipografia Botequim

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A tipografia Original Botequim nasce como parte do trabalho de reposicionamento da brasileiríssima marca de cervejas Original. A fonte foi criada para traduzir o tom de voz da marca e ampliar seu reconhecimento em todos os pontos de contato. Inspirada no legado histórico de 1931 e na atmosfera boêmia dos bares brasileiros, a fonte combina traços Art Déco, elementos derivados do novo logotipo e características populares, resultando em um design contemporâneo e autêntico. Como tipografia display para títulos, ela amplia a personalidade de Original em diferentes canais, reforçando consistência e diferenciação no mercado em todos os seus pontos de contato: embalagens, rótulos, materiais de PDV, cartazes, eventos e ativações.

FICHA-TÉCNICA
Relacionamento: Vanessa Queiroz Atendimento: Sabrina Silveira Gerente de Projetos: Marianna Tritapepe Direção criativa: Marcelo Roncatti Pesquisa e Diagnóstico: Mayra Lins Redação: Daniel Furuno Direção de Arte: Marcelo Roncatti, David Bergamasco, Barbara Luppi e Vinicius Liberal Tipografia: Dan Schunck Design de Embalagem: Luiza Maximo Ilustração: David Bergamasco e Vinicius Capiotti Assistente de arte: Fernando Chiara Finalização de Arte: Silas Yamakami Videocase: Gabriel Santoro e Lowii

AUTORIA
Colletivo

CLIENTE
Ambev

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

Histérica

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Histérica foi criada para simbolizar o lugar de deslegitimação que as mulheres ocupam na sociedade. Inspirada por uma das tipografias da edição de 1908 do jornal francês “Le Petit Journal”, a ideia do projeto surgiu de uma reflexão entre os atos sufragistas da França anunciados na capa do jornal e a escolha tipográfica que narrava a notícia. A tipografia – em caixa baixa com curvas “dançantes” e encantadoras finalizações em formato de caracol – parecia estar em dissonância total com a seriedade e grandiosidade da notícia.

FICHA-TÉCNICA
Type design: Ana Laura Ferraz Roteiro: Ana Laura Ferraz Design gráfico e motion design: NOO Works Agradecimentos: Flora de Carvalho, Rodrigo Saiani, Carlos Mignot

AUTORIA
Ana Laura Ferraz

CLIENTE
Plau Design

Jappa da Quitanda – Voz Tipográfica

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O Jappa da Quitanda é um restaurante japonês nascido no Rio de Janeiro que se reposicionou como rodízio premium com cara de à la carte. O desafio do projeto foi traduzir essa ambição em uma identidade de marca proprietária, capaz de comunicar sofisticação, qualidade e brasilidade, sem perder a acessibilidade e a descontração que já faziam parte do DNA da casa.

FICHA-TÉCNICA
Type design: Carlos Mignot e Mariana Navarro Direção Criativa: Rodrigo Saiani e Carlos Mignot Estratégia: Ana Laura Ferraz, Aline Caruso, Carlos Mignot, Gabriela Fiks, Mariana Navarro e Rodrigo Saiani Design gráfico: Ana Laura Ferraz, Aline Caruso, Carlos Mignot, Mariana Navarro e Rodrigo Saiani

AUTORIA
Plau Design

CLIENTE
Jappa da Quitanda

CRAFT FOR DESIGN
TIPOGRAFIA

Saúba Sans

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Saúba [saúva] é a formiga que regenera o solo. Cria. Troca. Facilita. Faz crescer. Brasileira, coletiva por natureza. É nesse espírito que foi criada a Saúba: um estúdio de design e branding que colabora no cultivo de marcas responsáveis para organizações que desejam evoluir e escalar. Design com sentido para pessoas, negócios e o mundo. Assim nasce a Saúba Sans, projetada para um estúdio que já cresce cheio de ideais.

FICHA-TÉCNICA
Diretor de criação: Thiago Cruz e Ciro Geara Design: Thiago Cruz Type design: Thiago Bellotti

AUTORIA
Saúba

CLIENTE
Saúba

Estadia - Resgate Tipográfico

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Estadia é uma família de tipos que reúne resgate tipográfico, história do design brasileiro e homenagem à flora de nosso país. Sua inspiração foram os desenhos de letras de início de capítulos desenvolvidos pelo artista gráfico pernambucano Luis Jardim para os livros “Principais Estadistas do Segundo Reinado” (Edmundo da Luz Pinto, 1943) e “Guia Prático, Histórico e Sentimental da Cidade do Recife” (Gilberto Freyre, 3a ed. 1961), resultando em uma fonte cheia de ornamentos para ser usada grande, em quatro estilos: Bicolor (em sintonia com a forma impressa dos caracteres originais, em tipos móveis), Mono (de apenas uma cor), Capitals (sem ornamentos) e Ornament (um florescer de frutos e plantas da mata atlântica e da caatinga).

FICHA-TÉCNICA
Desenho tipográfico: Ana Luíza Brigagão
Orientação: Rafael Nascimento

AUTORIA
Ana Luíza Brigagão, Rafael Nascimento

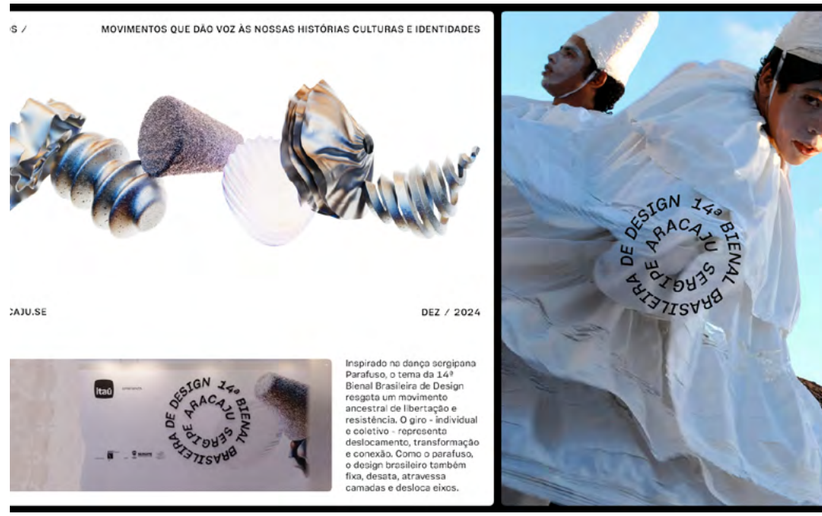
14ª Bienal Brasileira de Design

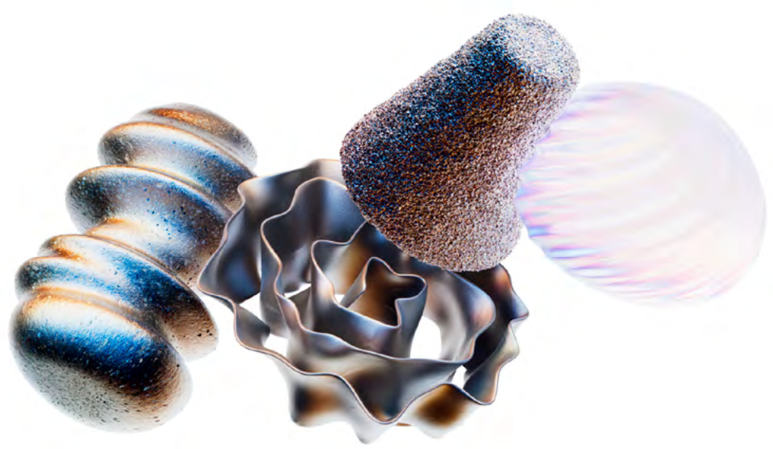
DESCRIÇÃO DO PROJETO
A identidade da 14ª Bienal Brasileira de Design foi pensada como um sistema em movimento. Realizada pela primeira vez no Nordeste, em Aracaju/SE, a edição teve sua identidade inspirada na dança “Parafusos”, patrimônio histórico, cultural e imaterial do estado de Sergipe. O tema “Giros: movimentos que dão voz às nossas histórias, culturas e identidades” ganha vida com composições cinéticas que evocam rotação, expansão e transformação. Os elementos tridimensionais da identidade entrelaçam formas inspiradas na dança com texturas artesanais, cores locais e a própria tipografia em deslocamento. O motion não é suporte, é essência - está presente nas ilustrações e na própria marca, expandindo o design para além da imagem estática, girando memórias, tradições e perspectivas num só movimento.

FICHA-TÉCNICA
Direção criativa: Coordenação 14° Bienal Brasileiro de Design (Adriane Shibata Santos, Dandara Almeida, Gustavo Greco, Haro Ristow Wippel Schulenburg, Isadora Burmeister Dickie, Jonathan Prateat, Laila Rotter Renato Faccini e Thaïs B. de Araújo) Identidade Visual: Design Camila Mattos Breno Loeser Vicent Bernardo Alves Motion Design Eduardo França 3D Bruno Faiotto Redação: Camila Rocha Identidade Sonora: Consoante Soma de Sons Pesquisa e curadoria musical: Patrick Tor4 Cessão de arquivos sonoros locais: Luís Américo Bonfim / Visanthropos Project

AUTORIA
Camilla Mattos, Bruno Faioto, Eduardo França + Coordenação 14ª Bienal de Design

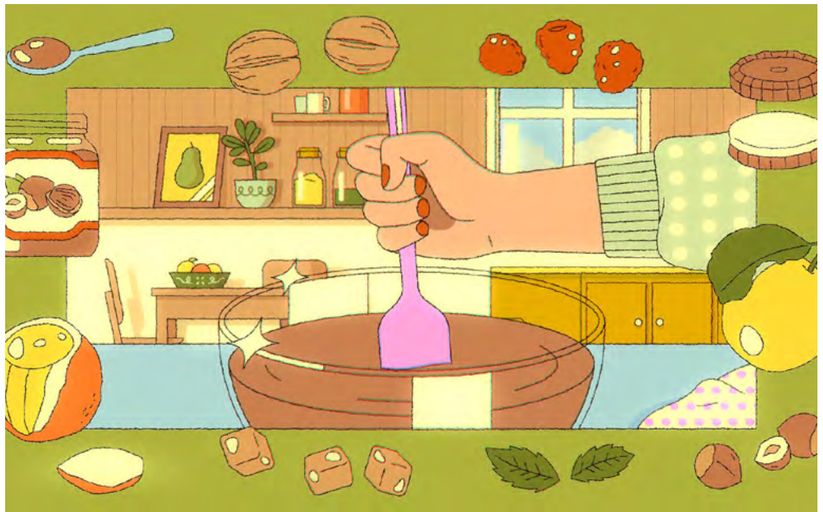
CLIENTE
ADG Brasil





CRAFT FOR DESIGN

MOTION



Que Seja Doce 11ª temporada

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos três vinhetas de 15 segundos para abrir o programa Que Seja Doce, na GNT, além de um pacote gráfico animado para a transmissão. As vinhetas mostram o processo de preparo de um bolo, uma caixa de bombons e uma gelatina. Cada vinheta encerra com a mesa posta e a assinatura do programa. O pacote gráfico espelha o estilo das ilustrações, com cores e elementos que fazem referência sutil a livros de culinária dos anos 70.

FICHA-TÉCNICA

Produção: Salsicha Co. Direção de Arte: Beatriz Socha, Dominique Kronemberger, Diego Leal Ilustração: Dominique Kronemberger Animação: Diego Leal Diretor de Criação: Ricardo Moyano Gerente de Criação: Mônica Puga Coordenação de Criação: Bruna Fonyat Diretora de Marketing e Operações: Mariana Novaes Gerente Senior de Atendimento: Suzana Prista Gerente de Atendimento: Maria Gabriela Eloy Coordenação de Atendimento: Sandro Machado Assistente de Atendimento: Daniele Carvalho

AUTORIA

Salsicha Co.

CLIENTE

GNT

CRAFT FOR DESIGN

MOTION

Prêmio Jovem Cientista 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Na 31ª edição do Prêmio Jovem Cientista, com o tema “Resposta às Mudanças Climáticas: ciência, tecnologia e inovação como aliadas”, nosso desafio foi criar uma campanha visualmente impactante, com linguagem jovem, sensível e conectada à urgência do tema. O vídeo parte das formas da bandeira brasileira, inicialmente sem cor, e acompanha uma jornada de transformação: da descoberta individual ao coletivo, do local ao nacional, da escuta à ação. Ao final, a bandeira ressurge vibrante, colorida e viva. Assinamos conceito, roteiro, identidade visual, direção de arte, trilha e locução, em uma campanha que circulou por redes sociais, televisão, mídias impressas e urbanas.

FICHA-TÉCNICA

direção criativa: Olivia Ferreira e Pedro Garavaglia direção de arte e design: Fernanda Guizan gestão de projetos: Tatiana Araújo designers gráficos: Gabriel Martins, Thamy Kurosawa motion designer: Tamires Campos

AUTORIA

Radiográfico

CLIENTE

Fundação Roberto Marinho + CNPQ

CRAFT FOR DESIGN
MOTION

Êta Mundo Melhor!

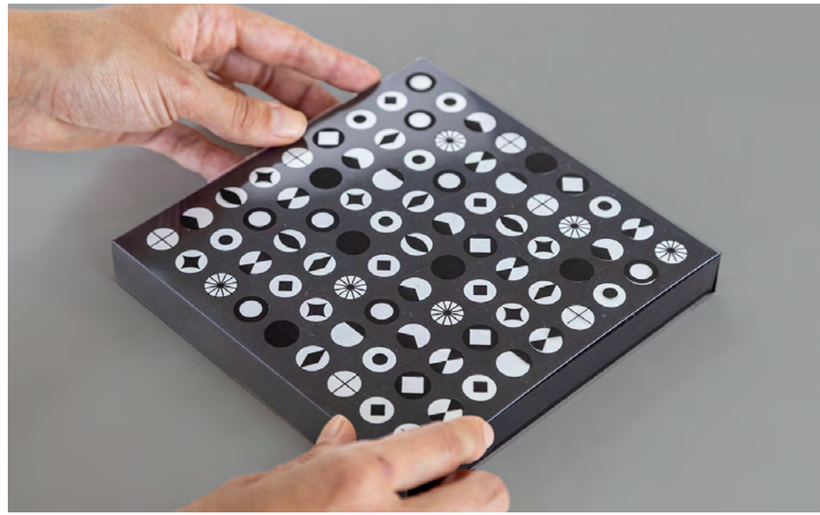
DESCRIÇÃO DO PROJETO
A peça apresentada compõe em parte a campanha de marketing da TV Globo para lançamento e divulgação da novela Êta Mundo Melhor. Pensada 100% para mídias sociais, a animação apresenta de forma transmidiática o enredo da novela, de forma lúdica e onírica. Por representar um sonho, é um vídeo com muitas licenças poéticas, contado de forma não-linear e com uma lógica própria; é por essência um teaser, instigando teorias mais do que explicando detalhes da história.

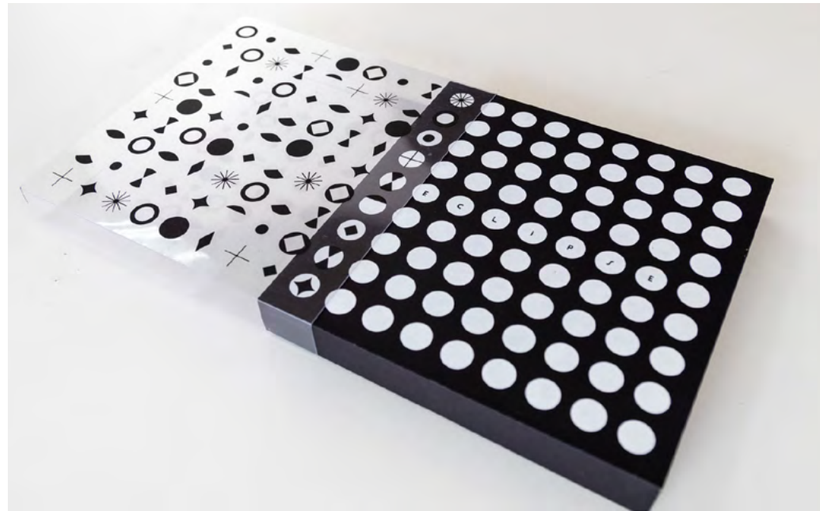
FICHA-TÉCNICA
RANDO BANDO Creative Direction: Luis Naza, Bebeto Cahali Animatic: Bebeto Cahali | Art Direction: Luis Naza | Animation Direction: Mateus Klein Ilustration: Manoela Cardoso, Ana Clara Vitorelli, Luis Naza, Mateus Klein Animation: Camilla Loureiro, Xucrutz, Augusto Galvão, Mateus Klein, Luis Naza Sound Production: Leonardo Lima Tv Globo CMO: Samantha Almeida Marketing Manager: Larissa Régia Marketing Team: Adriano Pinheiro, Douglas Reis, Gustavo Buna, Raiza Chaves Photography: Larissa Lopes

AUTORIA
RANDO BANDO

CLIENTE
TV Globo

CRAFT FOR DESIGN
INFOGRÁFICOS





Eclipse

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Eclipse é um projeto pessoal de infografia e visualização de dados. Consiste em um livro-objeto em papel, com três partes: 30 cartões contendo as visualizações, um objeto denominado relógio e um manual de instruções. Conta a história de 30 dias da autora a partir de dados coletados, apresentando uma visão das interações e sentimentos do período por meio da codificação das informações em formas e cores. Pensado como um objeto manipulável, é feito para ser visto, lido e para comunicar de forma essencialmente não verbal. O conceito permeia todas as partes do livro e se expressa nos detalhes, explorando soluções de design e novas possibilidades de visualização de dados.

FICHA-TÉCNICA
Idealização, design e execução: Ana Lúcia Ribeiro

AUTORIA
Ana Lúcia Ribeiro

CLIENTE
Ana Lúcia Ribeiro

Samba na Gamboa

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Samba na Gamboa é um programa de TV dedicado à música, com foco no samba. Na nova temporada, a identidade visual é reformulada a partir de referências à arquitetura do bairro da Gamboa, no Rio de Janeiro, evocando também os símbolos Adinkra presentes na cultura africana. Esses elementos dialogam com a história do local, onde portões erguidos por mãos negras acabavam servindo como barreiras que os próprios construtores não podiam atravessar. A proposta busca revisitar essa memória para fortalecer a compreensão do presente.

FICHA-TÉCNICA
Diretora de conteúdo e programação: Antonia Pellegrino Direção de criação: Felipe Honda Pesquisa e Identidade visual: Felipe Honda Ilustrações: Felipe Honda Equipe de design: Camila Nassau, Felipe Honda e Péricles Silva

AUTORIA
EBC

CLIENTE
TV Brasil

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Frutícola

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Frutícola é um serviço de hospedagem rural que transforma antigas casas da Fazenda Cachoeirinha, em Minas Gerais, em uma vila de acolhimento e memória. Seu projeto de identidade visual foi concebido para resgatar a afetividade do campo e valorizar a simplicidade como linguagem central. Inspirada na estética dos armazéns rurais, nas caixas de frutas e nos panos de prato bordados, a marca constrói um universo gráfico plural, manual e caloroso. Texturas, tipografias variadas e ilustrações no estilo Naif, em diálogo com artistas como Djanira e Henry Vitor, dão vida a uma comunicação que une tradição e contemporaneidade. O resultado é uma identidade que legitima o território e projeta a Frutícola como referência em hospitalidade rural autêntica e afetiva.

FICHA-TÉCNICA
Concepção: Luisa Flora e Gabriela Flora Direção de criação: Ana Luiza Bernardo e Arthur Duarte Design: Bárbara Luppi e Ana Luiza Bernardo Ilustração: Henrique Afonso e Arthur Duarte Fotografia e vídeo: Randy Vieira e Mikael Silva Motion graphics: Bruno Azzani

AUTORIA
Lasca

CLIENTE
Frutícola

Sociedade Canina – Ilustração

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Seu cachorro deveria comer apenas comida de verdade. Sem segredos, sem conservantes, feita com ingredientes naturais e temperos de verdade. A Sociedade Canina nasceu desse propósito inquestionável, e nosso papel foi dar forma a essa visão através do design. Foi um daqueles trabalhos em que colocamos tudo o que temos: posicionamento, naming, identidade, UI & UX, ilustração, fotografia, animação, embalagens e produtos. O diferencial é que não criamos apenas uma marca, mas uma sociedade: um lugar de pertencimento, leveza e orgulho para quem cuida de cães. Com uma pitada de estranheza, buscamos surpreender em cada detalhe, misturamos tipografia sóbria com ilustrações enigmáticas, fotografia crua com narrativa divertida. O resultado é uma marca que foge da fórmula e respira autenticidade.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa – Gabriel Macohin
Estratégia, Nome e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima
Ilustração – Fernanda Lima
Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi
UI & UX – Gabriel Macohin
Fotografia – Jota Oshiro
Food Styling – Nicole Khouri, Guilherme Lima
Programação – Yan Hülsebusch

AUTORIA
Petrikór

CLIENTE
Sociedade Canina

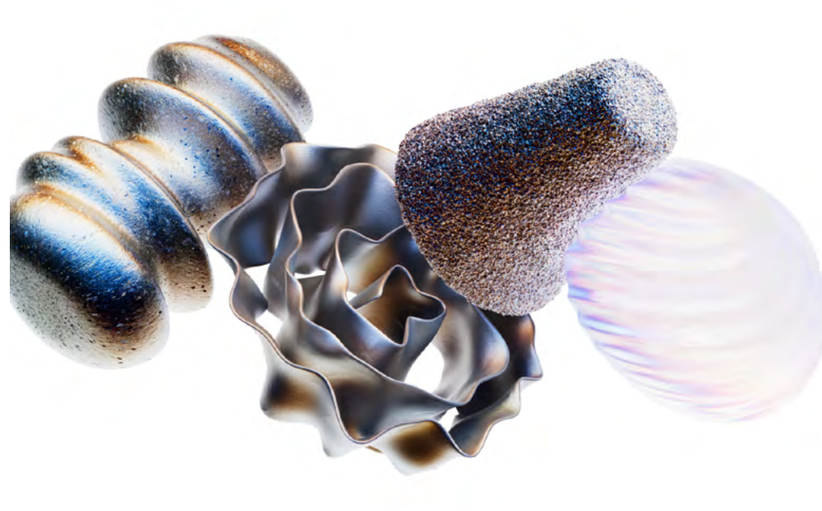
14ª Bienal Brasileira de Design

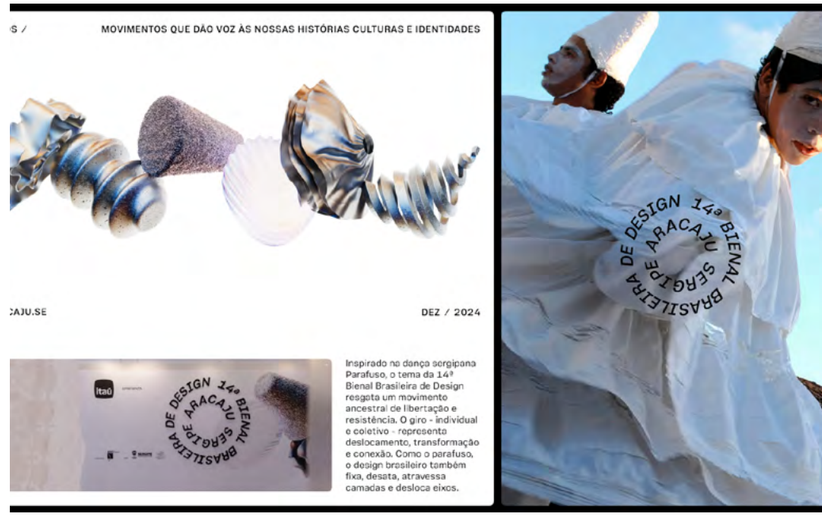
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Um conjunto de ilustrações tridimensionais em movimento é o principal elemento que materializa a identidade da 14ª Bienal Brasileira de Design. Realizada pela primeira vez no Nordeste, em Aracaju/SE, a edição teve sua identidade inspirada na dança “Parafusos”, patrimônio histórico, cultural e imaterial do estado de Sergipe, para traduzir o tema “Giros: movimentos que dão voz às nossas histórias, culturas e identidades”. Um logotipo que dança em giro é acompanhado de ilustrações iridescentes que misturam elementos da indumentária dos Parafusos com materialidades inspiradas em Aracaju. As ilustrações dançam ao som de uma identidade sonora criada exclusivamente para o evento, num gesto que conecta passado e futuro, real e imaginado, girando memórias, tradições e perspectivas num só movimento.

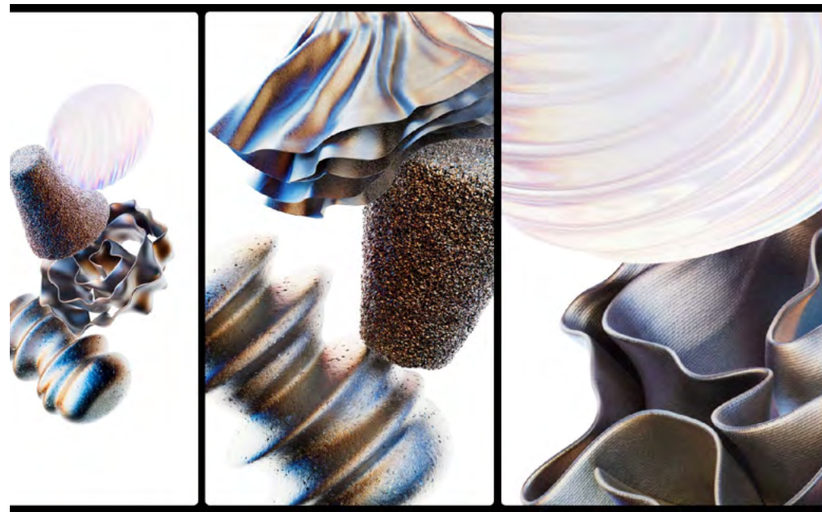
FICHA-TÉCNICA
Direção criativa: Coordenação 14° Bienal Brasileiro de Design (Adriane Shibata Santos, Dandara Almeida, Gustavo Greco, Haro Ristow Wippel Schulenburg, Isadora Burmeister Dickie, Jonathan Prateat, Laila Rotter Renato Faccini e Thaïs B. de Araújo)
Identidade Visual: Design Camila Mattos Breno Loeser Vicent Bernardo Alves Motion Design Eduardo França 3D Bruno Faiotto
Redação: Camila Rocha
Identidade Sonora: Consoante Soma de Sons Pesquisa e curadoria musical: Patrick Tor4 Cessão de arquivos sonoros locais: Luís Américo Bonfim / Visanthropos Project

AUTORIA
Camilla Mattos e Bruno Faioto + Coordenação 14ª Bienal de Design

CLIENTE
ADG Brasil







Her Touch

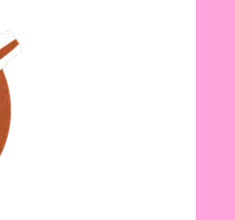
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Ilustrações desenvolvidas para o livro que integrou o projeto de lançamento da fragrância Her Code Touch, de O Boticário. A obra, escrita por uma sexóloga, funciona como guia para mulheres explorarem o prazer no próprio corpo. As imagens acompanham as descrições e traduzem, de forma abstrata, as sensações mencionadas no texto. Foram produzidas mais de 80 ilustrações, que equilibram delicadeza e sensualidade, reforçando a proposta da fragrância de associar experiências sensoriais a autoconhecimento e prazer.

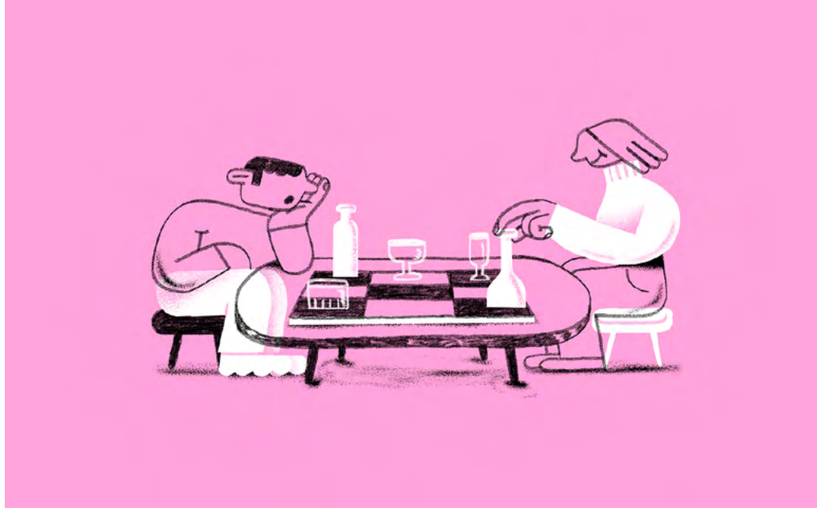
FICHA-TÉCNICA
Ilustradores: Estela Carregalo, Gio Simões, Larissa Constantino Escritora e Sexóloga: Mari Williams Produção Gráfica: José Roberto, Marcos Souza Arte final: Carlos Henrique Azevedo Produção: ALMAP BBDO

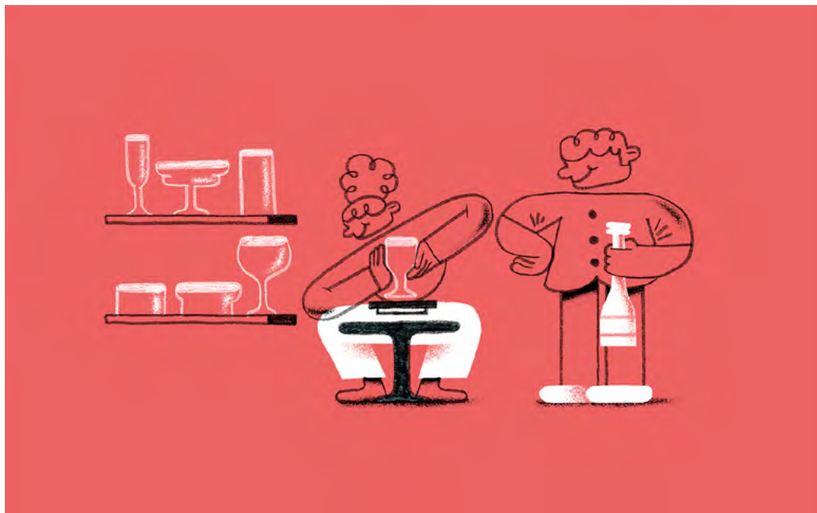
AUTORIA
Larissa Constantino, Estela Carregalo e Gio Simões

CLIENTE
Almap BBDO para O Boticário

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO







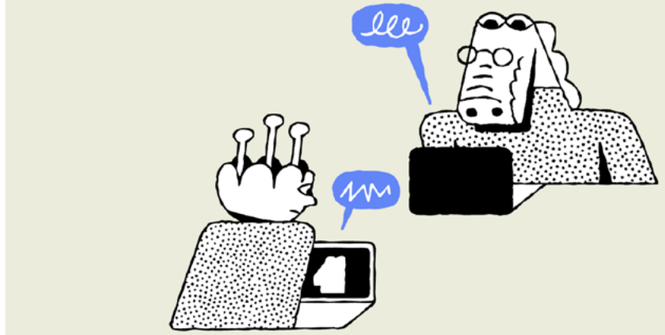
Orná Fermendatos

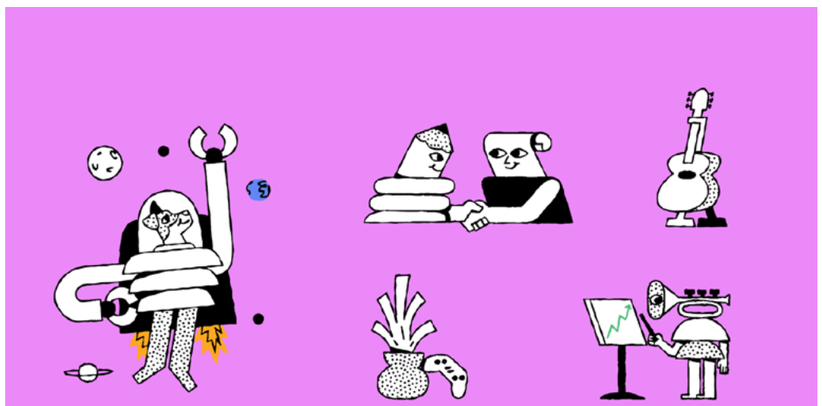
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Orná é uma empresa brasileira dedicada à produção artesanal de bebidas fermentadas, com foco especial em vermutes, espumantes e cervejas. Fundada com o propósito de valorizar a riqueza dos ingredientes nacionais, a marca busca oferecer produtos que traduzam criatividade e sabor autêntico e aposta na excelência artesanal como diferencial competitivo. A marca se comunica de forma leve, acessível e descontraída e acredita que bebidas fermentadas de excelência também podem estar presentes em momentos simples, seja em uma mesa de bar animada ou em encontros caseiros com amigos. Com tudo isto em mente criamos ilustrações que compõem o projeto de identidade visual valorizando sua sua linguagem com estilo próximo, descomplicado e acolhedor.

FICHA-TÉCNICA
Ilustração e direção de arte: Henrique Petrus (Meia Volta Studio) / Motion: Renan Mansano (Meia Volta Studio) / Direção criativa: Pedro Dutra e Pedro Leite (Capina Studio)

AUTORIA
Meia Volta Studio

CLIENTE
Orná Fermendatos





Yo! Inglês

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Yo! é uma plataforma de ensino de língua inglesa voltada ao público brasileiro e focada na conversação, onde os alunos podem escolher seu tutor de acordo com o nível de proficiência e, como diferencial, com base em seus gostos e hobbies. Através de uma linguagem bem humorada e com visual moderno, a empresa dialoga com seus clientes principalmente em mídias sociais e pelo seu site, expondo através destes pontos de contato sua linguagem de marca. Parte importante de emissão dessa mensagem são as ilustrações que têm papel essencial na comunicação do bom humor e da acessibilidade que a Yo! oferece para tornar o aprendizado mais leve e acolhedor.

FICHA-TÉCNICA
Ilustração e motion: Henrique Petrus (Meia Volta Estúdio) / Direção criativa: Gabriel Macohin e Paulo Doi (Petrikór Design)

AUTORIA
Meia Volta Estúdio

CLIENTE
Yo! Inglês

CRAFT FOR DESIGN
ILUSTRAÇÃO

Adênia – Ilustração

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Adênia, conhecida por “Moça do marketing da Aff The Hype” ou pela fala “Eu vou escutar K-Pop porque eu sou jovem” (que marcou a guerra Millenials x Gen z em 2021), nasceu como uma porta-voz do seu idealizador, Matheus, para sua papelaria, Aff The Hype. Nos últimos 4 anos ela se tornou muito mais que um braço da Aff: uma influencer digital. Juntando-se a campanhas de grandes marcas como Itaú e Maggi, ao lado de nomes como Fernanda Torres e Leslie Baker, seu crescimento borrou as linhas entre Adênia e Aff The Hype. É aqui que entra nosso papel no projeto. Trabalhamos para consolidar o que é a Adênia, em um projeto que brilha em identidade, personalidade e o carinho de toda uma geração.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi Fotografia – Jota Oshiro

AUTORIA
Petrikór

CLIENTE
Aff The Hype

CRAFT FOR DESIGN

ILUSTRAÇÃO

26º Festival Kinoarte de Cinema

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Apresentamos aqui ilustrações que compõem a identidade visual do 26º Festival Kinoarte de Cinema, a partir de uma parceria com um artista plástico, que cedeu 25 telas à óleo para a produção. A proposta foi criar um universo visual original com base em recortes de suas pinturas a óleo, ampliados por colagens digitais e intervenções gráficas. Como resultado, as ilustrações formam uma narrativa visual surrealista e expressiva com cenas do cotidiano, que dialogam com o cinema autoral e experimental, foco do festival. Graças à quantidade de materiais para trabalharmos, a identidade teve muitas possibilidades de desdobramentos consistentes e versáteis em materiais impressos, digitais e cenográficos.

FICHA-TÉCNICA

DIREÇÃO DE CRIAÇÃO: FELIPE AUGUSTO
PINTURAS: MARLON AMARO DESIGN: FELIPE AUGUSTO, AMANDA MAYUMI & MANOELA CARDOSO ANIMAÇÃO: DILAN GAMA
PRODUÇÃO E PESQUISA: MARINA BIGARDI
FOTOGRAFIA: NATALIA CASTRO

AUTORIA

Leste

CLIENTE

Kinoarte – Instituto de Cinema e Vídeo de Londrina

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE AMBIENTE

SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO

Sinalização do IMS Paulista

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Inaugurado em 2017, o IMS Paulista é um “museu vertical” que integra galerias de exposição, cinema, biblioteca, café, livraria e restaurante. Cinco anos após a abertura na Avenida Paulista, identificou-se a necessidade de uma nova sinalização, mais visível e eficaz, para aprimorar a experiência do público. O projeto partiu de um estudo aprofundado do uso cotidiano do espaço e da experiência das equipes de atendimento, educação, operação e acessibilidade. O objetivo principal foi criar um sistema de sinalização claro, acolhedor e funcional para facilitar a circulação, reforçar a identidade visual do IMS e tornar o espaço mais inclusivo e democrático, contribuindo para a ampliação do público.

FICHA-TÉCNICA

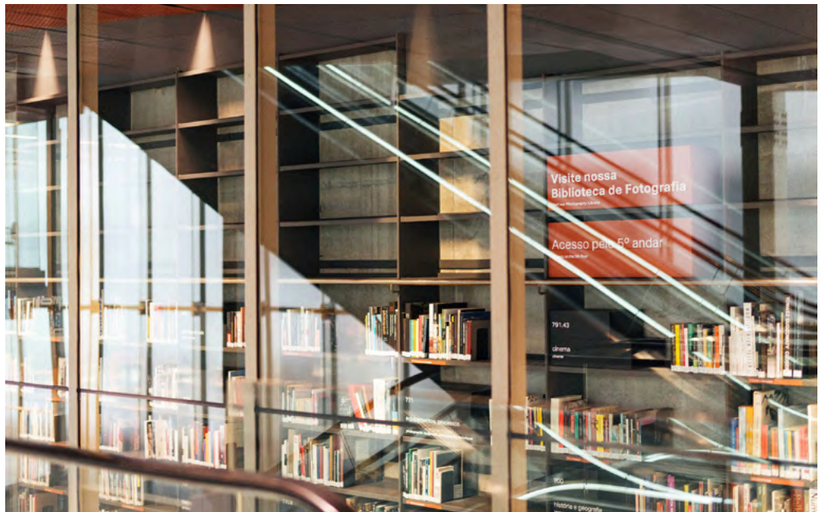
Marcela Souza (pesquisa, mapeamento, projeto e design gráfico), Roberta Val (pesquisa, mapeamento e produção), Marcell Carrasco (pesquisa e textos), Marília Scalzo(coordenação de comunicação IMS), Joana Fernandes(coordenação do IMS Paulista), Beatriz Cyrineo e Gabriela Lima (assistente de produção), Taiane Brito (assistente de design gráfico), Marina Canhadas (desenho de suportes), Caróu Oliveira (redação), Dayna Leiton (acessibilidade), Marcelo Maraninchi (tradução), Daniela Marcondes(infraestrutura predial), André Roberto Felipe(tecnologia da informação), Danielle França e Bruna Cortez (audiodescrição), Nayara Rodrigues e Fábio de Sá (libras), Maria Clara Villas (edição de vídeos), Mayra Azzi (fotografias), Convergint (comunicação digital), KZVM (impressão), Casa do Braille (prancha tátil)

AUTORIA

Marcela Antunes de Souza

CLIENTE

Instituto Moreira Salles



DESIGN DE AMBIENTE

PROJETOS ESTUDANTIS

Operação Lorca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

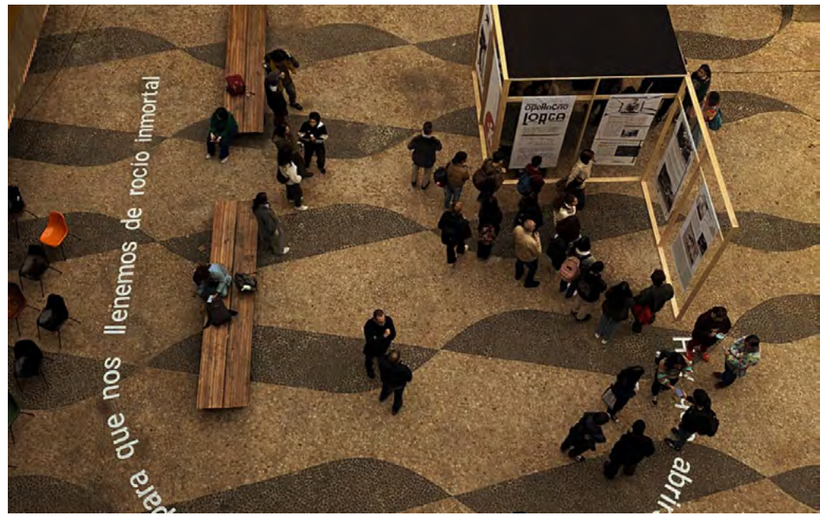
A exposição Operação Lorca resgata a história do monumento criado por Flávio de Carvalho em homenagem ao poeta Federico García Lorca: uma obra destruída durante a ditadura, abandonada em um galpão da prefeitura, resgatada ao final dos anos 70 por alunos universitários e devolvida à cidade no maior cartão-postal, o MASP. Esse projeto expositivo foi construído coletivamente por estudantes, com o objetivo de tornar acessíveis ao público geral a pesquisa e a produção previamente desenvolvidas sobre esse tema em uma disciplina de graduação. Para isso, a partir de recursos limitados, a equipe desenvolveu soluções espaciais e gráficas para comunicar o material curado, resultando em uma intervenção espacial sensível, materializada no edifício da FAU-USP durante três semanas de mostra.

FICHA-TÉCNICA

Isis Kanashiro, Isadora Kanashiro, Rafaela Aranha, Lucas Kin, João Paulo Speciari, Matheus Bauer, Carlos Eduardo Pereira Santos, Gustavo Ferrandi Araujo, Erick Ribeiro Santos, Paulo Avelar Oliveira Libório Dourado

AUTORIA

Isis Kanashiro, Isadora Kanashiro, Rafaela Aranha, Lucas Kin, João Paulo Speciari, Matheus Bauer, Carlos Eduardo Pereira Santos, Gustavo Ferrandi Araujo, Erick Ribeiro Santos, Paulo Avelar Oliveira Li



As Criadas - Projeto de Cenografia

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto foi desenvolvido na disciplina de Design Cenográfico dos cursos de Design Visual e Design de Produto da UFRGS, com a proposição de criar a cenografia para a peça As Criadas, de Jean Genet. A obra original aborda as dinâmicas de poder entre patrões e empregadas domésticas, inspirada em um crime ocorrido na França em 1933, quando duas empregadas assassinaram sua patroa. A adaptação parte dessa base com o objetivo de retratar o tema a partir da realidade brasileira, que atravessa o tempo carregando heranças do período escravocrata. Nesse contexto, a cenografia busca provocar reflexão sobre estruturas ainda presentes na arquitetura nacional, como as chamadas dependências de empregada, que simbolizam a permanência de relações hierárquicas e desigualdades sociais.

FICHA-TÉCNICA
Carolina Picinini Sanches, Gisamara Bairros de Oliveira, Isadora Klein Pereira, Thifany da Cruz Ilaria e Vithor Tagliari Borges. Professor Orientador: Leônidas Garcias Soares.

AUTORIA
Carolina Picinini Sanches, Gisamara Bairros de Oliveira, Isadora Klein Pereira, Thifany da Cruz Ilaria e Vithor Tagliari Borges. Professor Orientador: Leônidas Garcias Soares.

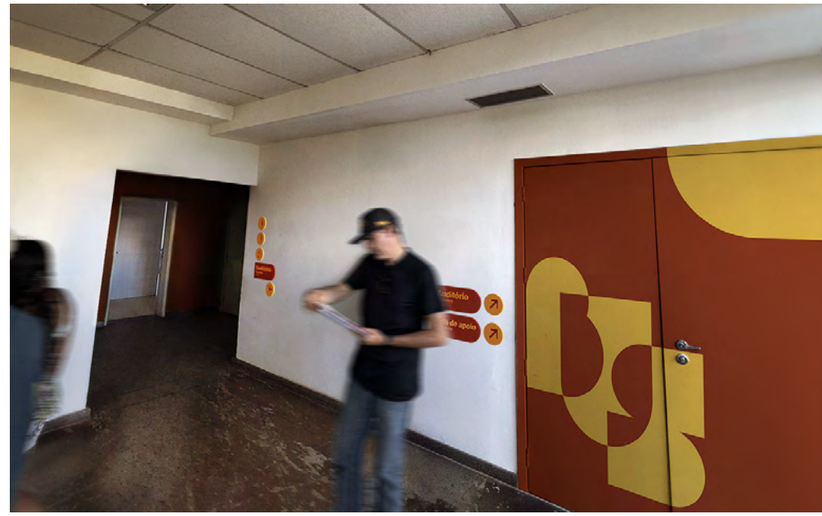
DESIGN DE AMBIENTE
PROJETOS ESTUDANTIS

Biblioteca em Movimento: Sinalização e identidade visual para a Biblioteca de Saúde da UFBA

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto criou um sistema de sinalização unificado para a Biblioteca de Saúde da UFBA, resolvendo o desafio de orientar um público diverso em quatro andares e múltiplos setores. A solução priorizou clareza visual, acessibilidade e durabilidade, com uso de acrílico em alto-relevo e adesivos de alta resistência. Respeitando a codificação por cores já existente e aplicando alto contraste para legibilidade, foram desenvolvidos modelos específicos para acervos, sanitários e emergências, com ícones intuitivos e textos bilíngues. O resultado é um sistema funcional e integrado à identidade institucional, qualificando a experiência dos usuários.

FICHA-TÉCNICA
Autores: Camila Costa Mamona, Letícia Soares Lopes, Luísa Calmon Gonçalves de Araújo, Marcos Paulo Rosas Santos; Orientador: Thiago Thamay; Colaboração Técnica: Ivana Aparecida Borges Lins; Local: Salvador – BA; Materiais: Placas em acrílico em alto-relevo, adesivos VHB, impressão em alta durabilidade; Elementos de Design: Tipografia bilíngue, ícones intuitivos, alto contraste cromático, codificação por cores para setores e andares.

AUTORIA
Camila Costa Mamona; Leticia Soares Lopes; Luisa Calmon Gonçalves de Araújo; Marcos Paulo Rosas Santos; Thiago Thamay



DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO

We Coffee Guarulhos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto aborda a comunicação visual e a ambientação da nova unidade da We Coffee no Aeroporto de Guarulhos, criando uma experiência imersiva que conecta o ato de tomar café à sensação de embarque em uma viagem. A proposta se diferencia ao transformar cada ponto de contato em uma extensão da experiência de viagem, combinando estética, narrativa e funcionalidade. Elementos visuais inspirados no universo aeroportuário, como placas indicativas, tipografia reminiscentes de painéis de voo e stickers que remetem a etiquetas de bagagem, reforçam a identidade da marca e criam vínculos emocionais imediatos com os passageiros.

FICHA-TÉCNICA

Projeto: Porú Arquitetura: Pitá Cidade: São Paulo País: Brasil

AUTORIA

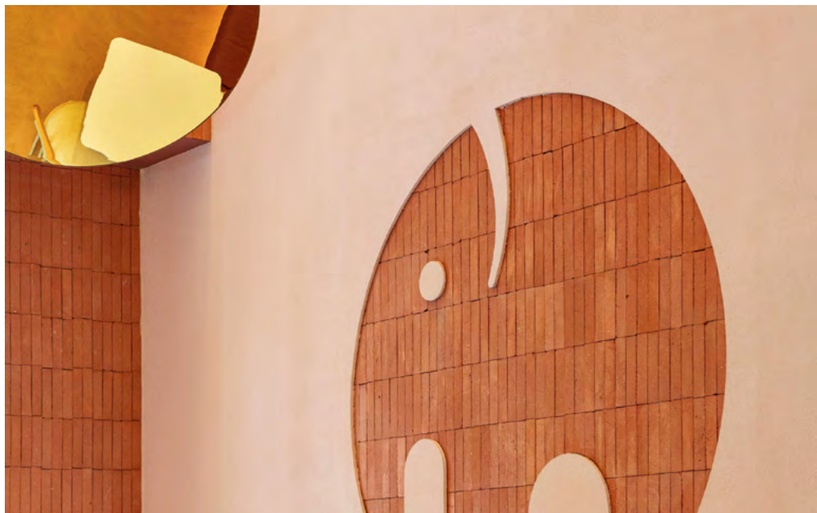
Porú

CLIENTE

We Coffee

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE VAREJO



We Coffee Tamboré

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto da nova cafeteria WeCoffee apresenta uma experiência de marca única, inspirada no Golden Hour e nas particularidades do interior do Brasil. A atmosfera é construída a partir da fusão entre elementos culturais enraizados, como o tijolo de barro e o doce de leite, e a neutralidade contemporânea da identidade da marca. O diferencial está na criação de uma ambientação que equilibra familiaridade e sofisticação, explorando materiais, cores e luz para transformar o espaço em uma verdadeira explosão de sentidos.

FICHA-TÉCNICA

Projeto: Porú Arquitetura: Pitá Cidade: São Paulo País: Brasil

AUTORIA

Porú

CLIENTE

We Coffee

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES

Línguas africanas que fazem o Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Design, identidade da exposição sobre influência de línguas africanas no Brasil. A mostra, destaca a influência de línguas como iorubá, eve-fon e do grupo bantu no português falado em solo brasileiro - seja na forma de entonação, no vocabulário propriamente dito, na pronúncia ou, ainda, na construção do pensamento.

FICHA-TÉCNICA

Design / Comunicação Visual: Oga Mendonça e Daniel Brito Curador: Tiganá Santana Assistente de Curadoria: Mayara Carvalho Expografia: Stella Tennenbaum Pesquisa iconográfica e textual: Juliana de Arruda Sampaio Pesquisa linguística, textual e tradução: Niyi Tokunbo Mon'a-Nzambi Produção executiva: Casaplanta Projeto de iluminação: Anna Turra

AUTORIA

Oga Mendonça e Daniel Brito

CLIENTE

Museu da Lingua Portuguesa

DESIGN DE AMBIENTE

DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES

Frevo Vivo - Paço do Frevo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de design de ambiente para a exposição "Frevo Vivo" representa a maior renovação do Paço do Frevo, transformando-o em um espaço que reflete a pulsão do seu ritmo e dança. A expografia expande a identidade visual do museu para uma experiência tridimensional e imersiva. Além de exibir artefatos históricos e culturais, o design cria um ambiente que pulsa com a energia do frevo e celebra diversas gerações de artistas que compõem esse patrimônio imaterial da humanidade, convidando os visitantes a participarem. Pensado para acolher diversas apresentações e espetáculos conectados ao frevo, o espaço contempla os territórios e personagens que fazem o frevo existir, garantindo que o design seja uma extensão da própria cultura.

FICHA-TÉCNICA

Joana Lira, Alles Blau, Ligatura O Paço do Frevo é um museu público da Prefeitura do Recife gerido pelo IDG (Fotos: Hugo Muniz)

AUTORIA

Joana Lira, Alles Blau, Ligatura

CLIENTE

Paço do Frevo

Fala, Falar, Falares

DESCRIÇÃO DO PROJETO
"Fala Falar Falares" é uma exposição temporária do Museu da Língua Portuguesa que convida o público a refletir sobre a fala como superpoder da espécie humana. Da fisiologia da voz à diversidade dos sotaques, a mostra combina ciência, arte e linguagem para revelar, de forma imersiva, o que torna único o português falado no Brasil. Criamos a identidade visual da exposição e sua aplicação no espaço, com uma linguagem gráfica que reverbera a oralidade em forma, cor e movimento. A tipografia é fluida, vibrante e ocupa o espaço como a própria fala. O resultado é uma experiência visual integrada e viva, onde o design amplia a potência sensorial e afetiva da curadoria.

FICHA-TÉCNICA
direção criativa: Olivia Ferreira e Pedro Garavaglia direção de arte e design: Fernanda Guizan gestão de projetos: Tatiana Araújo designers gráficos: Ian Scheufler, Thamy Kurosawa motion designers: Tamires Campos, Bernardo Leite

AUTORIA
Radiográfico

CLIENTE
Museu da Lingua Portuguesa

DESIGN DE AMBIENTE
DESIGN DE EXPOSIÇÕES E INSTALAÇÕES

Vila Velha, Por Exemplo: 60 anos de um teatro do Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A expografia criada para a mostra comemorativa dos 60 anos do Teatro Vila Velha incluiu a criação da identidade visual e do sistema de sinalização, além da concepção espacial e do detalhamento executivo de todos os elementos expográficos que deram suporte a mais de 400 itens, entre documentos, reproduções, fotografias, figurinos, áudios, vídeos e obras do acervo do MAM-BA. A expografia foi concebida como um turbilhão de memórias girando em espiral ao redor da icônica escada desenhada por Lina Bo Bardi para a sala principal do Solar do Unhão. Um espaço desenhado para exibir memórias, mas também para abrigar ações, tendo recebido ao longo de 5 meses mais de 86mil visitantes, além de apresentações teatrais, debates, lançamentos e visitas guiadas que mantiveram o espaço em movimento.

FICHA-TÉCNICA
Projeto Expográfico, Identidade Visual e Sinalização Expográfica: Daniel Sabóia, Fábio Steque, Patricia Almeida Assistente de Expografia: Nina Barreto

AUTORIA
TANTOcria (Daniel Sabóia, Fábio Steque, Patricia Almeida)

CLIENTE
Janela do Mundo, Teatro Vila Velha e Centro Cultural Banco do Brasil - Salvador

DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS

Mãos e Demãos | Comunicação Visual e Ambientação Design Week 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de conceito, nome e identidade visual desenvolvido para a mostra artística da Somauma na Design Week 2025, traduzindo o tema inspiracional do evento e integrando a parceria com a patrocinadora Suvinil. A incorporadora, especializada em retrofit no centro de São Paulo, ocupou os 9 andares do Edifício Tebas com um projeto que conecta arquitetura, arte, design, sustentabilidade, tecnologia e memória. O sistema visual parte da ideia de sobreposição de tempos e histórias, traduzida em elementos gráficos, cores e tipografia que equilibram herança histórica, resistência e coexistência. A identidade foi projetada para múltiplas superfícies, com aplicações que vão de empenas e espaços urbanos a mídias digitais e impressas, criando uma experiência visual imersiva e consistente.

FICHA-TÉCNICA

Direção criativa: Natália de Andrade
Direção Estratégica: Mayra Lins Pesquisa e posicionamento: Edna Marques Design Espacial: Natália de Andrade Design: Artemio Neto Assistente de arte: Vitor Teixeira Tipografia: Dan Schunck Gerenciamento do projeto: Beatriz Costa Líder de conta: Sabrina Silveira Líder de Operações: Mariana Tritapepe Relacionamento: Vanessa Queiroz Vídeocase: Victor Marcello

AUTORIA

Colletivo

CLIENTE

Somauma

DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS

Suvinil Stands Haus Decor e Feicon 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Suvinil participou de três importantes eventos no início de 2025: Haus Decor Show, Feicon e Design Week (em parceria com a Somauma). Nosso projeto foi desenvolver o design de ambiente para os estandes, tendo como fio condutor o conceito Co(r)existir, que promove a convivência entre natureza e tecnologia, expressão individual e coletiva. Esse conceito, vinculado ao lançamento das Cores do Ano da marca, foi adaptado a cada evento por meio de subtemas e ambientes modulares chamados Fragmentos, criando conexões com sustentabilidade, funcionalidade e tecnologia, conforme o público e foco de cada feira.

FICHA-TÉCNICA

Direção criativa - Natália de Andrade
Direção Estratégica - Mayra Lins Pesquisa e posicionamento - Edna Marques Design Espacial - Natália de Andrade Designer - Artemio Neto Assistente de arte - Fernando Chiara Gerenciamento do projeto - Beatriz Costa Líder de conta - Sabrina Silveira Líder de Operações - Mariana Tritapepe Vídeocase - Victor Marcello

AUTORIA

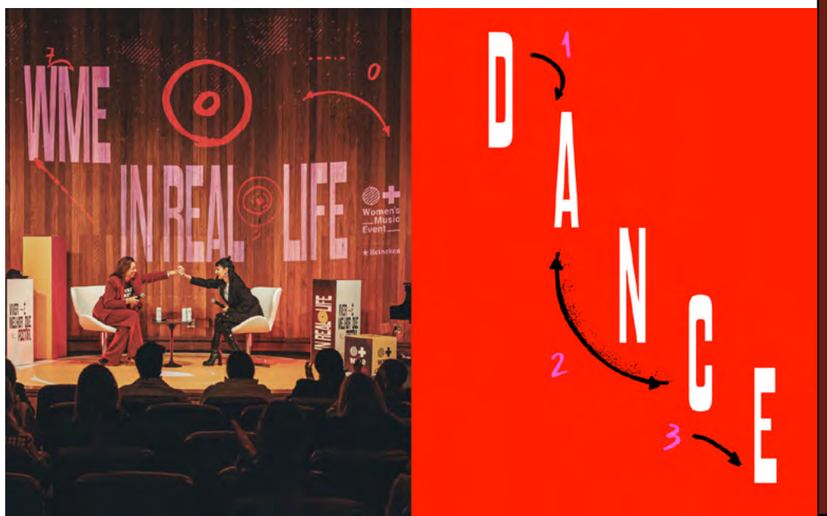
Colletivo

CLIENTE

Suvinil

DESIGN DE AMBIENTE

AMBIENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO VISUAL DE OUTROS ESPAÇOS



WME Conference 2025 | In Real Life

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Conceito, identidade visual e design de ambiente para o WME Conference 2025, maior conferência de mulheres na música do Brasil. O evento teve como tema “Dance mais, poste menos = In Real Life”, com a proposta de valorizar a presença, o corpo em movimento e as experiências reais em um contexto de saturação digital. A identidade visual foi inspirada em diagramas históricos de dança, com traços manuais, elementos pop e referências ao jazz, criando uma linguagem vibrante, feminina e afetiva. O sistema visual celebra ritmo, fluidez e liberdade, mantendo consistência com os elementos fixos da marca e reforçando o protagonismo feminino na música com originalidade, emoção e movimento.

FICHA-TÉCNICA

Novos negócios: Vanessa Queiroz Líder de conta: Sabrina Silveira Gerenciamento do projeto: Beatriz Costa Direção criativa: Marcelo Roncatti Direção de arte: Bárbara Luppi Design: Artêmio Neto Tipografia: Dan Schunck

AUTORIA

Colletivo

CLIENTE

WME - Womens Music Award

DESIGN DE EMBALAGEM

DESIGN DE EMBALAGEM

USABILIDADE

Embalagens Divertida Mente 2

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Posicionar O Boticário como o principal destino para o presentear no Dia das Crianças, estimulando o desejo do público por nossos produtos. Por meio de uma experiência interativa e inovadora, em colaboração com o lançamento da Disney, propomos uma parceria que gerará engajamento e estímulo ao desenvolvimento da inteligência emocional das crianças, de maneira leve, didática e divertida.

FICHA-TÉCNICA

Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário Almanaque Estúdio

AUTORIA

Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

CLIENTE

O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM

SUSTENTABILIDADE

Frasco 100g Danone - Biomimética

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto colaborativo entre Danone e parceiros para redesenhar o frasco de 100g dos produtos Danoninho, Actimel e Activia, com objetivo de reduzir o impacto ambiental da embalagem sem afetar os processos industriais de envase e distribuição. Inspirado em estruturas da natureza o novo design conseguiu alcançar uma redução de 8% na massa da embalagem diminuindo o consumo de matéria-prima plástica e a emissão de CO_2 ao longo da cadeia. Todo o processo foi desenvolvido através de um Sprint colaborativo de design circular onde foi possível acelerar a fase conceitual sempre buscando garantir a viabilidade técnica, comercial e ambiental através de avaliações de ciclo de vida (ACV), prototipagem rápida e simulação computacional.

FICHA-TÉCNICA

Frasco 100g + Sleeve + Selo Materiais: Frasco: PEAD Branco Sleeve: PET Selo: PE + Alumínio Processo industrial: Sopro Marcas: Danoninho, Activia e Actimel Peso do Frasco: 5,2g

AUTORIA

Cazoolo, Danone, Amazu Biomimcry e Graham Packaging

CLIENTE

Danone

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Anterior

Novo Logo

Polenghi - Nova Identidade Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Polenghi passou por uma renovação completa de suas embalagens, resultado de um trabalho estratégico guiado por uma imersão com consumidores para garantir autenticidade, proximidade e conexão emocional. O novo design trouxe modernidade e sofisticação sem perder a essência da marca, valorizando seu legado ítalo-brasileiro e fortalecendo a presença no ponto de venda.

FICHA-TÉCNICA

Planejamento estratégico: Camila Campolina, Ícaro Matias Diretor de criação: Fernando Quintas Designers criação: Fernando Quintas, Lucas Frauendorf, Karina Rodrigues Diretor de artes gráficas: Renato Aota Designers arte-final: Rafael Fazani, Thais Deodato, Samile Leite Digital: Beatriz Russo Diretora de Atendimento: Juliana Ometto Atendimento: Bruna Gracitele, Vanessa Santos

AUTORIA

Narita Strategy & Design

CLIENTE

Savencia Brasil

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Frasco Biomimético - Danone 100g

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto colaborativo entre Danone e parceiros para redesenhar o frasco de 100g dos produtos Danoninho, Actimel e Activia, com objetivo de reduzir o impacto ambiental da embalagem sem afetar os processos industriais de envase e distribuição. Inspirado em estruturas da natureza o novo design conseguiu alcançar uma redução de 8% na massa da embalagem diminuindo o consumo de matéria-prima plástica e a emissão de CO_2 ao longo da cadeia. Todo o processo foi desenvolvido através de um Sprint colaborativo de design circular onde foi possível acelerar a fase conceitual sempre buscando garantir a viabilidade técnica, comercial e ambiental através de avaliações de ciclo de vida (ACV), prototipagem rápida e simulação computacional.

FICHA-TÉCNICA

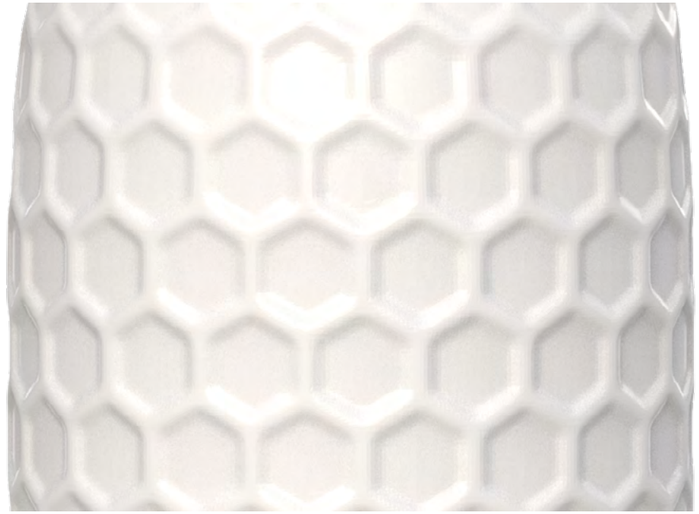
Frasco 100g + Sleeve + Selo Materiais: Frasco: PEAD Branco Sleeve: PET Selo: PE + Alumínio Processo industrial: Sopro Marcas: Danoninho, Activia e Actimel Peso do Frasco: 5,2g

AUTORIA

Cazoolo, Danone, Amazu Biomimcry e Graham Packaging

CLIENTE

Danone



DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Raridades da Mantiqueira

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto “Raridades da Mantiqueira” redesenhou a linha de queijos autorais do Sítio Paiolzinho, marca do Sul de Minas Gerais, traduzindo em embalagem a singularidade do terroir. O desafio foi transformar rótulos que não comunicavam os diferenciais do produto em peças capazes de expressar sofisticação, autenticidade e identidade regional. Cada embalagem traz ilustrações exclusivas que narram o bioma e a cultura da Mantiqueira, criando conexão emocional com o consumidor. A paleta cromática diferencia cada variedade e reforça a coesão do sistema, que agora protege e, sobretudo, conta histórias. O novo design reposiciona a marca em patamar premium, elevando percepção de valor e fortalecendo sua presença no mercado.

FICHA-TÉCNICA

Project Manager: Dilceu Blon Project Assistant: Beatriz Evangelista Desk Research: Sandinara Antunes Strategy: Pablo Eduardo Frandoloso Verbal Identity: Pablo Eduardo Frandoloso e Sandinara Antunes Creative Director & Brand Designer: Daniel Zonta Art Direction: Matheus Corseuil Illustration: Fabrício Rangel

AUTORIA

Chaminé Branding

CLIENTE

Sítio Paiolzinho

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Redesenho Embalagens Lubrax

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um ícone brasileiro se reinventa: com tecnologia e expertise única brasileira. O ‘X’ de Lubrax representa inovação tecnológica e está refletida na silhueta dos novos frascos. Ergonômicos, com maior área rotulável, menor peso e menos plástico, evidenciam a tecnologia avançada dos produtos. Uma identidade clara, intuitiva e integrada, facilita a navegação do consumidor e garante a escolha do produto certo para cada tipo diferente de veículo. A nova embalagem foi concebida para renovar a identidade visual da marca, utilizando a ‘Fluentologia’, para guiar o posicionamento e a nova identidade visual, unindo fluidez e tecnologia.

FICHA-TÉCNICA

Desenvolvido por Design Bridge and Partners Brasil

AUTORIA

Design Bridge and Partners Brasil

CLIENTE

Vibra Energia

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Petras

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Petras é uma empresa familiar especializada em eucalipto tratado, carvão de eucalipto, madeira serrada e derivados. Após 25 anos de tradição, a marca buscou atualizar seu branding e redesenhar toda a linha de embalagens, preservando o reconhecimento já consolidado no mercado. O antigo mascote, inspirado em quadrinhos, foi reformulado, ganhou o nome Petrus e passou a interagir com os produtos nas embalagens, reforçando o espírito familiar e descontraído da empresa. A nova linha combina uma estética moderna e consistente, ampliando a presença da marca nas prateleiras, ao mesmo tempo em que mantém elementos da identidade anterior para assegurar continuidade e reconhecimento.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Paula Pozza Estratégia, Branding, Design de Embalagens e Ilustração: Studio Zak Cliente: Petras Agroindústria

AUTORIA

Studio Zak

CLIENTE

Petras Agroindústria

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Antes

Depois

Açaí Frutaria

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desde 2007 o Açaí Frutaria existe para provar que açaí de verdade é feito de fruta. Com 80% de polpa na receita, contra uma média de 35% dos concorrentes: a marca sempre foi autêntica, mas ainda não tinha uma embalagem à altura dessa verdade. O desafio era transformar essa vantagem real em um redesign que reposicionasse a marca e criasse embalagens irresistíveis, capazes de conquistar tanto as gôndolas quanto o coração dos consumidores.

FICHA-TÉCNICA

Caroline Campos Felipe Johann Maria Eduarda Conceição Otavio Castro Kaue Marques Gabriel Klaus

AUTORIA

Ismo Studio

CLIENTE

Açaí Frutaria

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

ANTES

DEPOIS

LINHA ORGÂNICA

LOGO ANTIGO

LOGO NOVO

Mama Irene

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mama Irene é uma marca de massas artesanais da Grécia premiada internacionalmente, presente em restaurantes estrelados Michelin e em pontos de venda icônicos como a Galeria Lafayette, em Paris. Com o aumento das exportações e visibilidade, a família fundadora decidiu investir em uma nova identidade visual capaz de destacar a qualidade de seus produtos e reforçar sua presença global. Com o tempo, diversas informações, como a inclusão de prêmios conquistados, foram adicionadas aos rótulos sem um critério claro. Esse acúmulo de elementos comprometeu a hierarquia e a identificação dos produtos, resultando em uma embalagem e em uma comunicação que não refletiam a qualidade de uma marca reconhecida internacionalmente.

FICHA-TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto e Giovana Franciscon Ilustração: Raquel Silveira Layout: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto, Júlia Bossi, Eric Vechi, Caroline Celli e Rodrigo Lourenti 3Ds: Rodrigo Lourenti e Burnit CGI Animation: Burnit Motion: Eric Vechi

AUTORIA

MELT Design

CLIENTE

Mama Irene

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Café Lobo do Serrote

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Lobo do Serrote é um café orgânico premiado internacionalmente, reconhecido pela qualidade de suas safras e pelo compromisso com sustentabilidade e responsabilidade social. A nova embalagem traduz esses valores em um design minimalista e elegante, destacando o lobo-guará como protagonista absoluto, sem interferência, reforçando a personalidade única da marca e sua história envolvente.

FICHA-TÉCNICA

Direção de Criação: Rafael Ferro e Camila Kintzel Lead Design: Nicholas Cozzi Designer Gráfico: Igor Vasconcelos e Lorenah Oliveira Project Manager: Vitor Paganelli Fotografia: Lucas Passador e Carolina Cortes Lead Design: Nicholas Cozzi Designer Gráfico: Igor Vasconcelos e Lorenah Oliveira Project Manager: Vitor Paganelli

AUTORIA

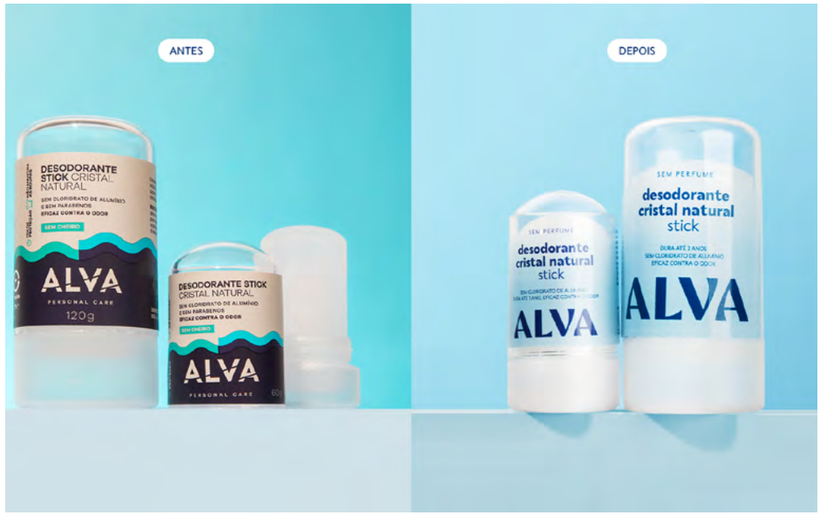
My dear Studio

CLIENTE

Café Lobo do Serrote

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO



Alva: Movimento que transforma

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Pureza que inspira, movimento que transforma” é a essência da ALVA Personal Care, uma marca brasileira de cosméticos naturais. No entanto, seu antigo sistema de identidade e embalagens carecia de padrão e clareza na mensagem. A marca possuía uma inconsistência na nomenclatura dos produtos e na aplicação de elementos gráficos, o que não refletia o posicionamento pretendido. Como parte de um extenso projeto de rebranding, o redesenho completo de sua identidade visual e embalagens foi um passo essencial para fortalecer a comunicação com seu público, garantindo maior unidade e sintonia.

FICHA-TÉCNICA

Diretor de Criação: Felipe Bernardes Amaral Gestão de Projetos: Bianca Groff Estratégia: Marcos Oliveira, Manuela Graff Design: Ricardo Franco, Marcos Oliveira, Thomas Becke, Nicolas Odorizi Ilustração: Thomas Becke

AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Alva Personal Care

DESIGN DE EMBALAGEM

REDESENHO

Bunge Óleo Soya - Redesign

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Soya está presente na casa e nas receitas de milhões de brasileiros. Mas, para se conectar com as novas gerações, a marca precisava se renovar. Por isso, realizamos o redesign completo da sua linha de produtos, combinando elementos visuais mais modernos e atrativos, sem abrir mão do lado afetivo e delicioso que o ato de cozinhar é capaz de despertar.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Betina Cupello, Kelly Santos Design: Pedro Rocha, Taynara Lima Redação: Raphael Ito Motion Design: Cássio Conde 3D: Maurício Oliveira Atendimento: Ariane Melo, Isadora Rios, Jhennifer Torres, Thais Maranha Responsável no cliente: Ana Gutierrez, Fernanda Olivieri

AUTORIA

Team Creatif

CLIENTE

Bunge

Santo Antônio

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Foram desenvolvidas embalagens e identidade visual para Santo Antônio, serviço de assinatura de produtos artesanais elaborados por microprodutores de Itapetininga-SP. A linha inclui rótulos para vinhos, geleias e queijos, criados para traduzir a autenticidade da produção local. No catálogo da marca, cada produto é único e varia conforme a sazonalidade, com embalagens que apresentam não apenas o conteúdo e o sabor, mas também sua origem e respectivo produtor. A fim de reforçar o caráter manual da marca, seus elementos gráficos incluem carimbos produzidos a partir de experimentação com ingredientes locais e layouts tipográficos desenvolvidos a partir do acervo de tipos móveis da FAU-USP, aproximando o consumidor urbano à atmosfera da fazenda.

FICHA-TÉCNICA
Alunos: Ana Luiza Coimbra Ornelas, Isabela Andrade de Oliveira e Castro, Sofia Bastos Samara, Giulia Akemi Volcov Yamaguchi. Orientadora: Profa. Cristiane Aun Bertoldi

AUTORIA
Ana Luiza Coimbra Ornelas, Isabela Andrade de Oliveira e Castro, Sofia Bastos Samara, Giulia Akemi Volcov Yamaguchi

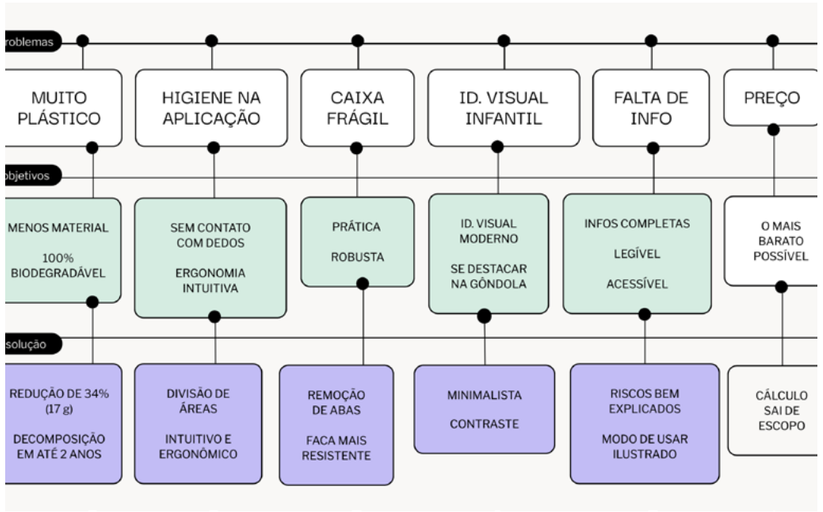
DESIGN DE EMBALAGEM
PROJETOS ESTUDANTIS

MY: linha de batons inclusivos e ergonômicos para pessoas com baixa mobilidade nas mãos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A MY – Make Yourself Cosméticos é uma linha de batons inclusivos e ergonômicos desenvolvida para pessoas com baixa mobilidade nas mãos. Por meio de um processo de cocriação com usuárias e especialistas, foram criadas quatro tampas e bases modulares que se adaptam a diferentes movimentos — pinça, torcer, puxar e movimento reduzido. Refiláveis e reutilizáveis, unem funcionalidade, estética e sustentabilidade. O design democrático permite que qualquer pessoa, independentemente de idade, gênero ou limitação física, use o produto com conforto e autonomia. Mais que maquiagem, a MY é sobre autoestima, representatividade e o direito de todos de se sentirem bem consigo mesmos.

FICHA-TÉCNICA
Professores orientadores: Felipe Garcia, Maria do Rosário Gonçalves, Rafael Toledo, Gil Tokio Coordenação acadêmica: Graziela Nivoloni Parceria acadêmica (entrevistas, testes, cocriação): AME idoso Sudeste, Dr. João Vitor Campos, Dra. Raquel Matos, Clínica Sementes

AUTORIA
Giulia Imbiriba Hesketh Caron e Silva



Sem Firula.

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto “Sem Firula.” propõe o redesign do aplicador, embalagem e identidade visual de absorventes internos para o consumidor agênero, jovem e urbano, com foco em funcionalidade e sustentabilidade. A proposta responde às principais dores relatadas em pesquisa, oferecendo um aplicador mais higiênico, ergonômico e compacto, instruções claras e acessíveis, e embalagens sustentáveis — com eliminação total do plástico, decomposição em até oito meses e redução de 57% no peso do produto final. A identidade visual minimalista e agênera se destaca na gôndola, rompe com o estereótipo feminino da indústria atual e comunica o cuidado com a saúde de forma inclusiva e informativa. Menstruação sem plástico, sem contaminação, sem dificuldade, sem gênero, Sem Firula.

FICHA-TÉCNICA
Professores orientadores: Thaís Helena Behar, Maria do Rosário Gonçalves, Eduardo Yamamoto, Kenzo Abiko Coordenação acadêmica: Graziela Nivoloni

AUTORIA
Maria Eduarda Goulart Pereira

DESIGN DE EMBALAGEM
PROJETOS ESTUDANTIS

Linha Instantes

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto surge com o desafio de redesenhar a linha Instantes da Panvel, sem alterar o público atual nem sua faixa de preço acessível. Unindo inovação e sustentabilidade, criamos embalagens de fácil uso que minimizam o desperdício do produto, com uma nova identidade visual que valoriza a linha, impacta no PDV e se diferencia entre os produtos para o consumidor. Com o conceito “Para cuidar de você e de quem você ama”, evidenciamos o ato de cuidar, presentear e a delicadeza das fragrâncias. Algumas embalagens de cremes passaram a ser bisnagas, facilitando a utilização do produto. Para as embalagens com pump, trouxemos um novo formato de embalagem, com o fundo afunilado, fazendo que o produto acumule no final e fique fácil de ser utilizado, com uma base de silicone para manter a estabilidade.

FICHA-TÉCNICA
Designers: Brenda Morais, João Paulo Hartmann, Júlia Lauck, Lucas Haddad e Maria Eduarda Xavier Professora Orientadora: Claúdia Nichetti

AUTORIA
Brenda Morais, João Paulo Hartmann, Júlia Lauck, Lucas Haddad e Maria Eduarda Xavier

Pipicat Bio: Embalagem com 7 Vidas

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Pipicat Bio 7 Vidas é uma embalagem de areia biodegradável para gatos, projetada para o uso prolongado e a substituição das embalagens plásticas. O conceito “7 Vidas” se dá pelo ditado popular associado aos felinos. Após cumprir sua 1ª vida como embalagem, oferece 6 novos usos. Conta com alças ergonômicas, abertura prática e estrutura em papelão que suporta 3,8kg. A faca de corte foi pensada para se transformar em novos objetos: Casinha, bolinha, caixa interativa, caixa de areia portátil, pazinha auxiliar e calendário de monitoramento. Todas essas vidas agregam na rotina dos tutores de gatos de muitas formas e ampliam o ciclo de uso.

FICHA-TÉCNICA
Autores: Bruno Contreras, Cristhian Antunes, Marília Krause, Rafael Pugliesi e Thomas Oldoni Professora orientadora: Claudia Nichetti

AUTORIA
UFRGS

Dear Friends, | Linha de Embalagens Quebra-cabeças

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Entre quebra-cabeças, jogos de tabuleiro, pinturas numeradas e itens de papelaria, Dear Friends nasce com a promessa de entregar momentos que promovam a interação social, a criatividade, o estímulo mental e a coletividade fora das telas. Junto com o lançamento da marca, surge a necessidade de desenho de uma linha de embalagens para a sua primeira coleção de Quebra-cabeças, todos assinados com exclusividade por artistas brasileiros. A busca por elementos e materiais que pudessem traduzir os atributos da marca, foram norteadores do projeto, através uma linguagem contemporânea e contundente.

FICHA-TÉCNICA
Conceito, criação e design: Thiago Colares
Fotografia: Bia Braz

AUTORIA
Thiago Colares

CLIENTE
Dear Friends,

Atriani - Sample Box

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Inspirada nas linhas contínuas marcantes de ripados do showroom da Atriani em Toronto, a Caixa de Amostras foi concebida para organizar e expor as amostras de matérias primas, com a presença de um objeto de design. São cinco gavetas que giram em 360°, ancoradas em um eixo inclinado. O mecanismo permanece discreto e integrado à peça, preservando a pureza dos planos. A abertura acontece com um gesto contínuo e preciso, revelando ao giro, em qualquer sentido, cada um dos books de amostras. No showroom e nos escritórios parceiros, atua como vitrine silenciosa e elegante objeto de decoração.

FICHA-TÉCNICA
Criação e Design - Rafael Silveira Redação e diagramação - Rodrigo Neves Produção e Execução - Daniel Rodrigues

AUTORIA
sn3p design

CLIENTE
Atriani Furniture

DESIGN DE EMBALAGEM
OBJETOS E MOBILIÁRIO

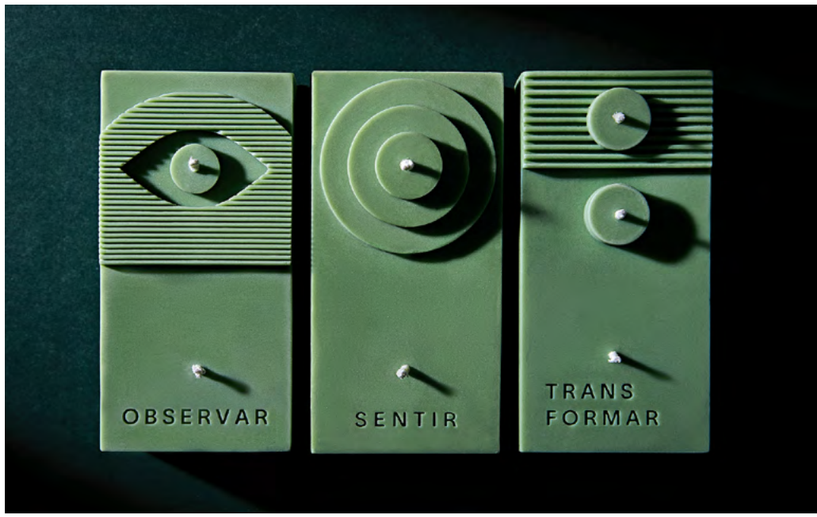
ÓST - Um convite a olhar de novo

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Trata-se do projeto de branding da ÓST, empresa do Espírito Santo fundada por Laila e Jana e dedicada a velas de design. De forma integrada, definimos nome, criamos a identidade visual, o design das peças e das embalagens, a sinalização da loja e experiências digitais. As coleções, autorais e de tiragem limitada, utilizam materiais e acabamentos de alto padrão. A inovação está em reposicionar a vela como objeto de design, com forte impacto estético-sensorial, elevando a categoria com linguagem própria e coerência entre marca e produto. O sistema de marca foi pensado para garantir reconhecimento imediato e flexibilidade, permitindo variações de cor, tipografia e acabamento sem perder a assinatura visual. Cada decisão reforça a união entre forma, função e narrativa de marca.

FICHA-TÉCNICA
Identidade visual e embalagens: Estúdio Capim e Gustavo Machado Naming, conceito narrativo e identidade verbal: CriaTexto Lettering: Letícia Naves Fotografia still: Jota Oshiro Fotografia arquitetura: Yasmine Nery Videocase (motion): Abern in Motion

AUTORIA
Estúdio Capim e Gustavo Machado

CLIENTE
ÓST



DESIGN DE EMBALAGEM

OBJETOS E MOBILIÁRIO

Dear Friends, | Sistema de Embalagem Jogos de Tabuleiro

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Entre jogos de tabuleiro, quebra-cabeças, pinturas numeradas e itens de papelaria, Dear Friends nasce com o objetivo de entregar momentos que promovam a interação social, a criatividade, o estímulo mental e a coletividade fora das telas.
Junto com o lançamento da marca, surge a necessidade de construção de um sistema de embalagens para a sua primeira coleção de Jogos de Tabuleiro: uma releitura dos clássicos, com uma linguagem própria e muito contemporânea. A busca por elementos e materiais que pudessem expressar visual e verbalmente os atributos da marca foram norteadores do projeto. O resultado é um sistema de embalagens que não só distingue e qualifica a Dear Friends, mas une a sua expressão mais genuína de marca ao universo individual de cada jogo.

FICHA-TÉCNICA

Conceito, criação e design: Thiago Colares
Texto: Thiago Colares Fotografia: Bia Bráz

AUTORIA

Thiago Colares

CLIENTE

Dear Friends,

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO

Coleção Memórias | Divertida Mente 2

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Pegando carona no aguardado lançamento da animação Divertida Mente 2, as marcas Quasar Next e Sophie, de perfumaria infantil d'O Boticário, desenvolveram uma linha de produtos protagonizadas pelos personagens do filme, indo de encontro tanto com a popularidade consolidada da franquia quanto com o hype mundial gerado pela novidade da sequência, lançada quase 10 anos depois da estreia do primeiro título.
A criação se interligou com o importante conceito de saúde mental na infância, um aspecto abordado tanto pelo filme quanto pela própria formulação dos produtos pelo Boticário, com fragrâncias que traduzem e estimulam as emoções.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Bruno Becher, Rafael Rudnicki Estratégia e Redação: Vitor Albano Design: Bruno Becher, Giovanni Vicentini, Rafael Rudnicki Motion Design: Daniel Cabezudo Artista 3D: Williams Gomes

AUTORIA

Almanaque

CLIENTE

O Boticário

Press Kit Promocional - Danone Biomimética

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto consiste em um press kit promocional desenvolvido para o lançamento das novas embalagens Danone 100g com padrão biomimético. O kit é composto por caixa, tampa e cinta elástica impressas em 3D, que abrigam um berço em papel cartão projetado para sustentar uma embalagem sem sleeve, destacando o design inspirado na natureza. No mesmo suporte, são apresentadas informações sobre o projeto e um QR code que direciona para o vídeo oficial do lançamento. Além da função promocional, a caixa ganha vida útil prolongada ao se transformar em uma lancheira reutilizável, capaz de armazenar um Danoninho e um lanche, reduzindo seu impacto ambiental.

FICHA-TÉCNICA
Case de Press Kit Materiais: Caixa: PLA Branco Cinta: Elastano Berço: Papel cartão + Impressão e corte a laser. Produto divulgado: Frasco Danone 100g – Case biomimética

AUTORIA
Cazoolo, Danone, Amazu Biomimcry e Graham Packaging

CLIENTE
Danone

DESIGN DE EMBALAGEM
EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO

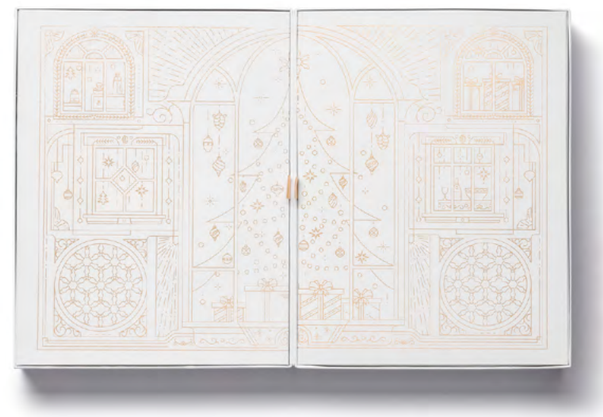
Calendário do Advento - O Boticario

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O Boticário inova no mercado brasileiro com seu primeiro Calendário do Advento, uma embalagem-experiência que transforma a espera pelo Natal. Com 24 compartimentos-surpresa, o projeto se destaca pela complexa engenharia estrutural, design sofisticado e propósito sustentável. Inspirado na campanha “Nossa história vista da janela”, ele não apenas contém produtos, mas revela uma narrativa diária, tornando-se o principal ativo da celebração natalina da marca.

FICHA-TÉCNICA
Bruna C. Montenegro, Tanea Domaradzki, Glenn Rickert, Ana Carolina Luz

AUTORIA
Design in House - Grupo Boticário

CLIENTE
O Boticário



DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO

Embalagens Natal O Boticário

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2024, o Boticário trouxe no Natal uma mensagem poderosa: o cuidado que se transforma ao longo da vida. A campanha abordou o afeto familiar sob a ótica da empatia — filhos que passam a cuidar dos pais — e gerou reflexões sociais sobre vínculos, escuta e reconexão. Nossas histórias são passadas para além de nós pela perspectiva do outro. São emoções eternizadas na prosa. Nosso conceito olha para as histórias das noites de Natal, e no olhar para dentro da história de cada um.

FICHA-TÉCNICA

Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

AUTORIA

Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

CLIENTE

O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM

EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO

Brahma Carnaval do Rio 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o Carnaval 2025, a Brahma lançou uma edição especial de latas comemorativas, celebrando 12 escolas de samba do Rio de Janeiro. O desafio era criar um design de embalagem que unificasse tradição e inovação: cada lata deveria traduzir a identidade única de uma escola, sem perder a coesão do conjunto. A solução foi uma estrutura gráfica que explora a superfície 360° da lata, integrando ilustração, tipografia e cor em uma composição imersiva. A figura da porta-bandeira conduz a narrativa visual, exaltando o movimento e a grandiosidade dos desfiles. O projeto se destaca por transformar a lata em peça central da experiência de marca, ampliando sua função além do consumo e elevando-a ao status de item colecionável.

FICHA-TÉCNICA

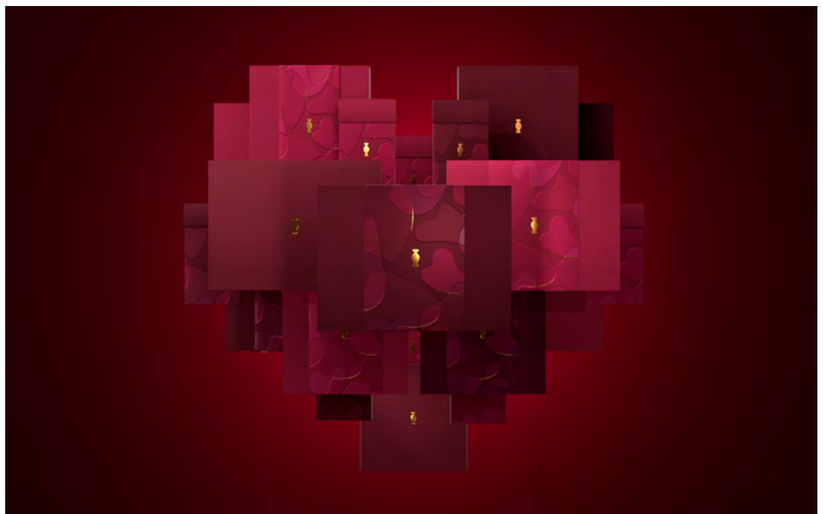
Victor Garcia Rafael Mesquita Henrique Petrus Felipe Saraiva Teresa Guarita Grynberg Renan Queiroz Bernardo Yono Renan Santa Terra

AUTORIA

Colirio Design QNCO

CLIENTE

Ambev Brahma



Dia do Amor

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Uma das datas comerciais mais importantes para O Boticário é o 12 de junho, ao ponto da marca chamar internamente o Dia dos Namorados em Dia do Amor, buscando celebrar esse sentimento de forma mais abrangente. Dentro desse contexto, os kits de produtos presenteáveis se tornam o carro-chefe desse período, oferecendo uma experiência de compra mais prática e sofisticada para os consumidores.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa: Bruno Becher, Rafael Rudnicki Estratégia e Redação: Vitor Albano Design: Bruno Becher, Rafael Rudnicki, Stephanie B., Giovanni Vicentin 3D: Luke Mewes, Rafael Artuzo Motion Design: Pedro Bonatto

AUTORIA
Almanaque

CLIENTE
O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM
EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PROMOÇÃO

Trufas Dengo

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Latas presenteáveis dos chocolates Dengo

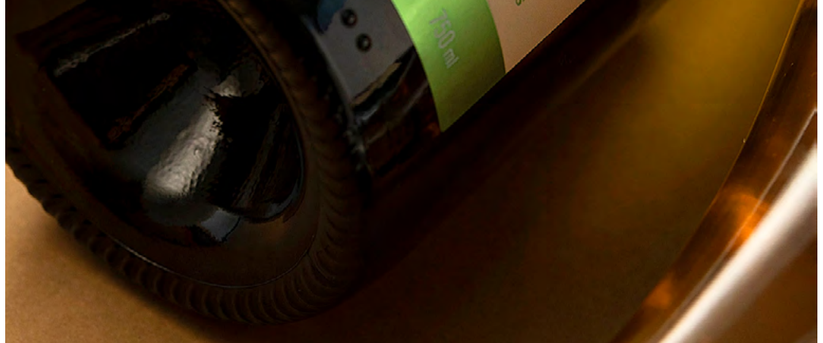
FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Luiz Mello, Melissa Passos

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Dengo Chocolates

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA



ALMA GERAIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Alma Gerais é uma vinícola do Sul de Minas que nasceu com a missão de inserir o estado na rota do enoturismo, oferecendo experiências sensoriais que unem vinhos autorais e gastronomia regional a visitantes de todo o país. O vinhedo está integrado ao espaço de produção, onde a mesma uva ganha diferentes personalidades a partir do envelhecimento em barricas de concreto, tanques de aço inox e barris de carvalho. Cada técnica revela aromas, texturas e paladares únicos. Para o lançamento da marca, foi criada uma linha de rótulos que traduz visualmente essa essência. O conceito surgiu de uma pesquisa botânica sobre as espécies de plantas nativas da região, explorando suas formas e características como elementos da identidade, da alma e da autenticidade dos vinhos.

FICHA-TÉCNICA

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

AUTORIA

GRECO

CLIENTE

ALMA GERAIS

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Coleção Quem Disse, Berenice? & Harry Potter

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Coleção Harry Potter de Quem Disse, Berenice? é um projeto que se distingue por sua profunda imersão temática e design inovador. Mais do que produtos, criamos itens colecionáveis que contam uma história. O principal diferencial reside na forma como a arte de cada embalagem se conecta, formando uma narrativa visual coesa que incentiva a compra da coleção completa. As embalagens são artefatos táteis, com formatos únicos — como a paleta-livro de feitiços e delineador caneta-tinteiro, são perfeitos exemplos — e acabamentos de alta complexidade, como hot stamping, relevos e gravação a laser. Essa combinação de criatividade e execução técnica eleva o projeto acima da concorrência, oferecendo uma experiência de consumo inesquecível e um forte desejo de colecionismo.

FICHA-TÉCNICA

Bruna Maria Araujo Merci Rafael Rudnicki

AUTORIA

Almanaque Estúdio de Criação

CLIENTE

Quem Disse, Berenice?

Brahma Lata Carnaval do Rio 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Para o Carnaval 2025, a Brahma lançou uma edição especial de latas comemorativas, celebrando 12 escolas de samba do Rio de Janeiro. O desafio era criar um design de embalagem que unificasse tradição e inovação: cada lata deveria traduzir a identidade única de uma escola, sem perder a coesão do conjunto. A solução foi uma estrutura gráfica que explora a superfície 360º da lata, integrando ilustração, tipografia e cor em uma composição imersiva. A figura da porta-bandeira conduz a narrativa visual, exaltando o movimento e a grandiosidade dos desfiles. O projeto se destaca por transformar a lata em peça central da experiência de marca, ampliando sua função além do consumo e elevando-a ao status de item colecionável.

FICHA-TÉCNICA
Victor Garcia Rafael Mesquita Henrique Petrus Felipe Saraiva Teresa Guarita Grynberg Renan Queiroz Bernardo Yono Renan Santa Terra

AUTORIA
Colirio Design QNCO

CLIENTE
Ambev Brahma

Clash, O Boticário

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Clash é o novo perfume masculino do Boticário, com frasco que traduz visualmente a ideia de atrito e reinvenção. O design partiu da metáfora de elementos contrastantes — água, pedra e espelho quebrado —, explorando formas fragmentadas e uma paleta que mistura tons aquáticos e metálicos. O frasco foi desenhado para comunicar movimento e ruptura, com texturas e volumes que convidam ao toque. A embalagem primária e secundária atuam como extensão do conceito, refletindo a complexidade da masculinidade contemporânea em um design ousado, memorável e altamente diferenciado no ponto de venda.

FICHA-TÉCNICA
Victor Garcia Bernardo Yono Rafael Mesquita Leonardo Tavares Verônica de Oliveira Leo Massarelli Barão Di Sarno João Costa Camila Capeletto Danielle Tubino Renan Santa Terra

AUTORIA
Colirio Design QNCO

CLIENTE
O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Natura Aura Alba

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Aura Alba marca a estreia global da rosa branca de Konare, cultivada na Bulgária, como ingrediente inédito na perfumaria. O projeto nasceu do desafio de traduzir em design um gesto fundador da Natura: a entrega de rosas brancas feita por Luiz Seabra em 1969. O frasco reúne memória e inovação em um shape preciso, capaz de refletir sofisticação, luz e exclusividade.

FICHA-TÉCNICA

Dir. Criação Fred Gelli, Ricardo Bezerra, Beto Biscesto, Pat Watson, Dandara Almeida e Julia Liberati Design Paulo Ferreira, Arthur Figueiredo, Anna Fonseca, Eliane Satsuki, Rodrigo Gondim, Carolina Pinheiro, Thalita Campbell, Gustavo Crivellari, Gabriel Kalani e Mariana Hermeto Produção Paola R. e Emanuel Z. Gazpacho João Ávila Take Uchis Verbal Elen Campos, Dani Varanda Negócios Ulli Ferrari, Paula Chagas e Luiz Tranqulini Cliente Cláudia Pinheiro, Bruna Patkó, Isa Raschle e Nat Martinez

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Natura

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Frasco Biomimético - Danone 100g

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto colaborativo entre Danone e parceiros para redesenhar o frasco de 100g dos produtos Danoninho, Actimel e Activia, com objetivo de reduzir o impacto ambiental da embalagem sem afetar os processos industriais de envase e distribuição. Inspirado em estruturas da natureza o novo design conseguiu alcançar uma redução de 8% na massa da embalagem diminuindo o consumo de matéria-prima plástica e a emissão de CO_2 ao longo da cadeia. Todo o processo foi desenvolvido através de um Sprint colaborativo de design circular onde foi possível acelerar a fase conceitual sempre buscando garantir a viabilidade técnica, comercial e ambiental através de avaliações de ciclo de vida (ACV), prototipagem rápida e simulação computacional.

FICHA-TÉCNICA

Frasco 100g + Sleeve + Selo Materiais: Frasco: PEAD Branco Sleeve: PET Selo: PE + Alumínio Processo industrial: Sopro Marcas: Danoninho, Activia e Actimel Peso do Frasco: 5,2g

AUTORIA

Cazoolo, Danone, Amazu Biomimcry e Graham Packaging

CLIENTE

Danone

Make B. Cereja Rouge

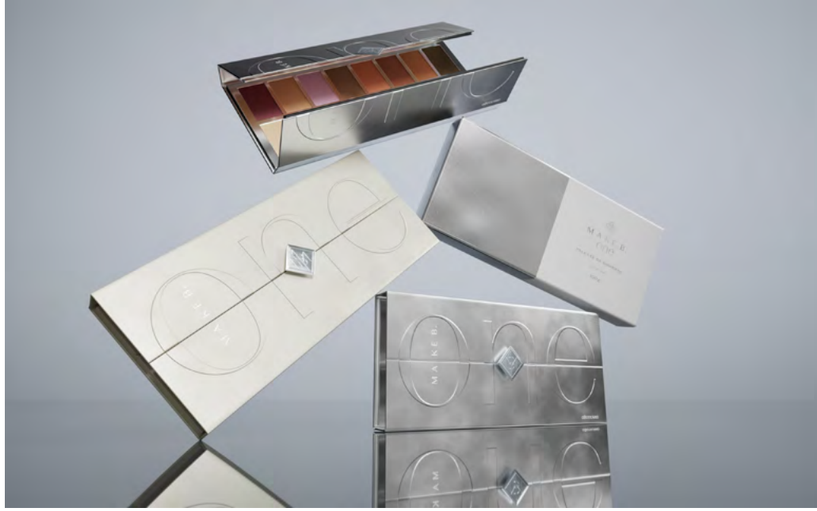
DESCRIÇÃO DO PROJETO
O lançamento da palette natalina de Make B. é uma das datas comerciais mais importantes e aguardadas pela marca e pelo público. Em 2024, esse lançamento veio acompanhado de uma collab com Nativa SPA e da presença de um ingrediente muito sofisticado como protagonista: a cereja amarena.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa: Bruno Becher, Rafael Rudnicki Estratégia e Redação: Vitor Albano Ilustração: Rafael Rudnicki, Luli Tolentino Artista 3D: Samuel Brito

AUTORIA
Almanaque

CLIENTE
O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM
CONSUMO DE MASSA



Make B. One

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Depois de se consolidar no mercado brasileiro de maquiagem, O Boticário decidiu que era hora de dar um passo a mais e entrar no setor de maquiagem de alto padrão. Make B. One é uma linha criada para posicionar a marca dentro desse cenários, com a presença de códigos premium e proprietários dentro de um setor que costuma ser pautado pelo minimalismo - mas sem deixar de lado as características que consolidaram Make B. no Brasil, como a presença de fórmulas tecnológicas e de alta performance.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa e Design: Bruno Becher, Rafael Rudnicki Estratégia e Redação: Vitor Albano Artista 3D: Samuel Brito Fotografias: Reprodução / Grupo Boticário

AUTORIA
Almanaque

CLIENTE
O Boticário

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Tanqueray Bossa Nova

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Tanqueray Bossa Nova, para a Diageo, buscou estabelecer um novo padrão no crescente mercado de destilados na América Latina, criando uma variante de gin única e elegante que reflete a cultura brasileira e atrai globalmente. A concepção baseou-se na fusão da elegância de Tanqueray com a essência da Bossa Nova, um movimento cultural que representa o estilo de vida carioca. A identidade visual e o design da taça foram inspirados na sofisticação e nos contrastes do bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, buscando uma interpretação contemporânea da herança carioca. A embalagem se destaca por sua ilustração vibrante e detalhada, que reinterpreta os icônicos mosaicos do calçadão de Copacabana e elementos da flora brasileira, criando um visual distintivo e elegante.

FICHA-TÉCNICA

Londres: Chloe Hibbert, Mark Douglas, Talitha Watson, Andrew Hudson, Katie Hughes, Eve Wallis, Luke Burley, Lucy Haddow, Cameron Knott, David Clabon, Yvonne Eng-Hall, Nathalie Bland, Leah Jacobs-Gordon, John Eng-Hall, Maya Antanov, Rodrigo Ortega, Nathan Jordan, Danica Lopez . São Paulo: Thiago Bellas, Paula Robinson, Fernanda Dias, Heitor Piffer, Giulia Machado.

AUTORIA

Design Bridge and Partners Brasil e UK

CLIENTE

Diageo

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Embalagem para Triturador de Resíduos de Alimentos Deca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Deca, líder no mercado brasileiro de louças e metais sanitários, estreia numa categoria ainda pouco popular: trituradores de alimentos. O projeto nasce da pergunta “para onde vão os resíduos de alimentos?” e, a partir dela, o design vai além do invólucro: a embalagem atua como vendedor e manual visual. Com estética premium, organiza informações em faces com funções claras, traduz benefícios e ensina o uso com ícones e infográfico. No PDV, duas caixas lado a lado formam a imagem do produto em tamanho real. O resultado é uma embalagem premium e educativa, que reduz dúvidas e influencia a decisão de compra.

FICHA-TÉCNICA

Dexco Design Office

AUTORIA

DEXCO DESIGN OFFICE

CLIENTE

DECA

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Banana Milk

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Banana Milk é o primeiro leite vegetal à base de banana produzido no Brasil — a terra das bananas. Fundada em 2024, em Florianópolis, a marca tem como propósito oferecer alternativas alimentares vegetais que atendam a pessoas com restrições alimentares, sem abrir mão de sabor, praticidade e valor nutricional para o consumo diário. Em 2024, foi desenvolvido o branding, a identidade visual e o design da família de embalagens da linha de produtos de estreia da Banana Milk. Com o lançamento oficial no mercado em 2025, a marca vem conquistando espaço nas prateleiras dos principais supermercados de Florianópolis.

FICHA-TÉCNICA
Fabian Shinzato (Design Gráfico, Branding)
Luiz Pegoraro (Design Gráfico, Branding),
Victória Pretto (Design Gráfico, Branding),
Beatriz Bastos (Design Gráfico, Ilustração),
Gustavo Brazzalle (Direção Motion), Danilo Coelho (Motion, 3D), Luciano Burger (Direção Motion, 3D), Bruno Vitalino (Motion, Edição)
Vitor Heitor de Sousa (Motion), Felipe Parucci (Animação Quadro a Quadro)

AUTORIA
FatFaceStudio + Clint Studio

CLIENTE
Banana Milk

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Orná Fermentados

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A microfermentaria londrinense Orná traduz a cultura gastronômica paranaense em suas bebidas. Nos rótulos, as ilustrações coloridas são as protagonistas, pois retratam a brasilidade londrinense em cenas como a feira de domingo, a roda de amigos, a cerveja gelada, a música e a comida bem feita.
No caso dos vermutes, o formato do rótulo foi pensado para remeter ao guardanapo de papel que acompanha cada dose no balcão. Além disso, a garrafa “romarinho” foi escolhida propositalmente: É um clássico dos bares brasileiros e carrega uma forte memória afetiva. Dessa forma, este projeto é uma ponte que une a experiência de uma bebida fermentada ao cotidiano dos apreciadores da gastronomia popular.

FICHA-TÉCNICA
Direção e design: Pedro Dutra e Pedro Vieira
Ilustração: Henrique Petrus Fotografia: Jota Oshiro

AUTORIA
Capina

CLIENTE
Orná Fermentados

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Natura Ekos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

As embalagens da Eau de Parfum Ekos foram concebidas como superfícies sensoriais. A partir do contato direto com ingredientes da floresta — como Priprioca, Cumaru e Breu Branco — desenvolvemos experimentações manuais que resultaram em colagens abstratas de alta resolução. Cada fragrância ganhou uma identidade visual própria: Alma, Pedra e Raiz. O design das caixas vai além da função protetora, transformando-se em experiência: antes mesmo de abrir o frasco, o consumidor é convidado a sentir a floresta em camadas visuais que ecoam sua densidade e vitalidade. Embalagens que narram, traduzem e conectam.

FICHA-TÉCNICA

Direção geral: Marcio Mota Direção de criação: Marcela Scheid Coordenação do projeto: Carol Ohashi Direção de conteúdo e verbal: Vivi Kanô Designers e redatores: Juliana Coelho, Livia Minazzi e Isabel Melo Coordenação de inscrição: Rapha Dutra

AUTORIA

Pharus Bright Design

CLIENTE

Natura

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Sabores da Amazônia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Mágio é um relançamento de uma marca de chocolates da Amazônia dentro do Grupo CBKK. Anteriormente conhecida como De Mendes – que oferecia barras produzidas com variedades de cacau fornecidas por povos originários, quilombolas, comunidades ribeirinhas e de mulheres, a Mágio preserva os mesmos princípios e adota um novo nome, posicionamento e identidade visual. Além de ampliar sua linha de produtos, passa a contar com uma loja física que oferece ao cliente uma imersão sensorial do maior bioma Brasileiro, e ressalta o impacto do cacau nativo da Amazônia em toda a cadeia socioambiental e produtiva até a experiência final do consumidor.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Nina Adjiman Direção de Arte: Nina Adjiman Identidade Visual: Nina Adjiman Design e Embalagem: Nina Adjiman Naming Marca: Bru Figueiredo Naming Produtos: Lais Matos Pesquisa e Estratégia de Marca: Marília Barrichello Ilustração Língua de Onça: Zé Otávio Textos: Isabella Gerevini Fotografia de Alimento: Luis Vinhão Gráfica: Prima Stampa

AUTORIA

Straal Studio Criativo

CLIENTE

Mágio Chocolates

DESIGN DE EMBALAGEM

CONSUMO DE MASSA

Wigow

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com pelo e apelo emocional, Wigow chegou para marcar território como a nova geração de suplementos para pets. Criada para quem enxerga o pet como parte da família, a marca precisava comunicar afeto e performance, rompendo com o apelo farmacêutico da concorrência. Para isso. Wigow apostou em embalagens descontraídas e de alto impacto. A estratégia foi potencializar os elementos-chave da identidade e transformá-los em símbolos distintivos da marca. A cor vibrante não apenas garante destaque no ponto de venda, como também transmite energia e desempenho. O logotipo expandido e verticalizado enfatiza a dualidade da marca ao unir o bold da performance com detalhes afetivos. Já os cães em actings inesperados acrescentam humor e proximidade, despertando identificação imediata com os tutores.

FICHA-TÉCNICA

Direção de Criação: Isabela Rodrigues
Design: Arthur Martin Redação: Júlia Rebelo
Atendimento: Larissa Trindade

AUTORIA

Sweety & Co

CLIENTE

Adventures Inc.

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

GRANDPRIX

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

Deriva: regenerando ecossistemas

O Deriva é um negócio de impacto baseado em um sistema regenerativo que transforma redes de pesca pós-consumo e resíduos têxteis pré-consumo em Derivative, uma nova forma de matéria-prima para marcas que buscam criar soluções de produto com coerência, narrativa e impacto. Atuamos em colaboração com comunidades pesqueiras através do incentivo financeiro ao descarte correto, interceptando redes antes que se tornem poluição marinha. O negócio se estrutura em modelos de colaboração, desde a cadeia de fornecimento até projetos de co-criação com marcas.

FICHA-TÉCNICA
Daniel Furtado Professores orientadores: Felipe Rangel, Carlo Franzato Agradecimento aos professores: Claudio Werneck e Augusto Seibel Parceria: Gabriel Chamas

AUTORIA
Daniel Furtado, Felipe Rangel (orientador), Carlo Franzato (orientador)

GRANDPRIX

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

Pincéis Acessíveis Articulado Make B. - O Boticário

O projeto Pincéis Acessíveis Make B. é a primeira linha brasileira de pincéis de maquiagem articulados, com design inovador focado em inclusão e acessibilidade. A linha conta com cinco pincéis, que possuem um mecanismo que permite articulação em diferentes ângulos, ativado ao puxar a parte superior do cabo. Isso proporciona mais precisão e controle, especialmente para pessoas com mobilidade reduzida ou deficiências nos membros superiores. O cabo anatômico, com perfil quadrado, impede que os pincéis rolem sobre superfícies, enquanto as marcações táteis na base ajudam pessoas com deficiência visual a identificar cada item, garantindo autonomia no uso. A linha mantém o design elegante e sofisticado da Make B., provando que inclusão pode ser discreta, universal e de alta performance.

FICHA-TÉCNICA
Larissa Barreto Adad, André Luis Lima Adam, Bruno Meirelles Sezerban, Zhao Mariana, Fabiola Cavenaghi

AUTORIA
Design in House Grupo Boticário

CLIENTE
O Boticário

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

SAÚDE

Tudo Começa Pela Boca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro “Tudo Começa Pela Boca” é um guia sobre saúde bucal feito em parceria com o Dr. Fábio Bibancos, da ONG Turma do Bem. Conta com 50 perguntas para as principais dúvidas sobre higiene, estética e autoestima respondidas de forma simples, didática e em linguagem acessível. Vendido na rede de farmácias Raia e Drogasil, presente em todo o país, a publicação visava ser uma ferramenta poderosa de informação prática sobre prevenção e autocuidado, ajudando a reduzir desigualdades, fortalecer hábitos saudáveis e apoiar ações educativas, diminuindo a necessidade de tratamentos caros e invasivos no futuro. E mais: esse é um projeto social. A venda de mais de 550 mil exemplares, por apenas R$ 6,99 cada, gerou uma doação de mais de R$ 1,3 milhão a 23 ONGs de saúde de todo o Brasil.

FICHA-TÉCNICA

Roberta Faria, Rodrigo Pipponzi, Claudia Inoue, Marcia Kedouk, Adriana Küchler, May Tanferri, Débora Lublinski, Robson Novaes, Olivia Ferraz, Natália Schiavon, Maria Elisa Lobo, Ana Maria de Paula, Isadora Guedes, Juliana Allevato, Fernanda Colavitti, Felipe Rocha, Gislene Pereira, Itana Alencar, Camila Baribieri, Letícia Naves, Camila Abdanur, Yann Valber, Leo Yorka, Clari Cabral, Luisa Videira, Pedro Ribeiro, Yasmin Ayumi, Leandro Lassmar, Débora Moreno, Priscila Prade, Ilana Bar, Marisa Tomas

AUTORIA

MOL Impacto e RD Saúde

CLIENTE

RD Saúde

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE

Projeto Amplificador

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Projeto Amplificador teve duas edições, em 2022 e 2024, com foco em jovens de 8 a 17 anos em territórios periféricos. Ele utiliza oficinas de moda, música, dança, audiovisual e artes como ferramentas de transformação social. Em 2024, o destaque foi a moda, que trabalhou resíduos têxteis da indústria automotiva em processos de upcycling, design sustentável e ciclo de vida dos materiais. As criações foram apresentadas em um desfile-show realizado em um bairro de alta vulnerabilidade, transformando a rua em palco cultural e envolvendo a comunidade local como público e também como participantes do casting.

FICHA-TÉCNICA

Realização: Fundação Marcopolo Direção artística: Julia Webber Direção conceitual: Chiquinho Divilas Direção executiva: Luciano Balen Produção executiva: Daiane Luza Professores das oficinas: Julia Webber, Chiquinho Divilas, Gio Mazzochi, Douglas Trancoso, Beto Scopel, Cibele Tedesco, Bruna Ferreira, Saimon Fortuna, Breno Dallazen. Fotografia: Antonio Valiente Amplificados: Alunos da Escola Marcopolo de Criatividade Beleza: Pepe Pessoa

AUTORIA

Julia Webber, Chiquinho de Vilas e Luciano Balen

CLIENTE

Fundação Marcopolo

Design Research: design baseado na comunidade e na transformação social

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Um programa de educação em Design projetado para a Universidade de Fortaleza que forma designers para atuar em territórios de vulnerabilidade social. Partimos da premissa de que o design é uma ferramenta de transformação social, e que projetar é um ato de construir futuros mais justos. Nossa metodologia imersiva, baseada na escuta comunitária e cocriação, já gerou 21 soluções de impacto comunitário e formou 150 profissionais com uma nova visão de mundo. O programa se destaca por redesenhar o próprio currículo acadêmico da graduação em design, integrando a atuação comunitária ao núcleo da formação e se tornando um modelo replicável de educação em design focado em equidade, autonomia e impacto sistêmico na comunidade.

FICHA-TÉCNICA
Bruno Ribeiro do Nascimento

AUTORIA
Laboratório de Design de Serviços Públicos

CLIENTE
Universidade de Fortaleza

Design Periférico: Vivências Cocriativas para Inovação Social

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Trata-se de uma pesquisa que teve como objetivo prático descentralizar a ação do design através de ateliês realizados em territórios periféricos. O projeto experimenta as artes gráficas urbanas como dispositivo estratégico de inovação social, ao facilitar conteúdos em metodologias colaborativas de ação cultural, investigando o cotidiano periférico como ponto de partida para compreender as necessidades do nosso território, materializando, ao final do processo, uma intervenção urbana na escadaria da rua Iemanjá, utilizando uma narrativa estética que se desvincula das cronologias hegemônicas e abre caminho para o imaginário coletivo sobre modos de viver mais justos, inclusivos e decoloniais.

FICHA-TÉCNICA
Idealizacao do Ateliê e Coordenação da Pesquisa Design Periférico: Ale Pereira | Metasse Design e Cultura Produção geral e articulação comunitaria do ateliê: Gabriel Pig | Coletivo Farol Encantado Coordenadora de Comunicação do ateliê: Amanda Quintela | Coletivo Farol Encantado Assistencia de Produção do ateliê, Monitoria Comunitária de Pesquisa e Ilustrações:Berin | Coletivo Farol Encantado Fotografias:Mari Ellen Audiovisual:Caio Visuals Projeto Editorial:Bergson Dias e Patrick S

AUTORIA
Ale Pereira

CLIENTE
Coletivo Farol Encantado

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE

Janelas para Imaginação

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No Natal de 2024, nossas vitrines se transformaram em janelas para a nossa campanha, levando magia e beleza para os clientes. Mas o nosso encantamento não parou por aí! Com nosso programa de logística reversa, recolhemos as janelas e demos a elas um novo significado: transformamos em teatros de bonecos! Com muito cuidado e carinho, criamos os fantoches do Doutor Botica e Fido, instalamos cortinas, toldo e adesivos. A ideia era dar um destino com propósito à nossa cenografia e levar uma experiência única e divertida para milhares de crianças. Os teatros são parte do evento Gente que faz o Bem, percorrendo 9 cidades pelo Brasil. Ao final, são doados para instituições participantes, garantindo que a criatividade e a diversão continuem no dia a dia de muitas crianças.

FICHA-TÉCNICA

Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

AUTORIA

Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

CLIENTE

O Boticário

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROSPERIDADE

Manual para MiniEcocidadãos – Montando um projeto de horta urbana

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Territórios vulneráveis da periferia paulistana preservam saberes sobre cultivo de alimentos, mas carecem de técnicas sistematizadas de agroecologia, o que limita sua autonomia alimentar. O Manual para MiniEcocidadãos une esses dois universos. Criado pelo Instituto A Cidade Precisa de Você, em parceria com a EMEF Jardim Paulistano e agentes comunitários da Brasilândia, o projeto ensina crianças de 7 a 9 anos a cultivar hortas urbanas. O design atua como mediador cultural, traduzindo conceitos de agroecologia, permacultura e agricultura orgânica em práticas ilustradas e lúdicas. Ao integrar saber técnico e comunitário, o manual fortalece vínculos locais, promove segurança alimentar e inspira novas gerações a transformar seus territórios.

FICHA-TÉCNICA

Equipe MiniEcocidadãos: Isac Ferraz, Marcella Arruda Organização: Marcella Arruda e Isac Ferraz Redação: Beatriz Justo e Isac Ferraz Revisão de conteúdo: Marcella Arruda

AUTORIA

Icaro Chagas

CLIENTE

Instituto A Cidade Precisa de Você

Edu+: Do Direito à Prática da Educação Inclusiva

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Edu+ é um aplicativo desenvolvido para fortalecer a educação inclusiva na Escola Yolanda Queiroz, facilitando o acompanhamento de crianças neurodivergentes. O sistema centraliza informações antes dispersas em anotações, oferecendo fichas individuais com sensibilidades e estratégias de acolhimento, diários colaborativos entre professores e biblioteca pedagógica especializada. Criado com design research e participação de educadores, famílias e profissionais de saúde, o Edu+ transforma a burocracia inclusiva em prática pedagógica viável. Com interface intuitiva, que aproxima docentes, responsáveis e equipes multiprofissionais, reduz falhas de informação, garante continuidade de cuidado e reafirma a educação inclusiva como direito social e compromisso político.

FICHA-TÉCNICA
Trabalho de conclusão da Disciplina Extensionista de Design Research. Júlia Emília de Oliveira Lia Avelino Carvalho Janaina Moreira Cruz Antonio Italo Patricio João Victor Lima Ana Julia Paz Lemos Bruno Ribeiro

AUTORIA
Júlia Emília de Oliveira, Lia Avelino Carvalho, Janaina Moreira Cruz, Antonio Italo Patricio, João Victor De Lima, Ana Julia Paz Lemos e Bruno Ribeiro

CLIENTE
Unifor - Universidade de Fortaleza

Suporte de Spray Ártemis

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Este projeto surge como resposta ao número alarmante de casos de violência contra a mulher, já que a insegurança cotidiana é uma realidade. Sendo assim, se percebeu a necessidade de produtos de segurança pessoal eficazes, acessíveis e adaptados às necessidades femininas. Com isso, se desenvolveu um produto que complemente políticas públicas de proteção à mulher, reduza danos, amplie a sensação de segurança e contribua para a saúde física e mental das mulheres.

FICHA-TÉCNICA
A proposta foi concebida como Projeto integrador III dentro do curso de Bacharelado de Design.

AUTORIA
Camila Oliveira de Souza, Fernanda Mattos Vieira, Luis Eduardo Oropeza Gimenez, Roberta Camille de Oliveira Jordão e Thiago Soares Ferreira / Professores orientadores: Carla Arcoverde de Aguiar Neves e Ricardo Schwinn Rodrigues

Teidorê

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Teidorê — derivado do termo indígena Tukuna “Tei-Dôro”, que significa tremer — é um brinquedo que consiste em 8 bonecos de profissionais com pesos distintos e uma base semiesférica. Os bonecos são dispostos por pares de profissões que muitas vezes são associadas a um gênero específico, sendo elas: bombeiro, florista, piloto de avião e manicure. A brincadeira consiste em equilibrá-los sobre a base, onde estão dispostos 12 ímãs, colocando roupas, chapéus e acessórios nos bonecos. Possui um sistema de armazenamento na base para guardar as roupas, acessórios e cabelos. Os bonecos têm pesos distintos, com os femininos sendo mais pesados. As roupas são compostas por silicone para fácil manuseio e, pensando no meio ambiente, os outros elementos são compostos pelo plástico biodegradável PBS.

FICHA-TÉCNICA
Alunos: Heloisa Furtado de Andrade, João Paulo Speciari Pereira, Mariana Pataro Machado de Almeida Santos, Raíssa Rodrigues Pereira, Vinicius Lobato de Bellis.
Orientação: Profa. Denise Dantas e Profa. Sara Goldschmidt Monitoria: Leonardo Siqueira

AUTORIA
Heloisa Furtado de Andrade, João Paulo Speciari Pereira, Mariana Pataro Machado de Almeida Santos, Raíssa Rodrigues Pereira, Vinicius Lobato de Bellis.

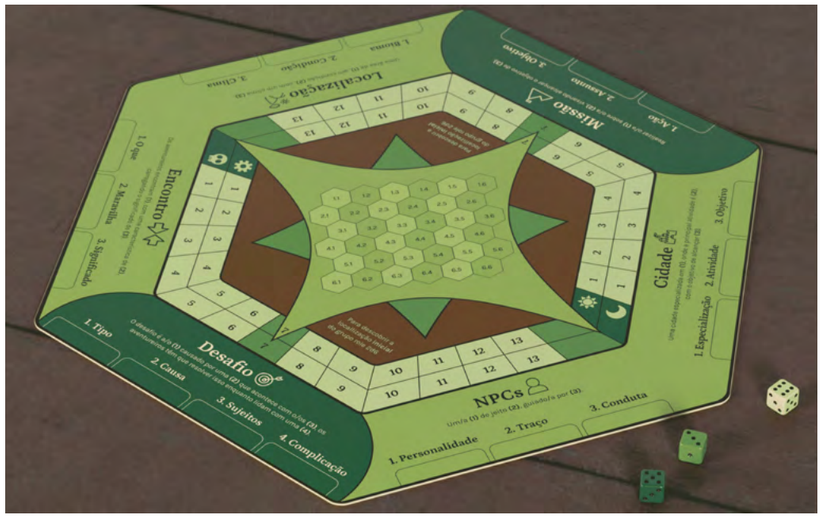
DESIGN DE IMPACTO SOCIAL
PROJETOS ESTUDANTIS

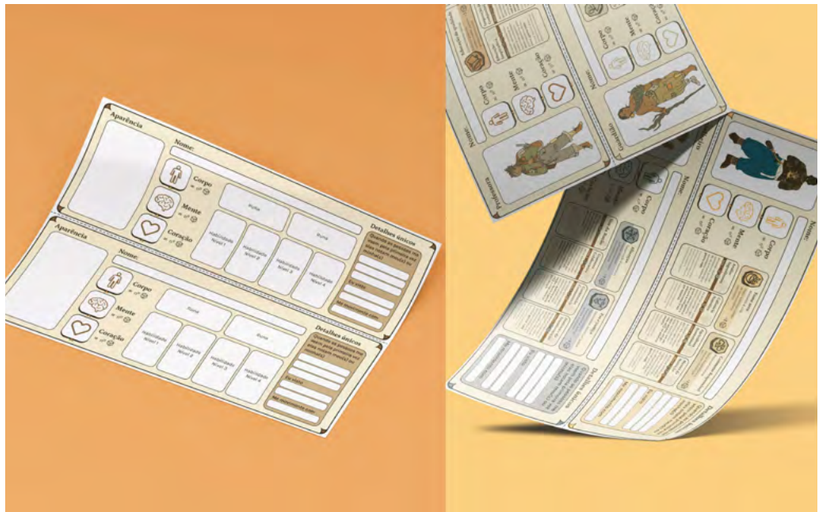
Ollo: O prazer é todo nosso

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Proposta de um dispositivo de adaptação para sex toys visando a autonomia sexual de pessoas com deficiência (baixa mobilidade de membros superiores). Projeto apresentado para a conclusão de curso de design

FICHA-TÉCNICA
Criação e desenvolvimento: Bruna Pek Muy Sung Orientação: Dorival Campos Rossi Coorientação: Guilherme Contini Cardoso

AUTORIA
Bruna Pek Muy Sung, Dorival Campos Rossi, Guilherme Contini Cardoso





Aventureiros do Amanhã

DESCRIÇÃO DO PROJETO

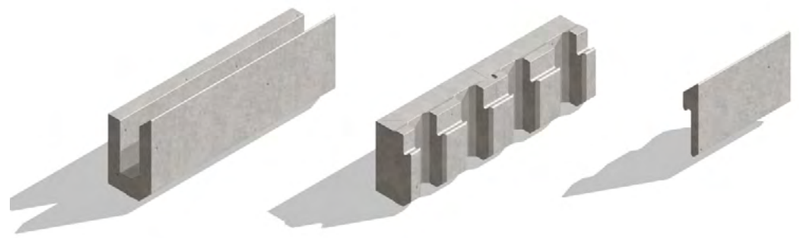
Aventureiros do Amanhã é um RPG educativo que transforma o ensino dos ODSs em uma experiência imersiva e criativa. A interface física intuitiva, com fichas modulares, tokens e cartas temáticas facilitam a criação rápida de personagens, cenários e situações problema. O tabuleiro organiza visualmente a narrativa, enquanto o mapa central se forma dinamicamente com tokens de localização. A combinação criativa de módulos de habilidade e runas relacionados a ações alinhadas com os ODSs feita pelos participantes, aliada à estética coesa e linguagem didática acessível, tornam o aprendizado significativo e divertido. Com recursos de acessibilidade visual e rastreamento físico de progresso, o jogo explora fantasia em um mundo pós-apocalíptico, promovendo reflexão crítica sobre sustentabilidade.

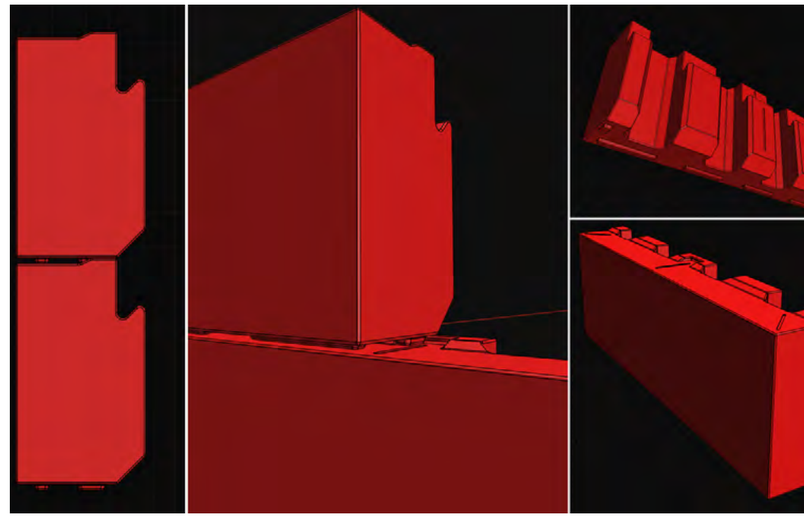
FICHA-TÉCNICA

Rita Knobel Borges (aluna), Deise Albertazzi Gonçalves Tomelin (orientadora), Carla Arcoverde de Aguiar Neves (co-orientadora), Isadora Konzen Santos (artista voluntária), Kamilla Sell (artista voluntária), Vicente Knobel Borges (artista 3D voluntário).

AUTORIA

Rita Knobel Borges





Bloco para Autoconstrução Popular

DESCRIÇÃO DO PROJETO

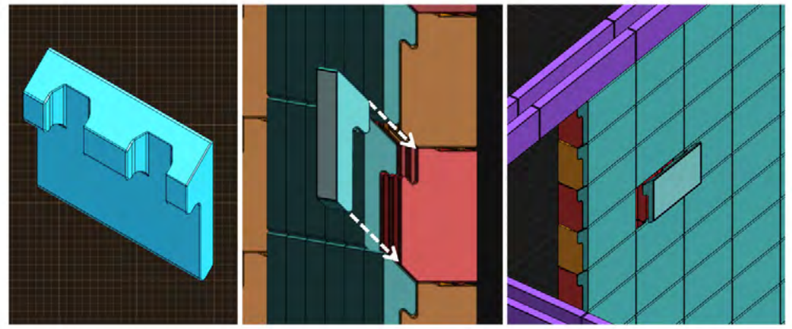
1 em cada 5 brasileiros já construiu ou reformou a própria casa, e a autoconstrução representa 82,4% desses casos (CAU, 2022). Essa realidade, marcada por improvisos, pode resultar em moradias precárias e inseguras. O projeto apresenta um bloco construtivo de baixo custo e montagem intuitiva e ergonômica, que combina encaixes robustos a um material leve e sustentável. Seu design facilita a execução da obra mesmo para quem não tem experiência técnica e traz soluções práticas para passagem de fios, tubulações e acabamentos. Mais que um componente construtivo, é uma ferramenta para ressignificar o ato de construir com as próprias mãos, como um gesto de pertencimento capaz de gerar lares dignos e vivos, que crescem junto com quem os habita.

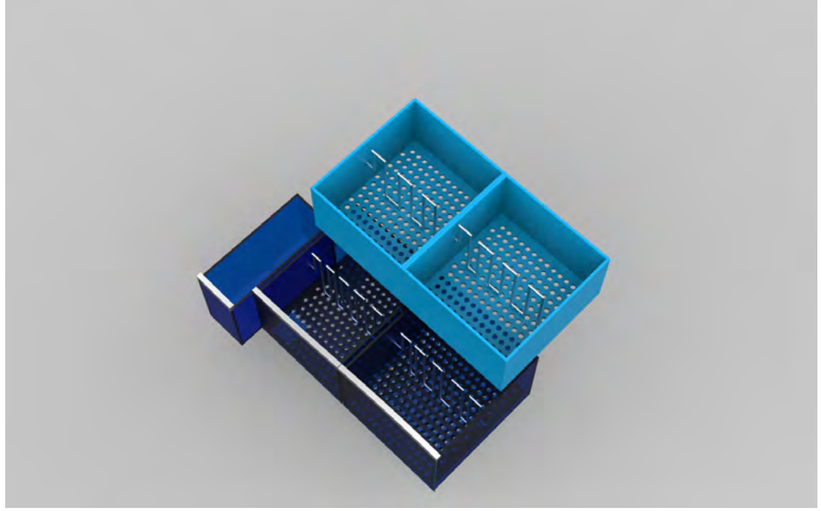
FICHA-TÉCNICA

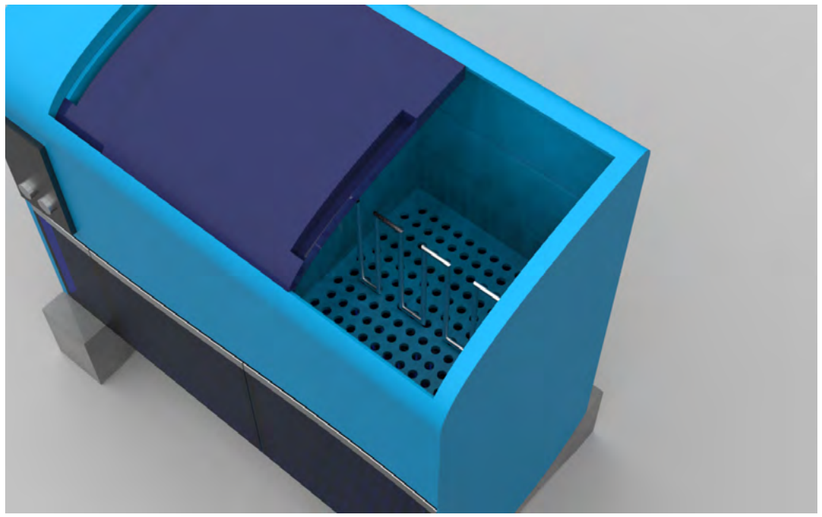
• Autoria e desenvolvimento: Isadora Wolfart Pinheiro • Orientação: Mauricio Moreira e Silva Bernardes • Renderizações: Vithor Borges

AUTORIA

Isadora Wolfart Pinheiro







ECOly - composteira comunitária para condomínios

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A composteira é um equipamento comunitário para condomínios urbanos, concebido a partir de metodologias de design que unem sustentabilidade, ergonomia e estética. Seu formato modular foi desenvolvido para integrar-se naturalmente a áreas coletivas, como halls, jardins ou terraços, sem causar estranhamento visual. O produto conta com gavetas de abertura por clique, que facilitam a retirada do adubo sem esforço físico e evitam o contato direto com os resíduos. Apresenta também um sistema de ventilação inteligente, que garante circulação de ar, reduz odores e previne pragas. Um reservatório inclinado coleta o biofertilizante líquido (chorume) de forma simples, permitindo seu reaproveitamento.

FICHA-TÉCNICA

Designers: Eduarda Schneider, Isadora Sinigaglia e Paula Gattelli Professor Orientador: Everton Amaral

AUTORIA

Eduarda Schneider, Isadora Sinigaglia e Paula Gattelli

Inundados pelo Descaso

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Inundados pelo Descaso” é uma intervenção urbana que transforma espaços públicos e mobiliário em ferramentas de mobilização social. Estruturas modulares em aço inox, lonas impressas e caixas de vidro com água turva criam impacto visual e sensorial imediato. O projeto integra design de produto, gráfico e digital, com aplicativo que conecta cidadãos a informações e ações de ajuda. Seu diferencial está na convergência entre intervenção física e tecnologia, reaproveitamento de materiais e modularidade, permitindo replicação, durabilidade e engajamento contínuo.

FICHA-TÉCNICA

Ana Luísa Griebler Menezes, Fabiano Scherer, Giovani Soprana, Luana Cristina Petter e Marina Severo Gonçalves

AUTORIA

Ana Luísa Griebler Menezes, Giovani Soprana, Luana Cristina Petter e Marina Severo Gonçalves

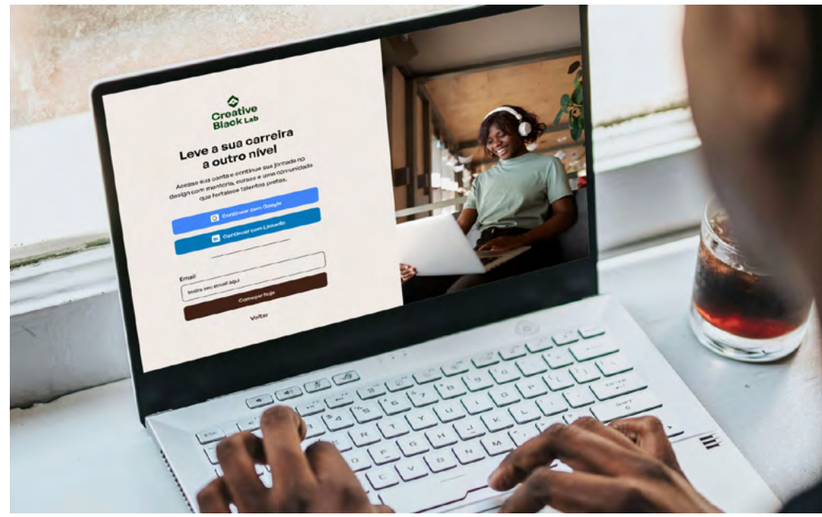
Invisíveis Comuns - Um manifesto visual das lutas femininas

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Invisíveis Comuns é um manifesto visual que transforma o design em ferramenta de mobilização social. O projeto reúne três coleções de cartazes: (A) Violência, (A) Opressão e (A) Libertação, criados para o formato lambe-lambe e difusão digital. Seu diferencial está em extrapolar o ambiente acadêmico e propor uma plataforma colaborativa de livre acesso: os 24 cartazes podem ser baixados no site invisiveiscomuns.com, impressos e usados em intervenções urbanas, tornando-se um movimento coletivo e acessível de visibilização das lutas femininas.

FICHA-TÉCNICA
Pesquisa, planejamento e direção de arte: Geórgia Paes Ilustração e design: Carolaine Ribeiro Orientação: Adriane Shibata e Karla Pfeiffer

AUTORIA
Carolaine Ribeiro e Geórgia Paes

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL
PROJETOS ESTUDANTIS



Creative Black Lab: Universo de conexões Negras no Design

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O Creative Black Lab é uma plataforma digital de mentorias profissionais para designers pretos. O projeto se diferencia por oferecer uma plataforma digital que combina mentoria estruturada, rede de networking segmentada e recursos interativos de aprendizado. Cada funcionalidade é desenhada para promover inclusão real, valorizando a representatividade de designers pretos. A usabilidade simples e centrada no usuário garante que qualquer pessoa possa se conectar, trocar experiências e encontrar oportunidades, reforçando o senso de pertencimento em uma comunidade feita para e por pessoas negras no design. A plataforma se posiciona como um instrumento de transformação social, ampliando oportunidades e fortalecendo redes de apoio para profissionais historicamente sub-representados.

FICHA-TÉCNICA
Autoria: Wendel de Souza Farias. Professor orientador: Tobias Mulling.

AUTORIA
Universidade Federal de Pelotas

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

PROJETOS ESTUDANTIS

Leitura e pertencimento: Valorização da Biblioteca Pública Municipal Selma Birro de Oliveira

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de design de interiores para a Biblioteca Pública Municipal Selma Birro de Oliveira, em Várzea da Palma (MG), com foco em pertencimento, acessibilidade e identidade local. A proposta transforma um espaço negligenciado em um ambiente inclusivo, afetivo e convidativo à leitura através de escuta ativa da comunidade, aplicação rigorosa das normas de acessibilidade e valorização da economia regional com uso de materiais locais, como ferro e madeira, além de paisagismo com espécies nativas, como goiabeiras e palmeiras, arvores símbolo da cidade.

FICHA-TÉCNICA

Danyele Fernandes dos Santos (estudante)
Bárbara Falqueto (orientadora)

AUTORIA

Danyele Fernandes dos Santos e Bárbara Falqueto

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

MEIO AMBIENTE

Linha Icapuí

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma linha de mobiliário que integra tecnologia, sustentabilidade e princípios do design biofílico, inspirada nas falésias do Ceará. Peças produzidas por impressão 3D utilizando matéria-prima reciclada de eletrônicos e superfícies criadas de embalagens pós-consumo recuperadas por cooperativas de catadores com protagonismo feminino. A coleção recria experiências estéticas e emocionais da paisagem litorânea, inspirando-se na sobreposição de sedimentos que existe na natureza, reafirmando o papel do design brasileiro como força regenerativa e inspiradora em sua materialidade e simbolismo. Com durabilidade e uso versátil em ambientes internos e externos, os móveis enriquecem espaços ao conectar as pessoas ao território, transformar resíduos em arte funcional e promover bem-estar.

FICHA-TÉCNICA

Design de produto: Érico Gondim Assistente Design de produto: João Crispim Design de superfície e design paramétrico - Time RatoRói: André Guse Barbi, Flávia Vanelli, Arian Rayegani, Alexandre Gobbo Fernandes, Ana Paula M. Pradi, Liandra Rocha

AUTORIA

Érico Gondim + RatoRói

CLIENTE

Rato Ind

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

MEIO AMBIENTE

Upcycling do EPS/isopor* – de embalagens a bens duráveis

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Termotécnica desenvolveu um projeto de upcycling com uma aplicação para uso de embalagens recicláveis de EPS pós-consumo (mais conhecido como isopor*), direcionando-as para retornar à cadeia produtiva como uma nova matéria-prima. Com o REPOR - PS Circular proveniente de EPS reciclado, o material ganha uma nova vida, oferecendo aos designers uma solução mais sustentável e permite que as empresas façam a circularidade acontecer na prática. Um caso real é a parceria com Unigel e Electrolux, onde o material é usado na fabricação de peças técnicas para refrigeradores. O projeto promove a economia circular, reduz resíduos plásticos e substitui matérias-primas virgens, gerando impacto positivo nos ODS 9, 12, 13 e 15, com inovação, consumo responsável e ação climática.

FICHA-TÉCNICA

Albano Schmidt, Presidente Termotécnica | Regina Zimmermann, Diretora de Operações Termotécnica | Marcelo Natal, Vice-Presidente Comercial Unigel | João Zeni, Diretor de Sustentabilidade ESG para a América Latina do Grupo Electrolux

AUTORIA

Termotécnica

CLIENTE

Termotécnica, Electrolux e Unigel

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

MEIO AMBIENTE

BR 163 - Progresso para quem?

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pela ONG Proteção Animal Mundial a roteirizar, dirigir, pós-produzir e criar a identidade visual para o documentário BR 163 – Progresso para quem? que aborda o impacto ambiental destrutivo da rodovia ao longo de seus 1.200 quilômetros entre Sinop (MT) e Santarém (PA). Sob o manto do conceito de “progresso”, a atividade motora da rodovia – o modelo industrial agropecuário – promove um desastre socioambiental afetando as comunidades tradicionais e o meio ambiente em sua totalidade, destruindo fauna silvestre e seu habitat. Lançado em 05 de Setembro, o documentário pode ser visto nos canais da Proteção Animal Mundial.

FICHA-TÉCNICA

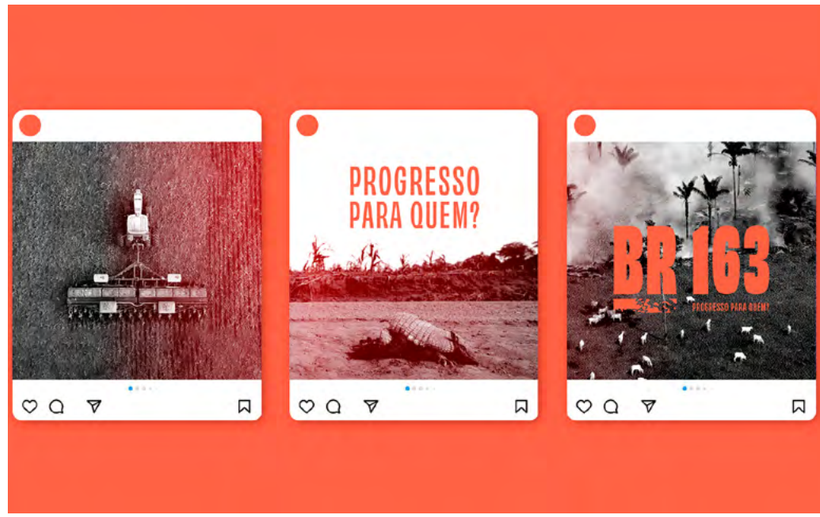
Direção, Design e Animações: Bijari (Alexandre Marcati, Dani Violin, Débora Pistore, Geandre Tomazoni, Marcela Návia, Olavo Ekman) Criação: Geandre Tomazoni, Gustavo Godoy, João Rocha, Maurício Brandão, Olavo Ekman e Rodrigo Araújo Roteiro, Edição e Cores: Danilo do Valle Fotografia: Fernanda Ligabue Trilha Original e Mixagem: Xuxa Levy Narração: Mahmundi Tradução Kayapó: Bepdjyre Txucarramae

AUTORIA

Bijari

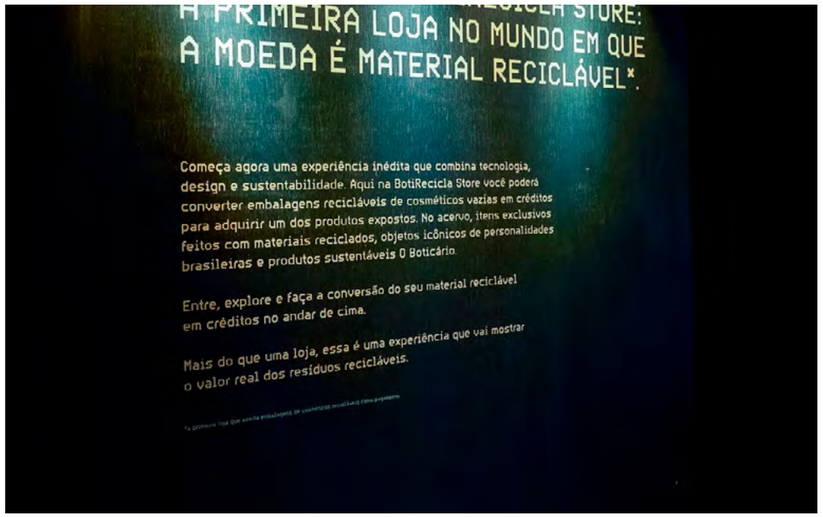
CLIENTE

Proteção Animal Mundial



DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

MEIO AMBIENTE



Boti Recicla Store

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Boti Recicla Store foi uma iniciativa de O Boticário para destacar o valor da reciclagem e a sustentabilidade. A loja, que operou temporariamente, na flagship O Boticário de Pinheiros - SP, permitiu que clientes trocassem embalagens vazias de cosméticos de qualquer marca por produtos e experiências exclusivas. A ação faz parte da estratégia de ESG do Grupo Boticário, que está alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. A campanha teve grande repercussão na imprensa, com 89 publicações e mais de 2 milhões de visualizações orgânicas nas redes sociais.

FICHA-TÉCNICA
Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

AUTORIA
Diretoria de Brand Experience do Grupo Boticário

CLIENTE
O Boticário

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

MEIO AMBIENTE

Gira

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Gira é uma marca brasileira de design que vê nas tampinhas um novo começo. A oportunidade é transformar o que sobra em objeto bonito e útil. A marca mostra que reciclar pode ser leve, criativo e parte do dia a dia.

FICHA-TÉCNICA
Dir. Criativa e de Arte: André Duvivier Design Gráfico: Kauan Miranda Site: Lipe Machado Video: Leonardo Cosme Modelos: Pesanuza, Dandara Aparecida, Chica Capeto, Guilherme Blum, Antonio Rocha Stylist: Roberta Campos Assistência de fotografia: Daniel Sulima, Guilherme Ferrazz Produção: Carolina Cohen, Antonio Rocha, Chica Capeto

AUTORIA
Kauan Miranda

CLIENTE
Gira

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

INCLUSÃO E DIVERSIDADE

14ª Bienal Brasileira de Design

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A 14ª Bienal Brasileira de Design propôs giros necessários no cenário do design nacional, ampliando a diversidade e inclusão no mais tradicional evento de design do país. Realizada pela primeira vez no Nordeste, em Aracaju/SE, descentralizou saberes e práticas historicamente concentrados no eixo Sul-Sudeste. Retirou "gráfico" do nome, ampliou categorias e abriu espaço a novos modos de fazer. Com curadoria sergipana, júri diverso e políticas afirmativas de participação, visibilizou trajetórias periféricas e acadêmicas. Teve recorde de projetos universitários, três exposições simultâneas, incluindo "Negras Memórias", e mais de 7 mil visitantes de todo o país.

FICHA-TÉCNICA

Adriane Shibata Santos Dandara Almeida Gustavo Greco Haro Ristow Wippel Schulenburg Isadora Burmeister Dickie Jonathan Prateat Laila Rotter Renato Faccini Thaïs B. de Araújo Babi Monteiro Haro Ristow Wippel Schulenburg Isadora Burmeister Dickie Izabella Cristtine Santos do Nascimento Thyago Neves Tiago Cavalcanti Reis Curadoria Samia Jacintho Mangaba Estúdio Memória ADG Brasil Airton Jordani Produção Natália H S Toledo Lena Amano Camila Mattos Breno Loeser Vicent Bernardo Alves Motion Design Eduardo França Bruno Faiotto Camila Rocha Consoante Soma de Sons Pesquisa e curadoria musical: Patrick Tor4 Cessão de arquivos sonoros locais: Luís Américo Bonfim /Visanthropos Project Elisa Lemos Vladislau Buhler Jr Carla Piaggio Goya Lopes Jonathan Prateat Maria do Carmo Paulino dos Santos Design Breno Loeser

AUTORIA

ADG Brasil

CLIENTE

ADG Brasil

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Eleições 2024: Cidades +LGBT

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O site das eleições LGBT 2024 é uma plataforma digital criada para dar visibilidade às candidaturas LGBT+ em todo o Brasil. Através de uma navegação acessível e personalizável, é possível acessar uma lista e visualizar as informações sobre as pessoas candidatas, além de filtrar a busca por estado, cargo ou identidades.

FICHA-TÉCNICA

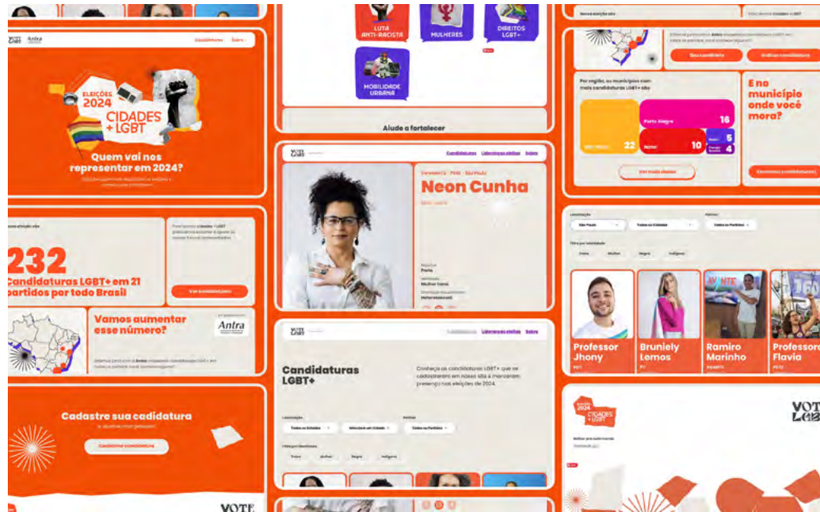
Gestão do projeto: Pagu Senna Estratégia de Comunicação e Copywriting: Sarah Dutra Identidade visual e Design das interfaces: Raphael Fagundes Desenvolvimento da página web: Jonathan Querubina

AUTORIA

Estúdio Fehra

CLIENTE

Vote LGBT



AMI - Utilitário de Maquiagem com Tecnologia Assistiva

DESCRIÇÃO DO PROJETO
AMI é um utilitário assistivo que auxilia mulheres e pessoas com AME e demais mobilidades reduzidas no uso da caneta delineadora. A partir da análise da tarefa, observou-se que as usuárias buscavam a posição de pinça, mesmo com limitações motoras. Assim, o AMI foi projetado para se adaptar a esse gesto, garantindo firmeza no manuseio sem exigir esforço físico excessivo. Seu design combina manejo fino e grosseiro, oferecendo melhor aderência e facilitando o manuseio do delineador. Compatível com diferentes marcas, amplia a autonomia da usuária e possibilita duas variações: caneta delineadora ou delineador em gel, por meio do pincel removível integrado.

FICHA-TÉCNICA
Giuliana Giorgina Frota Saravia, Carla Arcoverde de Aguiar Neves

AUTORIA
Giuliana Giorgina Frota Saravia

CLIENTE
Instituto Federal de Santa Catarina

Programa FAST

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O FAST - Formação Acelerada em Soluções TechDesign - é um programa online e gratuito que prepara jovens profissionais de perfis minorizados para atuar nos desafios mais atuais do setor de Tecnologia. A iniciativa foi desenvolvida para o MCTI Futuro, programa nacional de capacitação para a transformação digital do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, combinando competências técnicas e habilidades comportamentais em uma abordagem de design instrucional centrada na diversidade, equidade e inclusão. Assim, com o desafio e a complexidade da oferta nacional em grande escala, o desenho do FAST foi orientado por princípios de design inclusivo e estratégico, assegurando a acessibilidade geográfica, socioeconômica e pedagógica como motores para inovação e transformação social.

FICHA-TÉCNICA
Coordenação Geral: Jana Branco | Coordenação de Projetos: Bruno Souza | Design de Produto-Serviço: Cris Lacerda e Jacque Tamboo | Design Instrucional: Heitor Silva, Tatyane Calixto, Deivisson Andrade e Ayalla Santos | Design Gráfico: Paulo Souza | Design Audiovisual: Eduardo Santiago | Marketing e Engajamento: Lucas Mesquita e Eduarda Tolentino.

AUTORIA
CESAR

CLIENTE
MCTI + Softex

Design for a Better World Award 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Identidade visual para a edição 2025 do Design for a Better World Award, uma premiação que celebra iniciativas voltadas à construção de um mundo melhor por meio da criatividade. O projeto foi desenvolvido através de uma colaboração entre talentos neurodivergentes e com deficiência intelectual, resultando em uma narrativa visual original que celebra um design diverso e feito à mão. A identidade incorpora colagens, contornos e texturas, com o Curupira ganhando protagonismo renovado como símbolo cultural.

FICHA-TÉCNICA
Desenvolvido por Design Bridge and Partners Brasil e Estudio Que

AUTORIA
Design Bridge and Partners Brasil e Estudio Que

CLIENTE
Centro Brasil Design

Guia de Narrativas das Múltiplas Amazônias: Considerações para abordagem e elaboração de projetos de cultura, educação e comunicação

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O guia está dividido em duas partes. A parte 1 é composta por recomendações práticas para a elaboração e potencialização de projetos na Amazônia. Nessa primeira parte explica-se como elaborar e captar recursos para projetos culturais; quais os desafios para os povos originários protagonizarem projetos culturais; como potencializar esses projetos por meio da comunicação e aplicar educação midiática em comunidades. A parte 2 versa sobre a divulgação de projetos de educação, comunicação e cultura na Amazônia. Além disso, o material aborda o fazer jornalístico e cultural na Amazônia sem estereótipos, aponta caminhos sobre como utilizar o jornalismo como ferramenta de ensino e engajamento na comunidade escolar, como cobrir educação a partir de vozes, experiências e desafios na Amazônia.

FICHA-TÉCNICA
Coordenação-geral: Daniel Nardin, Fabiana Sousa Coordenação de projeto: Jessica Mota Projeto gráfico: Mirian Maia, Ailson Taveira Conteúdo: Daniel Corrá, Daniel Nardin, Daniela Souza, Eliana Nukini, Ericky Nakanome, Fabiana Sousa, Jessica Mota, Karla Martins, Luciano Cardenes, Marcela Castro, Mariana Vieira, Marco Aurélio Jacob, Marta Avancini, Sônia Ferro e Zek Nascimento Edição: Daniel Nardin, Fabiana Sousa, Jessica Mota Ilustração: Claubert Amador, TAI Curadoria de imagens: Marcelo Nogano

AUTORIA
Fundação Itaú e Amazônia Vox

CLIENTE
Público geral

Mulheres Pioneiras: Arte e História do Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A disponibilização dessas ilustrações na Wikipedia, torna o conhecimento acessível a um público global. A Wikipedia é uma das maiores plataformas de conhecimento livre do mundo, e a inclusão dessas ilustrações permitirá que estudantes, pesquisadores e o público em geral tenham acesso a informações visuais e contextuais sobre essas mulheres, facilitando o aprendizado e a compreensão da história.

FICHA-TÉCNICA
Ilustrador e Designer: Ary Suptitz
Pesquisadores: Pedro Toniazzo Terres, Isabela Tosta Ferreira

AUTORIA
Ary Suptitz

CLIENTE
Wikipedia

180

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL
INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Normal é ser diferente

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Este projeto consiste na criação de uma identidade visual completa e na implementação de uma campanha de conscientização para o Núcleo de Inclusão de uma tradicional escola de São Paulo. A proposta foi desenvolvida a partir de uma abordagem afetiva, lúdica e acessível, com o objetivo de promover a diversidade e combater o capacitismo dentro do ambiente escolar, por meio de diversas ações e produtos de comunicação visual.

FICHA-TÉCNICA
Rodrigo Brandão - Designer Gráfico Luciana Ruffo - Designer Gráfico

AUTORIA
Rodrigo Brandão

CLIENTE
Núcleo de inclusão - Escola da Vila

181

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

INCLUSÃO E DIVERSIDADE

Coleção Lagoa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A coleção Lagoa, criada em parceria com uma organização sem fins lucrativos, celebra o design brasileiro com propósito social. Inspirada na beleza natural das lagoas do cenário brasileiro, as peças unem tradição artesanal, SABER ANCESTRAL e sofisticação contemporânea, feitas a partir de fibras naturais trabalhadas por artesãs do sertão nordestino. Cada detalhe traduz a harmonia entre natureza, cultura e design.

FICHA-TÉCNICA

Presidência: Alexandre Afrange. Direção Geral: Janaina Machado. Direção Criativa: Rahyja Afrange, Equipe Estilo/Produto: Renata Silva, Rafael Cataldi e André Bergamaschi. Equipe Comercial: Camila Ortolani e Janaina Isidoro. Direção ESG: Elisa Lima. Gerência ESG: Lais Silveira. Designer convidada: Luly Vianna, Equipe Amigos do Bem: Alcione Albanesi, Caroline Albanesi, Fernando Sanches, Ale Bernardes, Rogério Salles, André de Luca, Camila Ochoa. Artesãs ADB: Adriana, Ana Leite, Ana Maria C, Ana Maria F, Carla, Dameana, Darleane, Elia, Fabiana, Jariane, Maria Cícera, Mariana C, Mariana F, Socorro e Vanessa.

AUTORIA

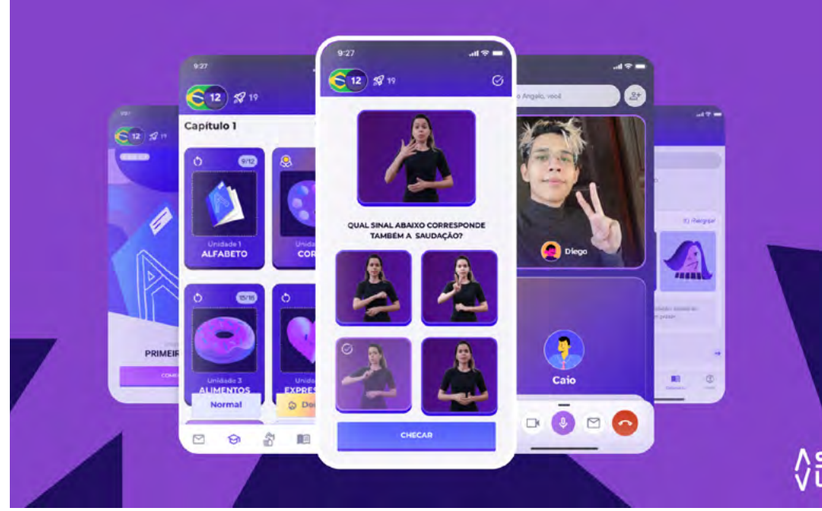
Le Lis Casa e Amigos do Bem

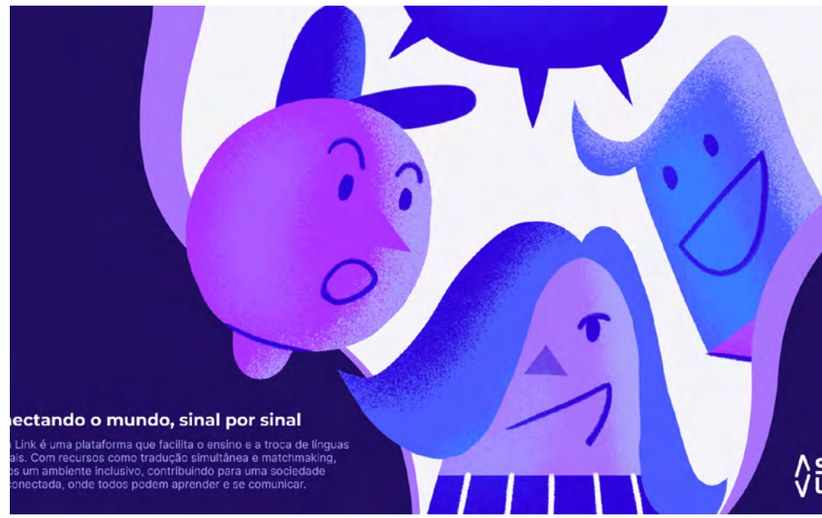
CLIENTE

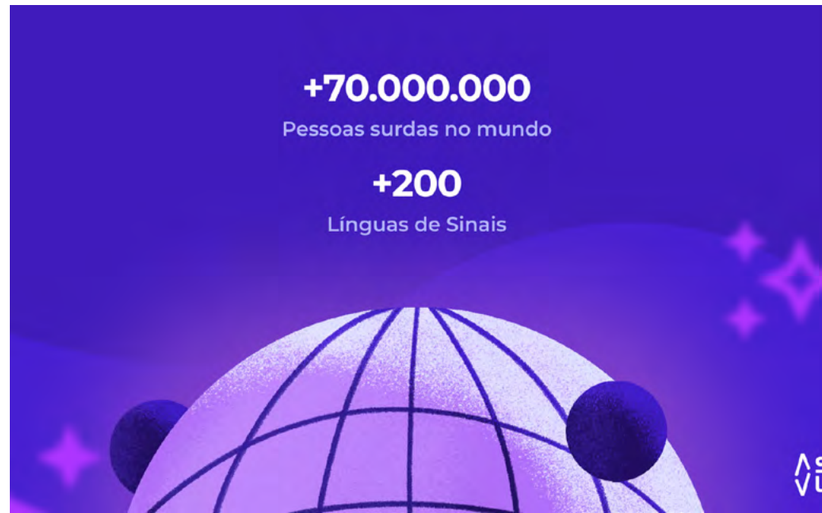
Le Lis Casa

DESIGN DE IMPACTO SOCIAL

IMPACTO EM POTENCIAL/STARTUPS/ EMPREENDEDORES







Sign Link

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Sign Link é uma plataforma digital que ensina línguas de sinais de forma acessível, colaborativa e escalável. Em pré-lançamento, já conta com mais de 250 usuários e parcerias em execução com universidades, empresas e governos que acreditam no impacto positivo da solução. Suas principais inovações incluem trilhas de aprendizado gamificadas, dicionário interativo e colaborativo em múltiplas línguas, prática com falantes nativos e correção personalizada por inteligência artificial treinada em OpenCV e redes neurais com materiais validados por acadêmicos e pela comunidade surda. Diferente de outros projetos, apoia também familiares, amigos e colegas que desejam se aproximar da comunidade surda de forma respeitosa, sem impor a adaptação ao mundo ouvinte. Até 2027, pretende impactar mais de 20

FICHA-TÉCNICA

Caio Costa Quintana, Bárbara Sayury Trevisan Mayeta, Diego Pereira Angelo
Orientação: Lia Paletta Benatti

AUTORIA

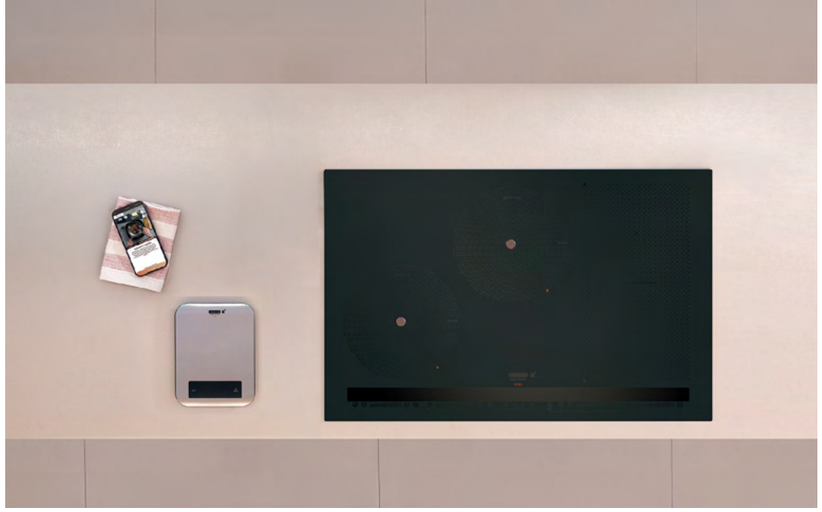
Sign Link

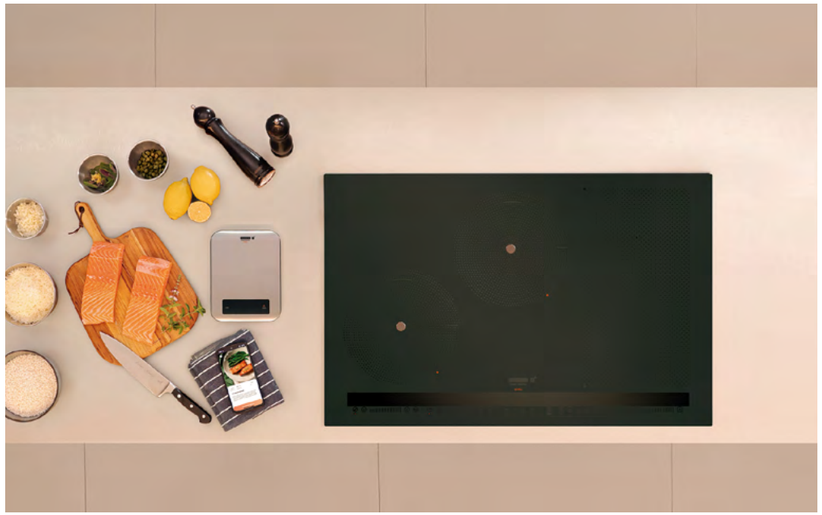
CLIENTE

Sign Link

DESIGN DE PRODUTO

DESIGN DE PRODUTO
UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS





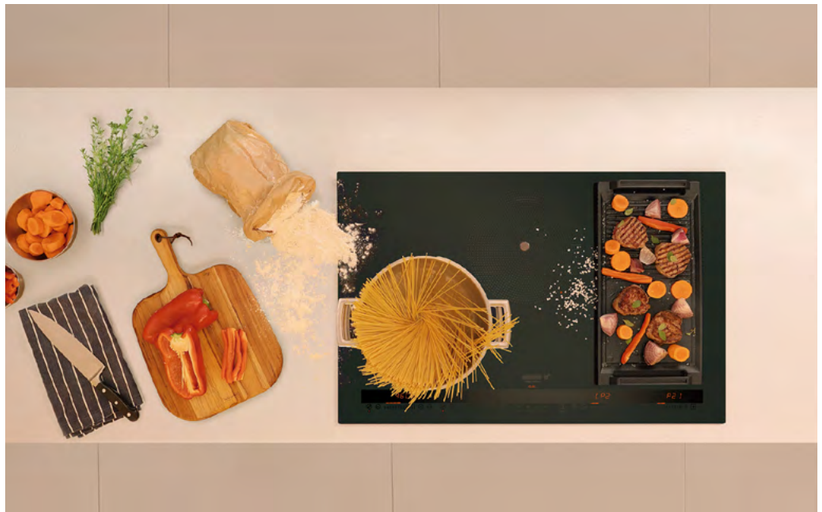
COOKTOP GURU THERMOGUIDE

DESCRIÇÃO DO PROJETO
GURU THERMOGUIDE – DESIGN, TECNOLOGIA E INTELIGÊNCIA PARA COZINHAR COM PRECISÃO O GURU Thermoguide é a mais recente evolução do Cooktop Tramontina GURU, marca brasileira com mais de um século de tradição e presença global. Após o reconhecimento internacional com o GURU Portátil – vencedor do GOOD DESIGN AWARD 2022 – a Tramontina apresenta um novo capítulo: o cooktop embutido que combina design minimalista, tecnologia inteligente e uma experiência culinária completamente guiada, transformando o modo como as pessoas se relacionam com a cozinha.

FICHA-TÉCNICA
Equipe de desenvolvimento Tramontina Tees S.A.

AUTORIA
Tramontina Teec S.A.

CLIENTE
Tramontina Teec S.A.



DESIGN DE PRODUTO
UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS

Linha de fornos, micro-ondas e gaveta aquecida Epic TSmart

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A nova linha Epic Tsmart, com forno + air fryer, forno combinado com microondas e gaveta aquecida, itens que em união agregam design e praticidade à cozinha, disponíveis nos acabamentos inox escovado e vidro preto fosco (Black Series). Um grande diferencial desta linha é a conectividade com Wi-Fi, que possibilita o controle do forno e do forno combinado através do smartphone, pelo aplicativo da TSmart. A gaveta aquecida complementa o conjunto, com a função de manter as louças aquecidas, com temperatura que pode variar de 30 a 80 °C. Estes produtos podem ser instalados de forma vertical, em torre, ou horizontal. Ambos os casos com possibilidade de instalação em sistema convencional, ou em sistema flush, que consiste na instalação do produto alinhado ao mesmo plano do local de instalação

FICHA-TÉCNICA
Equipe de desenvolvimento Tramontina Teec S.A.

AUTORIA
Tramontina Teec S.A.

CLIENTE
Tramontina Teec S.A.

DESIGN DE PRODUTO

TRANSPORTE

NOMADE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Primeiro veículo nacional 4x4 integral original de fábrica, criado para atender o mercado de Motor-home, tendo como objetivo principal atender o mercado off-road mesclando conforto e comodidade de uma residência moderna e contemporânea a este cenário, proporcionando novas experiencias e acendendo o espírito aventureiro equipado para todo o tipo de terreno. Conta com design externo moderno e robusto, caracterizando um veículo 4X4, mas ao mesmo tempo com um interior aconchegante, projetado para maximizar a funcionalidade e o aproveitamento de cada espaço, garantindo uma experiência de uso eficiente e intuitiva, apoiado com itens de alta tecnologia.

FICHA-TÉCNICA

Alan Costa, André Lucena Perondi, Andre Stavinski, Elisandro Ranzolin de Abreu, Eduardo da Silva Ayres, Faviano Leonardo Perini, Gilberto David Correa Junior, Gustavo Abraao Scur, Jean Rodrigues, Leonel Torres Mattera, Luisa Pessoa Guerreiro, Paulo Biondan, Ricardo Alessandro Da Silva De Almeida, Ricardo Augusto Fedrizzi, Tales Foss Frata, Vagner Teixeira dos Santos.

AUTORIA

Design Center Marcopolo

CLIENTE

Marcopolo

DESIGN DE PRODUTO

SAÚDE E BEM-ESTAR

Freestep

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Freestep é um equipamento de exercícios desenvolvido para o público sênior, que estimula força, equilíbrio, coordenação, flexibilidade e resistência cardiorrespiratória. Criado com base científica, promove autonomia em tarefas cotidianas como sentar, levantar e subir degraus, prevenindo quedas e hospitalizações. Leve, modular e desmontável, possui estrutura em aço carbono reciclável, banco e degrau de madeira de reflorestamento, além de couro e espuma ecológicos. Seu design inclusivo, de formas curvas e apoio perimetral, garante segurança, usabilidade e estética amigável. Com baixo custo, fácil transporte e manutenção, democratiza o acesso à atividade física e fortalece a inclusão social, representando uma solução inovadora para o envelhecimento ativo e saudável.

FICHA-TÉCNICA

Dimitri Lociks Juliana Brenner

AUTORIA

Estúdio 43

CLIENTE

Platiness

Sistema de Resfriamento Natural: Design cerâmico bioinspirado para ambientes mais frescos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O “Sistema de Resfriamento Natural” é uma solução de climatização passiva voltada para ambientes internos, que promove o resfriamento por evaporação sem consumo energético. O projeto utiliza módulos cerâmicos porosos com adição de serragem, que absorvem água e liberam umidade gradualmente, reduzindo a temperatura do ambiente de forma contínua e silenciosa. Um sistema de irrigação conduz a água por capilaridade até os módulos. E sua organização modular, permite diferentes composições. O sistema alia funcionalidade térmica, estética orgânica, simplicidade construtiva e sustentabilidade em uma proposta acessível, eficiente e replicável, ideal para contextos urbanos de alta temperatura.

FICHA-TÉCNICA
Cairo de Paula Vieira - concepção, desenvolvimento do projeto, redação, desenhos técnicos, modelagens e renders; Márcia Luiza França da Silva - orientação acadêmica; Fernando José da Silva - coorientação acadêmica; Natália Neto Rosa - apoio técnico no laboratório de prototipagem e impressão 3D; Solange da Conceição Almeida Reis - fotografia dos módulos físicos.

AUTORIA
Cairo de Paula Vieira, Márcia Luiza França da Silva, Fernando José da Silva

Mãos em ação: a maneira mais divertida de aprender libras

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Mãos em Ação é um jogo educativo criado para promover o aprendizado da Língua Brasileira de Sinais (Libras) por crianças ouvintes, incentivando a inclusão desde a infância. Alinhado ao ODS 10 – Redução das desigualdades, o projeto se fundamenta nos princípios do design universal e inclusivo, combinando recursos lúdicos, visuais e interativos. A partir de dinâmicas do universo infantil (como mímica, soletração e desenho), o jogo estimula a prática de sinais relacionados ao cotidiano das crianças. Com possibilidade de uso cooperativo ou competitivo, promove não apenas o aprendizado, mas também habilidades como empatia e cooperação. Em um mercado marcado pela escassez de jogos com foco em Libras, o jogo se apresenta como uma solução envolvente, acessível e de fácil aplicação.

FICHA-TÉCNICA
Desenvolvido por Giovana Mussi Wilberg e Victoria Maria de Sousa Braga na Disciplina: O jogo analógico e o processo projetual
Professora orientadora: Claudia Weber

AUTORIA
Giovana Mussi Wilberg e Victoria Maria de Sousa Braga

DESIGN DE PRODUTO

PROJETOS ESTUDANTIS

Titan: veículo elétrico offroad multifuncional

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto TITAN apresenta um veículo elétrico multifuncional direcionado a pequenos e médios produtores rurais. Sua proposta combina sustentabilidade, eficiência e ergonomia, superando desafios típicos dos veículos convencionais, como insegurança e emissões poluentes. Com design robusto e funcional, ele permite a realização de diversas tarefas agrícolas com um único equipamento, além de utilizar materiais sustentáveis e tecnologias de ponta, alinhando-se às necessidades dos produtores com uma alternativa moderna e responsável.

FICHA-TÉCNICA

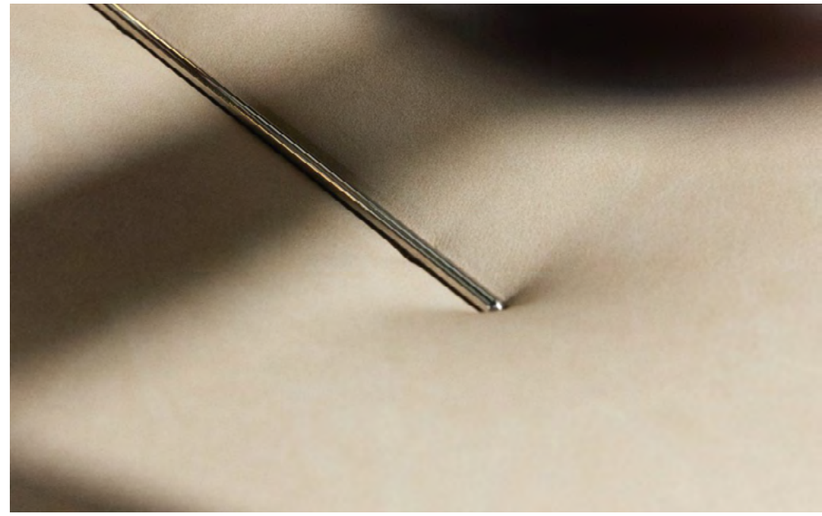
Alunas Raquel Lucci, Rafaela Bruxel e Victória Botti e Professor orientador; Fábio Teixeira

AUTORIA

Raquel Lucci, Rafaela Bruxel e Victória Botti

DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



Linha DUNA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Linha DUNA representa uma nova linguagem, combinando fluidez formal, conforto sensorial e identidade brasileira em um conjunto de peças marcantes. Inspirada nas formas orgânicas esculpidas pelo vento e pelo tempo — como dunas, rochas e relevos naturais — a coleção exibe curvas suaves, proporções generosas e superfícies que convidam ao toque e ao descanso. Cada peça foi desenhada para gerar acolhimento: cadeiras e poltronas que abraçam o corpo com conforto amplo; mesas com bases esculturais e equilíbrio visual; materiais que se complementam em harmonia. A madeira maciça traz presença e durabilidade; o estofado transmite suavidade e elegância; os detalhes metálicos adicionam brilho sutil à composição. Mais do que um conjunto de produtos, a DUNA é uma experiência.

FICHA-TÉCNICA

Tipologia: Cadeiras e Poltrona Materialidade: Madeira maciça, tecido de alto padrão, metal polido Composição da Linha: Poltronas, cadeiras, mesas de jantar e mesas laterais Categoria: Design de Produto - Mobiliário

AUTORIA

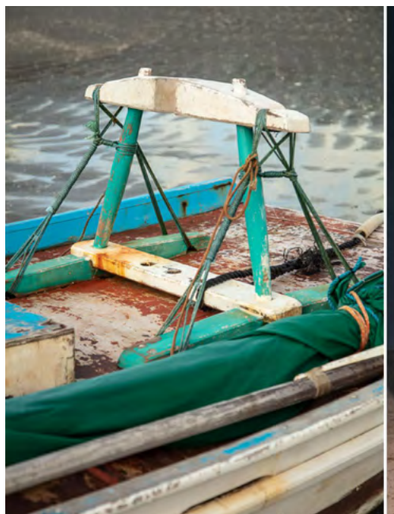
Alexandre Kasper

CLIENTE

CGS

DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO



Poltrona Fateixa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A poltrona Fateixa é um mobiliário em madeira desenvolvido para produção industrial com a intenção de explorar a identidade brasileira no design. A forma da poltrona foi inspirada na Jangada, embarcação vernacular e um dos símbolos do litoral Cearense. Na estrutura de madeira, a forma das peças e a maneira como sem encaixam foram inspiradas nos componentes da jangada, assim como o assento foi inspirado na vela desse barco. O assento é uma membrana de couro ou lona que serve como “rede” que acolhe a pessoa ao sentar. Semelhante à vela do barco, essa membrana é sustentada por uma corda que é fixada à estrutura de madeira em quatro pontos presos por buchas de latão. A ideia é que o design da peça evidencie o papel estrutural de cada material e a referência cultural que a inspirou.

FICHA-TÉCNICA

Materiais: madeira maciça, latão, couro natural ou lona e corda náutica Medidas: largura 70cm, profundidade 80cm, altura 85cm peso: 10kg

AUTORIA

Leo Ferreiro

CLIENTE

Macrosul Móveis

DESIGN DE PRODUTO

MOBILIÁRIO

Poltrona TRE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Poltrona residencial estofada, com estrutura em madeira.

FICHA-TÉCNICA

Luciano Santelli

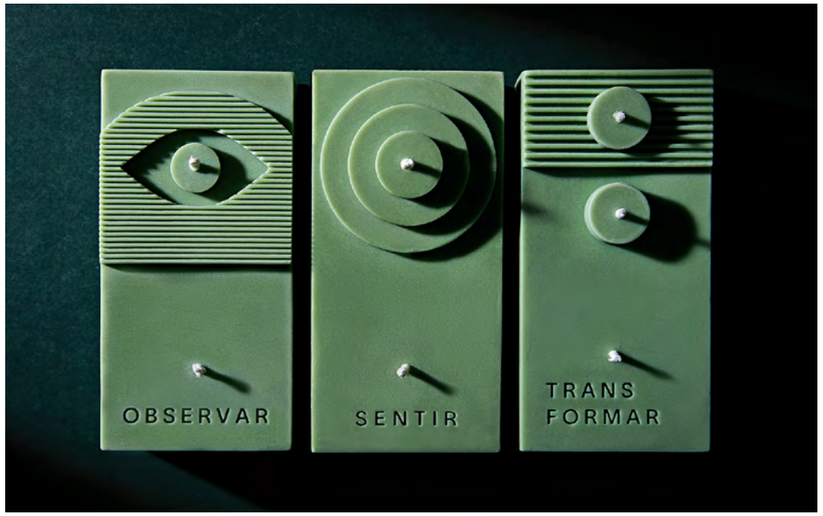
AUTORIA

Luciano Santelli

CLIENTE

Ovoo Brasil

DESIGN DE PRODUTO
ILUMINAÇÃO



ÓST - Um convite a olhar de novo

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Trata-se do projeto de desenvolvimento das velas da ÓST, empresa do Espírito Santo fundada por Laila e Jana e dedicada a velas de design. De forma integrada, definimos nome, criamos a identidade visual, o design das peças e das embalagens, a sinalização da loja e experiências digitais. As coleções, autorais e de tiragem limitada, utilizam materiais e acabamentos de alto padrão. A inovação está em reposicionar a vela como objeto de design, com forte impacto estético-sensorial, elevando a categoria com linguagem própria e coerência entre marca e produto. O sistema de marca foi pensado para garantir reconhecimento imediato e flexibilidade, permitindo variações de cor, tipografia e acabamento sem perder a assinatura visual. Cada decisão reforça a união entre forma, função e narrativa de marca.

FICHA-TÉCNICA
Identidade visual e embalagens: Estúdio Capim e Gustavo Machado Design de produto: Estúdio Capim Naming, conceito narrativo e identidade verbal: CriaTexto Lettering: Letícia Naves Fotografia still: Jota Oshiro Fotografia arquitetura: Yasmine Nery Videocase (Motion): Abern in Motion

AUTORIA
Estúdio Capim e Gustavo Machado

CLIENTE
ÓST

DESIGN DE PRODUTO
EQUIPAMENTO URBANO

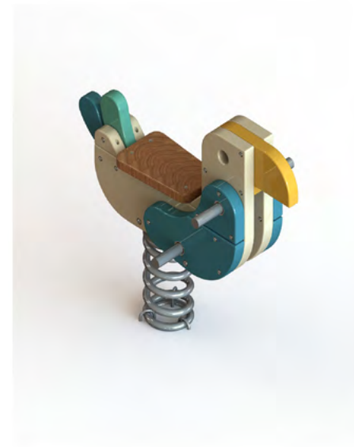
Bichos de Mola

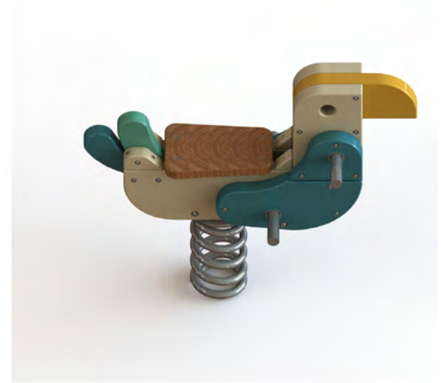
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Os Bichos de Mola foram desenvolvidos para as crianças brincarem de Brasil. Escolhemos a Arara Azul, o Boto Cor de Rosa e o Sapo Cururu para encher os parques de cor, ecologia e despertar a curiosidade das crianças sobre a Amazônia.

FICHA-TÉCNICA
Design e Criação: Mariana Matias Coordenação e Revisão: Thiago Mangialardo Coordenação Geral: Vitor Araujo Compras e Materiais: Leticia Shuskel Execução: Adilson Santos Direção Criativa: Roni Hirsh

AUTORIA
Erê Lab

CLIENTE
Erê Lab





DESIGN DE PRODUTO

EQUIPAMENTO URBANO

Voz que Guia - Totem Sonoro para Calçada de Obras

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Há mais de 40 anos, o Grupo Flamboyant faz parte da história de Goiás. Com a Flamboyant Urbanismo, esse legado se expande para a incorporação, tendo como uma das suas preocupações principais a acessibilidade e o impactos de suas obras.

FICHA-TÉCNICA

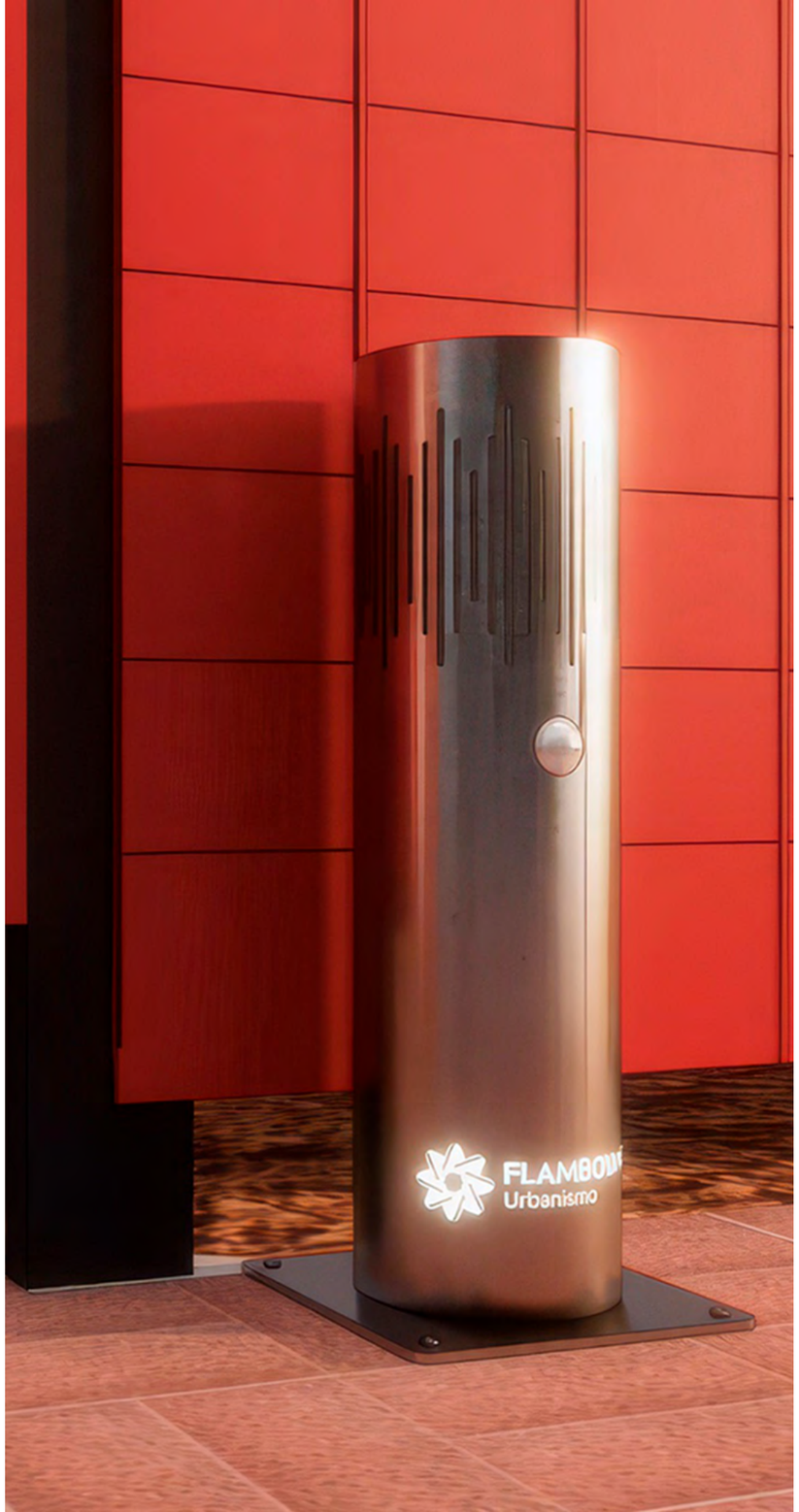
Direção criativa: Gabriela Pavan Coordenação: Isabela Rocha Equipe: Ana Elisa Jawabri, Mariana Prudente, Murilo Wietzikoski, Yuri Santana Motion Design: Rogério Rolo

AUTORIA

Enredo Brand Innovation

CLIENTE

Flamboyant Urbanismo



DESIGN DE PRODUTO

ELETRÔNICOS

Trakia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Design de equipamento para agricultura de precisão que controla a pulverização, identificando plantas daninhas usando Inteligência Artificial. Desta forma, a aplicação de herbicidas ocorre apenas onde é necessário, gerando uma redução potencial de até 95% do uso de defensivos agrícolas. Os equipamentos são instalados nas barras de pulverização, sendo que cada sensor é instalado a cada 2 metros da barra, fazendo a leitura com precisão e controlando 8 bicos de pulverização, o que dá uma amplitude de utilização eficiente, adicionando praticamente metade do peso a barra em comparação com os equipamento concorrentes que tem a mesma função, mas que se utilizam de outras tecnologias

FICHA-TÉCNICA

André Levorato Barão di Sarno Bernardo Yono Levi Girardi Mario Fioretti José Alves Lopes Júnior

AUTORIA

Questtonó QNCO

CLIENTE

Agrio

DESIGN DE PRODUTO
CONSTRUÇÃO

Cuba Funstation

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Deca, maior fabricante de louças e metais sanitários do hemisfério sul e referência em design e inovação, apresenta a Cuba Funstation - um produto multifuncional pensado para a vida contemporânea, onde a cozinha ganha protagonismo em espaços cada vez mais integrados. A cuba se transforma em uma estação de convivência, adaptando-se ao preparo diário e a momentos de lazer. Com acessórios modulares e exclusivos — como tábuas, escorredores e containers —, permite uma transição fluida entre funções, otimizando a bancada com praticidade e elegância, com a possibilidade de ocultar-se completamente quando necessário. A cuba Funstation se destaca por oferecer uma solução inovadora, que acompanha as transformações dos modos de habitar e traduz o novo papel da cozinha como centro da casa.

FICHA-TÉCNICA
Dexco Design Office

AUTORIA
DEXCO DESIGN OFFICE

CLIENTE
DECA

DESIGN DE PRODUTO
CONSTRUÇÃO

Cuba Fenda em concreto colorido

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Inteiramente produzida à mão, a Fenda é a mais nova integrante de um portfólio composto por onze modelos de cubas de concreto colorido para banheiros e lavabos, disponíveis em vinte cores originais e exclusivas. Nascida da colaboração entre um renomado designer e uma pequena e irrequieta empresa 100% brasileira, a Fenda tem design minimalista e contemporâneo, 60 cm de largura, 12,5 cm de altura, 30 cm de profundidade e 18,5 kg.

FICHA-TÉCNICA
Giácomo Tomazzi Daniel Sarti Paulo Asano

AUTORIA
Giácomo Tomazzi Studio

CLIENTE
Konkre

DESIGN DE PRODUTO
CONSTRUÇÃO

Cuba Oceano

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Deca, presente nos lares brasileiros há mais de 75 anos e maior fabricante de louças sanitárias do hemisfério sul, é referência em design e inovação. A Cuba Oceano, traz uma nova interpretação para o design de cubas de lavabo, inspirada nas linhas fluidas do modernismo brasileiro e no movimento da água. Suas curvas sinuosas transmitem leveza e elegância, em acabamentos branco e ébano fosco. Entre seus diferenciais está o acessório removível, que oculta a válvula, assegura o escoamento perfeito e funciona como deck seco de fácil limpeza, permitindo apoiar itens pessoais, produtos de beleza ou objetos. Convida o usuário a observar a água desaparecer sob a superfície, criando uma experiência sensorial. Versátil, permite composições com metais em diferentes posições.

FICHA-TÉCNICA
Dexco Design Office

AUTORIA
DEXCO DESIGN OFFICE

CLIENTE
DECA

DESIGN DE PRODUTO
CONSTRUÇÃO

Linha de monocomandos Enjoy

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Deca, maior fabricante de louças e metais sanitários do hemisfério sul e referência em design e inovação, apresenta a linha de monocomandos Enjoy, primeira linha da marca a trazer tecnologia embarcada para a cozinha. O projeto estabelece um novo patamar de praticidade e sofisticação ao reunir, em um único produto, funções que antes exigiam diferentes equipamentos e que acompanham as novas formas de viver, entendendo a cozinha não só como espaço de preparo, mas também de socialização e integração. Desenvolvida em uma lógica de plataforma, a linha é composta por quatro modelos, Go, Select, Express e Pro. Entre os destaques estão o inédito seletor de volumetria, exclusivo no mercado brasileiro; a água purificada classe A; e as versões com preparo de águas, fervente, gelada e gaseificada.

FICHA-TÉCNICA
Dexco Design Office

AUTORIA
DEXCO DESIGN OFFICE

CLIENTE
DECA

DESIGN DE PRODUTO

CONSTRUÇÃO

Monocomando Nex Float

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Em 2025, a Dexco apresenta NEXUS, uma coleção que celebra o Modernismo Contemporâneo e que nasce da união das suas marcas para reinterpretar o modernismo brasileiro com um olhar atual, integrando diversas categorias de produtos em uma corrente ao mesmo tempo moderna e contemporânea. O misturador monocomando da Deca NEX FLOAT foi o ponto de partida desta coleção e traduz o modernismo contemporâneo em formas minimalistas e elegantes. Com acionamento cold start e jato cascata, oferece conforto e praticidade no uso diário.

FICHA-TÉCNICA
Dexco Design Office

AUTORIA
DEXCO DESIGN OFFICE

CLIENTE
DECA

DESIGN DIGITAL

DESIGN DIGITAL

WEBSITE

Sociedade Canina – Website

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Seu cachorro deveria comer apenas comida de verdade. Sem segredos, sem conservantes, feita com ingredientes naturais e temperos de verdade. A Sociedade Canina nasceu desse propósito inquestionável, e nosso papel foi dar forma a essa visão através do design. Foi um daqueles trabalhos em que colocamos tudo o que temos: posicionamento, naming, identidade, UI & UX, ilustração, fotografia, animação, embalagens e produtos. O diferencial é que não criamos apenas uma marca, mas uma sociedade: um lugar de pertencimento, leveza e orgulho para quem cuida de cães. Com uma pitada de estranheza, buscamos surpreender em cada detalhe, misturamos tipografia sóbria com ilustrações enigmáticas, fotografia crua com narrativa divertida. O resultado é uma marca que foge da fórmula e respira autenticidade.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia, Nome e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi UI & UX – Gabriel Macohin Fotografia – Jota Oshiro Food Styling – Nicole Khouri, Guilherme Lima Programação – Yan Hülsebusch

AUTORIA

Petrikór

CLIENTE

Sociedade Canina

208

DESIGN DIGITAL

WEBSITE

YO! - Site

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O site da Yo Inglês nasceu para transformar a experiência digital de aprender e ensinar inglês em algo prazeroso e memorável. Nosso papel foi materializar a essência da marca no ambiente online, criando mais do que telas: desenhamos uma narrativa viva que conversa com o usuário em cada detalhe. Rico em ilustrações, animações e microinterações, o site quebra a rigidez comum no ensino de idiomas e convida o usuário a se sentir em casa. A identidade visual foi recriada para o digital, e o tom de voz traduz o tempero da marca em um discurso acolhedor e envolvente.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves e Fernanda Lima UI & UX – Gabriel Macohin, Paulo Doi Redação – Paulo Doi Ilustração e Animação – Henrique Petrus Programação – Programatório

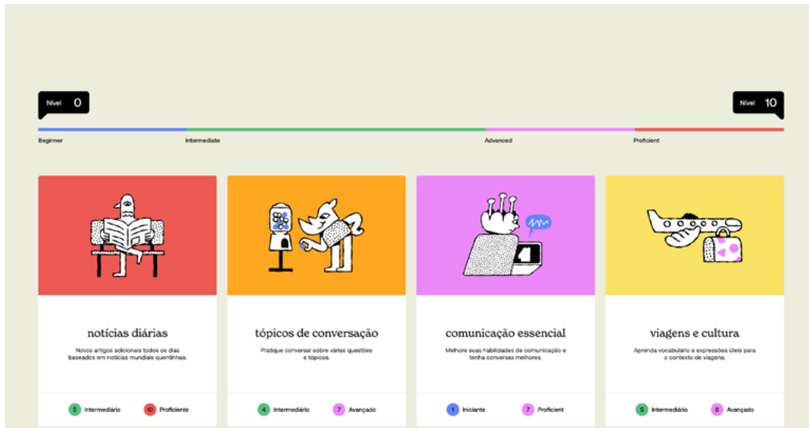
AUTORIA

Petrikór

CLIENTE

Yo! Inglês

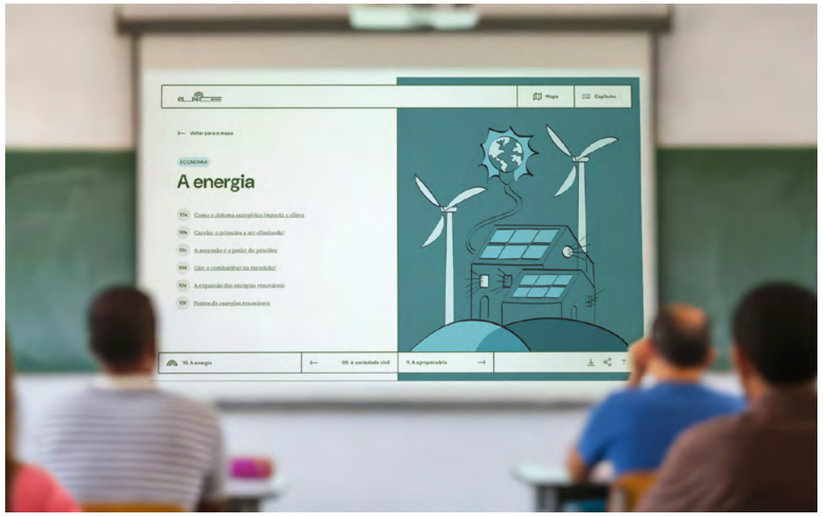
209

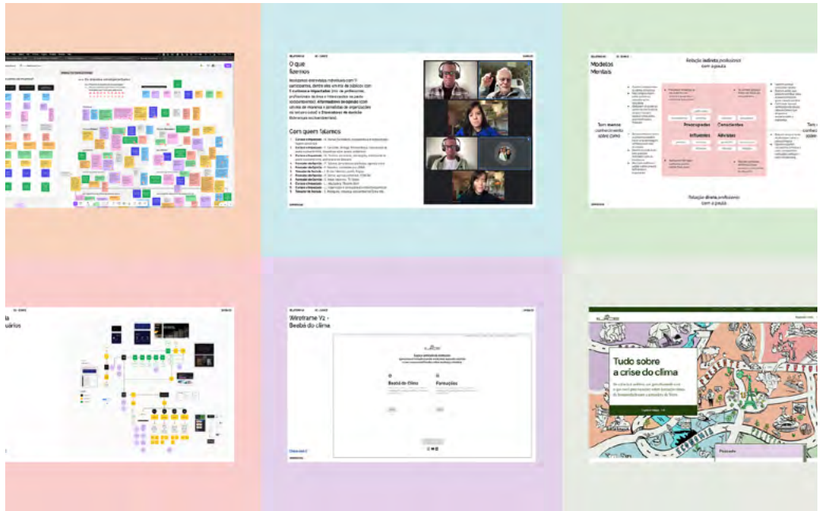


DESIGN DIGITAL

USER EXPERIENCE DESIGN (UX)

O Espaço Unificado de Informação Climática e Engajamento (Eunice)





DESCRIÇÃO DO PROJETO

Eunice é uma plataforma criada pelo Observatório do Clima para ampliar o acesso à informação e educar sobre a crise climática de forma inteligente e com humor. O nome homenageia Eunice Foote (1819–1888), cientista norte-americana que foi uma das descobridoras do efeito estufa, mas cuja contribuição permaneceu invisibilizada por mais de um século pelo fato de ser mulher. A construção do projeto envolveu um processo profundo de pesquisa com públicos diversos e etapas colaborativas com especialistas e profissionais da organização. Com interface ilustrada, inspirada em placas de sinalização, e navegação intuitiva, o resultado é uma experiência digital que traduz informações técnicas e complexas em conteúdo leve, acessível e compartilhável.

FICHA-TÉCNICA

Design Manager: Thiago Cruz Ilustrações: Selográfico Design Gráfico: Selográfico Identidade Visual: Saúba e Selográfico Infográficos: Mario Kano User Research: Bruna Cerasi User Experience: Bruna Cerasi, Thiago Cruz e Natália Soueid User Interface: Thiago Cruz e Natália Soueid UX Writing: Observatório do Clima Desenvolvimento: Diego Ramalho

AUTORIA

Saúba e Selográfico

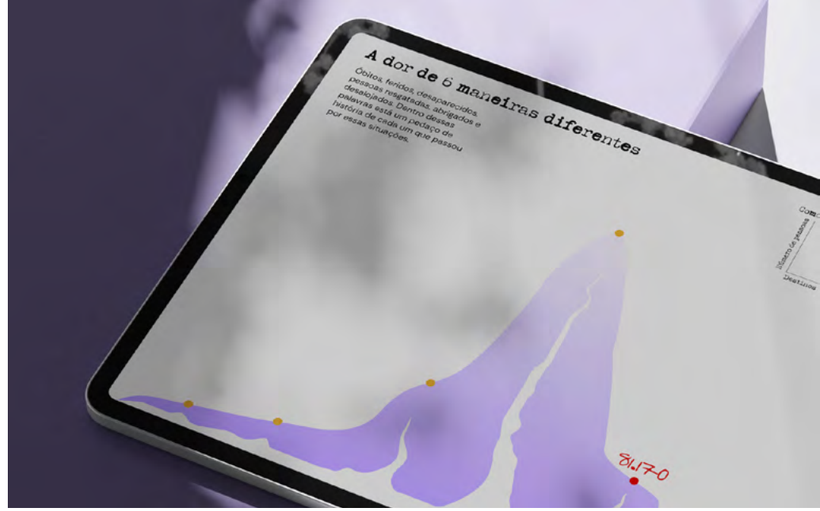
CLIENTE

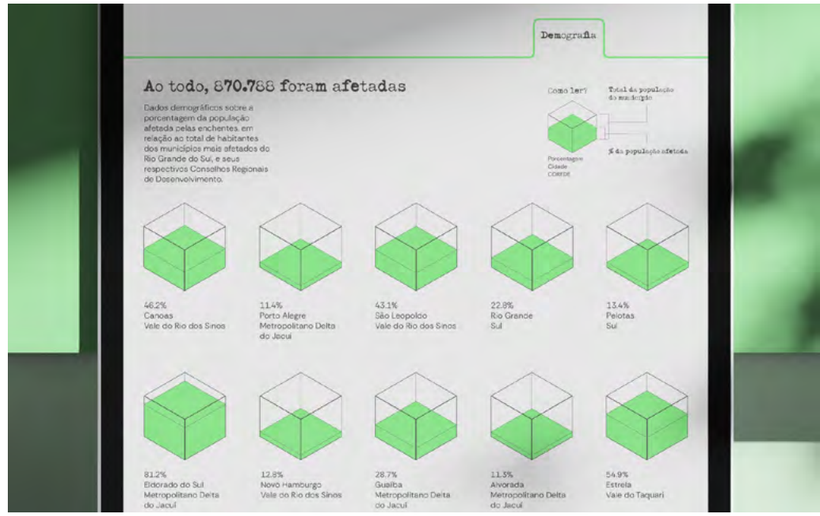
Observatório do Clima

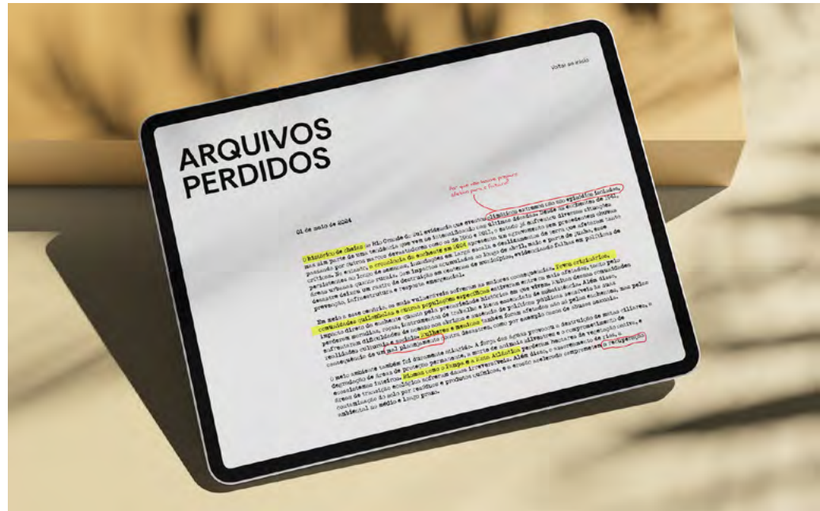
DESIGN DIGITAL

PROJETOS ESTUDANTIS

Dados que transbordam: Design de informação aplicado à representação visual das enchentes







DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Dados que transbordam: Design de informação aplicado à representação visual das enchentes, é resultado de um Trabalho de Conclusão do curso de Design, que reflete não só aspectos técnicos, mas também vivências pessoais da autora. Inspirada por sua história com as enchentes no Vale do Taquari, que afetaram familiares por anos, busca superar a infografia tradicional ao integrar, dimensões cognitivas, afetivas e socioculturais, contribuindo tanto para o campo acadêmico quanto para o debate público sobre gestão de risco, memória coletiva e justiça climática. A proposta combina rigor informacional e empatia, aproximando o público da realidade das comunidades atingidas, incentivando reflexões sobre as cheias no Rio Grande do Sul em 2024.

FICHA-TÉCNICA

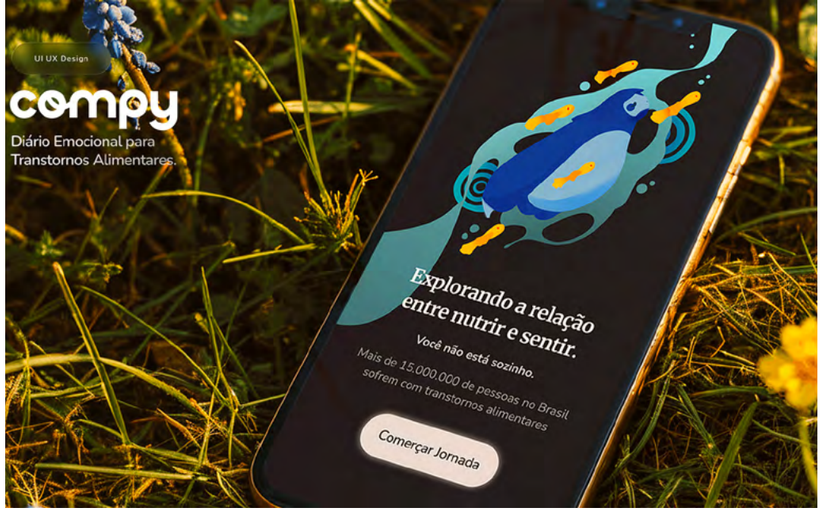
Autora: Marina Sartori Becker; Professor orientador: Rodrigo de Azambuja Brod

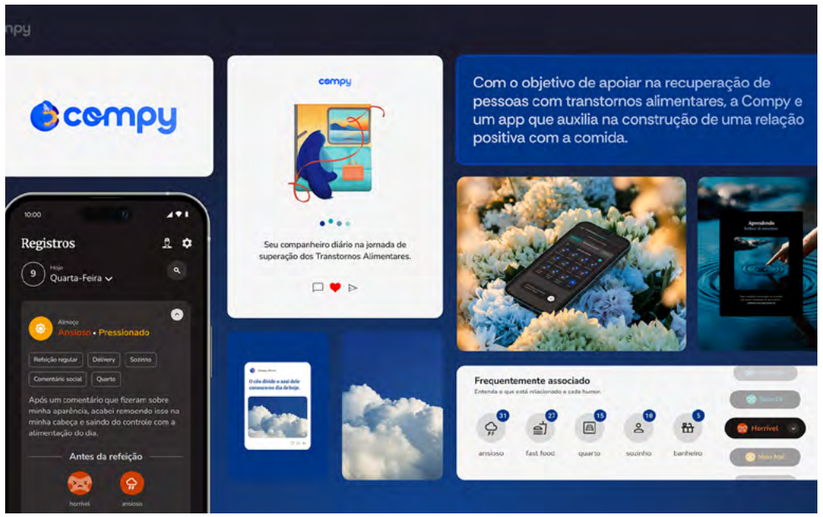
AUTORIA

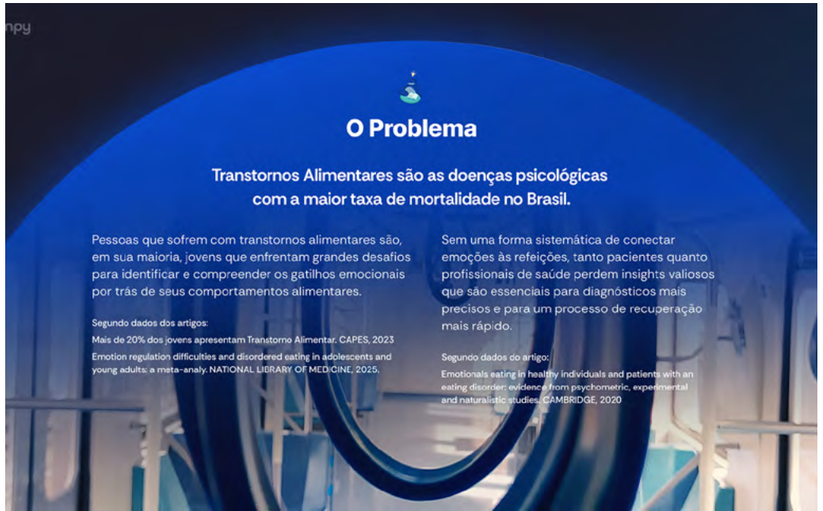
Marina Sartori Becker

DESIGN DIGITAL

PROJETOS ESTUDANTIS







Compy - Diário Emocional para Transtornos Alimentares

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Segundo a Agência Câmara de Notícias (2024) e o Ministério da Saúde (2022), os Transtornos Alimentares (TAs) afetam cerca de 15 milhões de brasileiros, sobretudo jovens entre 15 e 25 anos, sendo as doenças psiquiátricas com maior taxa de mortalidade. A anorexia, por exemplo, alcança índices de até 20%. Um dos maiores desafios identificados em entrevistas com jovens e uma psicóloga especialista é a perda de informações emocionais entre consultas, o que compromete diagnósticos e tratamentos. A Compy foi criada para preencher essa lacuna, oferecendo uma ferramenta digital inovadora, segura e culturalmente adaptada ao Brasil, capaz de aproximar pacientes e profissionais por meio de registros contínuos e acolhedores.

FICHA-TÉCNICA

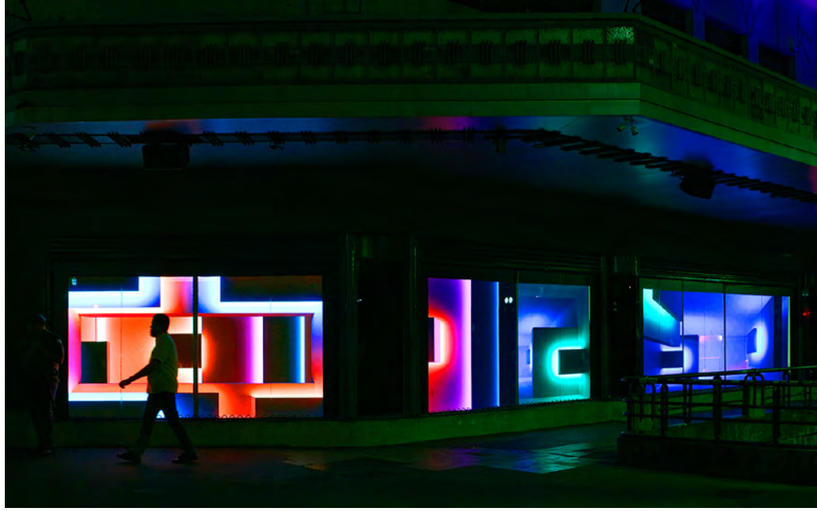
Hugo Ribeiro Ferreira Leal, Lia Martins Schenk, Thiago Balester de Mello e Silva, Raphael de Giannandrea, Júlia Maeda Rovariz. Orientador: Prof. Dr. Tomas Guner Sniker

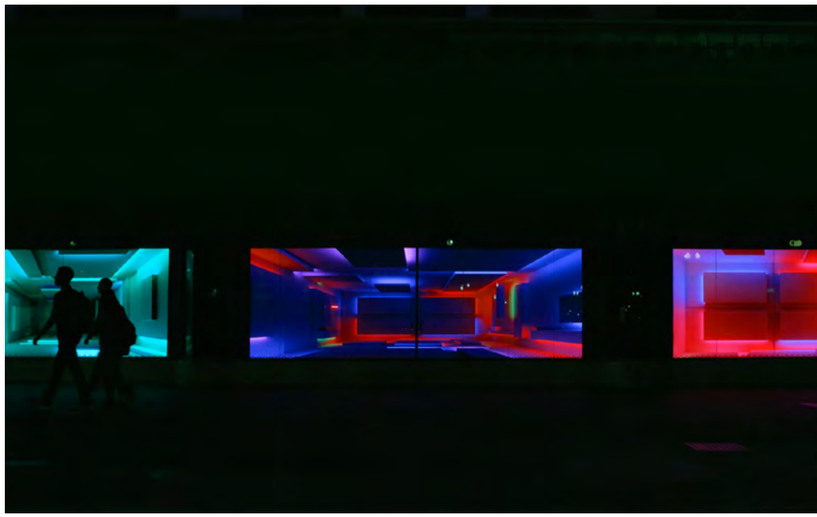
AUTORIA

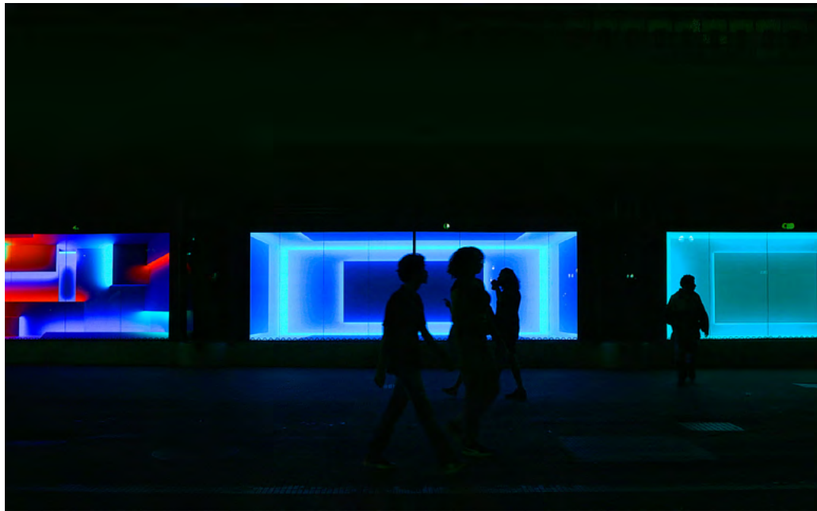
Hugo Ribeiro Ferreira Leal, Lia Martins Schenk, Thiago Balester de Mello e Silva, Raphael de Giannandrea, Júlia Maeda Rovariz. Orientador: Prof. Dr. Tomas Guner Sniker

DESIGN DIGITAL

INSTALAÇÕES DIGITAIS







Calçada Digital

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Calçada Digital foi uma instalação-plataforma audiovisual e multitelas voltada ao espaço público a partir das vitrines no edifício da nova unidade do SESC, em São Paulo, Capital. Com uma curadoria de artistas com produções ligadas a reflexão sobre o espaço público, criamos uma programação de conteúdo digital para a Virada Cultural de 2024 A plataforma foi pensada e construída no e a partir do conjunto de 08 vitrines térreas do prédio (06 em frente ao Teatro Municipal e as 02 esquinas adjacentes) ocupadas com painéis LED e caixas de som sob a marquise, formando um trajeto videográfico e sonoro a partir dos trabalhos de diferentes artistas convidados.

FICHA-TÉCNICA

Criação: Bijari (Alexandre Marcati, Geandre Tomazoni, Gustavo Godoy, Mauricio Brandão, Marcelo Macedo) Direção Técnica: João Alencar Trilha Original: Arthur de Magalhães Joly Artistas: Carlos Pedreañez, Bianca Turner, Daniel Lima, Guilherme Bretas e Estúdio Bijari Direção Geral: Geandre Tomazoni, Gustavo Godoy, João Rocha, Maurício Brandão, Olavo Ekman e Rodrigo Araújo

AUTORIA

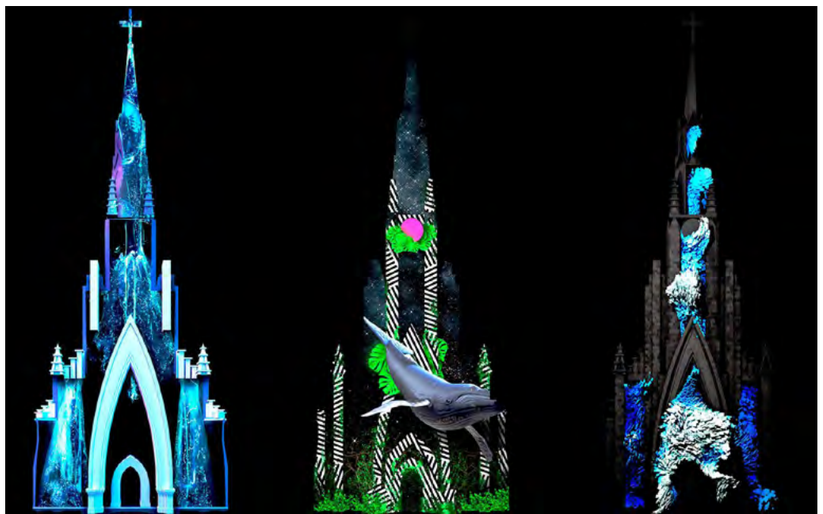
Bijari

CLIENTE

Sesc São Paulo

DESIGN DIGITAL

INSTALAÇÕES DIGITAIS



Cidades (im)possíveis

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cidades (im)possíveis é uma peça audiovisual vídeo mapeada que integrou a programação do Canela Light Fest (2025), sendo projetado na icônica Catedral de Pedra, marco turístico da região. O trabalho parte do binômio “Cidade/Natureza” para criar paisagens digitais que sobrepõem e transformam momentaneamente o espaço real, nos convidando a imaginar outras cidades possíveis. Mais do que um espetáculo visual, é um estímulo à reflexão sobre as infinitas possibilidades de criação e reimaginação do espaço urbano.

FICHA-TÉCNICA

Criação e Direção: Bijari | Geandre Tomazoni, Gustavo Godoy, João Rocha, Maurício Brandão, Olavo Ekman e Rodrigo Araújo Equipe de Direção de Arte e Motion Design: Alexandre Marcati, Dani Violin, Débora Pistore, Geandre Tomazoni, Olavo Ekman Sound Design e Mixagem, Pedro Noisyman Trilha original: Nana Rizinni Curadoria: Daniela Bousso Captação de imagens: Geandre Tomazoni, Gustavo Godoy, Lucas Fialho e Inventário Audiovisual

AUTORIA

Bijari

CLIENTE

Canela Light Fest

DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS – PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Yampi

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Redesenho da identidade visual da Yampi, uma plataforma brasileira de e-commerce que cresceu de forma exponencial nos últimos anos. Desse crescimento nasceu a necessidade de se reposicionar junto ao amadurecimento da marca, com atuação frente a clientes relevantes no mercado nacional. Nosso desafio foi criar uma linguagem visual madura e provocadora, que traduzisse tecnologia de ponta sem perder a dimensão humana.

FICHA-TÉCNICA

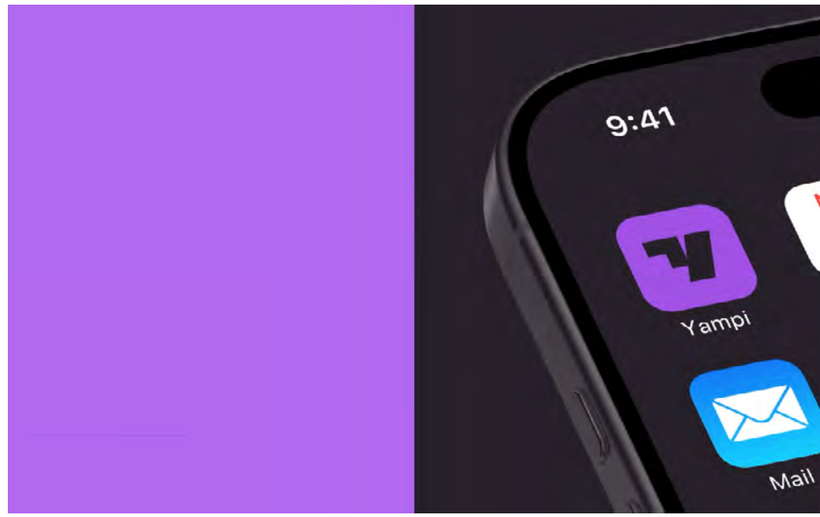
Direção criativa: FERRO® (Thomas Cosin e Diego Silva) Design: Vinicius Mendes, Barbara Satler, Beatriz Cortes, Jean Hernandez Tipografia: Gustavo André Produto: Jean Hernandez, Isabela Morais Ilustrações: Barbara Satler e Beatriz Cortes Motion Graphics: Jean Gomes Aprovação: Lucas Colette, Gustavo Miller

AUTORIA

FERRO® + Time de Design Yampi

CLIENTE

Yampi



DESIGN DIGITAL

DESIGN DE MARCA (PRODUTOS NATIVOS DIGITAIS - GRANDES EMPRESAS CLIENTES - ORGANIZAÇÃO COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Bluma - Beleza e bem-estar no seu tempo.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Natura deu um passo transformador: de produtos à serviços de beleza adquirindo a Singu, startup que já ampliava a renda de profissionais em até três vezes e levava o autocuidado a qualquer hora e lugar. O desafio foi recriar a expressão da marca, do nome à identidade, dando origem à Bluma. A nova identidade — escolhida por unanimidade em pesquisas — traduz leveza, afeto e humanidade, essenciais para uma marca nativa digital que se concretiza no encontro presencial entre artistas e clientes. Desde o lançamento, a Bluma já soma mais de 247 mil serviços realizados, com expansão de 2 para 6 espaços em aeroportos e a abertura de um SPA em São Paulo, consolidando-se como uma marca que dá autonomia para artistas e torna o autocuidado um compromisso possível em rotinas intensas.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa - Gil Bottari Direção Estratégica - Rodrigo Marques Gerência Estratégica - Alice Araujo, Giuliana Lunardelli Estratégia - Alice Araujo, Giuliana Lunardelli, Sofia Matsui Coordenação Design - Thais Navarro Design Gráfico: Thais Navarro, Deia Kulpas, Guilherme Victoria, José Rago, Tais Barbosa, Carlos Hakim Identidade Verbal - Luiz Leite Naming - Felipe Borges Valerio Motion e Video Case - Brendon Kowalski Ilustração e Iconografia - Julia Navarro Fotografia - Pan Alves

AUTORIA

Interbrand

CLIENTE

Natura

DESIGN DIGITAL

APPS

App Inhotim

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O App do Visitante Inhotim é uma solução digital desenvolvida para transformar a experiência presencial no maior museu a céu aberto da América Latina. Por meio de uma plataforma intuitiva, acessível e multilíngue, o aplicativo oferece mapas interativos, roteiros personalizados, informações em tempo real, além de permitir a compra de ingressos e serviços internos e tudo isso com foco em facilitar a navegação, otimizar o tempo do visitante e ampliar o acesso ao conteúdo artístico e botânico do Instituto.

FICHA-TÉCNICA

Hudson Lopes Roberta Souza Matheus Cervo Thiago Nascimento Naiade Lima Pedro Laviola Gabriel Barbieri Daniel de Jesus Lucas Alves Lucas Gomes Igor Baesse

AUTORIA

ioasys

CLIENTE

Inhotim

DESIGN DE SERVIÇO

PROJETOS ESTUDANTIS

Salvi - Uma solução para o processo de resgate pelo Corpo de Bombeiros

DESCRIÇÃO DO PROJETO

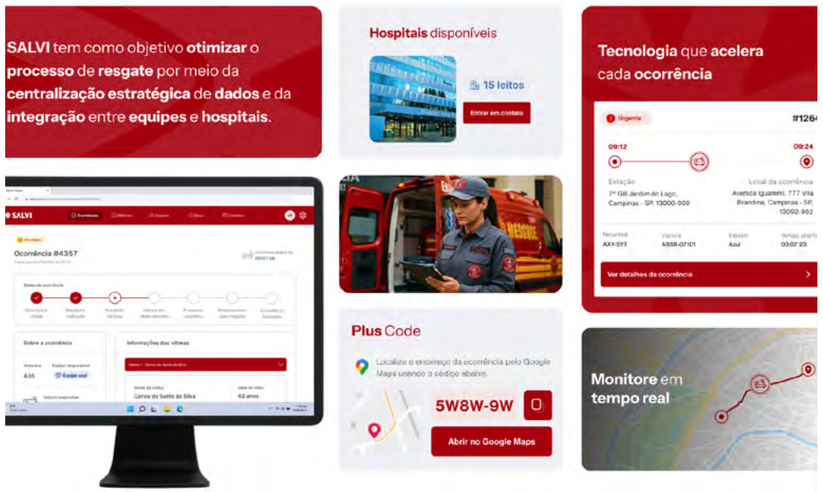
SALVI, uma solução digital projetada para otimizar resgates e o gerenciamento de ocorrências por UTIs móveis, com o objetivo de reduzir o tempo de resposta em emergências. Desenvolvida a partir de estudos conduzidos com o Corpo de Bombeiros de Campinas, a plataforma apoia decisões ágeis por meio do design visual da informação e centraliza dados das ocorrências. Suas funcionalidades incluem o monitoramento em tempo real das viaturas, a integração com UTIs móveis, videochamadas com solicitantes e indicadores que orientam a operação. Com potencial de escalabilidade para mais de 5.000 prefeituras e 8.000 hospitais em todo o Brasil, a solução amplia a eficácia dos trabalhos de resgate e contribui para a redução de custos operacionais, tudo com o único propósito: salvar vidas.

FICHA-TÉCNICA

Ana Luísa Cavinato Gomes, Guilherme Gomes Martins, Julia Besseler Garcia, Leonardo Souza de Lima, Vitor Ramos. Orientador: Prof. Dr. Leonardo Souza de Lima

AUTORIA

Ana Luísa Cavinato Gomes, Guilherme Gomes Martins, Julia Besseler Garcia, Leonardo Souza de Lima, Vitor Ramos. Orientador: Prof. Dr. Leonardo Souza de Lima



DESIGN DE SERVIÇO

NOVOS SERVIÇOS

Mercado Livre Arena Pacaembu

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A inauguração do Mercado Livre Arena Pacaembu exigia mais do que reforma: pedia a criação de um sistema de experiências capaz de integrar esporte, cultura, saúde e negócios em um espaço plural, com expectativa de 5 MM de visitantes anuais. Para isso, conduzimos uma pesquisa profunda com operadores, gestores e diferentes perfis de usuários, captando dores, expectativas e oportunidades reais. Utilizando um framework, desenhamos jornadas completas pela ótica do usuário e, a partir delas, estruturamos o backstage: processos, regras e enablers tecnológicos, humanos e legais necessários. entregamos um playbook operacional cocriado com stakeholders e além de experiências memoráveis ao visitante. Integramos tudo em um aplicativo modular que traduz o sistema físico em fluidez digital.

FICHA-TÉCNICA

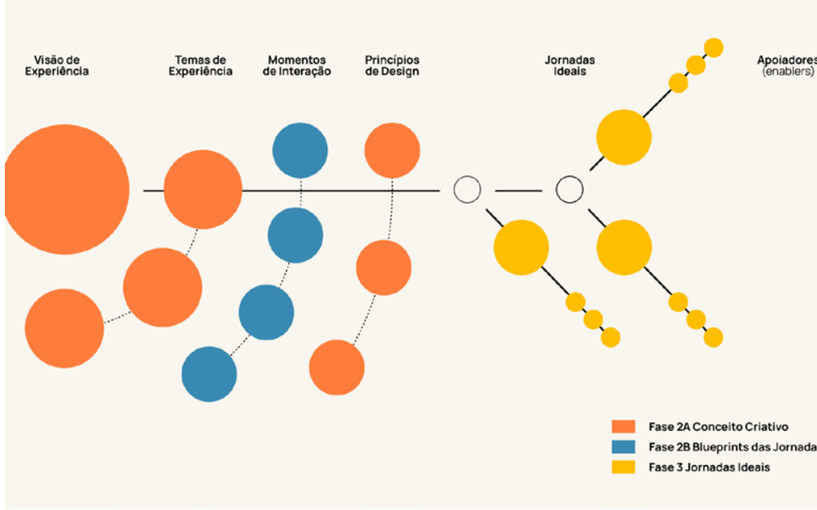
Danielle Tubino Flavio Di Sarno Levi Girardi Leo Massarelli Bernardo Yono Thais Prado Guilherme Turri João Norberto Luiz Madeira Vinicius Capiotti

AUTORIA

Questtonó QNCO

CLIENTE

Progen/Arena Pacaembu



DESIGN DE SERVIÇO

MELHORIA

Vale Energia Zero

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Bloquear um equipamento para manutenção é mais do que um procedimento: é a linha que separa a rotina de um acidente grave. Desde 2015, o sistema digital que deveria apoiar essa tarefa era visto como burocrático, lento e pouco confiável. Em vez de trazer segurança, gerava dúvidas e desconfiança. Melhorar essa experiência não significava apenas atualizar uma tecnologia, mas garantir que cada operador tivesse uma ferramenta capaz de proteger sua vida todos os dias. A obsolescência da solução, somada à falta de treinamentos claros e ao risco de falhas em áreas sem conectividade, exigiu uma transformação: tornar o sistema simples, confiável e alinhado à realidade em campo, devolvendo a confiança necessária para executar o bloqueio com agilidade e segurança.

FICHA-TÉCNICA

Bruna Cheib Carlos Lindberg Silva Melo Erick Lima Jéssica Costa Joao Vitor Detoni Joice Fernanda Ferreira Naiade Lameirão de Lima Laura Cristina Silva Maia Luiz Felipe Montuani e Silva Lydianne Moreira Marcia Cristina Gomes Abrantes dos Santos Matheus Tasso Maykon Oliveira Pedro Godoy Raoni Correia Samuel Rossetti Ysrael Santos Ferreira

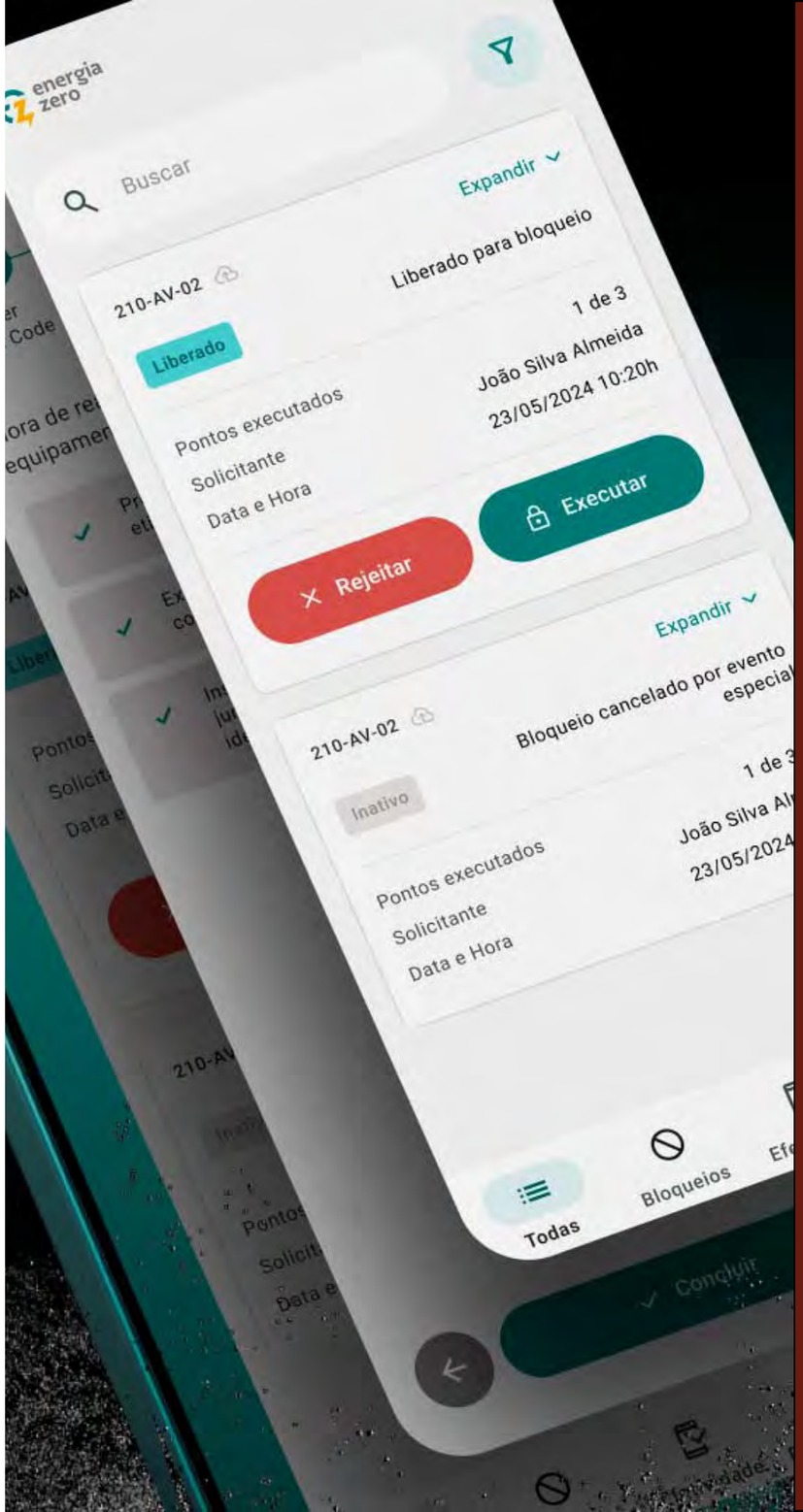
AUTORIA

ioasys

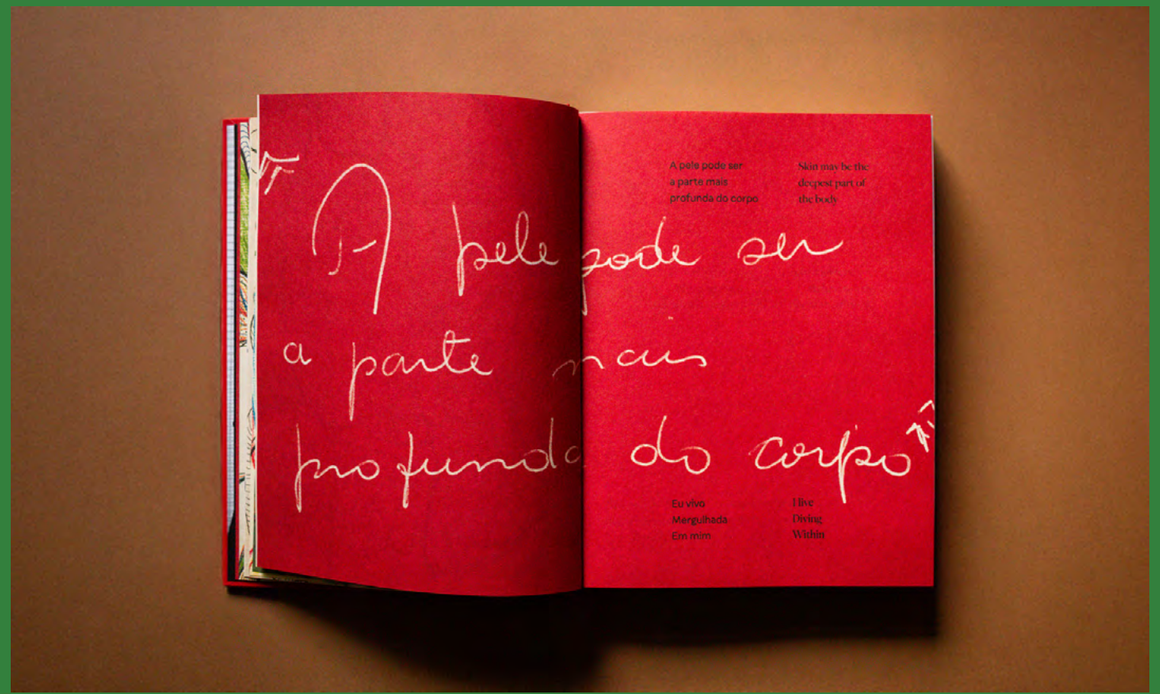
CLIENTE

Vale

220



DESIGN EDITORIAL



GRANDPRIX

DESIGN EDITORIAL

Sonia Gomes – Assombrar o Mundo com Beleza

Projeto gráfico do livro Sonia Gomes – Assombrar o Mundo com Beleza, publicado pela Cobogó, e que reúne 25 anos de produção da artista, com obras, registros de exposições e materiais inéditos. Organizado por Paulo Miyada, o livro tem pesquisa de Beta Germano, ensaio fotográfico de Lita Cerqueira e textos de Leda Maria Martins, Sidarta Ribeiro, Michael Wellen, Yina Jiménez Suriel e do próprio Miyada. O design articula ritmo visual e sensorialidade; explora papéis, transparências e cores para refletir o universo poético da artista. A principal preocupação era levar o leitor a mergulhar no universo de retalhos, nós e torções que fazem de Sonia Gomes uma das principais artistas do Brasil. Ao utilizar objetos do cotidiano, ela costura memórias anônimas e atópicas e assombra o mundo com beleza.

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

AUTORIA
GRECO

CLIENTE
Cobogó

DESIGN EDITORIAL

REVISTAS

Revista Propágulo 09

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A 9ª edição da revista Propágulo, uma das poucas publicações impressas de arte no Brasil na atualidade, reúne 4 fotógrafos de épocas e vivências distintas — Wilson Carneiro da Cunha (1919–1986), Marilia Vieira (1974), JEAN (1996) e Naywá Moura (2001) — todos atravessados pela cidade do Recife. O projeto propõe um diálogo entre temporalidades, contextos sociais e estéticos, articulando memória e ficção. A edição lança uma nova identidade gráfica da publicação, que equilibra elegância, dinamismo e adaptação personalizada a cada autor, sem perder a unidade visual. Em um mercado editorial precarizado, a Propágulo se mantém impressa, criando um artefato colecionável e durável, que reforça a centralidade da arte e da crítica vindas do Nordeste.

FICHA-TÉCNICA

Propágulo, Ligatura

AUTORIA

Propágulo, Ligatura

CLIENTE

Propágulo

DESIGN EDITORIAL

PROJETOS ESTUDANTIS

Zine Experimental “Homo Aquaticus” — cartografias afetivas navegando pela memória

DESCRIÇÃO DO PROJETO

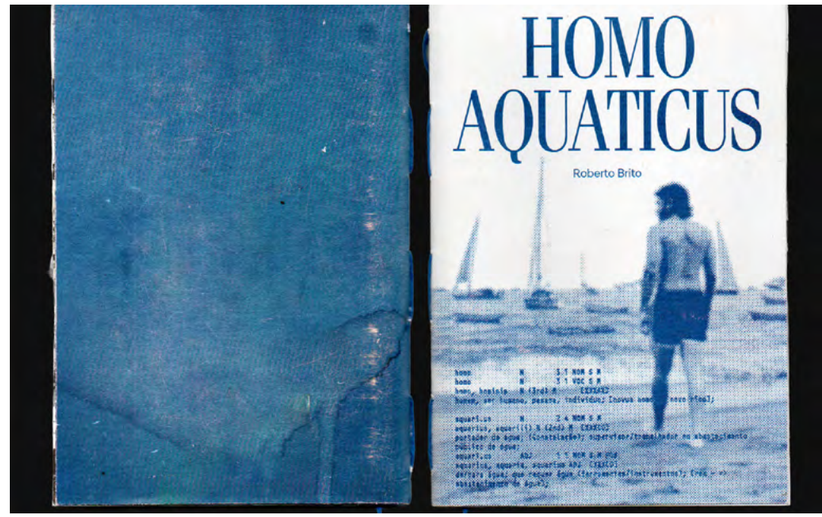
A zine Homo Aquaticus atua como cápsula do tempo crítica e sensível contra o apagamento simbólico decorrente da revitalização higienizada do Bairro do Recife Antigo. A publicação foi construída a partir de captação analógica com fitas Hi8, cujos fotogramas foram extraídos e editados como paisagens gráficas da cidade em dissolução. O projeto experimenta com técnicas e suportes que aprofundam a materialidade da memória, das águas e das ruínas: flipbook integrado às páginas da zine; encarte e sobreposições insinuando camadas temporais como palimpsestos; postais impressos em cianotipia, com luz solar e tempo da cidade como mecanismos de impressão, entre outros. Com 72 páginas (148x210mm), a zine foi produzida artesanalmente: miolo em couchê brilho 170g/m² e capa em couchê fosco 300g/m².

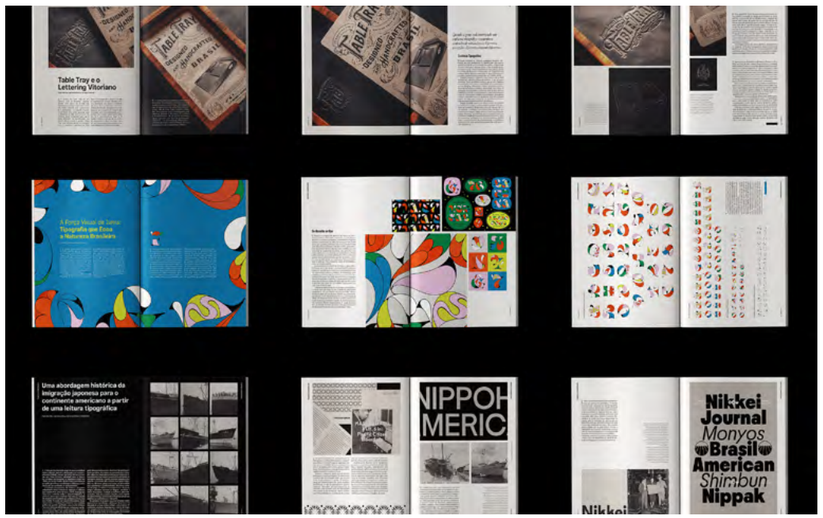
FICHA-TÉCNICA

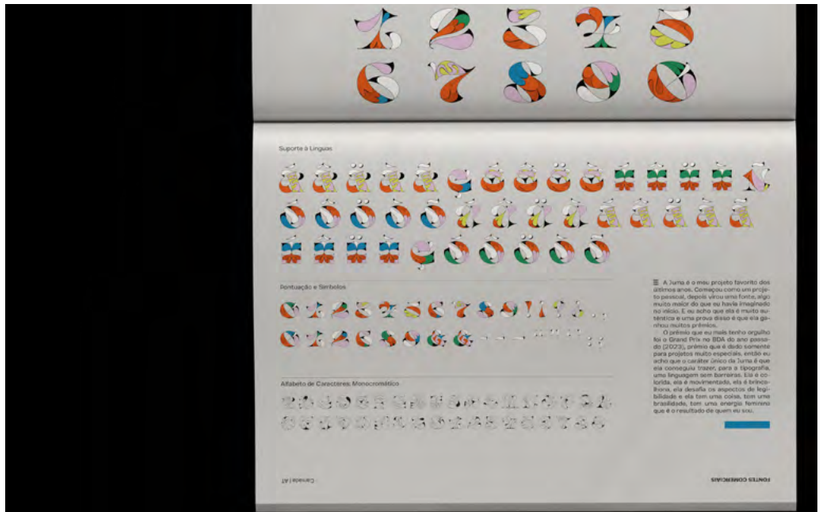
Projeto editorial, Direção de arte, Fotografias, Captação, Edição, Textos, Projeto Gráfico, Impressão com Cianotipia, Encadernamento com costura artesanal: Roberto Brito | Orientação criativa, revisão de textos e gestão de projeto: Denny Farias

AUTORIA

Roberto Brito e Denny Farias







Revista Camada - Exploração editorial dos múltiplos aspectos nos processos criativos do design gráfico

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Revista Camada nasce a partir de uma profunda pesquisa sobre a tipografia no Brasil, identificando a perda de referências devido ao contexto histórico do país e à queda das publicações impressas sobre o tema. Com a ausência de registros físicos, muitos trabalhos tipográficos nacionais ficaram restritos às plataformas digitais, dificultando o acesso e a valorização dessas produções. A revista propõe resgatar essa memória, documentando e valorizando o processo criativo de projetistas brasileiros. Cada edição apresenta relatos dos autores, mostrando desde as inspirações iniciais, esboços em papel vegetal, até as múltiplas camadas que compõem um projeto gráfico completo, fortalecendo a memória visual e cultural do design tipográfico nacional.

FICHA-TÉCNICA
Orientadores: Érico Lebedenco, Rodrigo Vilalba, Fábio Ranzani Coordenadora acadêmica: Eliane Weizmann

AUTORIA
Renan Corazza

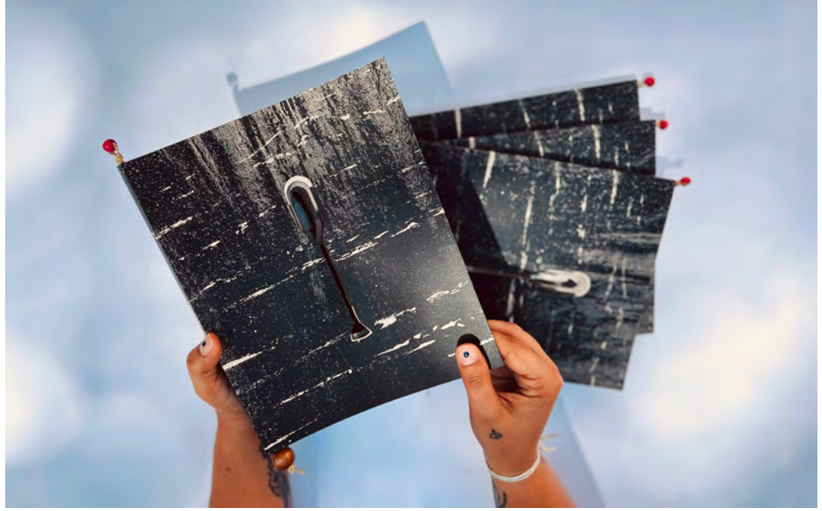
DESIGN EDITORIAL
PROJETOS ESTUDANTIS

Contos da ruptura: Coletânea de contos de terror da Lygia Fagundes Telles

DESCRIÇÃO DO PROJETO
“Contos da Ruptura” é um projeto editorial que desvenda a inexplorada veia do terror e surrealismo da obra de Lygia Fagundes Telles. É uma coletânea inédita de 12 contos, selecionados para o projeto, que mergulha na dualidade entre loucura e sanidade, realidade e fantástico - pois como a autora afirma: “a beleza não está nem na luz da manhã nem na sombra da tarde, está no crepúsculo, nesse meio-tom, nessa ambiguidade”. O projeto gráfico foi realizado com uma mistura de técnicas manuais, como o lettering com carvão e colagem dessas letras na folha de guarda, e digitais, como a edição de fotografia para a capa. Ilustrações de abertura de conto traduzem visualmente a ambiguidade das histórias, enquanto rabiscos de carvão pontuam as páginas, criando uma experiência imersiva.

FICHA-TÉCNICA
Maria Eduarda Xavier e Marta Dieguez Backes
Orientado por Leônidas Garcia Soares

AUTORIA
Maria Eduarda Xavier e Marta Dieguez Backes

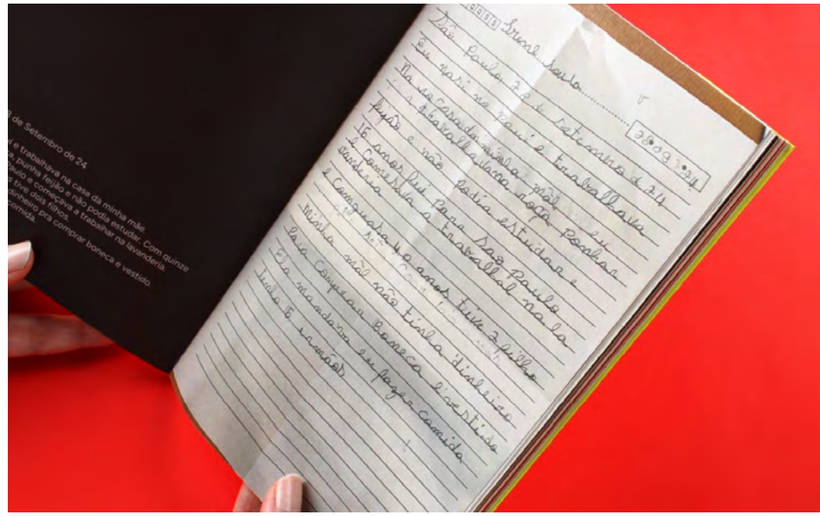


Revista Miolo

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O quarto volume da revista Miolo explorou o desenterramento simbólico das memórias e identidades apagadas pela colonialidade. Com a questão central: “Onde plantei meu umbigo?”, sua proposta editorial partiu da ideia de que o colonialismo tentou eliminar as identidades dos povos indígenas e africanos, e que o resgate dessas memórias é um ato de resistência. Com um corpo curatorial diverso, todo o processo criativo foi desencadeado a partir da criação de uma imagem simbólica feita com diversos carimbos, o texto-flecha, como forma de materializar graficamente essa reconexão. A Miolo é uma revista-escola e envolveu oficinas e vivências, promovendo a reconstrução da memória por meio de práticas artísticas e gráficas, em diálogo constante com a comunidade acadêmica e a sociedade em geral.

FICHA-TÉCNICA
Edição: Tiragem: laboratório de livros Coordenação editorial: Aju Paraguassu e Taygoara Aguiar Direção de arte: Aju Paraguassu Curadoria: Aju Paraguassu, Carla Piaggio, Cynthia Cy Barra, Deisiane Barbosa, Ianah Mello Produção gráfica: Emanuele Rosa, Fernando Cordeiro, Rafaela Feliciano, Taygoara Aguiar Diagramação e projeto gráfico: Aju Paraguassu, Amanda Queiroz,, Emanuele Rosa, Maria Clara Cajaíba, Rafaela Feliciano, Rafael Moreno, Taygoara Aguiar

AUTORIA
Aju Paraguassu, Amanda Queiroz, Cynthia Cy Barra, Emanuele Rosa, Fernando Cordeiro, Maria Clara Cajaíba, Rafaela Feliciano, Rafael Moreno e Taygoara Aguiar

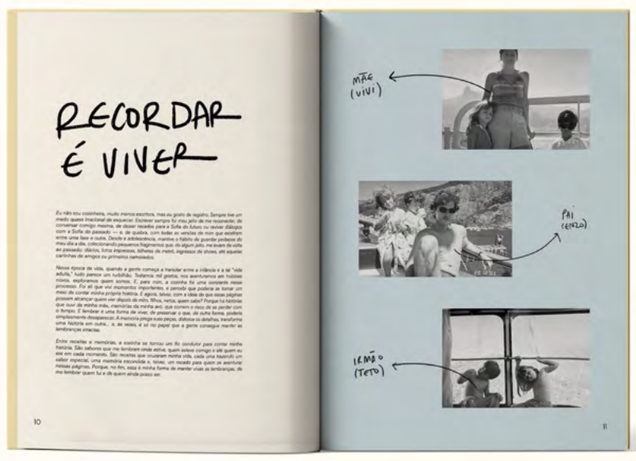


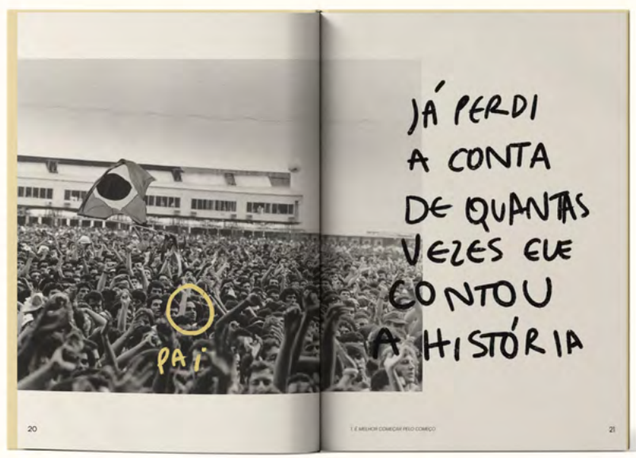
(Des)embalando: Como tornar as embalagens mais acessíveis para pessoas com baixo letramento?

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Durante os meses de setembro e outubro, autora acompanhou aulas de biologia voltadas à leitura de rótulos de alimento, com o objetivo de compreender as dificuldades enfrentadas por pessoas com baixo nível de alfabetização ao interagir com embalagens. A experiência incluiu conversas com os estudantes e a observação de aulas, além de estudos práticos relacionados ao design de embalagens. Como resultado, foi elaborado um projeto editorial com histórias de estudantes e ex-estudantes do EJA e uma análise de embalagens atuais no mercado.

FICHA-TÉCNICA
Livro de 95 páginas com miolo impresso em pólen Bold 90g e capa impressa em color plus

AUTORIA
Helen Saori Miyasaki





Qual o Sabor de uma Lembrança? Receitas e Memórias que se Entrelaçam em Torno da Mesa

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto apresenta um livro de receitas que vai além do registro culinário, transformando-se em uma narrativa visual e editorial onde memórias, sabores e histórias se cruzam em torno da mesa. Reunindo 28 receitas ligadas a lembranças familiares, viagens e vivências profissionais, a obra propõe um formato que une pesquisa, design e cultura gastronômica. Embora tenha origem em experiências pessoais, sua estrutura abre caminho para se tornar um modelo replicável, no qual cada leitor ou família pode criar um livro físico que registre e preserve suas próprias histórias. Essa ampliação torna o projeto inovador ao unir design editorial, memória e identidade cultural em um mesmo objeto.

FICHA-TÉCNICA
Orientador: Érico Lebedenco, Fábio Ranzani, Rodrigo Villalba Coordenadora acadêmica: Eliane Weizmann Demais envolvidos: Fotografia Naira Mattia

AUTORIA
Sofia Remondi Corrêa

DESIGN EDITORIAL
PROJETOS ESTUDANTIS

Bará: o design e a educação para escolas antirracistas

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto Oficina Bará: Design e Educação Antirracista propõe a aplicação da metodologia do Design Thinking como caminho para professores da educação infantil trabalharem raça, identidade e cultura afro-brasileira em sala de aula. A partir da análise dos desafios da escola pública, como desigualdade de recursos, racismo estrutural e sobrecarga docente, foi criada uma oficina prática e interativa, aplicada na EMEI Fátima Regina, em São Paulo, que resultou em uma cartilha pedagógica para apoiar educadores. O design é o fio condutor de toda a proposta, estruturando a oficina nas quatro etapas do Design Thinking: descobrir, definir, desenvolver e entregar. Oferecendo recursos visuais acessíveis para aplicação em sala de aula.

FICHA-TÉCNICA
Professora: Thabata Regina

AUTORIA
Luiza Sampaio

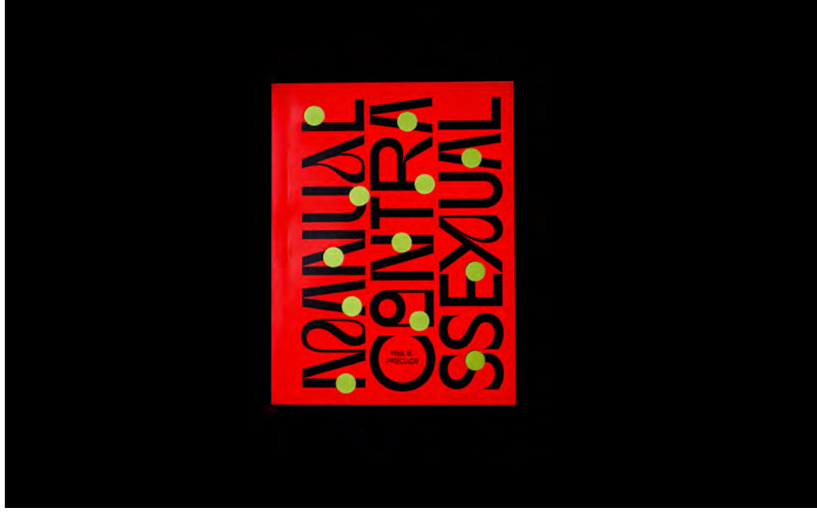
Memórias Póstumas de Brás Cubas

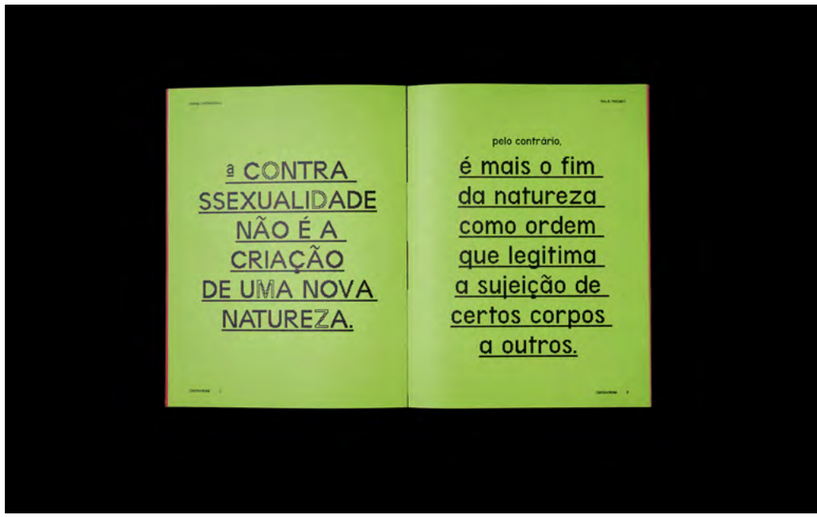
DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto consiste em um livro impresso no formato 14×21cm, em papel pólen. Foi desenvolvido no âmbito acadêmico sob profundas pesquisas e produção de mockups e testes tipográficos impressos.

FICHA-TÉCNICA
Orientador: Professor Fábio Silveira

AUTORIA
Bruno Rodrigues

DESIGN EDITORIAL
PROJETOS ESTUDANTIS





Manual Contrassexual

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Manual Contrassexual celebra o livro Manifesto Contrassexual, de Paul B. Preciado, por meio de uma edição especial e independente. A proposta rompe com as convenções da diagramação tradicional, explorando soluções gráficas que ampliam o poder da narrativa. O conceito de “avesso” é adotado como fio condutor do projeto, orientando as experimentações visuais e tipográficas do livro. Nesse sentido, o manual não é apenas um objeto editorial, mas também uma ferramenta crítica para compreender e contestar as normas impostas por um sistema normativo e binário. Ao trazer o ânus e o dildo como protagonistas visuais e conceituais, a obra convida o público a repensar noções de corporeidade e identidade, propondo novas perspectivas por meio de uma experiência gráfica provocativa e engajante

FICHA-TÉCNICA
Maria Clara Rubinger (estudante) Rafael Neder (orientador)

AUTORIA
Maria Clara Rubinger e Rafael Neder

Lobo Mau com Dor de Dente

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Livro infantil ilustrado que reinventa o Lobo Mau, personagem clássico dos contos de fadas, a partir de um detalhe inusitado: uma dor de dente. A narrativa se constrói como um jogo entre texto e imagem, criando ritmo visual e humor. O design editorial integra tipografia, ilustração e composição para emular uma “mordida” na própria página, transformando o projeto gráfico em extensão da história.

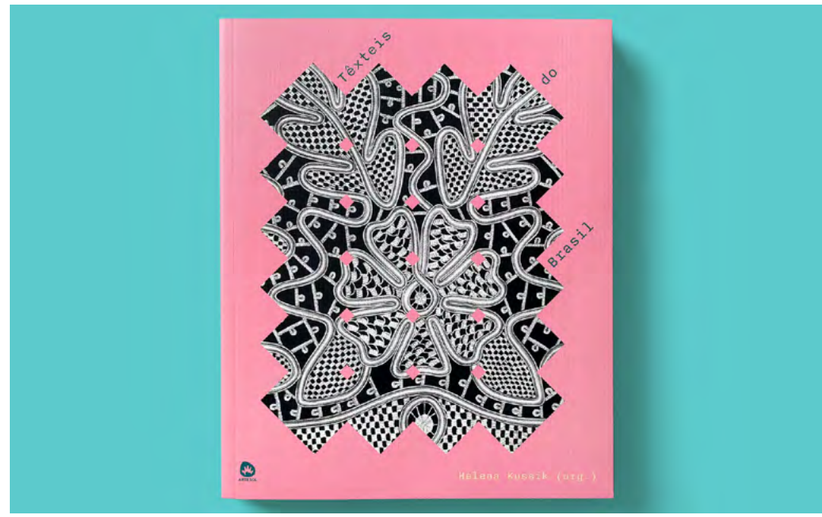
FICHA-TÉCNICA
Autor e Ilustrador: Daniel Kondo | Editora: Carambaia | Ano: 2024 | Acabamento: Capa dura, impressão offset 4x4 cores

AUTORIA
Daniel Kondo

CLIENTE
CARAMBAIA

236

DESIGN EDITORIAL
LIVROS



Têxteis do Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Livro Têxteis do Brasil

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier, Maria Luisa Falcão

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Artesol

237

DESIGN EDITORIAL

LIVROS

Aldo Manuzio, o inventor de livros

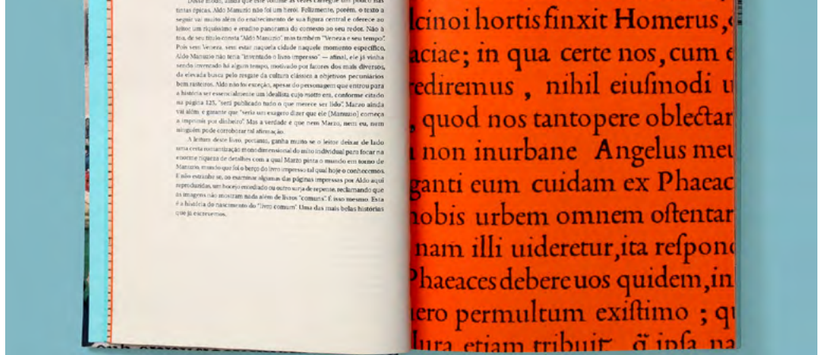
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Livro ‘Aldo Manuzio, o inventor de livros’

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier, Maria Luisa Falcão

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Ateliê Editorial/Editora Mnêma

238



DESIGN EDITORIAL

LIVROS

Nasce um país

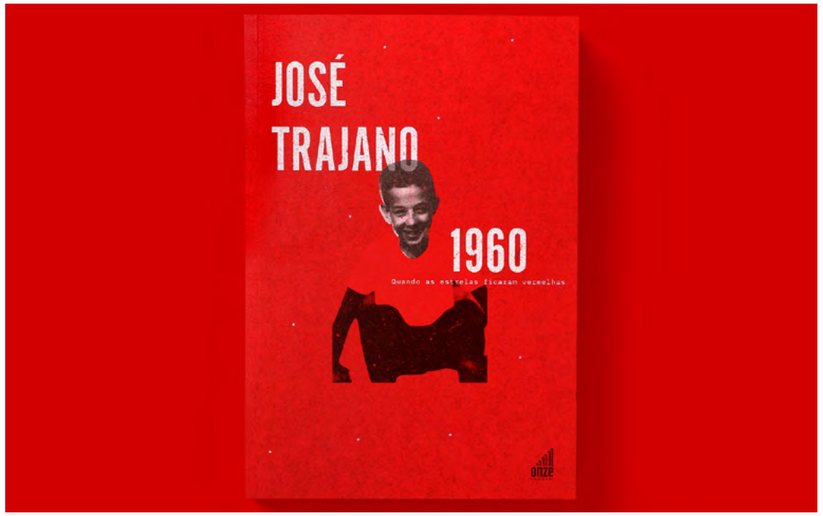
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Livro ‘Nasce um país’

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Biblioteca Brasiliana Guita e José Mindlin USP

239



1960 - Quando as estrelas ficaram vermelhas

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Livro ‘1960 - Quando as estrelas ficaram vermelhas’

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier, Maria Luisa Falcão

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Onze Cultural

240

DESIGN EDITORIAL
LIVROS

Nêgo Bispo - La Terra Dona, La Terra Vol

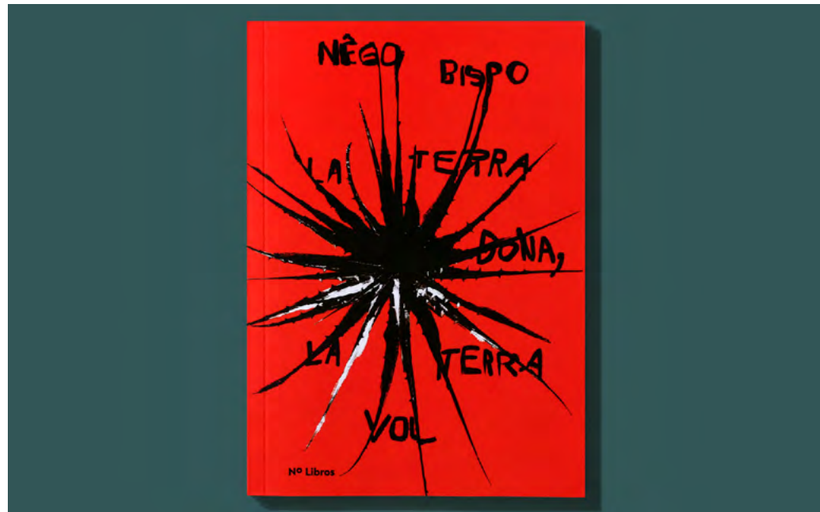
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Capa para edição catalã do livro A Terra Dá, a Terra Quer.

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
No Libros

241



DESIGN EDITORIAL

LIVROS

Coleção Mes Classiques

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A coleção Mes Classiques, da editora francesa Mame Éditions, apresenta grandes clássicos juvenis em uma nova roupagem. Fomos convidadas a criar uma série de capas que evocam o encanto do universo fantástico por meio de composições simétricas inspiradas em edições antigas. Cada título traz um lettering exclusivo, paletas ricas e detalhes visuais ligados à narrativa, resultando em um projeto que combina atemporalidade e frescor contemporâneo.

FICHA-TÉCNICA
Direção criativa: Cyla Costa Conceito e execução: Cyla Costa e Aline Kaori Direção de arte: Marie Remond e Armelle Riva

AUTORIA
Cyla Costa Studio

CLIENTE
Mame Éditions

DESIGN EDITORIAL

LIVROS

Raiz, semente, folha e flor – Ensaios visuais dos Jardins do Inhotim

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O livro “Raiz, semente, folha e flor – Ensaios visuais dos Jardins do Inhotim”, é a primeira publicação dedicada exclusivamente ao paisagismo do Instituto. A obra nasceu como homenagem ao paisagista Pedro Nehring (1955–2023) e se consolidou como referencial bibliográfico de relevância para a preservação de espécies e para a história do paisagismo no Brasil. Reunindo textos históricos, ensaios visuais, vistas aéreas e registros técnicos, o projeto equilibra conteúdo científico e sensorial. O design editorial valoriza a experiência do leitor, explorando uma tipografia serifada moderna, cores inspiradas na pluralidade dos jardins, diferentes papéis e acabamentos, resultando em uma publicação que traduz a magnitude e a importância de um dos maiores acervos botânicos da América Latina.

FICHA-TÉCNICA
Concepção e Coordenação Editorial: Felipe Taboada Consultoria Técnica e Edição: Guilherme Mazza Dourado Textos: Gabriela Longman e Guilherme Mazza Dourado Capa e Projeto Gráfico: Hardy Design - Mariana Hardy, Cynthia Massote, Marcelo Pantuzza, Pedro de Albergaria , Izabela Rodrigues, Helena Cintra, João Vitor CardosO, Leo Passos, Daniele Pires e Pedro Stauffer Fotografia: João Marcos Rosa Revisão Ortográfica: Veridiana Cunha Tradução: Philip Somervell Impressão: Gráfica Ipsis

AUTORIA
Hardy Design

CLIENTE
Instituto Inhotim

DESIGN EDITORIAL

CATÁLOGOS

María de Buenos Aires

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Libreto para ópera María de Buenos Aires.

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Theatro Municipal de São Paulo/Sustenidos

DESIGN EDITORIAL

CATÁLOGOS

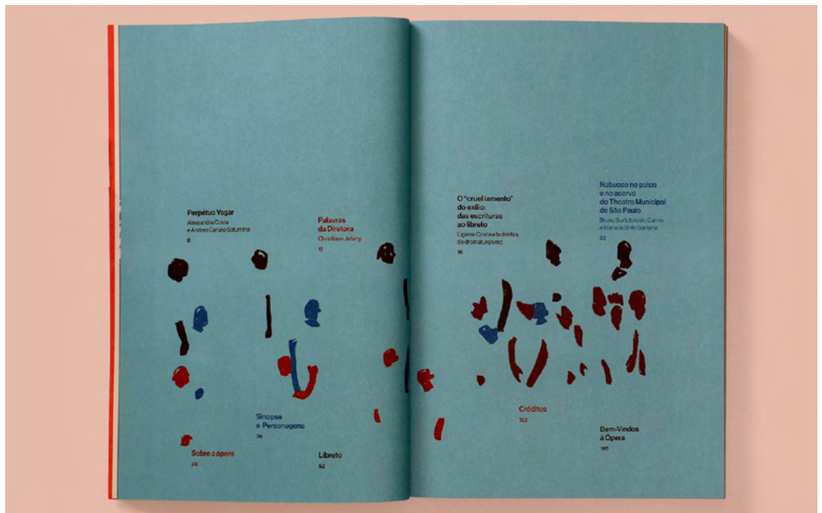
Catálogo Capistas 24-25

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Capistas 24-25 é um catálogo pioneiro e gratuito que reúne mais de 100 artistas gráficos brasileiros de destaque no mercado editorial. A publicação apresenta um panorama visual e atual da produção nacional de capas de livros, conectando designers, ilustradores, editoras e autores em um espaço de referência. Lançado pela Seiva, editora e escola de artes e criatividade, o projeto foi realizado em parceria com a Ipsis, gráfica de excelência reconhecida no mercado, e contou com o apoio da Metabooks e do PublishNews.

FICHA-TÉCNICA
Direção: Daniel Lameira, Adriano Fromer
Organização: Daniel Lameira Coordenação editorial e preparação: Luise Fialho Revisão: Karine Vargas Capa e projeto gráfico: Giovanna Cianelli, Victoria Servilhano
Diagramação: Desenho Editorial Impressão: Ipsis Gráfica

AUTORIA
Daniel Lameira, Giovanna Cianelli, Victoria Servilhano

CLIENTE
Seiva



Nabucco

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Libreto para ópera Nabucco

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Theatro Municipal de São Paulo/Sustenidos

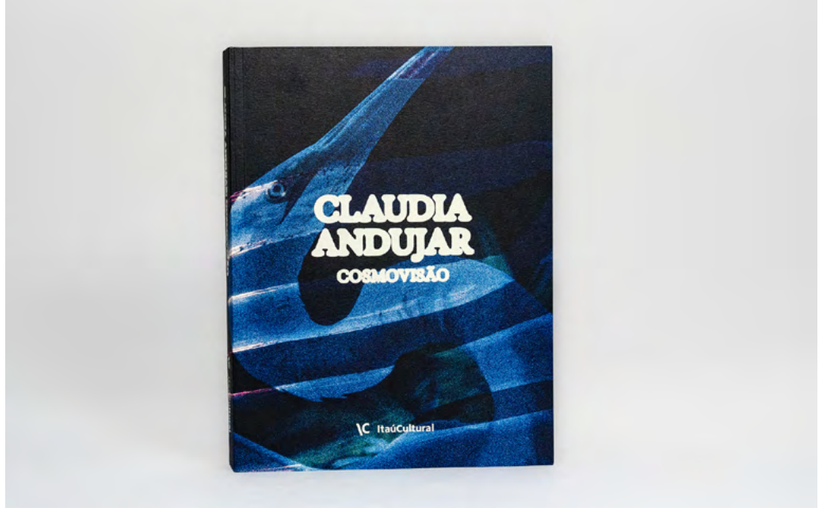
Catálogo da exposição – Guto Lacaz: Cheque Mate

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A exposição Guto Lacaz: cheque mate, ocorrida na sede do Itaú Cultural e com curadoria de Kiko Farkas e Rico Lins, ofereceu uma abordagem ampla de uma carreira multifacetada e inventiva. Reuniu artes gráficas, videoarte, performance, instalação e materiais de arquivo, convidando o público a conhecer a obra de um artista que navega pela crítica e pelo humor ao provocar reflexões sobre a maneira como a realidade se apresenta.

FICHA-TÉCNICA
Gerência: André Furtado Coordenação: Carlos Costa (até abril de 2024) e Kety Fernandes Nassar Editorial: Duanne Ribeiro, Icaro Mello e Fabiana Werneck (terceirizada) Organização do conteúdo: Bianca Selofite, Bruno Struzani, Emmanuelly de Jesus e Júlia Munhoz Produção editorial: Pamela Rocha Camargo Projeto gráfico: Guilherme Ferreira Produção gráfica: Lília Goes (terceirizada) Supervisão de revisão: Polyana Lima (até abril de 2024)

AUTORIA
Itaú Cultural

CLIENTE
Itaú Cultural



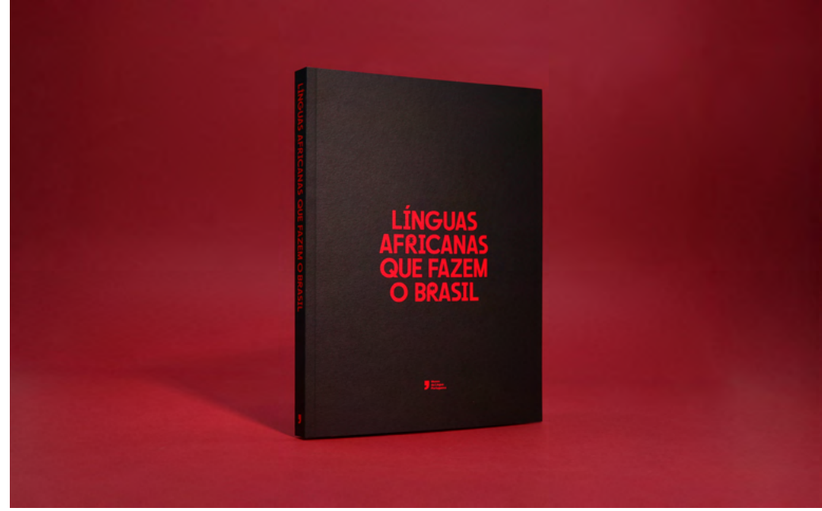
Catálogo da exposição: Claudia Andujar – cosmovisão

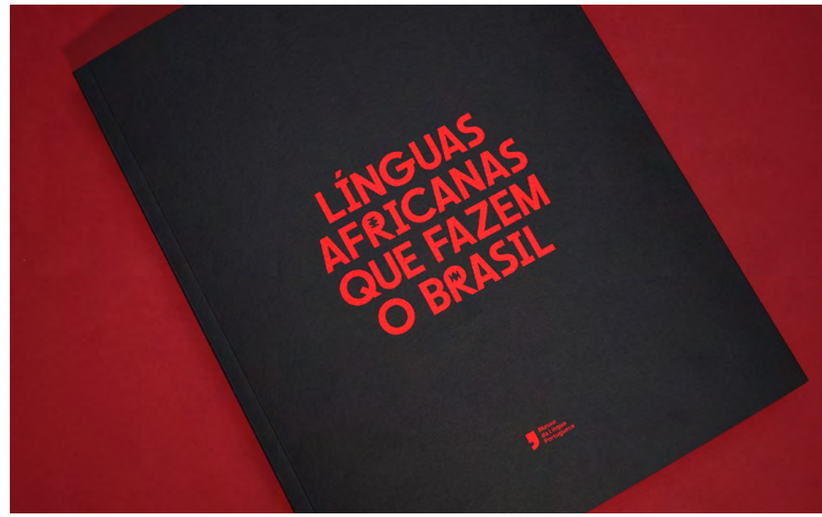
DESCRIÇÃO DO PROJETO
A exposição Claudia Andujar – cosmovisão, realizada na sede do Itaú Cultural, apresenta uma imersão na trajetória artística da fotógrafa por meio de suas experimentações visuais, investigações estéticas e releituras de séries icônicas. A mostra percorre desde seus registros na revista Realidade (1966 a 1971) até sua obra mais recente, O vôo de Watupari. Com um olhar singular, Claudia Andujar transita entre a vida e a luta do povo Yanomami e as complexidades do inconsciente, revelando a potência expressiva da fotografia em dialogar com dimensões visíveis e invisíveis da existência.

FICHA-TÉCNICA
Gerência: André Furtado Coordenação: Carlos Costa (até abril de 2024) e Kety Fernandes Nassar Editorial: Fernanda Castello Branco (até novembro de 2024), Juliana Ribeiro e Mariana Lacerda (terceirizada) Edição de fotos: André Seiti e Letícia Vieira Produção editorial: Luciana Araripe Projeto gráfico: Mily Mabe Produção gráfica: Lília Goes (terceirizada) Supervisão de revisão: Polyana Lima (até abril de 2024)

AUTORIA
Itaú Cultural

CLIENTE
Itaú Cultural





Línguas africanas que fazem o Brasil

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Design, projeto gráfico da exposição sobre influência de línguas africanas no Brasil. A mostra, destaca a influência de línguas como iorubá, eve-fon e do grupo bantu no português falado em solo brasileiro - seja na forma de entonação, no vocabulário propriamente dito, na pronúncia ou, ainda, na construção do pensamento.

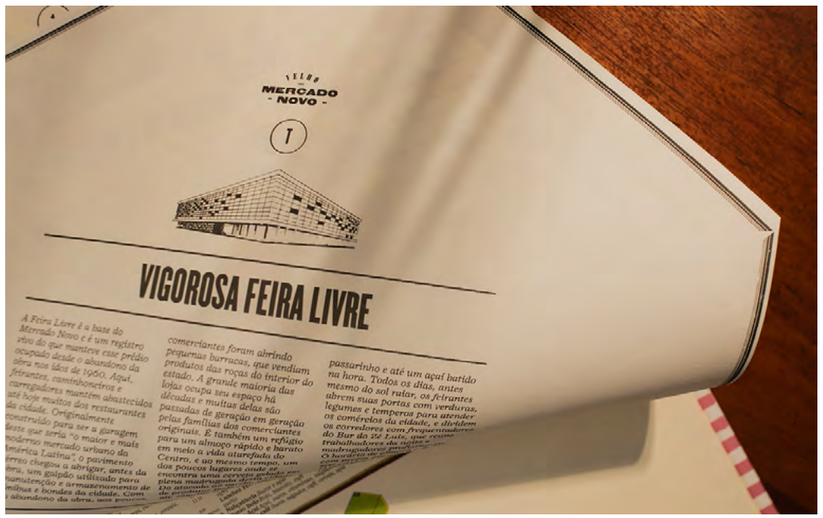
FICHA-TÉCNICA
Projeto gráfico: Oga Mendonça e Daniel Brito Coordenação editorial: Mariana Lorenzi Produção gráfica: Lilia Góes Impressão: Ipsis Textos: Alexander Cobbinah, Aline Motta, Juliana de Arruda Sampaio, Mayara Carvalho, Niyi Tokunbo Mon'a-Nzambi, Rebeca Carapiá, Tiganá Santana e Yeda Pessoa Fotografias: Adeloyá OjuBará, Adenor Gondim, Amanda Tropicana, Antonello Veneri, Diogo de Andrade, Edgar Rocha, Helen Salomão, Juh Almeida. Vistas da exposição: Gabriel Barrera

AUTORIA
Oga Mendonça e Daniel Brito

CLIENTE
Museu da Lingua Portuguesa

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS



Mapa Completo e Comemorativo dos 60 anos de Mercado Novo de Belo Horizonte

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Mapa comemorativo dos 60 anos do Mercado Novo de Belo Horizonte e dos seis anos de seu último movimento de ocupação, que transformou o prédio em referência de requalificação urbana através da criatividade e do empreendedorismo local. O material apresenta o primeiro levantamento completo do edifício desde sua fundação, registrando nome, atividade e outros dados de mais de 800 lojas distribuídas em quatro andares. Além de servir como guia para turistas aproveitarem o espaço, o projeto constitui documento histórico e cultural de um dos maiores mercados da América Latina, revelando sua diversidade de usos, ofícios e saberes.

FICHA-TÉCNICA
Direção: Rafael Quick Design: Dan Colares Ilustrações: Mathiole Produção Gráfica: Dig Souza Pesquisa e redação: João Vitor Rocha e Luana Abreu Assistência de pesquisa: Sarah Fernandes, Daniela Luz e Luísa Luz Papéis: Papex (Loja 1166, 67, 68) Chancela: Clicheria Santo Antônio (Loja 3104) Serigrafias: CGC Brindes (Loja 2190, 91 e 2313) Tipografia: Grafica Delfino (Loja 1200, 01, 02) Acabamentos: Jandir Silk Acabamento Gráfico (Loja 1133) Offset: Edgar Domingos de Oliveira

AUTORIA
Oficina Paraíso

CLIENTE
Mercado Novo de Belo Horizonte

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS

Livraria Gráfica

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Publicações Livraria Gráfica

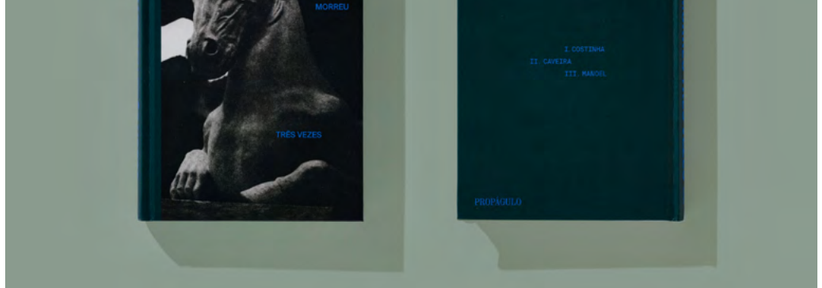
FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier, Maria Luisa Falcão

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Livraria Gráfica

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS



Meu Pai Morreu Três Vezes

DESCRIÇÃO DO PROJETO

"Meu pai morreu três vezes", de Clara Simas, é um fotolivro que articula memória, luto e fabulação a partir da ausência paterna. Editado pela Propágulo em tiragem de 500 exemplares, apresenta capa dura com título em serigrafia high-print fosca, laminação fosca, costura interna e páginas desdobráveis. Entre documental e ficcional, reúne fotografias, arquivos e textos em camadas visuais que tornam o luto corpo gráfico. O projeto foi reconhecido internacionalmente no Dummy Award 2025, selecionado entre 50 livros de 395 submissões, e encontrando-se agora no World Tour da premiação, que compreende sua exposição em 15 países da América, Europa e Ásia. A obra mantém em seu cerne uma intensidade crua, sendo o livro uma ferramenta de autodescoberta e reinvenção.

FICHA-TÉCNICA

Propágulo, Ligatura, Clara Simas

AUTORIA

Propágulo, Ligatura, Clara Simas

CLIENTE

Propágulo, Clara Simas

DESIGN EDITORIAL

AUTOPUBLICAÇÕES OU EDIÇÕES LIMITADAS

Sorte ou Revés

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Composto de forma autoral e produzido de forma artesanal, Sorte ou Revés é uma publicação experimental em edição limitada: um microlote com tiragem de apenas 25 unidades assinadas e numeradas. O conceito explora o tema da sorte e do acaso a partir de códigos gráficos ligados ao universo dos jogos de aposta, criando um objeto editorial que funciona como um laboratório visual apoiado por um texto livre e pessoal sobre esse universo.

FICHA-TÉCNICA

Conceito e projeto gráfico: Thomas Cosin
Textos: Filipe Oliveira Encadernação / Costura: Leticia Albanez Fontes em Uso: Times por Monotype e Terminal Grotesque por Raphaël Bastide em colaboração com Jérémy Landes

AUTORIA

Thomas Cosin

CLIENTE

Thomas Cosin

DESIGN FUTURO

Cuia Colab

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Projeto de biodesign desenvolvido na Floresta Amazônica que integra saberes ancestrais e contemporâneos na criação de objetos biodegradáveis. As cuias, de origem indígena e obtidas do fruto da árvore Crescentia cujete, são tradicionalmente usadas como recipientes. O Cuia Colab inova ao aplicar a técnica da biofabricação: moldes reutilizáveis que, fixados nos brotos ainda na árvore, orientam seu crescimento, gerando novas formas, texturas e possibilidades de uso. Após a colheita, artesãs tradicionais finalizam as peças, lixando e aplicando a laca do cumatê, que lhes confere cor, brilho e maior resistência. O projeto propõe "objetos que crescem em árvores" como inspiração para novas formas de colaboração entre design, natureza e comunidade, unindo impacto ambiental e social positivos.

FICHA-TÉCNICA
Lélia Maduro, Silvane Maduro e Marinalva Sousa: artesãs tradicionais de cuias de Santarém, da Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém Andrea Bandoni: conceito, pesquisa, design e coordenação geral Lauro Cohen: coordenação local e design Marcos Worms: design moldes plásticos Marcela Cotta: produção local e design Alanna Vinhas: produção local e design

AUTORIA
Andrea Bandoni

DESIGN FUTURO
PROJETOS ESTUDANTIS

Cidade dos sonhos: explorando a imaginação de novos futuros na educação pública infantil

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Cidade dos Sonhos é um jogo educativo infantil que estimula o pensamento sobre Futuros: imaginação e criação de novas formas de existência. As crianças não apenas jogam, mas criam narrativas coletivas sobre seus territórios urbanos ideais. Com uma dinâmica de jogo não estruturada e peças de inúmeros formatos e linguagem abstrata e produzido com madeira de poda (tida com resíduo urbano), foi desenvolvido para o contexto da educação pública brasileira. O jogo convida crianças entre 6 e 10 anos de idade a repensarem a cidade onde vivem e imaginarem novas perpectivas sobre o seu entorno de forma crítica e propositiva. Seu maior impacto está em colocá-las como protagonistas da construção de futuros, para que sejam cidadãs ativas, capazes de imaginar e reivindicar por cidades mais justas.

FICHA-TÉCNICA
Professores orientadores: Natalie Davantel Comparetti, Felipe Garcia, Gil Tokio e Maria do Rosário Coordenação acadêmica: Graziela Nivoloni Parceria acadêmica: Poda Lab

AUTORIA
Andressa Ribeiro

Restauradrilhos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Em meio à tragédia climática no Rio Grande do Sul que inundou o Paço dos Açorianos em 2024, o Restauradrilhos surge como resposta à vulnerabilidade do patrimônio cultural frente às mudanças climáticas. Antigo edifício da Prefeitura de Porto Alegre e hoje Museu do Paço, o prédio abriga um piso de ladrilhos hidráulicos instalado em 1901. O projeto alia tecnologias 3D e fabricação artesanal para restaurar essas peças, respeitando sua materialidade e valor simbólico. Mais do que reconstituir um piso centenário, estabelece um protocolo replicável de conservação de bens integrados ao patrimônio edificado, unindo design, ciência e tradição para preservar a memória cultural em contextos de risco.

FICHA-TÉCNICA
Instituição: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Programa de Pós-Graduação em Design (PGDesign) Autor: Arthur Thiago Thamay Medeiros Orientador: Fabio Pinto da Silva Colaboração: Laboratório de Design e Seleção de Materiais (LDSM/UFRGS), Fábrica de Mosaicos de Pelotas, iMER

AUTORIA
Arthur Thiago Thamay Medeiros e Fabio Pinto da Silva

Personia

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Personia é uma plataforma de insights impulsionada por inteligência artificial, capaz de gerar descobertas a partir de consumidores e especialistas sintéticos. A solução foi criada para apoiar organizações na tomada de decisões mais ágeis em todas as etapas — do marketing à inovação — resultando em produtos e estratégias que ressoam com seu público.

FICHA-TÉCNICA
Naming: Herick Ferreira, Verbal: Ana Cerqueira, Carmen Beer, Estratégia: Herick Ferreira, Luis Bartolomei, Alex Espinosa, Ana Cerqueira, Carmen Beer, UX/UI: Beatriz Bukvic, Design: Gabriel Teixeira, Motion: Gabriel Teixeira

AUTORIA
CBA B+G, Novatics

CLIENTE
Personia

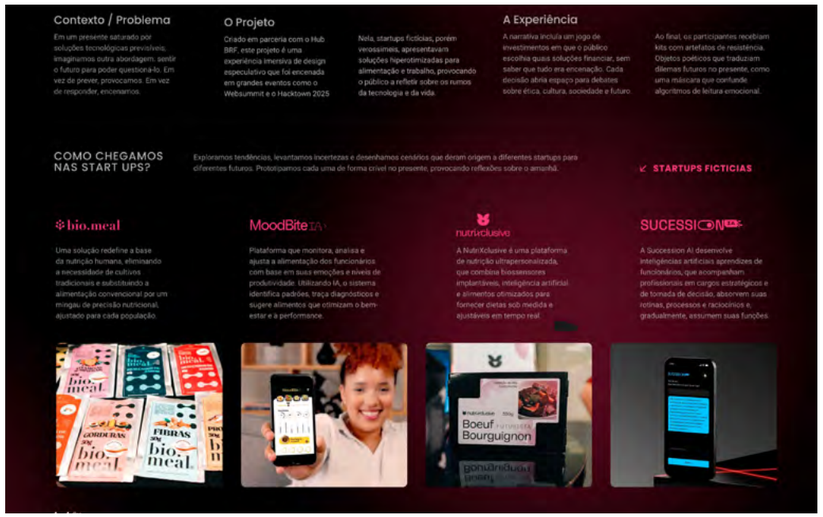
O Futuro da Alimentação e do Trabalho: Uma Experiência de Design Especulativo sobre IA.

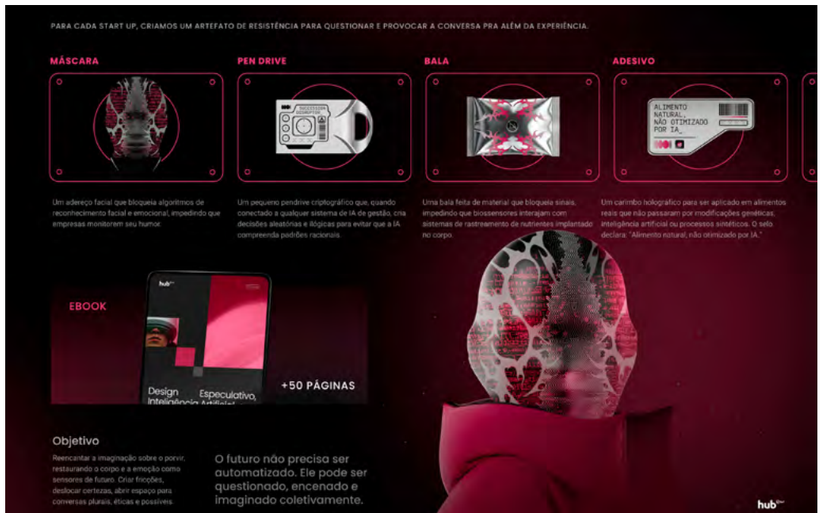
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Num cenário saturado de previsões lineares e soluções repetidas, o projeto propôs uma ruptura: uma experiência imersiva de design especulativo que convidou o público a sentir o futuro antes de ele se impor. Em parceria com o Hub BRF, criou-se uma jornada performativa onde startups fictícias, mas verossímeis, mostravam os impactos da IA na alimentação e no trabalho. Cada proposta vinha acompanhada de um artefato de resistência — uma fricção sensorial contra o fluxo automático do progresso — expandindo a inovação para além da solução e provocando novas possibilidades de agência.

FICHA-TÉCNICA
Mario Rosa Aysu Bilgin Gabriel Gandara Anna Bracci Letícia Cuevas Wellington Alcântara Danilo Kanesiro Rodrigo Santos Gabriel Barbieri Isabela Lopes Felipe Manoel Carvalho Matheus Pinheiro Vinicius Fregnani Luis Felipe Soares Robson Nunes Marcos Pinho da Silva Thiago Nascimento Ana Caroline Rosa Luana Assaf

AUTORIA
ioasys

CLIENTE
BRF - Hub BRF





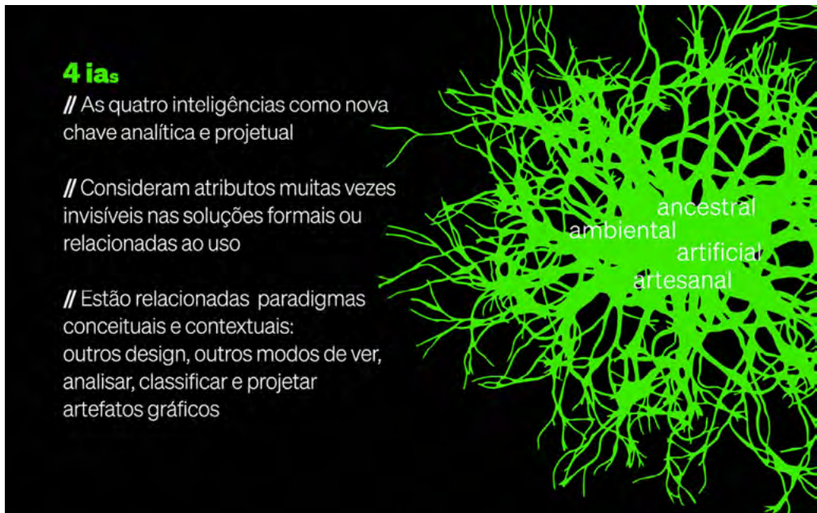
Imager.ia e as 4IAs: inteligência ancestral, ambiental, artesanal e artificial

DESCRIÇÃO DO PROJETO
4Ias: inteligência ancestral, ambiental, artesanal e artificial é uma metodologia criada pela Imager.ia visando o futuro das práticas do design. A ferramenta parte de novos paradigmas conceituais e de linguagens visuais singulares, baseados na cultura de um lugar. A partir de uma lista de pré-requisitos de cada inteligência e a presença do público-alvo em todo o processo criativo, o projeto explora diferentes materiais, técnicas, amplifica discursos e consegue comunicar com criatividade e eficiência sua mensagem. Para tangibilizar o uso das 4Ias, apresentamos o projeto de curadoria e de criação de peças gráficas da exposição interativa "Expo da Paulista: cidade, meio ambiente e direitos humanos", realizada à céu aberto, na avenida, e expandida em um site acessível.

FICHA-TÉCNICA
Idealização e pesquisa: Didiana Prata Créditos do estudo de caso apresentado: Curador geral da exposição: Fernando Costa Netto Curadoria e direção de Arte: Didiana Prata Identidade Visual: Maria Meira – Prata Design Realização: UGT- União Geral dos Trabalhadores e Ministério da Cultura. Site e acessibilidade: Paulo Fehlauer Tour 360°: NOV Filmes Fotografias: Rodrigo Galvão Produção: Maná Produções Artistas: Xadalú e Pri Barbosa

AUTORIA
Didiana Prata

CLIENTE
Prata Design



Metodologia do Bem-estar Sustentável

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Como criar produtos e serviços que ofereçam o que as pessoas desejam sem deixar de lado o que o mundo precisa? Bem-estar Sustentável é um conceito proprietário, que guia pessoas e empresas a reimaginar seus produtos e serviços com impacto e propósito. A partir de um toolkit digital com ferramentas, templates e dinâmicas de cocriação, a metodologia estrutura um processo prático e profundo, organizado pelas etapas do duplo diamante do design thinking, que apoia a construção de futuros desejáveis em qualquer setor. Lançada oficialmente em 2024 após mais de dois anos de desenvolvimento e refinamento em workshops, a proposta se coloca como um convite para lideranças que desejam transformar intenções sustentáveis em ações concretas, com clareza de processo e visão de futuro.

FICHA-TÉCNICA
Barão Di Sarno Giselle Jensen Leonardo Tavares

AUTORIA
Questtonó QNCO

CLIENTE
Questtonó QNCO

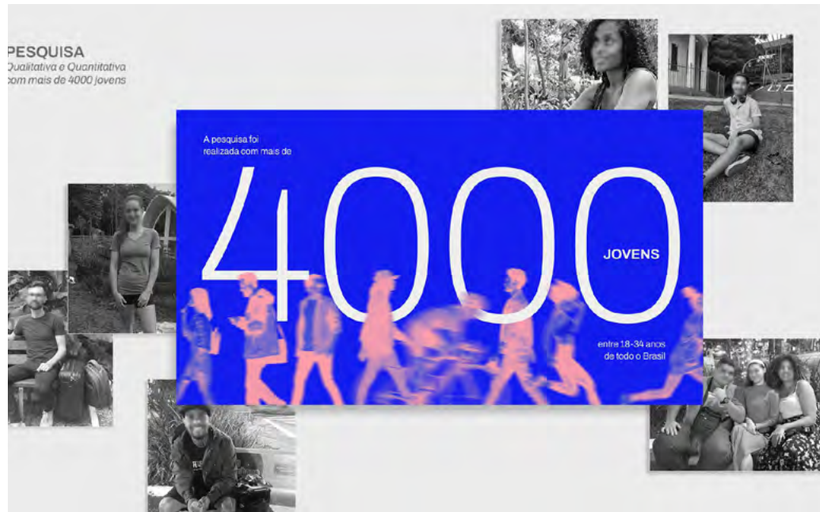
Quem é Você na Fila do Fim do Mundo?

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Quando o futuro parece um apocalipse, ouvir os jovens é a chave para redesenhar o amanhã. “Quem é você na fila do fim do mundo?” é um estudo proprietário que envolveu mais de 4.000 jovens de 18 a 34 anos em cinco metodologias, da escuta nas ruas ao uso de inteligência artificial para analisar milhares de narrativas. Revelou cinco tensões centrais e nove perfis comportamentais que traduzem como a juventude enxerga não apenas a crise climática, mas o futuro do planeta. O projeto oferece um mapa estratégico para empresas transformarem a ansiedade com o futuro em inovação sustentável e engajamento autêntico.

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Rosa Diego Selistre Giselle Jensen Ana Maria Copetti Maccagnan Guilherme Turri Lilian Chidiebere Leonardo Massarelli Teresa Grynberg Giulia Naccarato Rafael Mesquita Catharina Pedro Felipe Saraiva Victor Garcia Guga Chamma Danielle Tubino Barão Di Sarno Carol Dantas - PiniOn Matheus Vieira - PiniOn

AUTORIA
Questtonó QNCO

CLIENTE
Questtonó QNCO



DESIGN FUTURO

CONCEITO

Turnê Tempo Rei - Última Turnê Gilberto Gil

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos as artes e animações da turnê Tempo Rei, espetáculo que marca a despedida de Gilberto Gil dos palcos aos 83 anos. Ao longo da apresentação, Gil revisita momentos emblemáticos de sua trajetória e, com ela, da história cultural e política brasileira. Nosso desafio foi desenvolver uma linguagem visual que acompanhasse sua obra sem competir com ela. O palco era uma instalação viva: ao fundo, uma tela retangular de LED; na frente, uma escultura em espiral suspensa, revestida de LED. Essas duas superfícies formavam um organismo imagético integrado. Criamos 2h30 (30 canções) de conteúdo inédito sincronizado com a narrativa do show. Um projeto de invenção poética e técnica, que propôs novas formas de usar a imagem no espetáculo ao vivo.

FICHA-TÉCNICA

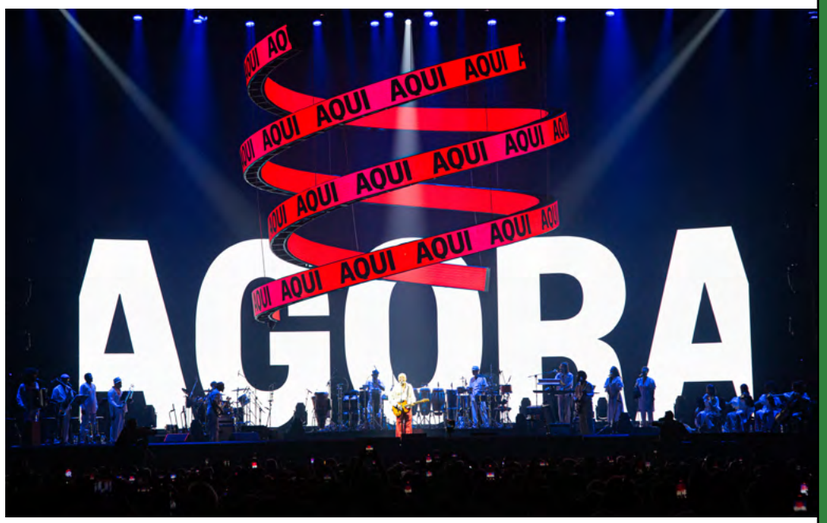
direção criativa: Olivia Ferreira e Pedro Garavaglia direção de arte e design: Fernanda Guizan produção: Nessa Alves designers gráficos: Thamy Kurosawa,Gabriel Martins,Celina Kuschnir pesquisa de imagens: Julia Shnoor motion designers: Daniela Serpa,Rafael Alves,Cristiano Costa,Angela Jomara,Lucas Gabriel,Bruna Nogueira,Thais Falconi,Roberta Martins,Walmor Luis,Tamires Campos,Bruna Shutz pré-visualização, renderless, modelagem 3D e pixel mapping: Gabriel Weckmuller

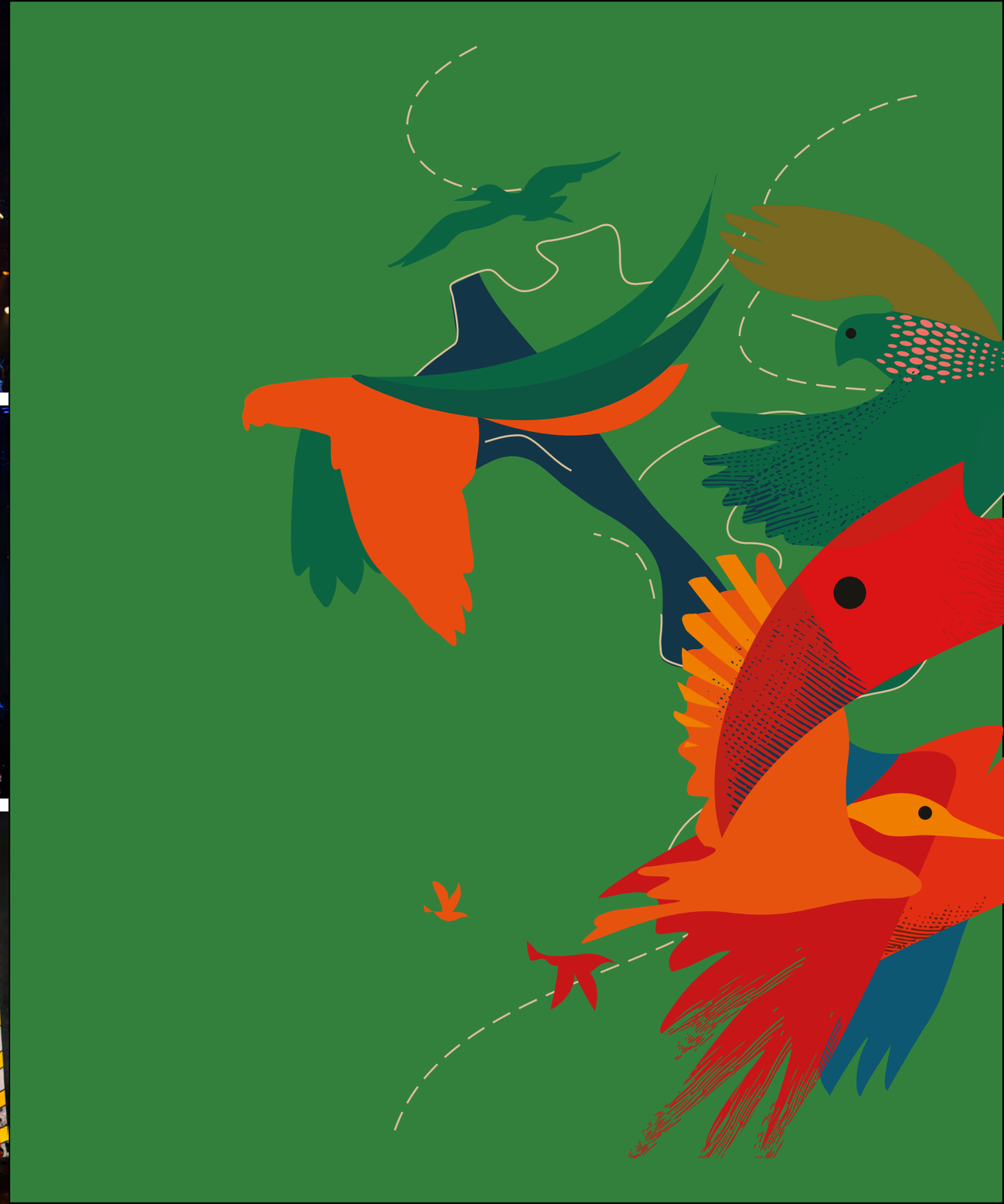
AUTORIA

Radiográfico

CLIENTE

30e + GG Produções





DESIGN GRÁFICO

De Favelado

DESCRIÇÃO DO PROJETO

De Favelado é um projeto que resgata a dimensão cultural e política do funk diante de sua massificação pela indústria. Partindo do design vernacular e social, a pesquisa investigou capas e linguagens gráficas de 1990 a 2005, período em que o gênero consolidou sua identidade visual periférica. O resultado é um conjunto gráfico formado por um CD com músicas marcantes mixado pela DJ Maudita, um fanzine que retrata o baile de corredor dividido entre lado A e lado B, além de cartazes, encarte e adesivos. A identidade visual explora improviso, excesso e contrastes da estética popular, utilizando técnicas manuais, experimentações com laser e processos artesanais. O trabalho reafirma o funk como voz de resistência e pertencimento, valorizando a potência criativa das periferias pelo design gráfico.

FICHA-TÉCNICA

Autores: Henrique Dumineli Mariano e Victor Gabriel da Silva Fogaça. Orientadores: Profª. Me. Liberaci Pascuetto Perin, Prof. Esp. Mário Clóvis Seki e Prof. Esp. Maikon Nery Bernardino. Produção Musical: Dj Maudita (Sofia). Fotografia: Lis Ayrosa.

AUTORIA

Henrique Dumineli e Victor Fogaça

CAMA DE GATO: FRICÇÕES ENTRE GAMBIARRAS E DESIGN SOB UM VIÉS PROCESSUAL E CRIATIVO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Cama de Gato é um projeto experimental de conclusão de curso que nasce do incômodo com os métodos lineares e normativos do design gráfico acadêmico. Ao estudar gambiarras como práticas inventivas e intuitivas, propomos um novo processo criativo guiado pelos quatro pilares que as definem: necessidade, limite, improviso e subversão de uso. O resultado são 30 cartazes que tensionam padrões visuais convencionais ao ressignificar objetos do cotidiano em composições tipográficas autorais. Um experimento que afirma o erro, o improviso e o cotidiano como potências gráficas e conceituais no fazer design.

FICHA-TÉCNICA

Projeto de Cartazes desenvolvido pelas estudantes: Maria Fernanda Seibel e Sofia Terzian Simonka Professor orientador: Daniel Trench Disciplina: PGD

AUTORIA

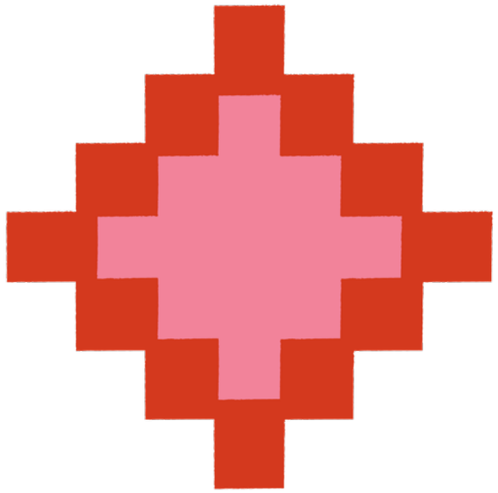
Maria Fernanda Seibel e Sofia Terzian Simonka

Salve o Brasil dos brasileiros: Matraca, um laboratório criativo de pesquisa e design

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Matraca é um ecossistema de pesquisa e design que nasce da urgência de romper com visões estereotipadas e para colocar “o Brasil dos brasileiros” no centro da criação. Propõe um novo olhar sobre o território, valorizando a diversidade cultural por meio da escuta, da investigação e da criação. O projeto estrutura uma metodologia própria, com forte embasamento teórico e práticas decoloniais, e apresenta identidade visual e estratégica que expressam a pluralidade brasileira. Matraca é design como ferramenta política e poética, que transforma narrativas em memória e pertencimento.

FICHA-TÉCNICA
Paulo Reis (orientador), Autoria: Brenda Freires e Clara do Amaral Projeto de Graduação em Design - PGD III

AUTORIA
Brenda Freires e Clara do Amaral



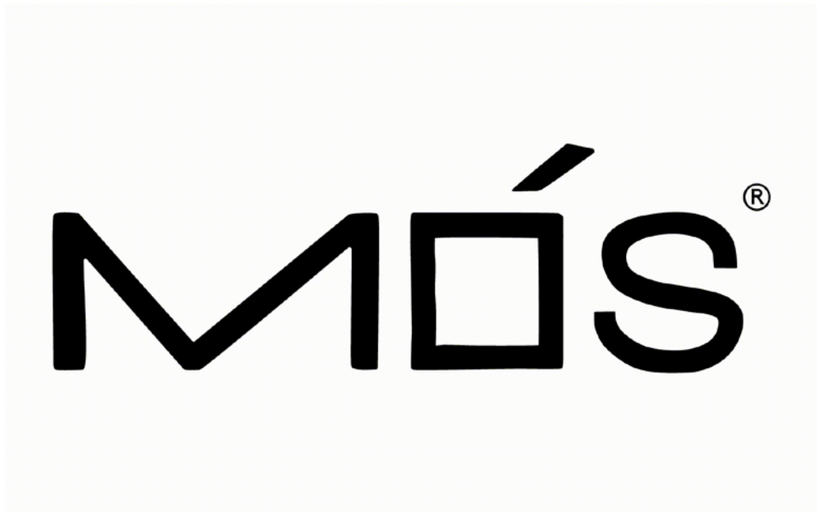
DESIGN GRÁFICO
PROJETOS ESTUDANTIS

ESTÚDIO MÓS - DESIGN APLICADO À INDUSTRIA DA MÚSICA

DESCRIÇÃO DO PROJETO
“Estúdio Mós: design aplicado à indústria da música” é um projeto de identidade visual para um estúdio de design homônimo idealizado em ambiente acadêmico e voltado para a Indústria da Música. A partir do propósito - Mais que ouvir, escutar. Mais que ver, enxergar. Design que escuta. Som que enxerga, do nome Mós (anagrama de som somado ao pronome nós) e do entendimento do modelo de negócio, a identidade visual da marca foi construída e traduzida em um universo que propõe um contraponto entre forma e música, visão e audição. Assim, com experimentações manuais que extrapolam o processo e se tornam base da linguagem gráf ica, a identidade se desdobra em variações sensoriais e flexíveis, adapta-se a diferentes formatos e ref lete a personalidade, essência e objetivos do estúdio em questão.

FICHA-TÉCNICA
TRABALHO DE PGD - PROJETO DE MARCA DE PRODUTO orientado pelos professores Danilo Cid e Luis Américo

AUTORIA
Ana Clara Henriques de Oliveira e Daniela Alves



Tropicália ou Panis et Circencis: Edição Especial

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto dedicado à criação de uma edição especial do disco de vinil Tropicália ou Panis et Circencis, manifesto sonoro do movimento Tropicalista, como forma de homenagear o impacto histórico da corrente na cultura brasileira. Além do redesign do encarte do disco em uma edição exclusiva, o projeto inclui a criação de um cartão memorial e um livreto que contém as letras das músicas, textos históricos e fotografias do movimento; ampliando a experiência afetiva do objeto gráfico. Mais do que um redesign, o projeto é um convite a revisitar e celebrar o momento efervescente, criativo e transformador do Tropicalismo no Brasil. Apresentado para conclusão do curso de Design Gráfico.

FICHA-TÉCNICA

Criação e produção: Heloisa dos Santos de Souza Orientação: Prof. Dra. Cassia Letícia Carrara Domiciano

AUTORIA

Heloisa dos Santos de Souza e Cassia Letícia Carrara Domiciano

DESIGN GRÁFICO
PROJETOS ESTUDANTIS

Mestres da Vila

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Mestres da Vila é uma experiência gráfica que retrata elementos, detalhes e vivências de oito pessoas com trabalhos manuais no bairro da Vila Mariana, na cidade de São Paulo. As profissões escolhidas foram: Barbeiro, Relojoeiro, Sapateiro, Chaveiro, Costureira, Confeiteira, Manicure e Carimbeira. Cada um deles é representado em dois cartazes, um que foca no indivíduo (Mestres) e outro que aponta objetos e elementos presentes na profissão (Ferramentas). Através de entrevistas e conversas informais, foi possível reunir imagens, elementos e histórias para representá-los graficamente.

FICHA-TÉCNICA

PROFESSOR: Weberson Santiago

AUTORIA

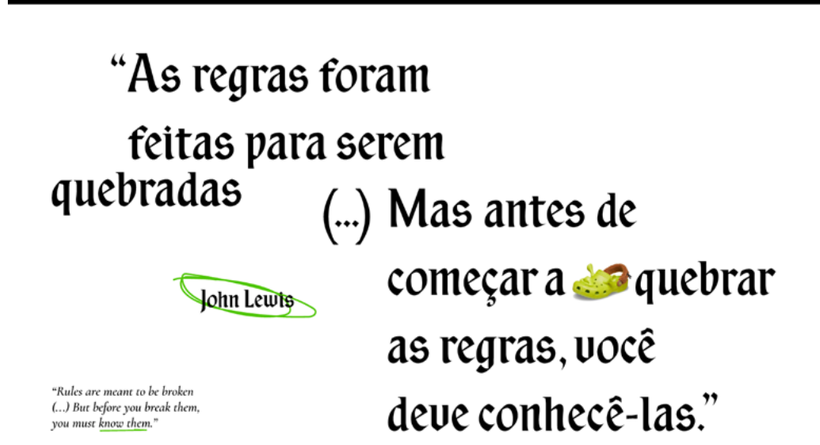
João Grecco Ferreira Costa

Vortex

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Vortex é um coletivo de festas de música eletrônica experimental de Belém do Pará, com estética inspirada na cultura pop e raves dos anos 90. Voltada para o público LGBTQIAP+, mulheres e outras minorias. Ela nasce para dar voz à estranheza e celebrar o caos como potência criativa, transformando arte e movimento em conexão. É o nexo em meio à entropia. A identidade visual reflete essa essência livre e experimental. O logotipo foi criado a partir de slime. Essa textura orgânica deu origem a uma marca fluida e mutante, onde as letras “X” se desdobram em grafismos que evocam corpos dançantes, vibrantes e sem amarras.

FICHA-TÉCNICA
FICHA TÉCNICA Motion Design | 3D: Eric Fernando Fotografia | Filmagem: Matheus Melo Dança | Modelo: Cícero Pinheiro Cenografia: Verinaldo Melo

AUTORIA
Beatriz Costa de Melo, Prof. Me. Sávio Almeida Fernandes



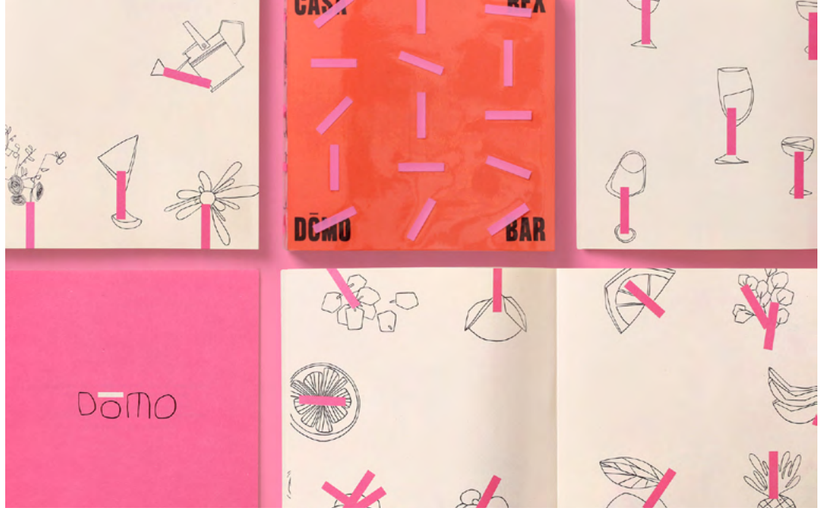
Cínica

DESCRIÇÃO DO PROJETO
“Cínica” é uma tipografia e um projeto experimental que desafia a funcionalidade e a expressividade da letra através da criação de peças de design. Desenvolvida como uma fonte híbrida, foi feita em combinação da caligrafia gótica com traços das letras romanas, e as aplicações destacam seu potencial prático ao apresentar a legibilidade e a versatilidade em composições gráficas, enquanto também funcionam como peças provocativas, irônicas e de grande impacto visual. Para enfrentar a ausência e/ou os estereótipos associados às letras góticas na comunicação visual contemporânea, “Cínica” é uma tentativa debochada de gerar novas possibilidades para o estilo e promover uma reflexão sobre a originalidade e a inovação no design gráfico e tipográfico.

FICHA-TÉCNICA
Autor: Leonardo Knust Orientadora: Julie Pires Banca: Julie Pires, Nair de Paula Soares e Pedro Lomba

AUTORIA
Leonardo Knust

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO



Casa Rex Domo Bar

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Livro que reúne 260 ilustrações criadas para a comunicar a programação musical do Domo, bar localizado na região central de São Paulo.

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Luiz Mello, Kaique Xavier, Melissa Passos

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Casa Rex & Domo

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO

Qual o coletivo de tempo? Colletivo 20 Anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Criação da campanha de autopromoção do Colletivo para celebrar os 20 anos de existência do estúdio, transformando a reflexão sobre os ciclos da vida e o envelhecimento em uma narrativa visual poética e bem humorada. O ensaio fotográfico, que substitui os sócios por seus familiares (pais do Marcelo, David e Fábio - e a mãe da Vanessa; sócios do Colletivo e amigos há 25 anos) no centro de SP, é coroado pela assinatura-conceito: “Qual o coletivo de tempo?”. A frase sintetiza a proposta, fazendo uma ponte inteligente entre o nome do estúdio e uma provocação sobre a valorização real do tempo vivido juntos.

FICHA-TÉCNICA
Gerente de Projetos: Marianna Tritapepe Assistente de Projetos: Carlos Henrique Direção Criativa: Marcelo Roncatti e Vanessa Queiroz Estratégia e Redação: Mayra Lins, Edna Marques e Daniel Furuno Planejamento de Comunicação: Beatriz Zuanazzi Direção de Arte: Marcelo Roncatti Tipografia: Dan Schunck Design: Bárbara Luppi e Giuliano Di Martino Motion: Rebeca Prado Gerente de Comunidade: Laís de Melo Foto: Rodrigo Marques Styling: Drica Cruz Maquiagem: Vito Mariella Videocase: Vicenzo Varin

AUTORIA
Colletivo

CLIENTE
Colletivo

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO

Almanaque

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Almanaque é um estúdio de design focado no desenvolvimento de embalagens, marcas e produtos, aplicando em cada projeto uma metodologia colaborativa que envolve estratégia e storytelling.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa: Bruno Becher, Rafael Rudnicki Design: Carlos Teles, Bruno Becher, Rafael Rudnicki Copywriting: Vitor Albano Estratégia: Camila de Paula, Thais Gabardo Motion Design: Pedro Bonatto, Bruno Becher Fotografia: Fernando Zanoni, Yasmin Schafer Website Design: Almanaque Estúdio Website Development: Marco Cuel Website Project Management & Consultancy: Paulo Trovatto

AUTORIA
Almanaque

CLIENTE
Almanaque

278

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO

Kit Caxa 10 anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Para celebrar os 10 anos do Estúdio Caxa, em 2025, desenvolvemos um kit especial de lembranças dedicado a clientes, parceiros e amigos. Além dos objetos criados, lançamos uma identidade visual inédita para o estúdio, explorando pela primeira vez a construção da própria marca.

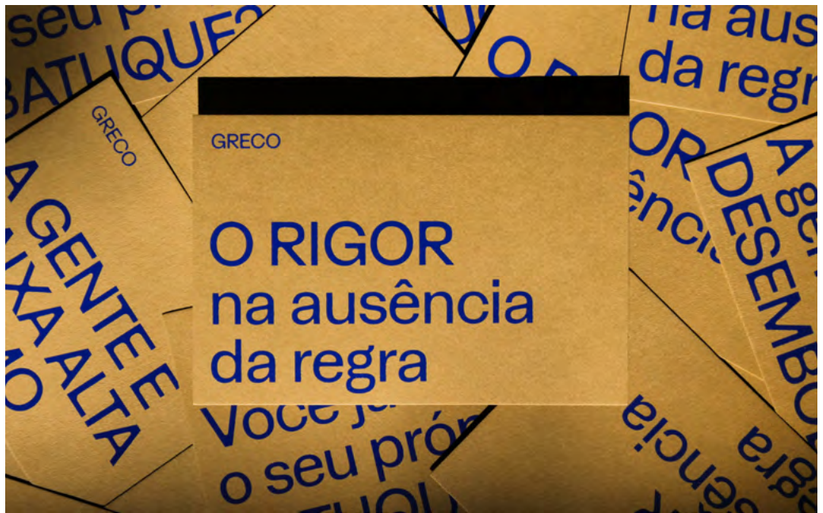
FICHA-TÉCNICA
Vitor Brito Pereira e Renato Brito Mamede
Fotos: Isabella Lovisolo Pérez

AUTORIA
Estúdio Caxa

CLIENTE
Estúdio Caxa

279

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO



GRECO 20.25

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Fomos responsáveis pela criação da nova identidade da Greco, escritório de design independente, que completou 20 anos em 2025. O projeto previu a revisão dos principais elementos da marca: logotipo, tipografia, paleta cromática, elementos acessórios e discursos. O resultado é um sistema que posiciona a Greco como uma empresa atenta às mudanças do mundo. Um vídeo manifesto e um contra-manifesto (contendo o que a marca não acredita) resumem o projeto.

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

AUTORIA
GRECO

CLIENTE
GRECO

DESIGN GRÁFICO
MATERIAL DE AUTOPROMOÇÃO

Pó de Pólen

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Para comemorar seus 20 anos de mercado, a Néktar lançou uma plataforma de conteúdos chamada Pó de Pólen. Além de criar projetos de design e branding, a empresa decidiu usar a maturidade e o conhecimento adquiridos em seus 20 anos para oferecer conteúdos relevantes para o setor. Foi criada uma área do site que reúne artigos e compartilha os episódios de podcast. No final de 2024, foi realizado um evento de comemoração dos 20 anos da empresa onde aconteceu uma palestra na Design Week de POA, e foi lançada uma revista com a temática que guiou o primeiro episódio do podcast: “20 pistas para marcas do futuro”. Como uma ação comemorativa de autopromoção da empresa, o evento, a revista e os conteúdos elaborados para a plataforma se desdobraram em várias peças que promovem a marca.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa: Paula Langie Conteúdos da Plataforma: Roberta Hentschke Design: Gabriel Hoch Jaques, Patrícia Ugalde, Augusto Santos, Vithor Borges, Matheus Fritz, Flávia Hocevar Motion: Vithor Borges e Thomas Becke Miguel Redação: Paulen Renck e Maria Eduarda Loh Atendimento e Produção: Aline Reis, Fabiana Silva Impressão: Gráfica Comunicação Impressa Estúdios: Somos e Pro Hub Apoio Podcast: Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos PUCRS Experimento: Leo Reis Cenas: Luis Ferreira

AUTORIA
Néktar Design e Branding

CLIENTE
Néktar Design e Branding

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Ney Matogrosso

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Identidade visual para exposição Ney Matogrosso

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Luiz Mello, Kaique Xavier

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
MIS - Museu da Imagem e do Som

282

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

52° Festival Internacional Cervantino

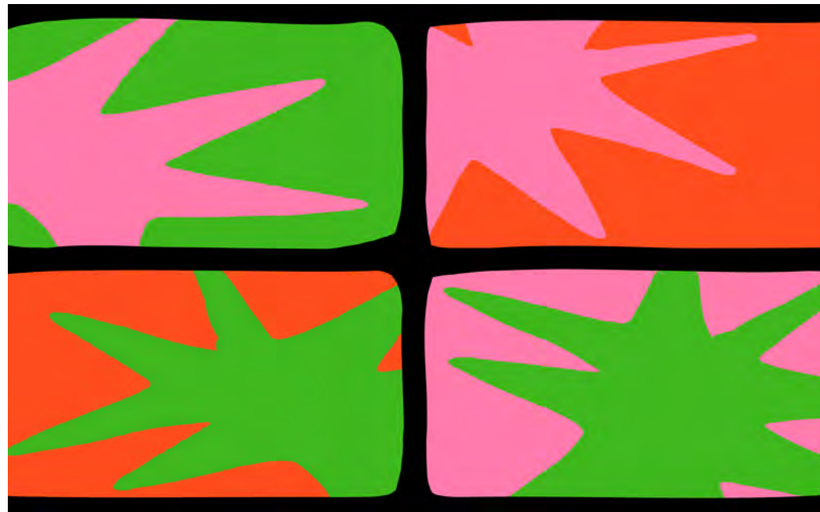
DESCRIÇÃO DO PROJETO
Projeto de identidade visual para o 52° Festival Internacional Cervantino (FIC), realizado em Guanajuato, México, tendo o Brasil como país convidado de honra em 2024. O festival, considerado o maior da América Latina, constrói a cada edição uma temática ligada ao país homenageado, com foco em questões globais e expressões artísticas atuais. A identidade visual usou paleta inspirada no Tropicalismo, traduzindo a diversidade cultural brasileira. Elementos feitos à mão — padrões, grafismos e ilustrações — basearam-se na cultura popular, na fauna e na flora para as manifestações artísticas, como teatro, música, cinema e dança. A tipografia Vinila, criada por uma designer brasileira, foi escolhida por sua família extensa de pesos, reforçando a presença do Brasil no evento.

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

AUTORIA
GRECO

CLIENTE
Appa Associação Pró-cultura e Promoção das Artes

283



DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Frutícola

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Frutícola é um serviço de hospedagem rural que transforma antigas casas da Fazenda Cachoeirinha, em Minas Gerais, em uma vila de acolhimento e memória. Seu projeto de identidade visual foi concebido para resgatar a afetividade do campo e valorizar a simplicidade como linguagem central. Inspirada na estética dos armazéns rurais, nas caixas de frutas e nos panos de prato bordados, a marca constrói um universo gráfico plural, manual e caloroso. Texturas, tipografias variadas e ilustrações no estilo Naif, em diálogo com artistas como Djanira e Henry Vitor, dão vida a uma comunicação que une tradição e contemporaneidade. O resultado é uma identidade que legitima o território e projeta a Frutícola como referência em hospitalidade rural autêntica e afetiva.

FICHA-TÉCNICA

Concepção: Luisa Flora e Gabriela Flora Direção de criação: Ana Luiza Bernardo e Arthur Duarte Design: Bárbara Luppi e Ana Luiza Bernardo Ilustração: Henrique Afonso e Arthur Duarte Fotografia e vídeo: Randy Vieira e Mikael Silva Motion graphics: Bruno Azzani

AUTORIA

Lasca

CLIENTE

Frutícola

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Sociedade Canina – Marca de Produto ou Serviço

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Seu cachorro deveria comer apenas comida de verdade. Sem segredos, sem conservantes, feita com ingredientes naturais e temperos de verdade. A Sociedade Canina nasceu desse propósito inquestionável, e nosso papel foi dar forma a essa visão através do design. Foi um daqueles trabalhos em que colocamos tudo o que temos: posicionamento, naming, identidade, UI & UX, ilustração, fotografia, animação, embalagens e produtos. O diferencial é que não criamos apenas uma marca, mas uma sociedade: um lugar de pertencimento, leveza e orgulho para quem cuida de cães. Com uma pitada de estranheza, buscamos surpreender em cada detalhe, misturamos tipografia sóbria com ilustrações enigmáticas, fotografia crua com narrativa divertida. O resultado é uma marca que foge da fórmula e respira autenticidade.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia, Nome e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi UI & UX – Gabriel Macohin Fotografia – Jota Oshiro Food Styling – Nicole Khouri, Guilherme Lima Programação – Yan Hülsebusch

AUTORIA

Petrikór

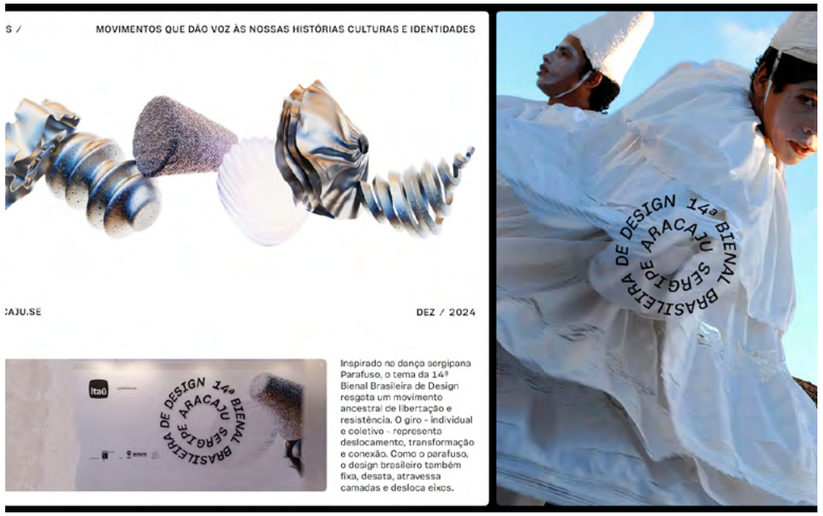
CLIENTE

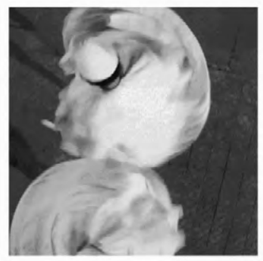
Sociedade Canina

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

14ª Bienal Brasileira de Design





DESCRIÇÃO DO PROJETO

A 14ª Bienal Brasileira de Design foi realizada pela primeira no Nordeste, em Aracaju/SE, dando continuidade à proposta da ADG de descentralizar o olhar e valorizar a diversidade do Brasil. A identidade inspira-se na dança “Parafusos”, patrimônio histórico, cultural e imaterial do estado de Sergipe, para traduzir o tema “Giros: movimentos que dão voz às nossas histórias, culturas e identidades”. O giro representa deslocamento, transformação e conexão: como o parafuso, o design brasileiro também fixa, desata, atravessa camadas e desloca eixos. Com um logotipo que dança em giro e imagens 3D iridescentes que homenageiam elementos locais, o sistema rompe a estética estereotipada de representação do Nordeste e se afirma como uma identidade essencialmente em movimento, sensorial e simbólica.

FICHA-TÉCNICA

Direção criativa: Coordenação 14° Bienal Brasileiro de Design (Adriane Shibata Santos, Dandara Almeida, Gustavo Greco, Haro Ristow Wippel Schulenburg, Isadora Burmeister Dickie, Jonathan Prateat, Laila Rotter Renato Faccini e Thaïs B. de Araújo) Identidade Visual: Design Camila Mattos Breno Loeser Vicent Bernardo Alves Motion Design Eduardo França 3D Bruno Faiotto Redação: Camila Rocha Identidade Sonora: Consoante Soma de Sons Pesquisa e curadoria musical: Patrick Tor4 Cessão de arquivos sonoros locais: Luís Américo Bonfim / Visanthropos Project

AUTORIA

Camilla Mattos, Bruno Faioto, Eduardo França + Coordenação 14ª Bienal de Design

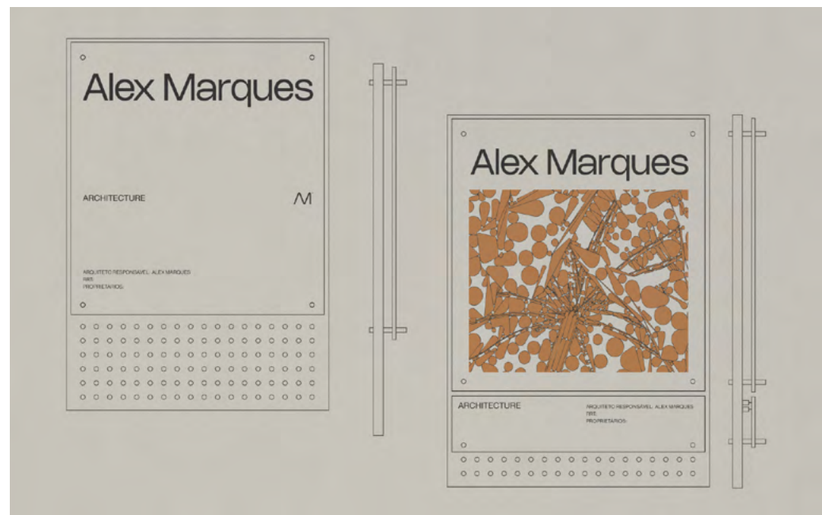
CLIENTE

ADG Brasil

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Alex Marques Arquitetura



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Alex Marques Arquitetura apresenta uma identidade que une ousadia e sofisticação. As ilustrações inspiradas no Guaimbe, reinterpretadas em traços orgânicos e gráficos, simbolizam vitalidade e conexão com a natureza. Em contraste, o design minimalista e a tipografia limpa trazem racionalidade e precisão. Essa dualidade cria um sistema visual único, elegante e disruptivo, que posiciona o estúdio como autoral e visionário, refletindo sua essência de transformar espaços em experiências marcantes.

FICHA-TÉCNICA

Designer Gráfico & Ilustrações - Antoniel Felainne Designer Gráfico - Allex Leandro Motion Design - Lukas Martins (Motion Lucky)

AUTORIA

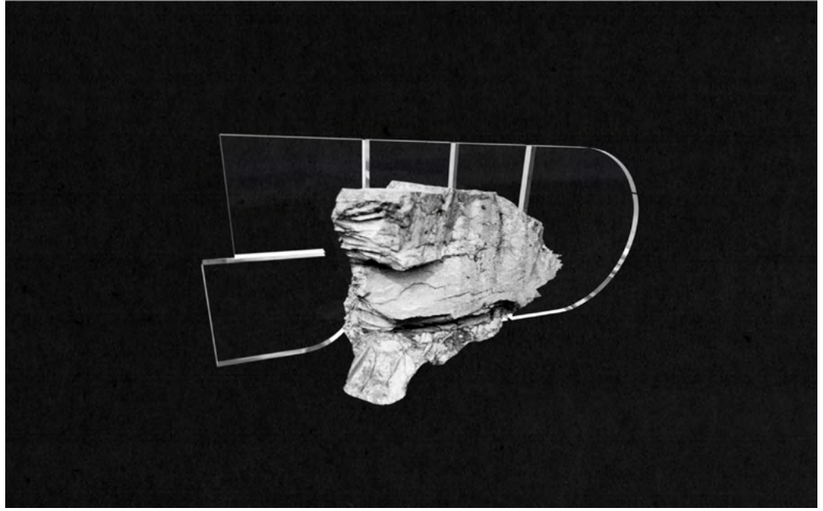
by LOTIPA

CLIENTE

Alex Marques

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



JÚLIA DRUMOND Arquitetura

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A marca Júlia Drumond Arquitetura nasce da dualidade entre concreto e vidro. O concreto representa a força, a base e o brutalismo das formas, enquanto o vidro traduz leveza, luz e essencialismo. Essa tensão é traduzida em uma identidade que alterna peso e sutileza: um logotipo cambiante entre bold e light, estruturado mas fluido, onde o espaço negativo tem tanto valor quanto o traço. A composição reflete o equilíbrio entre matéria bruta e transparência poética, transformando contraste em identidade.

FICHA-TÉCNICA

Design Gráfico e 3D - Antoniel Felainne
Motion Design - Allex Leandro

AUTORIA

by LOTIPA

CLIENTE

Júlia Drumond

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Ainda Não é o Fim do Mundo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para exposição coletiva no Paço das Artes.

FICHA-TÉCNICA

Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Kaique Xavier

AUTORIA

Casa Rex

CLIENTE

Paço das Artes

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, Carol Vapsys, Luiz Mello, Kaique Xavier, Maria Luisa Falcão

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Artesol

290

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Vogue Brasil 50 anos

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Marca para os 50 anos da icônica revista de moda.

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Luiz Mello

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Vogue Brasil

291

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Redesign Lubrax

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Lubrax, um ícone brasileiro com décadas de alta qualidade e confiança, inicia uma nova fase emocionante. Sua nova identidade visual reafirma o compromisso com inovação, sustentabilidade e o futuro da mobilidade. Mais que um rebranding, esta evolução consolida a marca como referência em lubrificantes, alinhando-se às tendências e novas exigências por soluções eficientes. Com design moderno e dinâmico, a nova identidade reflete a missão de oferecer tecnologia e alto desempenho, impulsionando o setor. As embalagens evoluíram para praticidade e clareza, facilitando a escolha do lubrificante ideal para cada aplicação, preservando a essência da marca e reforçando seu compromisso com inovação e performance.

FICHA-TÉCNICA
Desenvolvido por Design Bridge and Partners Brasil

AUTORIA
Design Bridge and Partners Brasil

CLIENTE
Vibra Energia

292

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

CHUMBO & SOUL

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Identidade visual para a audio série CHUMBO & SOUL que narra a realidade da população negra brasileira durante os anos da ditadura sob a ótica da música e dos bailes blacks das décadas de 70 e 80.

FICHA-TÉCNICA
Apresentação: Gilberto Porcidonio Coordenação editorial: Flávia Vieira Pesquisa e entrevistas: Mariana Moreira Roteiros: Mariana Moreira, André Emidio, Flávia Vieira e Flora Thomson-DeVeaux Consultores de roteiro: Paula Scarpin, Rafael Spínola, Aurélio Aragão e Lucas Pedretti Gerência de produção: Juliana Jaeger Identidade visual: Dnego Justino Coordenação de Arte: Gustavo Nascimento Coordenação de produto: Bia Ribeiro Produção executiva: Guilherme Alpendre e Marcela Casaca

AUTORIA
Dnego Justino

CLIENTE
Rádio Novelo / Audible

293

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

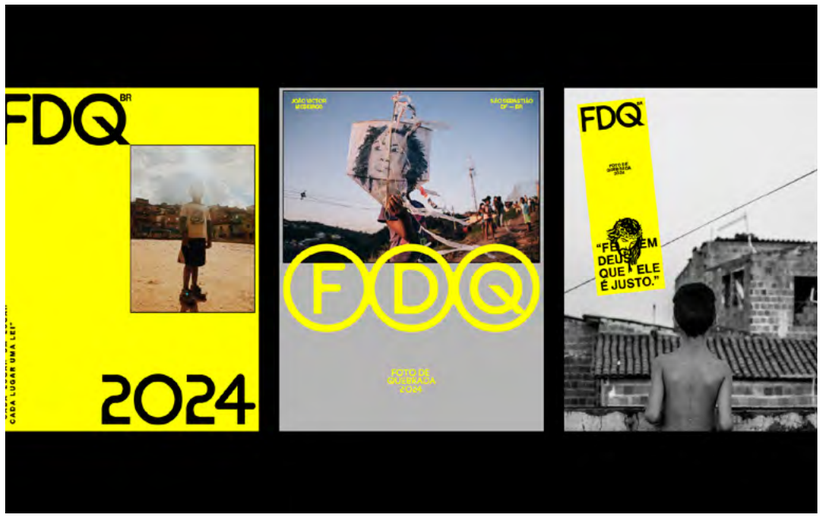


Foto de Quebrada

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para a 3ª edição da exposição Foto de Quebrada realizada em Ceilândia – Distrito Federal. A exposição é o resultado de um concurso de fotografias que celebra artistas periféricos de diferentes regiões do Brasil.

FICHA-TÉCNICA

Dir. de Produção–Henrique Pena de Jesus Coord. Administrativo Financeiro–Natália Botelho Dir. Artística–Rayane Soares Coord. de Comunicação–Gustavo Santos Design – Dnego Justino Expografia–Gabriela Maria da Silva Iluminação–Wdson Pereira Ass. de montagem–Davi Lídia,Elfa Web Design–Lucas Sant'ana Curadoria–Bruna Paz,Cled Pereira,Gu da Cei,Ros4 Mediação–Pamella Wyla Cobertura Fotográfica–Ana Flavia Barbosa Cobertura Audiovisual–Henrique Jesus,Lucas Marcelo Ass. de Inprensa–Vinicius Remer

AUTORIA

Dnego Justino

CLIENTE

Jovem de Expressão

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Samba na Gamboa

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Samba na Gamboa é um programa de TV dedicado à música, com foco no samba. Na nova temporada, a identidade visual é reformulada a partir de referências à arquitetura do bairro da Gamboa, no Rio de Janeiro, evocando também os símbolos Adinkra presentes na cultura africana. Esses elementos dialogam com a história do local, onde portões erguidos por mãos negras acabavam servindo como barreiras que os próprios construtores não podiam atravessar. A proposta busca revisitar essa memória para fortalecer a compreensão do presente.

FICHA-TÉCNICA

Diretora de conteúdo e programação: Antonia Pellegrino Direção de criação: Felipe Honda Pesquisa e Identidade visual: Felipe Honda Ilustrações: Felipe Honda Equipe de design: Camila Nassau, Felipe Honda e Péricles Silva

AUTORIA

TV Brasil

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Expo Revestir 2025

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de comunicação visual e sinalização criado para a Expo Revestir, maior feira de revestimentos e acabamentos da América Latina, reunindo indústria, arquitetura e design em um ambiente de troca e negócios. Em 2025, a feira alcançou sua maior edição da história, reunindo mais de 82 mil visitas, 300 expositores, 1.248 convidados internacionais e mais de 65 mil m² de feira espalhados por seis pavilhões.

FICHA-TÉCNICA

Time CAXA: Diretor Criativo: Vitor Brito Pereira Designers: Renato Brito Mamede, Stella Bonici, João Maiolini e Laura Nunes. Fotos: Raquel Santos 3D: Studio Cosmo Time Anfacer: André Campana, Gabriela Costa, Agnes Souza, Silvia Colaianni, Giovanna Minervini.

AUTORIA

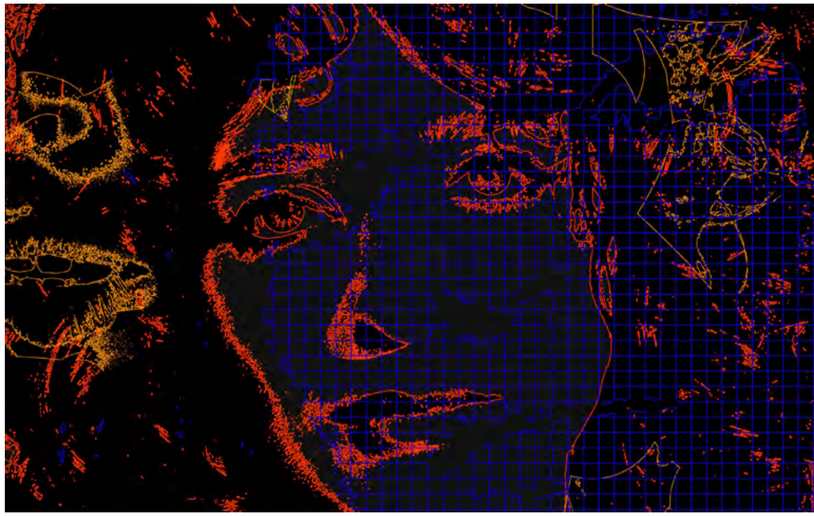
Estúdio Caxa

CLIENTE

Anfacer

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



Ponta da Língua

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A identidade visual para o álbum Ponta da Língua, de Sofia Freire, é um projeto de design que traduz visualmente a essência multifacetada e experimental da artista. As principais características são a estética digital, com texturas de grão, efeitos de glitch e sobreposições de imagens que criam um visual que remete aos anos 90. A linguagem visual se conecta diretamente com a sonoridade do álbum: os glitches respondem à experimentação com samples, as sobreposições de cores e formas refletem as camadas de voz e sintetizadores, e a tipografia pixelizada evoca a fusão entre o analógico e o digital. É uma proposta que foge do polido e do óbvio, evidenciando o quadrado, forma característica de capas de discos, como um módulo replicado em detalhes para a identidade visual.

FICHA-TÉCNICA

Ligatura

AUTORIA

Ligatura

CLIENTE

Sofia Freire

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Inezita Barroso: 100 anos de Viola e Pioneirismo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto desenvolve a identidade visual da mostra “Inezita Barroso: 100 anos de viola e pioneirismo”, promovida pelo Sesc Mogi das Cruzes em celebração ao centenário da artista, que reuniu 15 atividades em sua homenagem. A proposta tem como eixo o conceito de “enraizamento”, inspirado em uma afirmação de Inezita à Revista Brasil em 1990: “Uma coisa sem raiz voa, o vento leva e desaparece”. Em suas apresentações e programas, como o “Viola, Minha Viola”, foi notado que ela frequentemente utilizava vestidos floridos, saias rodadas, lenços e chapéus de palha, elementos típicos do vestuário tradicional do interior brasileiro. A identidade visual busca resgatar essa dimensão simbólica, centralizando o projeto gráfico na apropriação de estampas e bordados caipiras.

FICHA-TÉCNICA

Realização: Sesc Mogi das Cruzes Projeto gráfico: Thaíse Amorim e Júlia França Textos livreto: Kelly Santos Entrevistados livreto: Mariângela Zan, Paulo Freire, Flávio Francisco de Morais e Aloisio Milani Fotos do livreto: Thiago Akira Entrevistados: Mariângela Zan, Paulo Freire, Flávio Francisco de Morais e Aloisio Milani Pesquisa e textos: Kelly Santos Projeto gráfico: Thaíse Amorim e Júlia França

AUTORIA

Thaíse Amorim e Julia França

CLIENTE

Sesc Mogi das Cruzes

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Moka Clube - Expedição Café

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Moka Clube é uma plataforma de assinatura e venda de cafés especiais que seleciona e oferece grãos de diferentes regiões do Brasil. O projeto teve como principal objetivo a criação da identidade para uma coleção cápsula de merchandise. A intenção era criar uma coleção que expressasse o que é café especial para a marca e aumentasse o seu awareness. O conceito foi criado pensando no café como um sentimento, dando origem à coleção Expedição Café. Um retorno a um lugar onde o tempo não passa, repleto de nostalgia. A coleção retrata cenas comuns do interior do Brasil, presentes na memória afetiva e coletiva. O conceito gerou ilustrações, selos e aplicações. Foram produzidos canecas, pins, camisetas, bonés, tote bags, stickers, posters, um Kit Expedição Café e a identidade da campanha.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Fellipe Canalli Design: Fellipe Canalli e Gustavo Gnatta Ilustração: Rômolo D’Hipólito Redação: Marcos DeLacumbre Estratégia: Rodolfo Vencato Fotografia: Richard Van Hattem 3D: Álvaro Zacarias

AUTORIA

Fellipe Canalli + Gustavo Gnatta

CLIENTE

Moka Clube

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

Congonhas na Netflix: o design como ordem do caos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Congonhas: Tragédia Anunciada reconstrói, em detalhes, os dois minutos que transformaram um acidente aéreo em um dos episódios mais marcantes da aviação brasileira. O desafio foi traduzir depoimentos, dados e reportagens em um universo visual capaz de informar e, ao mesmo tempo, transmitir a intensidade das sensações provocadas pelo evento. Inspirado no universo da aviação e na investigação jornalística, o design incorpora colagens, documentos e diagramas técnicos, evoluindo de forma ordenada para o caos conforme a narrativa avança. Mapas unem precisão e percepção humana, timelines criam ritmo e tensão, e ilustrações equilibram traços rígidos e orgânicos. Mais do que ilustrar, o design conduz a experiência.

FICHA-TÉCNICA

DIRETORES CRIATIVOS: Breno Pineschi e Rafael Cazes DESIGNER: Gianlucca Segato HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE COMUNICAÇÃO: Gabriela Barbosa GERENTE DE PROJETOS: Fernanda Rodrigues COORDENAÇÃO: Sandessa Knaus REDATOR: Vinicius Cambruzzi MOTION DESIGN: Marcos Rigobello e Alex Rezende COORDENADORA DE PÓS PRODUÇÃO: Tutu Mesquita

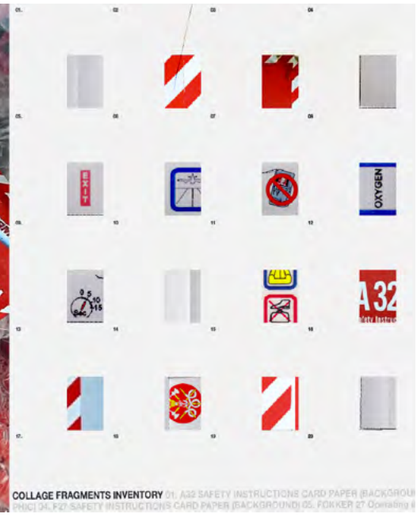
AUTORIA

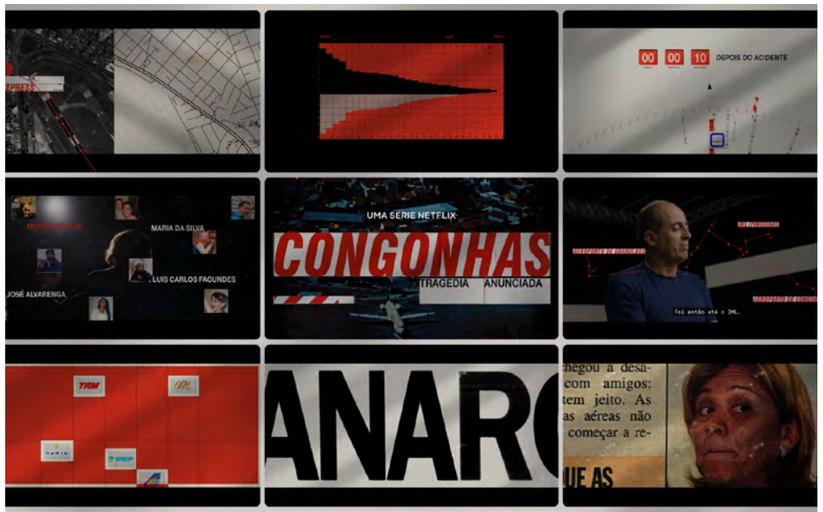
HardCuore

CLIENTE

Pródigo

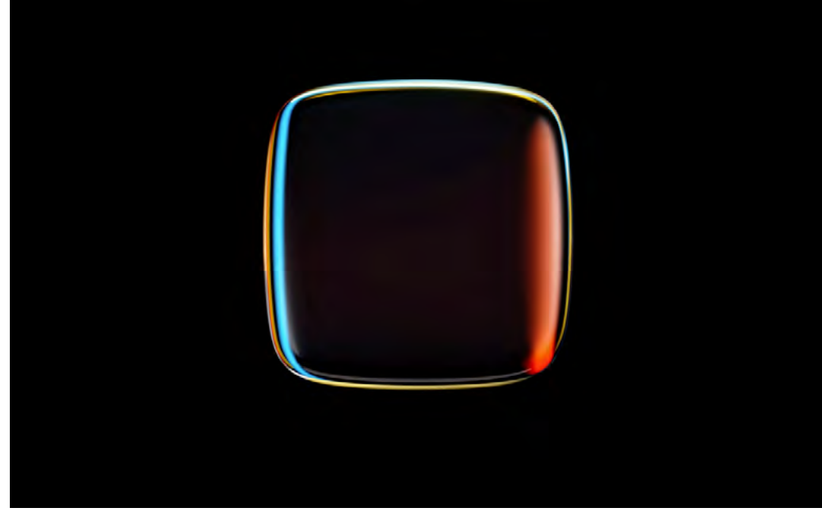
300





DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



Semana do Design Itaú 24

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Semana do Design Itaú 24 se apresenta como um marco de conexão entre marca, inovação e futuro. Em sua nova edição, após o rebranding e com a tagline renovada, o evento assume o papel de catalisar percepções e consolidar o Itaú como uma marca que se transforma a partir do design. O tema “Design Feito de Futuro” foi traduzido em uma identidade gráfica contemporânea onde o movimento, o tempo e a evolução se materializam em grafismos tridimensionais inspirados na geometria da pedra — símbolo de solidez do Itaú.

FICHA-TÉCNICA

Designer Independente Marcelo Siqueira Equipe de Design Itaú Ary Suptitz, Barbara Lima, Ivon Bezerra, Juliana Silva, Kelvyn Lopes, Marina Riecken, Priscila Bianchini, Regys Lima e Sarah Pacheco Artista 3D João Gabriel

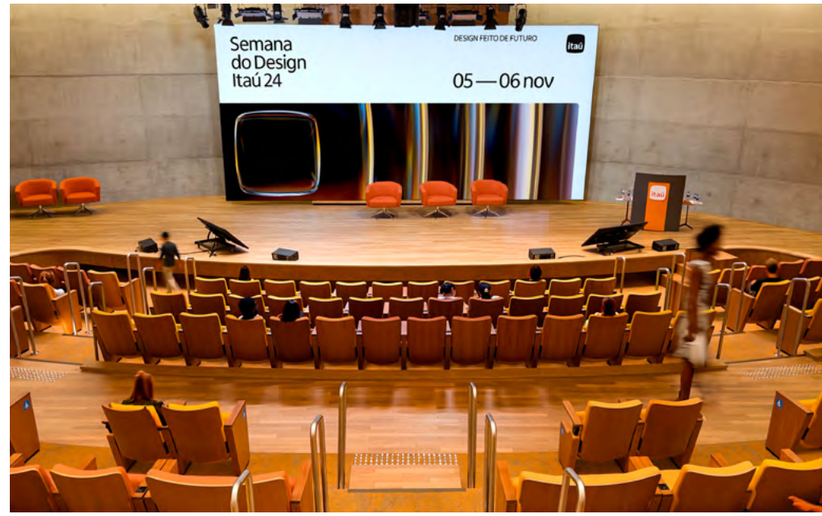
AUTORIA

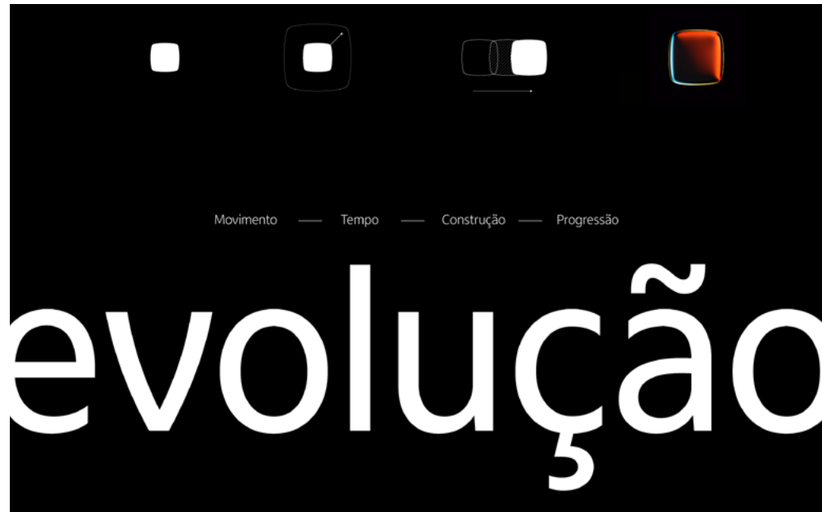
Itaú & Marcelo Siqueira

CLIENTE

Itaú Unibanco

301





DESIGN GRÁFICO
GRÁFICA APLICADA

Baralho Parque das Emoções

DESCRIÇÃO DO PROJETO
“Parque das Emoções” é um baralho feito para inspirar adultos e crianças a falar sobre os sentimentos de forma divertida. São 40 cartas que trazem, de um lado, uma ilustração e uma pergunta correspondente a uma emoção; e, do outro, uma explicação curta sobre por que nos sentimos assim e o que fazer para lidar com isso. Conversar com as crianças sobre emoções é fundamental para o desenvolvimento e a saúde mental delas. O formato de caixa e cartas estimula a interação de forma lúdica, seja em família, seja na escola e entre amigos. Além disso, a publicação também é um produto social com potencial de doação de mais de R$ 200 mil para 4 ONGs que trabalham pela saúde, educação e inclusão socioambiental no país.

FICHA-TÉCNICA
Roberta Faria, Rodrigo Pipponzi, Claudia Inoue, Marcia Kedouk, Adriana Küchler, May Tanferri, Débora Lublinski, Robson Novaes, Natália Schiavon, Ana Maria de Paula, Isadora Guedes, Paula Lima, Marcia Di Domenico, Amy Maitland, Ana Matsusaki, Gustavo Pedrosa, Henrique Petrus, Jéssyka Gomes, Liniker Eduardo, Pevê Azevedo, Tayrine Cruz e Yasmin Ayumi

AUTORIA
MOL Impacto, Ri Happy e PBKIDS

CLIENTE
Ri Happy e PBKIDS

DESIGN GRÁFICO
GRÁFICA APLICADA

Adênia – Gráfica Aplicada

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Adênia, conhecida por “Moça do marketing da Aff The Hype” ou pela fala “Eu vou escutar K-Pop porque eu sou jovem” (que marcou a guerra Millenials x Gen z em 2021), nasceu como uma porta-voz do seu idealizador, Matheus, para sua papelaria, Aff The Hype. Nos últimos 4 anos ela se tornou muito mais que um braço da Aff: uma influencer digital. Juntando-se a campanhas de grandes marcas como Itaú e Maggi, ao lado de nomes como Fernanda Torres e Leslie Baker, seu crescimento borrou as linhas entre Adênia e Aff The Hype. É aqui que entra nosso papel no projeto. Trabalhamos para consolidar o que é a Adênia, em um projeto que brilha em identidade, personalidade e o carinho de toda uma geração.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi Fotografia – Jota Oshiro

AUTORIA
Petrikór

CLIENTE
Aff The Hype

DESIGN GRÁFICA
GRÁFICA APLICADA

NICE WORK, BUT – Gráfica Aplicada

DESCRIÇÃO DO PROJETO
“Nice Work, But” nasceu para provocar. Criado em parceria com a Aff The Hype, marca com mais de 1,7 milhão de seguidores, com um tom de voz ácido e anticorporativo, o drop satiriza a cultura corporativa unindo humor e sofisticação gráfica. Nosso papel foi trazer frescor criativo em um momento em que os produtos começavam a se repetir. O resultado é uma coleção que à primeira vista parece minimalista e premium, com Helvetica, Pantones, relevos e papéis especiais, mas que revela ironia e crítica em rabiscos e anotações furiosas. Essa dualidade entre luxo e imperfeição transformou objetos de escritório em comentários visuais sobre a positividade tóxica do ambiente corporativo, projetando a Aff para um novo patamar de design e narrativa.

FICHA-TÉCNICA
Direção Criativa – Gabriel Macohin, Fernanda Lima e Mathoso Direção de Arte e Design – Gabriel Macohin, Fernanda Lima, Rafael Alves e Paulo Doi Ilustração – Fernanda Lima, Paulo Doi Animação – Paulo Doi Fotografia – Jota Oshiro

AUTORIA
Petrikór

CLIENTE
Aff The Hype

DESIGN GRÁFICA
GRÁFICA APLICADA

Estação Oswaldo Cruz

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O documentário “Estação Oswaldo Cruz” faz um recorte sobre a história do samba através do olhar e vivência de Marquinhos de Oswaldo Cruz, músico e compositor que como uma especie de “zelador da memória” revive os passos de Paulo da Portela e Cia através do evento chamado “Trem do Samba” que religiosamente parte de uma composição de trem às 18h04 da Central do Brasil até a estação Oswaldo Cruz no Rio de Janeiro, data em que se comemora no Brasil, o Dia Nacional do Samba em dezembro.

FICHA-TÉCNICA
Diretora de conteúdo e programação: Antonia Pellegrino Roteiro: Alice Lanari Direção de criação: Felipe Honda Pesquisa e Identidade visual: Felipe Honda Ilustrações: Felipe Honda Videografismo: Julia Gon / Lucas Pinto Equipe de design: Camila Nassau, Felipe Honda e Péricles Silva

AUTORIA
EBC

CLIENTE
TV Brasil

Kits para presentear e cartões Mimoo

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Mimoo é uma marca de comércio online de produtos infantis – como brinquedos e objetos de decoração –, com curadoria focada em design. Por realizar vendas somente no ambiente digital, a entrega dos produtos possui grande relevância no contato com os clientes. As manifestações gráficas da marca possuem sempre um caráter lúdico e fazem uso de storytelling, buscando criar uma experiência única para o consumidor final.

FICHA-TÉCNICA
Design: Estúdio Pulpo Ilustração: Rafaela Paoli Fotografia: Jordy Ribeiro

AUTORIA
Estúdio Pulpo

CLIENTE
Mimoo

DESIGN GRÁFICO
GRÁFICA APLICADA

Orná Fermentados

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Orná Fermentados é uma microfermentaria de Londrina que traduz a cultura gastronômica paranaense em suas bebidas. O projeto cria um sistema visual aplicado em rótulos, eco bags, copos, camisetas, bandeirolas, cartazes e cartões de visita, todos conectados por ilustrações coloridas inspiradas no cotidiano brasileiro: a feira livre, a roda de amigos, o boteco de bairro e a comida simples e bem feita. No vermute, o rótulo em formato de guardanapo remete ao ritual de servir uma dose no balcão, enquanto a garrafa "romarinho" carrega a memória afetiva dos bares brasileiros. O diferencial do projeto é transformar códigos populares em uma identidade visual consistente, capaz de ocupar diferentes suportes e criar uma presença marcante no mercado.

FICHA-TÉCNICA
Direção e design: Pedro Dutra e Pedro Vieira Ilustração: Henrique Petrus Fotografia: Jota Oshiro

AUTORIA
Capina

CLIENTE
Orná Fermentados

DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA

Sabor&Ar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

As aplicações gráficas desenvolvidas para o restaurante Sabor&Ar traduzem o espírito de um quintal brasileiro vivo, inclusivo e diverso. Localizado em um parque municipal de Londrina, o restaurante promove encontros entre comida, cultura e comunidade. A comunicação gráfica exprime a persona definida pelo restaurante como a “tia brasileira gente boa”: acolhedora, engraçada e amorosa. As peças dialogam com a cultura popular e brasileira de forma criativa e acessível, se mantendo fiel à comunicação já estabelecida, que também reforça vínculo com o público. O grande diferencial está na coerência entre identidade e experiência: o design é funcional, divertido e altamente identificável pelo público.

FICHA-TÉCNICA

Direção de arte: Felipe Augusto Ilustração: Gabriel Santin e Manoela Cardoso Design: Amanda Mayumi e Felipe Augusto Produção, planejamento e pesquisa: Gabriela Laguna, Marina Bigardi e Raissa Caramanico

AUTORIA

Leste

CLIENTE

Sabor&Ar

308

DESIGN GRÁFICO

GRÁFICA APLICADA

Quiero Café: Formas, Expressões e Sensações

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de rebranding do Quiero Café nasce da expansão da rede de restaurantes e da necessidade de consolidar um sistema de identidade visual mais robusto, coerente e proprietário. Neste contexto, as ilustrações criadas em sintonia com a tipografia exclusiva desenvolvida para a marca reforçam a mensagem de um negócio que valoriza encontros, sabores e memórias em cada detalhe. De cafés especiais a produtos de merchandising (como canecas, roupas, acessórios), o design amplia o universo da marca e reforça a experiência do consumidor. Com traços orgânicos, cores vibrantes e inspiração no universo de experiência da marca, o resultado é um conjunto de expressões visuais que conectam o cotidiano ao prazer do café, consolidando a identidade do Quiero.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Felipe B. Amaral Estratégia: Bianca Groff Equipe de Design: Camila Sanzi, Thomas Becke Ilustração: Thomas Becke

AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Quiero Café

309

DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL

Kayblack, A Cara do Enquadro

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Desenvolvemos a identidade visual de A Cara do Enquadro, álbum que inaugura uma fase com pautas mais conscientes do artista de trap Kayblack. O projeto, parte da geometria do quadrado como metáfora central e constrói um sistema visual de forte simbolismo, conectado à cultura hip hop e às pautas que atravessam a obra.

FICHA-TÉCNICA
Design: Diego Silva e Thomas Cosin Direção Geral: Tangerina Direção Executiva e Criativa: Drica Lara e Roberta Guimarães/ Tangerina Assistente de Produção: Victoria Schnoor Direção Audiovisual: Fernandezz.br e Anninha Campos Produção Executiva: Hanna Moura/ Pexera Assistente de Produção Executiva: Letícia Arjo Assistente de Direção: Luana Prestes Direção de Moda: Léo Bronk'S Produtora de Moda: Mitty Yashima

AUTORIA
FERRO®

CLIENTE
Tangerina / Warner Music

DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL

Press Kit Perfume Apotecário

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Criado para o lançamento do perfume Apotecário, o press kit traduz em design a essência desta fragrância: rica, intensa e marcante, que revela um equilíbrio sofisticado entre notas de especiarias quentes, madeiras nobres, couro macio e resinas envolventes. Inspirado nas origens da Granado, em 1870, o projeto celebra seus fundadores e resgata a figura do apotecário, antigo farmacêutico que manipulava fórmulas com precisão e cuidado. Nosso objetivo foi criar uma peça promocional que fosse além do envio da fragrância, oferecendo uma experiência imersiva que transportasse o público para esse universo das antigas boticas, e os primórdios da marca.O design desenvolvido une narrativa, materiais e acabamentos para espertar sensações, gerar encantamento e reforçar o valor simbólico deste lançamento

FICHA-TÉCNICA
Sissi Freeman - Diretora de Marketing | Granado Higo Lopes - Gerente de Marketing | Granado Equipe de Marketing | Granado Claudia Costa (Manuseia)

AUTORIA
Granado

CLIENTE
Granado

DESIGN GRÁFICO

DESIGN PROMOCIONAL

Aconchego: Quando a Geometria Encontra a Emoção

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Fabio Haag Type, uma das mais relevantes referências em design de tipografia no cenário nacional, convidou nosso estúdio para assinar a campanha de lançamento da Aconchego, uma tipografia sans-serif geométrica autoral. O projeto de design promocional foi criado para ir além da apresentação técnica da fonte, focando no universo de proximidade que ela transmite. Em vez de um formato convencional, a comunicação revelou a aplicabilidade da fonte em diferentes contextos de uso, do editorial ao promocional, transformando letras em sentimentos.

FICHA-TÉCNICA

Tipografia: Fabio Haag Type by Sofia Mohr Diretor Criativo: Felipe B. Amaral Verbal: Hunting Words (Joe Sebastiany) Design: Ricardo Franco, Marcos Oliveira, Thomas Becke Motion: Thomas Becke, Ricardo Franco

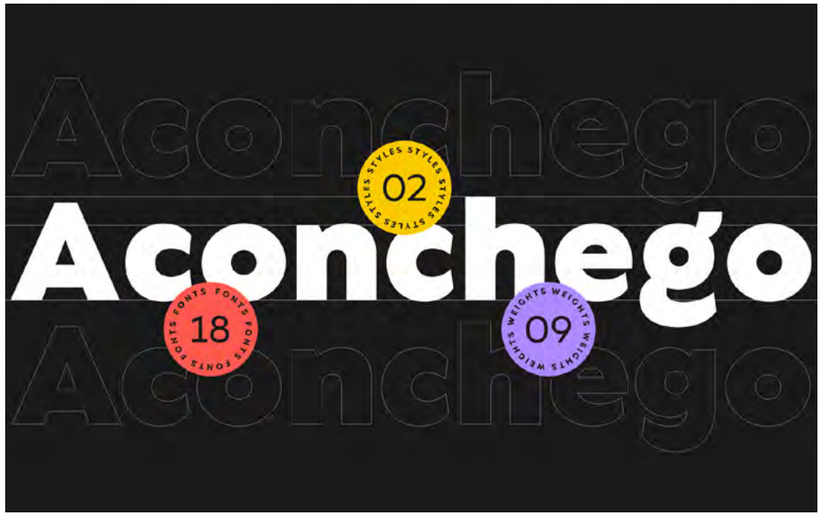
AUTORIA

StudioBah

CLIENTE

Fabio Haag Type

312



DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Graveto

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Graveto é um restaurante de culinária moderna nascido em Juazeiro do Norte, no coração do Cariri cearense. Inspirado pela força da cultura local e pela vitalidade da região, conecta sabores do mundo às raízes do interior. Criamos uma identidade visual une contemporaneidade e tradição, valorizando as cores intensas e a autenticidade da terra. O Soldadinho-do-Araripe, pássaro ameaçado de extinção e símbolo de vida, guia a narrativa e reflete a resistência e exuberância da natureza.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Regys Lima, Rodrigo Vieira Design: Regys Lima, Rodrigo Vieira, Ivan Carmelo Animação: Denis Bargos

AUTORIA

Cluster Design

CLIENTE

Graveto Restaurante

313

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Café Girondino

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trabalhamos no redesenho da identidade visual do Café Girondino, o primeiro café de São Paulo. Um ícone do centro histórico que voltou à cena em um novo momento, com uma identidade que honra sua história e se projeta de forma contemporânea e celebrativa após um hiato que resultou em uma comoção pública.

FICHA-TÉCNICA

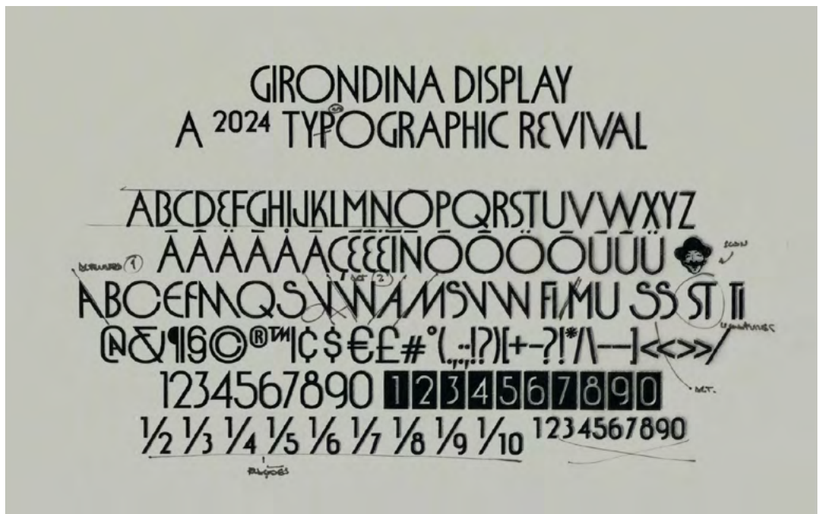
Design e Direção criativa: Thomas Cosin e Diego Silva Tipografia: Gustavo André Motion Graphics: Bruno Gambin Ilustrações: Thomas Cosin Imagens: Marcus Dourado Assistência de Design: Julia Giffron Textos: India Thume, Beatriz Oliveira Gestão do Projeto: Alinha Minharro Gambin Gestão Cliente: Kalvin Afonso Produção: Veridiana Gomes Aprovação: Caire Aoas e Luara Caire Aoas

AUTORIA

FERRO®

CLIENTE

Fábrica de Bares



DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

A Colher de Pau: rebranding com gosto de quero mais

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma das confeitarias mais tradicionais do Rio de Janeiro, A Colher de Pau ocupa um lugar especial no coração dos cariocas. Com mais de 50 anos de história no Leblon, a marca vive um novo momento de expansão e renovação criativa. O desafio foi criar uma linguagem proprietária capaz de dialogar com seu público fiel e, ao mesmo tempo, conquistar novas gerações de apaixonados por doce. Acolhedor, boêmio e irresistível, o novo design traduz indulgência e afeto em cada detalhe.

FICHA-TÉCNICA

DIREÇÃO CRIATIVA: Breno Pineschi e Rafael Cazes HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE COMUNICAÇÃO: Gabriela Barbosa HEAD DE PLANEJAMENTO: Felipe Teobaldo GERENTE DE PROJETOS: Maria Clara Rigon GERENTE DE PRODUÇÃO: Sandessa Knaus DESIGNERS: Carolina Costa, Josué Delazeri REDATOR: Vinicius Cambruzzi CONTEÚDO/ MÍDIA: Talita Barcelos MOTION DESIGN: Alex Rezende ILUSTRAÇÃO: Cadu Blanco FOTOGRAFIA: Bruno Machado TRATAMENTO: André Kawa

AUTORIA

HardCuore

CLIENTE

A Colher de Pau

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Maria Antonieta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com raízes francesas e alma brasileira, a Maria Antonieta é um encantador mix de bistrô, boulangerie, pâtisserie e chocolaterie, conquistando seus clientes com excelência há mais de uma década. Para marcar sua nova fase, desenvolvemos estratégia de marca, identidade visual e design de embalagens inspirados no conceito “Francesa como sempre, brasileira como nunca”. Como seria se a corte francesa tivesse se instalado no Brasil?

FICHA-TÉCNICA

Identidade visual, embalagens e layouts diversos: Marjorye Cavazotto, Juliana Zarattini, Rodrigo Lourenti, Caroline Celli, Júlia Bossi, Giovana Franciscon, Raquel Silveira, Karina Bartra, Kaue Marques e Nathalie Portela Video: Igor Braga Produção fotográfica: Ticiane Andriani Fotografia: Estúdio Figo e Lucas Moretto Ilustração dos personagens em aquarela: Fepe Camargo

AUTORIA

MELT Design

CLIENTE

Maria Antonieta

316

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Sociedade Canina – Design de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Seu cachorro deveria comer apenas comida de verdade. Sem segredos, sem conservantes, feita com ingredientes naturais e temperos de verdade. A Sociedade Canina nasceu desse propósito inquestionável, e nosso papel foi dar forma a essa visão através do design. Foi um daqueles trabalhos em que colocamos tudo o que temos: posicionamento, naming, identidade, UI & UX, ilustração, fotografia, animação, embalagens e produtos. O diferencial é que não criamos apenas uma marca, mas uma sociedade: um lugar de pertencimento, leveza e orgulho para quem cuida de cães. Com uma pitada de estranheza, buscamos surpreender em cada detalhe, misturamos tipografia sóbria com ilustrações enigmáticas, fotografia crua com narrativa divertida. O resultado é uma marca que foge da fórmula e respira autenticidade.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia, Nome e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi UI & UX – Gabriel Macohin Fotografia – Jota Oshiro Food Styling – Nicole Khouri, Guilherme Lima Programação – Yan Hülsebusch

AUTORIA

Petrikór

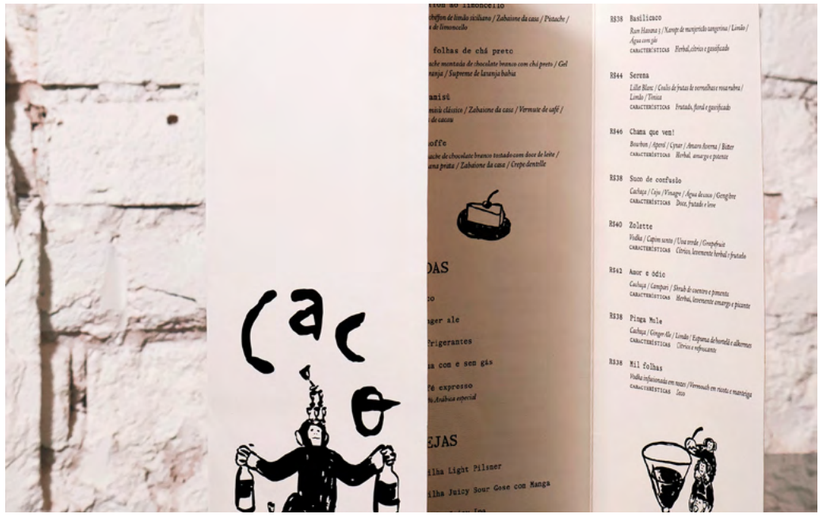
CLIENTE

Sociedade Canina

317

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)



Caco

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Localizado no movimentado bairro de Pinheiros, em São Paulo, o Caco celebra a simplicidade da cozinha de osteria com um cardápio enxuto, que mescla tradição e modernidade. A marca mergulha nas memórias afetivas do chef Victor Senna e encontra no macaco uma fonte de inspiração. O animal é o grande responsável pelo toque descontraído e lúdico da identidade visual, mas que se equilibra ao combinar tipografias e cores sofisticadas e atemporais. O resultado é uma identidade visual divertida, modesta e elegante.

FICHA-TÉCNICA

Identidade visual, ilustrações e frame a frame: Stella Correia Bonici Animações: Miriam Kim Fotografia: Raphaela Neves

AUTORIA

Stella Correia Bonici

CLIENTE

Caco

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Paço do Frevo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A nova identidade visual do Paço do Frevo celebra o frevo com uma linguagem gráfica vibrante e contemporânea, apostando em uma estética pulsante e divertida. A paleta combina tons vívidos em contrastes marcantes que transmitem a efervescência do ritmo. As ilustrações trazem silhuetas dançantes, diversas, fluidas que representam o corpo coletivo dos foliões e a improvisação do frevo. A tipografia volumosa e irregular faz referência aos letreiros vernaculares das agremiações e seus estandartes. O sistema visual busca traduzir a multifacetada e exuberante cultura do Frevo.

FICHA-TÉCNICA

Joana Lira, Alles Blau, Ligatura O Paço do Frevo é um museu público da Prefeitura do Recife gerido pelo IDG (Fotos da exposição: Hugo Muniz)

AUTORIA

Joana Lira, Alles Blau, Ligatura

CLIENTE

Paço do Frevo

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Mama Irene

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mama Irene é uma marca de massas artesanais da Grécia premiada internacionalmente, presente em restaurantes estrelados Michelin e em pontos de venda icônicos como a Galeria Lafayette, em Paris. Com o aumento das exportações e visibilidade, a família fundadora decidiu investir em uma nova identidade visual capaz de destacar a qualidade de seus produtos e reforçar sua presença global. Com o tempo, diversas informações, como a inclusão de prêmios conquistados, foram adicionadas aos rótulos sem um critério claro. Esse acúmulo de elementos comprometeu a hierarquia e a identificação dos produtos, resultando em uma embalagem e em uma comunicação que não refletiam a qualidade de uma marca reconhecida internacionalmente.

FICHA-TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto e Giovana Franciscon Ilustração: Raquel Silveira Layout: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto, Júlia Bossi, Eric Vechi, Caroline Celli e Rodrigo Lourenti 3Ds: Rodrigo Lourenti e Burnit CGI Animation: Burnit Motion: Eric Vechi

AUTORIA

MELT Design

CLIENTE

Mama Irene

320

LOGO ANTIGO

LOGO NOVO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

HEROICA - uma pitada de coragem

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Heroica é uma marca de alimentos saudáveis que, após três anos no mercado, buscava uma nova identidade para sustentar sua expansão e refletir seu verdadeiro propósito. O projeto consistiu em criar um sistema visual coeso e memorável que traduzisse coragem, superação e autenticidade. A identidade une logotipo marcante, formas orgânicas, cores vibrantes e ilustrações dinâmicas, transmitindo acolhimento e energia. As embalagens foram desenvolvidas para gerar impacto no ponto de venda, com hierarquia clara das informações e diferenciação entre linhas premium e principal. O resultado é uma identidade que fortalece a marca, aumenta sua relevância no setor competitivo de alimentos saudáveis e cria conexão emocional com consumidores, destacando-se pela originalidade e consistência.

FICHA-TÉCNICA

Natalia Favero - Gestora de Projetos - Bradda Design Rafaela Sotuyo - Estrategista de Marca - Bradda Design Hemelyn Haertel - Estrategista de marca - Bradda Design Lucas Guidi - Designer - Bradda Design Beatriz Bastos - Ilustradora Luísa Colombi - Fotógrafa - Soul Baker Ed Andrade - Fotógrafo - Linda Laranja Virgínia do Vale - Produtora - Linda Laranja Mare Cordeiro - Coordenação - Clint Studio Gustavo Brazzalle - Direção - Clint Studio Danilo Coelho - 3D e Motion - Clint Studio

AUTORIA

BRADDA DESIGN

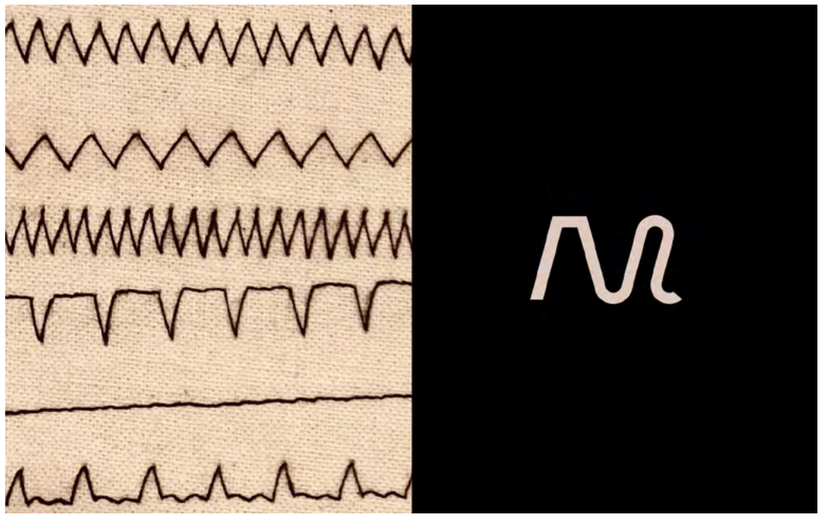
CLIENTE

HEROICA NATURAL

321

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)



Mariá

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O projeto que vocês estão vendo aqui, é parte de um processo de amadurecimento da marca de bolsas e mochilas Mariá. Que em seu aniversário de 10 anos, completados em 2024, resolveu ampliar seu mercado, dialogando com um público além do já tradicional público feminino.

FICHA-TÉCNICA
Allyson dos Reis

AUTORIA
Abracadabra Design

CLIENTE
Marina Pinto

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Joy Studios - Get Dragged Into Joy

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A Joy Studios é uma produtora artística de Florianópolis dedicada a espetáculos autorais, com foco na cena drag e no teatro musical. O projeto de criação da marca partiu do desafio de traduzir essa energia performática em uma identidade ousada e consistente. Foi desenvolvido um sistema verbal e visual inspirado no palco e na performance, com luzes, projeções e emoção. O símbolo nasce da fusão entre som, luz e projeção, com referência aos teatros gregos e à propagação da arte. O projeto incorporou sound branding e narrativas que celebram a arte drag como expressão de diversidade e liberdade criativa. O resultado é uma identidade viva, que diferencia a produtora no mercado cultural independente e exemplifica o potencial transformador do design gráfico para pequenas e médias empresas.

FICHA-TÉCNICA
Agência: Ajna Design Direção Criativa: Eliza Roveda Conteúdo: Rodrigo Kuhnen Design: Eliza Roveda, Mari Pinheiro e Lucas Marques Motion Design: Mari Pinheiro Fotografia: Joy Studios

AUTORIA
Ajna Design

CLIENTE
Joy Studios

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Flaum Redesign

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Redesign de marca e embalagens para Flaum, marca estadunidense de produtos kosher fundada em nova iorque em 1918. Conhecida pelo produto de pickles em conserva, a marca começou fabricando barris de conservação. O redesign honra esta história redesenhando o elemento do barril, desenhando o logotipo com base nessa inspiração e tornando sua silhoueta a forma que dá autenticidade para os rótulos.

FICHA-TÉCNICA

Brand Identity & Packaging Design: BR/ BAUEN Business Marketing Strategy, Agency of Record: MOTG

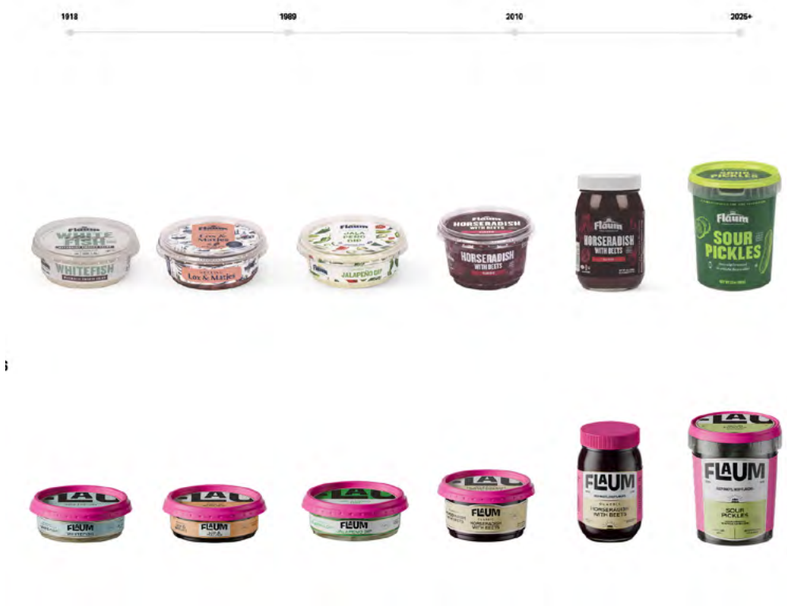
AUTORIA

BRBAUEN + MOTG

CLIENTE

Flaum + MOTG

324



DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Beija Flor Filmes

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Beija Flor Filmes é uma produtora que dá voz a narrativas da comunidade LGBTQIA+ e de outros grupos sub-representados. Para traduzir essa missão, criamos uma identidade visual que fala alto e ocupa espaço de forma clara e impactante. O conceito plural aparece em formas sobrepostas que sugerem movimento e remetem à linguagem cinematográfica. A paleta inspirada na tecnologia technicolor reforça energia e nostalgia, trazendo originalidade e potência ao projeto.

FICHA-TÉCNICA

Direção de criação e design gráfico: Cyla Costa Assistente de arte: Aline Kaori Motion: Daniel Duda

AUTORIA

Cyla Costa Studio

CLIENTE

Beija Flor Filmes

325

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Instituto Decodifica

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para o Instituto Decodifica, organização sem fins lucrativos que atua na produção e comunicação de dados a partir das favelas e periferias brasileiras. Para traduzir visualmente esse protagonismo, criamos uma identidade modular, sensível e conectada aos territórios que representa. O sistema gráfico parte de blocos geométricos inspirados nas construções periféricas, simbolizando o saber coletivo que o Instituto articula. A paleta remete ao cotidiano periférico e é liderada pelo azul, cor associada à confiança e ao céu que conecta todas as periferias do país. A nova marca reforça o Decodifica como referência latino-americana na Geração Cidadã de Dados e representa as periferias de forma afirmativa, potente e livre de estereótipos.

FICHA-TÉCNICA

Diego Garcia, Tatyane Ramos, Thaisa Bianchi, Lucas Agostinho, Julia Caetano, Thiago Nascimento, Mariana De Paula, Bruno Ramos

AUTORIA

VULGODLG

CLIENTE

Instituto Decodifica

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Muamba - Comidas y Gorós

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Muamba é uma marca que nasce do calor, da mistura e da ousadia. Para criar sua identidade visual, mergulhamos na latinidade como potência visual e afetiva, presente em figuras como Ney Matogrosso, Sidney Magal, Rosalia e o Conde do Brega. A marca dança, mistura tipografias e cores intensas, rompe com o padrão e exalta o exagero autêntico. Com letras que parecem em movimento e uma tagline solta e viva, o projeto propõe uma nova estética “latino-recifense”. Tudo isso se soma a ilustrações, estampas e uma paleta quente e vibrante, que criam um universo visual plural e memorável.

FICHA-TÉCNICA

Estúdio Bizú: Amanda Pereira e Izabela Hinrichsen.

AUTORIA

Estúdio Bizú

CLIENTE

Muamba

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

ÓST - Um convite a olhar de novo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trata-se do projeto de branding da ÓST, empresa do Espírito Santo fundada por Laila e Jana e dedicada a velas de design. De forma integrada, definimos nome, criamos a identidade visual, o design das peças e das embalagens, a sinalização da loja e experiências digitais. As coleções, autorais e de tiragem limitada, utilizam materiais e acabamentos de alto padrão. A inovação está em reposicionar a vela como objeto de design, com forte impacto estético-sensorial, elevando a categoria com linguagem própria e coerência entre marca e produto. O sistema de marca foi pensado para garantir reconhecimento imediato e flexibilidade, permitindo variações de cor, tipografia e acabamento sem perder a assinatura visual. Cada decisão reforça a união entre forma, função e narrativa de marca.

FICHA-TÉCNICA

Identidade visual e embalagens: Estúdio Capim e Gustavo Machado Naming, conceito narrativo e identidade verbal: CriaTexto Lettering: Letícia Naves Fotografia still: Jota Oshiro Fotografia arquitetura: Yasmine Nery Videocase (Motion): Abern in Motion

AUTORIA

Estúdio Capim e Gustavo Machado

CLIENTE

ÓST

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Studio Mangue

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Mangue é um estúdio de arquitetura e urbanismo que ajuda empresas a desenvolver soluções mais amigáveis e favoráveis às pessoas e à comunidade. Com atuação enraizada na escuta, na memória e no território, conecta cultura, espaço urbano e desejo coletivo, promovendo projetos que impactam positivamente cidades e comunidades.

FICHA-TÉCNICA

Diretor Criativo: Vitor Brito Pereira Designers: Renato Brito Mamede, Stella Bonici, João Maiolini e Laura Nunes. Planejamento e Branding: Barbara Mattivy

AUTORIA

Estúdio Caxa

CLIENTE

Studio Mangue

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Isa Silva | Sistema de Identidade Visual

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Rebranding da marca Isa Silva, reposicionando-a como símbolo de moda autoral e transformadora. A nova identidade visual celebra a transição da estilista, incorporando elementos que traduzem seu legado solar: a potência de dar vida às coisas, revelar cores, histórias e corpos invisibilizados. O logotipo, a tipografia e os grafismos reforçam uma linguagem simbólica e sofisticada, enquanto o manifesto redefine a marca como um portal entre o pessoal e o coletivo. O monograma “IS.SI”, abreviação que sintetiza a essência da marca em um jogo poético — “IS” (verbo ser em inglês) e “si” (de si mesma) —, também sugere a silhueta de um búzio, símbolo fundamental do projeto. Essa solução gráfica, minimalista e carregada de significado conecta ancestralidade, pertencimento e atualidade.

FICHA-TÉCNICA

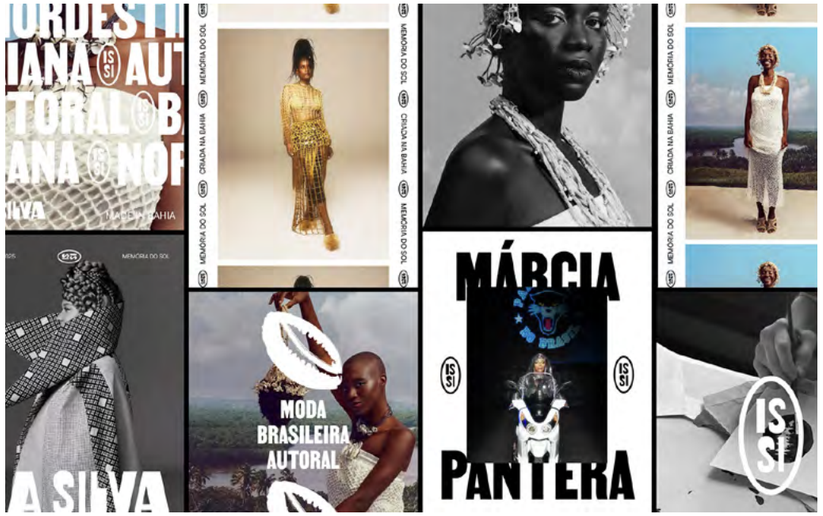
Novos negócios: Vanessa Queiroz Atendimento: Sabrina Silveira Gerenciamento do projeto: Beatriz Costa Líder de Operações: Marianna Tritapepe Direção criativa: Mayra Lins Conceito e estratégia: Edna Marques e Natália Zonta Redação: Natália Zonta Direção de arte: Artêmio Neto Tipografia: Dan Schunck Assistente de arte: Kel Oliveira e Luiza Whately Videocase: Lowii

AUTORIA

Colletivo

CLIENTE

Isa Silva



330

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Banana Milk

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Banana Milk é o primeiro leite vegetal à base de banana produzido no Brasil — a terra das bananas. Fundada em 2024, em Florianópolis, a marca tem como propósito oferecer alternativas alimentares vegetais que atendam a pessoas com restrições alimentares, sem abrir mão de sabor, praticidade e valor nutricional para o consumo diário. Em 2024, foi desenvolvido o branding, a identidade visual e o design da família de embalagens da linha de produtos de estreia da Banana Milk. Com o lançamento oficial no mercado em 2025, a marca vem conquistando espaço nas prateleiras dos principais supermercados de Florianópolis.

FICHA-TÉCNICA

Fabian Shinzato (Design Gráfico, Branding) Luiz Pegoraro (Design Gráfico, Branding), Victória Pretto (Design Gráfico, Branding), Beatriz Bastos (Design Gráfico, Ilustração), Gustavo Brazzalle (Direção Motion), Danilo Coelho (Motion, 3D), Luciano Burger (Direção Motion, 3D), Bruno Vitalino (Motion, Edição) Vitor Heitor de Sousa (Motion), Felipe Parucci (Animação Quadro a Quadro)

AUTORIA

FatFaceStudio + Clint Studio

CLIENTE

Banana Milk

331

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Condimenta

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Condimenta é uma consultoria de pequeno porte especializada em gestão de segurança alimentar e apoio estratégico para bares, restaurantes e serviços de alimentação. O projeto contemplou estratégia da marca, criação do novo nome e identidade visual. O desafio foi traduzir a expertise técnica e a proximidade com clientes e nutricionistas em uma marca que transmitisse confiança para expansão do modelo de negócios e percepção de valor.

FICHA-TÉCNICA

Conceito e direção criativa: Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto e Júlia Bossi Estratégia: Daniele Basanela, Juliana Zarattini e Marjorye Cavazotto Naming: Caroline Celli, Juliana Zarattini, Marjorye Cavazotto, Raquel Silveira, Carlos Machado, Giovana Franciscon, Júlia Bossi Layout: Caroline Celli Colagens e ilustrações: Raquel Silveira Finalização: Carlos Machado

AUTORIA

MELT Design

CLIENTE

Condimenta

332

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

Adênia – Design de Marca

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Adênia, conhecida por “Moça do marketing da Aff The Hype” ou pela fala “Eu vou escutar K-Pop porque eu sou jovem” (que marcou a guerra Millenials x Gen z em 2021), nasceu como uma porta-voz do seu idealizador, Matheus, para sua papelaria, Aff The Hype. Nos últimos 4 anos ela se tornou muito mais que um braço da Aff: uma influencer digital. Juntando-se a campanhas de grandes marcas como Itaú e Maggi, ao lado de nomes como Fernanda Torres e Leslie Baker, seu crescimento borrou as linhas entre Adênia e Aff The Hype. É aqui que entra nosso papel no projeto. Trabalhamos para consolidar o que é a Adênia, em um projeto que brilha em identidade, personalidade e o carinho de toda uma geração.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa – Gabriel Macohin Estratégia e Design – Gabriel Macohin, Paulo Doi, Rafael Alves, Fernanda Lima Ilustração – Fernanda Lima Animação – Fernanda Lima, Paulo Doi Fotografia – Jota Oshiro

AUTORIA

Petrikór

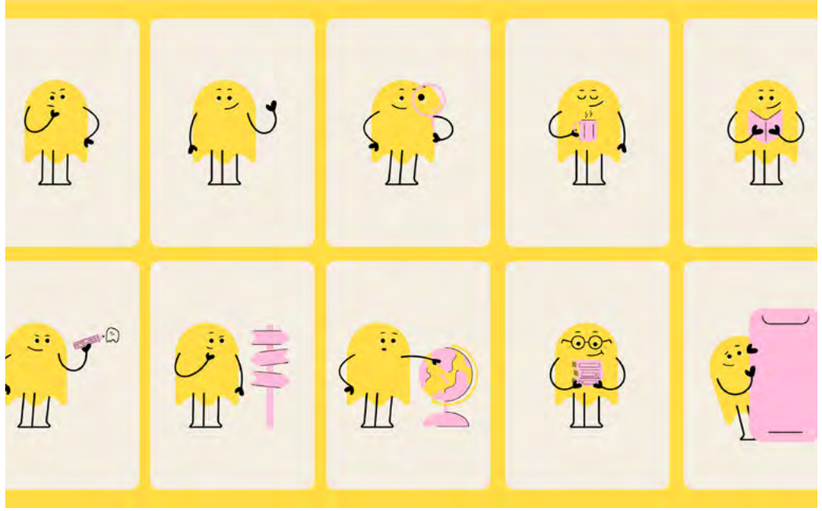
CLIENTE

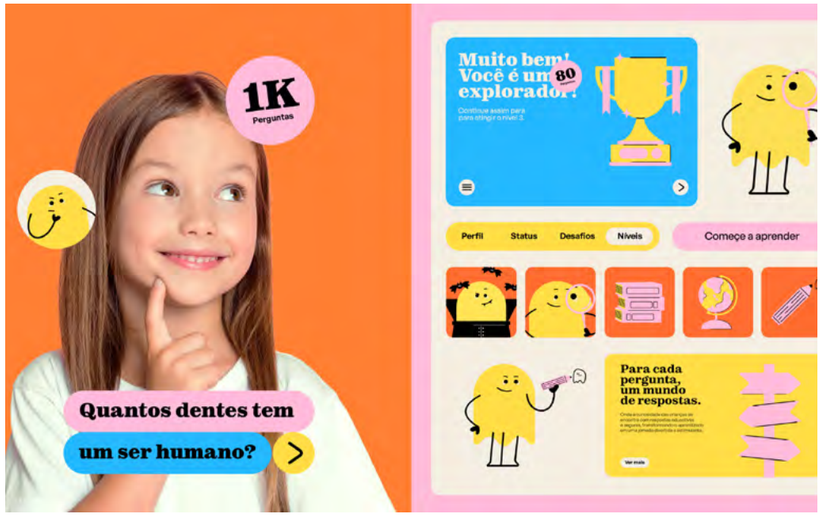
Aff The Hype

333

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)





Explicai

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Explicai é um aplicativo feito para crianças que vivem cercadas de por quês. Um espaço onde cada dúvida vira oportunidade de aprendizado. Criado para alimentar a curiosidade das crianças sem deixar os pais de fora, transforma o aprendizado em uma jornada compartilhada e segura.

FICHA-TÉCNICA

Credits: Synfo Estúdio Creative Direction: Laila Rios and Matheus Morales Design: Laila Rios and Matheus Morales Ilustrações: Matheus Morales Case Study: Synfo Estudio

AUTORIA

Synfo Estúdio

CLIENTE

Marcus Martins

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM ATÉ 100 FUNCIONÁRIOS)

MANTIVELO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O design gráfico da Mantivelo traduz em forma, cor e tipografia a essência da Serra da Mantiqueira e do cicloturismo sustentável. Inspirado no elo da corrente da bicicleta, o logotipo simboliza conexão e movimento, reforçando a proposta da marca de unir pessoas, comunidades e natureza. A paleta de cores combina tons vibrantes e naturais, criando uma identidade visual autêntica, envolvente e proprietária. O grande diferencial está na construção de um sistema visual versátil, que equilibra rusticidade e contemporaneidade, permitindo múltiplas aplicações sem perder consistência.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa: Zeuner Fraissat, Erico Amorim Estratégia: Isabella Branco, Kiko Lopes Tom de Voz / Redação: Isabella Branco Design / Direção de Arte: Lucas Sanches Gestão / Relacionamento: Mariana Soccodato, Natali Fortes Executivos de Conta: Jhennifer Torres Produção / Arte Finalização: Robson Andrade

AUTORIA

ZAIC

CLIENTE

MANTIVELO

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Tial assume o Frutagonismo em um rebranding suculento

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tial é o primeiro suco sem conservantes do Brasil. Com um legado enraizado na cultura brasileira, a marca passou por um reposicionamento para se reconectar à sua essência. O novo design reverencia sua história com uma abordagem popular e tropical, que assume o frutagonismo ao colocar a fruta no centro de tudo. O logotipo ganhou formas mais contemporâneas, os grafismos remetem à feira de rua e a paleta de cores reforça o frescor tropical. Natural, fresca e brasileira, Tial ressurge com um universo proprietário que é o puro suco do Brasil.

FICHA-TÉCNICA

DIREÇÃO CRIATIVA: Breno Pineschi e Rafael Cazes HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE PLANEJAMENTO: Felipe Teobaldo HEAD DE COMUNICAÇÃO: Gabriela Barbosa GESTÃO DE PROJETOS: Isaac Alves GERENTE DE PRODUÇÃO: Sandessa Knaus DESIGNERS: Gianlucca Segato, Jessica Almeida, Hermes Miranda, Glaiton Tatsch, Nicole Morim, Lucca Pineschi, Alexei Potemkin REDATOR: Vinicius Cambruzzi TIPOGRAFIA: Cyla Costa ARTE FINALIZAÇÃO: Bruno Longhi ILUSTRAÇÃO 3D: Pedro Lambuja, Gustavo Schinner

AUTORIA

HardCuore

CLIENTE

Tial

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Casa Lugano

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desde 1976, a Lugano compartilha o sabor do chocolate artesanal feito em Gramado. Agora, a marca dá um passo além com a Casa Lugano, um complexo gastronômico de alto padrão que expande e eleva sua experiência. O desafio do projeto era criar uma identidade proprietária e flexível, capaz de englobar três universos distintos (Osteria, Pâtisserie e Fondue) sem perder a coesão. A identidade visual estabeleceu a ponte entre o legado e o futuro da Lugano, reinterpretando o território local sob a lente do luxo. Do processo artesanal do chocolate às flores típicas da região, cada elemento tornou-se insumo criativo para compor um sistema visual potente e versátil, capaz de transitar com naturalidade entre ambientes, guardanapos, toalhas de mesa e uniformes.

FICHA-TÉCNICA

Direção de Criação: Isabela Rodrigues Design: Arthur Martin e Gabriel Kolton Atendimento: Bruna Martins

AUTORIA

Sweety & Co

CLIENTE

Lugano

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Neve transforma papel higiênico em ritual de bem-estar

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Líder no banheiro do brasileiro há mais de 50 anos, Neve definiu os códigos da categoria. Mas, em um mercado “neveficado” onde os concorrentes repetem sua linguagem visual e verbal, era hora de se reinventar para continuar à frente. A partir de uma imersão com consumidores, entendemos que o banheiro mudou: as pessoas buscavam mais conexão emocional com seus produtos. Neve não era vista apenas como uma marca de higiene pessoal, mas um gesto de autocuidado no dia a dia. E foi assim que transformamos papel higiênico em bem-estar. A nova identidade de Neve se afasta dos códigos tradicionais e se ancora em um território sensorial, com formas arredondadas e orgânicas, texturas suaves e tons claros, mostrando com quantas camadas de cuidado se faz uma rotina.

FICHA-TÉCNICA

DIREÇÃO CRIATIVA: Breno Pineschi e Rafael Cazes HEAD DE GESTÃO: Fernanda Rodrigues HEAD DE CONTEÚDO: Gabriela Barbosa HEAD DE PLANEJAMENTO: Felipe Teobaldo GESTÃO DE PROJETOS: Isaac Alves DESIGNERS: Nathalie Jourdan, Thayná Britto, Alexei Potemkin REDATOR: Vinicius Cambruzzi ILUSTRAÇÃO 3D: Pedro Lambuja, Gustavo Schinner PESQUISA: ACE

AUTORIA

HardCuore

CLIENTE

Neve

338

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Bluma - Beleza e bem-estar no seu tempo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Natura deu um passo transformador: de produtos à serviços de beleza adquirindo a Singu, startup que já ampliava a renda de profissionais em até três vezes e levava o autocuidado a qualquer hora e lugar. O desafio foi recriar a expressão da marca, do nome à identidade, dando origem à Bluma. A nova identidade — escolhida por unanimidade em pesquisas — traduz leveza, afeto e humanidade, essenciais para uma marca nativa digital que se concretiza no encontro presencial entre artistas e clientes. Desde o lançamento, a Bluma já soma mais de 247 mil serviços realizados, com expansão de 2 para 6 espaços em aeroportos e a abertura de um SPA em São Paulo, consolidando-se como uma marca que dá autonomia para artistas e torna o autocuidado um compromisso possível em rotinas intensas.

FICHA-TÉCNICA

Direção Criativa - Gil Bottari Direção Estratégica - Rodrigo Marques Gerência Estratégica - Alice Araujo, Giuliana Lunardelli Estratégia - Alice Araujo, Giuliana Lunardelli, Sofia Matsui Coordenação Design - Thais Navarro Design Gráfico: Thais Navarro, Deia Kulpas, Guilherme Victoria, José Rago, Tais Barbosa, Carlos Hakim Identidade Verbal - Luiz Leite Naming - Felipe Borges Valerio Motion e Video Case - Brendon Kowalski Ilustração e Iconografia - Julia Navarro Fotografia - Pan Alves

AUTORIA

Interbrand

CLIENTE

Natura

339

DESIGN GRÁFICO

DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS (ORGANIZAÇÕES COM 100 OU MAIS FUNCIONÁRIOS)

Redesign Natura Ekos

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O redesign de Natura Ekos parte do conceito de “Extraordinário Habitual”: revelar a potência extraordinária contida nos gestos de autocuidado cotidianos. O projeto reposiciona a marca com uma linguagem visual e verbal que combina sofisticação, sensorialidade e performance, ampliando a relevância de Ekos no mercado brasileiro e latino-americano e reafirmando sua conexão com a Amazônia.

FICHA-TÉCNICA

Dir. Criação Júlia Liberati, Beto Biscesto, Ricardo Bezerra Design Rodrigo Gondim, Hudson Girundi, Mari Hermeto, Dan Mesquita, Camila Cannavale, Anna Fonseca, Illy Castro, Gabriel Kalani, Pri Czuka Estratégia/ Verbal Dani Varanda, Thaise Tsuruyama, Thalita Campbell Negócios Cris Sech, Vitória Matturo, Paula Chagas e Ulli Ferrari Produção Emannuel Z., David M., Valéria F., Paola R. Parceiros Gazpacho, João Ávila, Hick Duarte Cliente Renata Eduardo, Fe Lopes, Renan Neiva, Carolini Magrini

AUTORIA

Tátil Design

CLIENTE

Natura

DESIGN GRÁFICO

CARTAZES

14ª Bienal Brasileira de Design – Cartaz

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O cartaz da 14ª Bienal Brasileira de Design foi criado como símbolo gráfico de uma edição histórica: a primeira no Nordeste e a primeira a abandonar o termo “gráfico” do título. Ele condensa em uma peça de impacto sensorial, impresso em papel especial de acabamento metalizado, os elementos centrais da identidade visual: o logotipo que evoca os giros da dança dos Parafusos, patrimônio histórico, cultural e imaterial do estado de Sergipe, e as imagens 3D que misturam elementos da indumentária dos dançarinos com elementos da paisagem de Aracaju. O cartaz comunica, mas também celebra: um giro visual que traduz a força simbólica e plural do design brasileiro.

FICHA-TÉCNICA

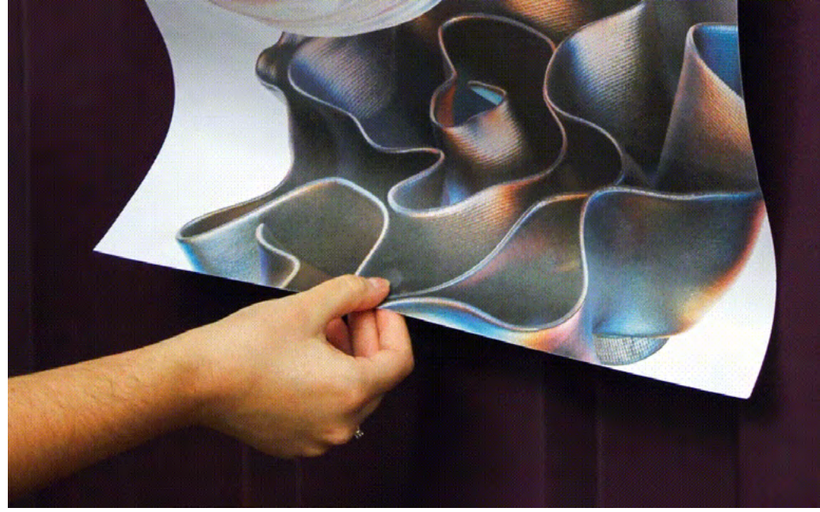
Direção criativa: Coordenação 14° Bienal Brasileiro de Design (Adriane Shibata Santos, Dandara Almeida, Gustavo Greco, Haro Ristow Wippel Schulenburg, Isadora Burmeister Dickie, Jonathan Prateat, Laila Rotter Renato Faccini e Thaïs B. de Araújo) Identidade Visual: Design Camila Mattos Breno Loeser Vicent Bernardo Alves Motion Design Eduardo França 3D Bruno Faiotto Redação: Camila Rocha Identidade Sonora: Consoante Soma de Sons Pesquisa e curadoria musical: Patrick Tor4 Cessão de arquivos sonoros locais: Luís Américo Bonfim / Visanthropos Project

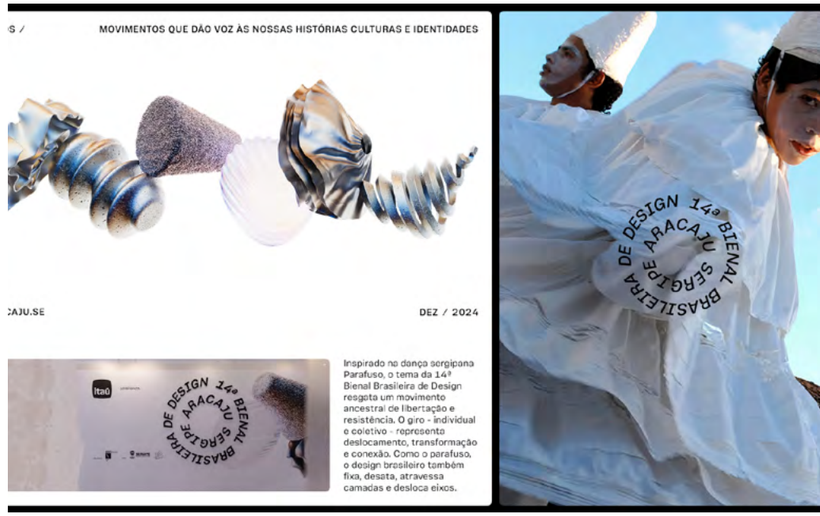
AUTORIA

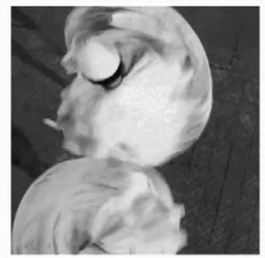
Camilla Mattos e Bruno Faioto + Coordenação 14ª Bienal de Design

CLIENTE

ADG Brasil







DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Ney Matogrosso

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Cartaz para exposição Ney Matogrosso

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Carol Vapsys, Luiz Mello, Kaique Xavier

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
MIS - Museu da Imagem e do Som

342

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Serpentário

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O cartaz para a exposição Serpentário promove um diálogo visual simbólico com os artistas e mote da mostra. A peça gráfica foge do óbvio ao representar a ideia do “serpentário” tanto através de recursos gráficos que citam desde antigas nações ameríndias a desenhos medievais de cobras. A peça utiliza uma paleta de cores limitada a dois tons — um marrom escuro e uma cor clara — criando um visual minimalista. O design tipográfico, com o título posto em destaque, e as ilustrações que remetem à forma sinuosa do movimento de uma serpente, conferem um caráter intrigante à identidade visual, tensionando diferentes temporalidades dentro da mesma peça.

FICHA-TÉCNICA
Ligatura

AUTORIA
Ligatura

CLIENTE
Marco Zero

343

Domo - Almoço de Domingo

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Cartazes Domo - Almoço de Domingo

FICHA-TÉCNICA
Gustavo Piqueira, Samia Jacintho

AUTORIA
Casa Rex

CLIENTE
Domo

344

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Cartaz MIRADA 2024 – Festival Ibero-Americano de Artes Cênicas do Sesc

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Projeto para o cartaz da 7ª edição do Festival Ibero-americano de Artes Cênicas do Sesc – MIRADA 2024, que ocorreu entre 5 e 15 de setembro, tendo o Peru como país homenageado.

FICHA-TÉCNICA
Estúdio Claraboia – Felipe Daros, Luciana Orvat, Yasmin Amorim e Vitor Luiz (estagiário). Apoio: Pablo Perez e Rogério Ianelli (Sesc SP / GATG)

AUTORIA
Estúdio Claraboia

CLIENTE
Sesc Santos

345

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

Feita de Samba

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Identidade visual para o álbum “Feita de Samba”, unindo a energia do samba com a estética do R&B. Foi desenvolvido um sistema cromático afro-atlântico, tipografia e grafismos originais e uma série de 4 cartazes que, impressos, compuseram o cenário do shooting. A mesma linguagem guiou capa e contracapa (lettering, hierarquia e diagramação). O resultado entrega uma identidade fotogênica, modular e reaplicável em comunicação, preservando referências de salões afro, capas clássicas de samba e padrões têxteis, com acabamento contemporâneo.

FICHA-TÉCNICA
Dir. Criat.: Cegê / Prod. Ex.: Hanna Moura & Selo Nebulosa / Ass. Dir.: Amanda Letícia / Foto: Camila Tuon / Ass. Foto: Thiago Lima / Styling: Gabriela De Paula / Cam.: Jan Serra / Col.: Guarda Roupa Sp, Ana Wainer / Dir. Arte: Olivia Pitô / Ass. Arte: Jessica Maeda / Design: Diego Garcia, Giulia Fagundes / Ilust.: Diego Garcia / Beleza: Carol Romero / Unhas: Nefertiti Studio / Local: Anexo Godê / Loc.: 22 Locações & Luz Locadora / Apoio: Corazon Filmes / Selo: Nebulosa

AUTORIA
Diego Garcia & Giulia Fagundes

CLIENTE
Nayra Lays

DESIGN GRÁFICO
CARTAZES

26º Festival Kinoarte de Cinema

DESCRIÇÃO DO PROJETO
O cartaz do 26º Festival Kinoarte de Cinema é uma peça única que integra a identidade visual criada em parceria com um artista plástico, a partir de 25 telas à óleo cedidas para o projeto. Desenvolvido por meio de colagens digitais que costuram cenas das telas e interferências digitais, o cartaz apresenta uma narrativa visual surrealista e expressiva, com cenas cotidianas que conversam com o cinema autoral e experimental. Como desdobramento, a peça concentra os elementos principais do universo visual criado para o festival, refletindo o espírito do cinema que o cliente desejava.

FICHA-TÉCNICA
DIREÇÃO DE CRIAÇÃO: FELIPE AUGUSTO PINTURAS: MARLON AMARO DESIGN: FELIPE AUGUSTO, AMANDA MAYUMI & MANOELA CARDOSO PRODUÇÃO E PESQUISA: MARINA BIGARDI

AUTORIA
Leste

CLIENTE
Kinoarte – Instituto de Cinema e Vídeo de Londrina

INTERATIVIDADE

GRANDPRIX

INTERATIVIDADE

Jogo de Mesa: SILO - Fragmentos da Verdade

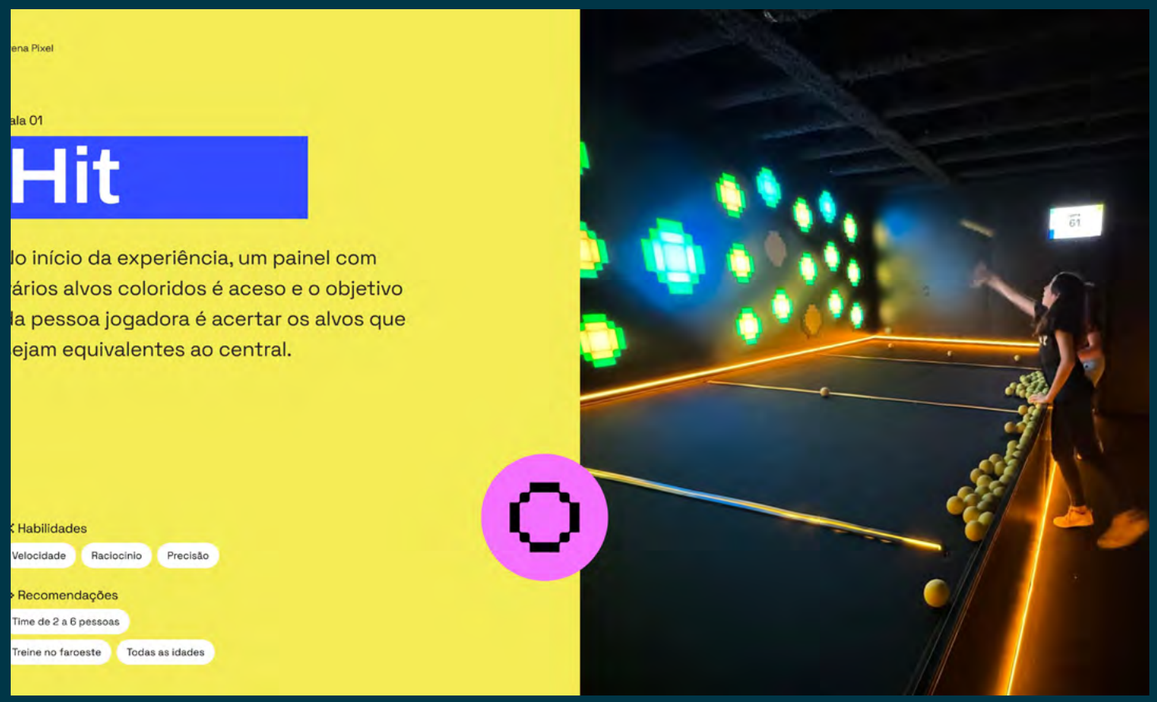
Silo é um jogo de mesa moderno com mecanismos e ambientação inspiradas na série homônima da AppleTV. Baseado no universo distópico da produção, o jogo traz um rico material gráfico e estrutural que recria a estética sombria e claustrofóbica da série. Seu diferencial está no tabuleiro vertical e modular, impresso em 3D, que não apenas impressiona visualmente, mas também emula de forma fiel a estrutura hierárquica e a emblemática escadaria apresentada na trama. O público-alvo são jovens jogadores, tanto os fãs da série quanto aqueles que terão seu primeiro contato com esse universo. A experiência é potencializada por uma mecânica colaborativa original, desenvolvida exclusivamente para este projeto, que estimula estratégia, cooperação e imersão total no mundo de Silo.

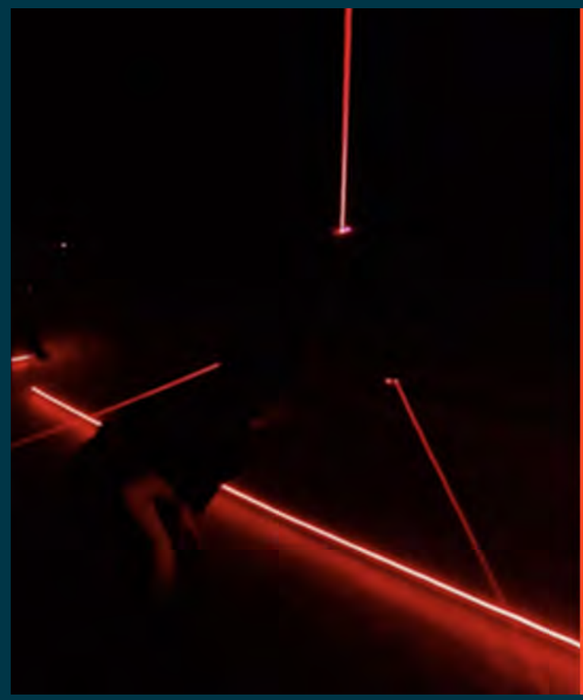
FICHA-TÉCNICA

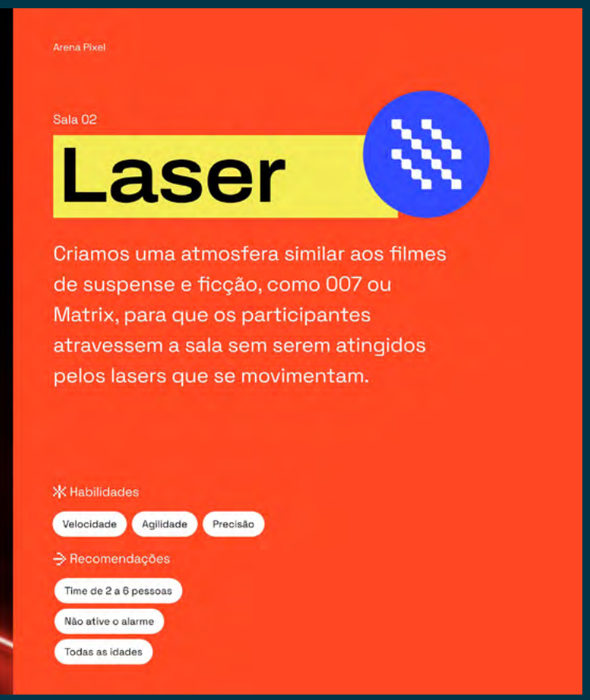
Amanda Marasca, Ana Carolina Cabral, Geovanna Ribeiro, Laura Corino, Valentina Frusciante e Professor Maurício Bernardes

AUTORIA

UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul







GRANDPRIX

INTERATIVIDADE

Arena Pixel

Arena Pixel é a primeira arena de jogos interativos do Brasil, um espaço físico e imersivo que transforma o ato de jogar em uma experiência coletiva e tecnológica. Neste projeto realizamos desde o design do serviço até a ideação e construção de cada uma das salas.

FICHA-TÉCNICA
Direção criativa: Pagu Senna, Sarah Dutra e Raphael Fagundes Gestão do projeto: Pagu Senna Design do serviço, jogos e experiência: André Biagioni, Jonathan Querubina, Natasha Weissenborn, Raphael Fagundes, Pagu Senna e Sarah Dutra Desenvolvimento eletrônica e hardware: André Biagioni Desenvolvimento software: Jonathan Querubina Design da Plataforma digital: Davina Hwang e Raphael Fagundes Branding: Estúdio Mira Arquitetura: Cilene Lupi Cenografia: Mchecon Elétrica: M9 Engenharia

AUTORIA
Estúdio Fehra

CLIENTE
Arena Pixel

Capi Jogos: Biomas

DESCRIÇÃO DO PROJETO
A “Capi Jogos: Biomas” destaca-se por transformar o folclore brasileiro em experiências lúdicas que unem entretenimento, cultura e educação ambiental. Cada jogo foi pensado para traduzir elementos simbólicos e naturais dos biomas em mecânicas originais, tornando a aprendizagem imersiva e acessível. O diferencial está na forma inovadora de ressignificar lendas e mitos, criando narrativas jogáveis que equilibram cooperação e competição. Essa abordagem valoriza a biodiversidade e promove consciência socioambiental de forma envolvente, aproximando diferentes públicos à riqueza cultural do Brasil e consolidando o projeto como único no mercado de jogos de tabuleiro.

FICHA-TÉCNICA
Beatriz Mattos, Clara Visibelli, Giselle Garrido, Guilherme Paiola, Maria Thereza Scarcelli, Paola Orue, Pedro Henrique Torres, Vitória Kolekoski. Alan Richard da Luz (professor orientador) Polise Moreira De Marchi (coordenadora acadêmica)

AUTORIA
Beatriz Mattos, Clara Visibelli, Giselle Garrido, Guilherme Paiola, Maria Thereza Scarcelli, Paola Orue, Pedro Henrique Torres, Vitória Kolekoski

Jogo Caminhos a Olímpia

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Embarque em uma emocionante corrida pela Grécia em direção à tocha olímpica! “Caminhos a Olímpia” é um jogo de tabuleiro que mergulha na mitologia grega e no espírito olímpico. Desafiamos os jogadores a construir com cartas caminhos por diversos terrenos da Grécia, ajustando suas rotas, até acender a chama que dá início aos Jogos. Para vencer, a ajuda divina é invocada através de dádivas de deuses gregos (representados como nativos de diversos países, praticando esportes olímpicos e paralímpicos), que facilitam sua jornada ou atrapalham adversários. Além disso, possui peças de tocha e uma pira central que se ilumina quando o primeiro vence. Suas duas modalidades (simplificada 6+ anos e completa 10+), torna-o acessível a amplo público, estimulando socialização, pensamento tático e imersão.

FICHA-TÉCNICA
Designers: Ana Maya Magni, Lauren Catarina Bengochea, Maria Eduarda Wintgens, Maria Eduarda Xavier, Marta Dieguez Backes e Tanise Vieira Ilustrador: Carlos Eduardo Vargas Professor Orientador: Maurício Moreira Bernardes

AUTORIA
Ana Maya Magni, Carlos Eduardo Vargas, Lauren Catarina Bengochea, Maria Eduarda Wintgens, Maria Eduarda Xavier, Marta Dieguez Backes e Tanise Vieira

As Aventuras dos Guardiões

DESCRIÇÃO DO PROJETO
As Aventuras dos Guardiões é um jogo de tabuleiro educativo que utiliza o design gráfico para comunicar informações sensíveis sobre prevenção ao abuso infantil. Com três ambientes: floresta (perigo), casa (alerta) e castelo (segurança) e personagens antropomorfizados que ensina crianças de 7 a 10 anos a identificar riscos e reagir de forma segura. Criado para escolas, famílias e psicólogos, integra narrativa lúdica, elementos pedagógicos e interatividade, promovendo diálogo, autoconhecimento e confiança. Seu diferencial está na abordagem inovadora que une estética, função social e aplicação real.

FICHA-TÉCNICA
Orientadores: Rafael Toledo Rodrigues de Fátima, Rodrigo Villalba, Fábio Ranzani
Coordenadora acadêmica: Eliane Weizmann

AUTORIA
Pietra Souza Ramos

356

INTERATIVIDADE
PROJETOS ESTUDANTIS

Já Pode Almoçar?

DESCRIÇÃO DO PROJETO
“Já Pode Almoçar?” É um jogo de cartas fácil e rápido de aprender, perfeito para dar boas risadas com familiares e amigos. O projeto fala sobre o uso de personagens na publicidade alimentícia, alertando o consumidor sobre a conscientização do consumo na alimentação de forma lúdica e bem humorada, a partir da criação de personagens próprios, ilustrados de forma cômica.

FICHA-TÉCNICA
96 cartas (6,5 X 10 cm), manual (10,5 x 14,8 cm), caixa (14 X 11,7 cm) e tampa (17,2 X 12,3 cm)

AUTORIA
Clara Padilha da Rocha Lima, Julianna Strina Rodrigues, Marina Silveira Torres

357

Icamiabas: A Noite do Ritual

DESCRIÇÃO DO PROJETO
"Icamiabas: A Noite do Ritual" é um jogo de cartas que traz a lenda das guerreiras amazônicas em um formato contemporâneo e cooperativo. O jogo coloca cada jogador no papel de uma Icamiaba, que deve se preparar para a grande noite do ritual, lidando com a ameaça dos colonizadores e a escassez de peixes no rio. A dinâmica do jogo se organiza em rodadas de dia e noite, onde é necessário coletar recursos, confeccionar amuletos e enfrentar perigos para proteger o cardume ameaçado. O objetivo é acumular pontos e se unir com os outros jogadores para superar a pontuação do "colonizador". Além das cartas, o jogo apresenta um manual com instruções e um segundo modo de jogo, transformando o folclore brasileiro em uma experiência que valoriza a cooperação, memória cultural e protagonismo feminino.

FICHA-TÉCNICA
Design e ideação: Gabriel Roberti, Madú Gasparete, Rafaela Ramos Orientador Docente: Alan Richard da Luz Coordenadora Acadêmica: Polise Moreira De Marchi

AUTORIA
Gabriel Roberti, Madú Gasparete, Rafaela Ramos

358

INTERATIVIDADE
PROJETOS ESTUDANTIS

Glimpse: Entre cartas e conversas

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Glimpse é um jogo de cartas criado para gerar conexões reais, convidando os jogadores a mergulharem em conversas que revelam quem realmente são. Inspirado no modelo de perguntas do MBTI (Myers-Briggs Type Indicator), cada carta traz questões que despertam reflexão, empatia e compreensão das diferenças, tornando os encontros mais significativos. O diferencial está em unir ludicidade e autoconhecimento em um formato acessível, sem exigir conhecimento prévio da teoria. Sua estética é inspirada no glamour dos bailes e na elegância Art Déco, com grafismos geométricos e paleta sofisticada que tornam cada rodada memorável. Glimpse transforma diálogos em experiências marcantes, combinando design, psicologia e storytelling em um produto tão belo quanto significativo.

FICHA-TÉCNICA
Pyetra Goto da Silva (aluna) e Deise Albertazzi Gonçalves Tomelin (orientadora)

AUTORIA
Pyetra Goto da Silva

359

INTERATIVIDADE

PROJETOS ESTUDANTIS

Dexter: Código Morgan

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto apresenta um jogo de cartas inspirado na série Dexter, que une investigação, mistério e diversão em uma dinâmica envolvente. Todos os jogadores assumem o papel de Dexter Morgan e precisam descobrir quem foi seu assassino, qual a arma utilizada e o local do crime. Ao solucionar o mistério, fazem justiça com as próprias mãos e conquistam uma lâmina de sangue, ícone da série. Desenvolvido desde a mecânica até componentes e embalagem, o jogo traduz a identidade sombria e intrigante de Dexter. Inclui ainda recursos de acessibilidade, como o sistema ColorADD, que garante participação inclusiva também para daltônicos.

FICHA-TÉCNICA

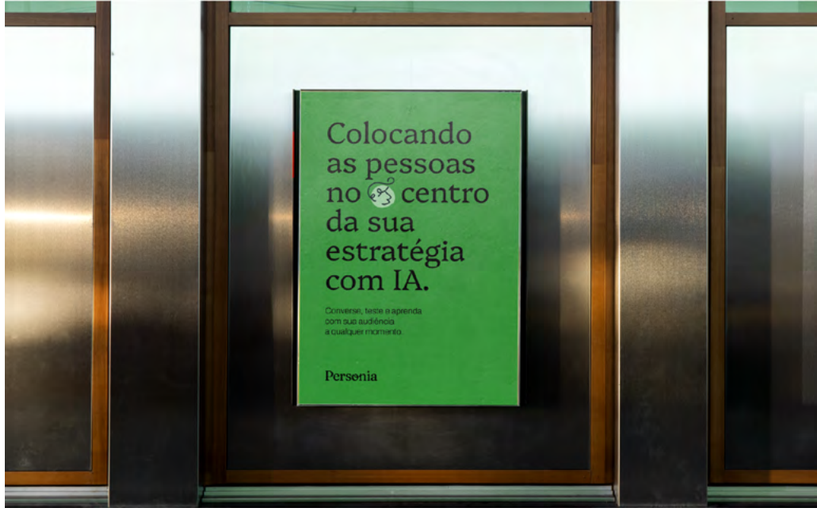
Caroline Schäfer, Jennifer Salaibe Motta, Meili Quadros Pereira, Ricardo Lino da Silva e Thifany da Cruz Ilaria. Professor Orientador: Mauricio Bernardes

AUTORIA

Caroline Schäfer, Jennifer Salaibe Motta, Meili Quadros Pereira, Ricardo Lino da Silva e Thifany da Cruz Ilaria. Professor Orientador: Mauricio Bernardes

INTERATIVIDADE

INTERAÇÃO COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



Personia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Personia é uma plataforma de insights impulsionada por inteligência artificial, capaz de gerar descobertas a partir de consumidores e especialistas sintéticos. A solução foi criada para apoiar organizações na tomada de decisões mais ágeis em todas as etapas — do marketing à inovação —, oferecendo uma experiência interativa em tempo real que aproxima empresas de seu público.

FICHA-TÉCNICA

Naming: Herick Ferreira, Verbal: Ana Cerqueira, Carmen Beer, Estratégia: Herick Ferreira, Luis Bartolomei, Alex Espinosa, Ana Cerqueira, Carmen Beer, UX/UI: Beatriz Bukvic, Design: Gabriel Teixeira, Motion: Gabriel Teixeira

AUTORIA

CBA B+G, Novatics

CLIENTE

Personia

EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL

Cacau Brasileiro

DESCRIÇÃO DO PROJETO
The project consists of creating a brand for a sectoral initiative that seeks to bring together public and private efforts in order to expand recognition of Brazilian cocoa and to develop the production chain in a sustainable way. Several strategic actors took part in the creation process, and the result is the outcome of a deep collective effort.

FICHA-TÉCNICA
Direção Geral: Bruno Brito Direção Criativa: Luis Matuto Designers: Lara Gomes, Douglas Jacinto, Beatriz Lago. Narrativa e Tom de Voz - Renata Monteiro (Criatexto) Pesquisa - Lia Krucken Gerente de Projeto: Larissa Prado

AUTORIA
Estúdio Arado

CLIENTE
Cacau Brasileiro

364

INTERNACIONALIZAÇÃO
INTERNACIONALIZAÇÃO – DESIGNED IN BRAZIL

Pubblico

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Pubblico is a casual Italian eatery in the heart of Ho Chi Minh City, Vietnam, and brings a taste of Brazil's playful design sensibility to the Orient. The brand celebrates the joy of sharing food, with a logo inspired by the Italian word "pubblico," meaning "public," where hidden "eyes" symbolize community and gathering. Rounded typography, vibrant colors, and lively graphic elements convey warmth, generosity, and a modern, approachable personality.

FICHA-TÉCNICA
Direção de Criação: Rafael Ferro e Camila Kintzel Lead Design: Nicholas Cozzi Design Gráfico: Lucas Ferreira, Lorenah Oliveira

AUTORIA
My dear Studio

CLIENTE
Pubblico

365

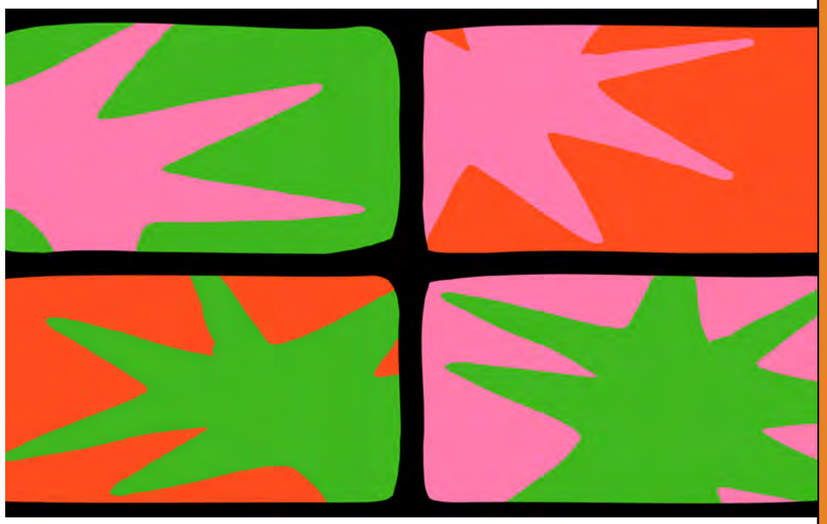
52nd Festival Internacional Cervantino (FIC)

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Visual identity project for the 52nd Festival Internacional Cervantino (FIC), held in Guanajuato, Mexico, with Brazil as guest of honor in 2024. Considered the largest arts festival in Latin America, each edition builds a theme linked to the honored country, addressing global issues and contemporary artistic expressions. The visual identity used a palette inspired by Tropicalismo, translating Brazilian cultural diversity. Handcrafted elements (patterns, graphics, and illustration) drew from popular culture, fauna, and flora to represent artistic manifestations such as theater, music, cinema, and dance. The Vinila typeface, created by a Brazilian designer, was chosen for its extensive family of weights, reinforcing Brazil's presence at the event.

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

AUTORIA
GRECO

CLIENTE
Appa Associação Pró-cultura e Promoção das Artes



FICHA TÉCNICA

PRÊMIO BRASILEIRO DE DESIGN 2025
Giovanni Vannucchi - Diretor Geral - BDA 2024

Gabriel Lopes – Presidente ABEDESIGN
Larissa Denis Dallal – Gestão Executiva
Bruno Garcia - Produção Executiva
Bruna Romero – Produção Executiva
Rosana Brito - Produção
Erick Blank – Audio e Vídeo
Libra Design – Identidade Visual

Plau- tipografia
Colletivo Design – Cenografia
Miligrama - Motion
Comus Eventos – Produção Geral
Consoante – Identidade Sonora

Origem – Cobertura Instagram
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
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 Rocchicioli
Giovanni Vannucchi
Gustavo Gelli
Gustavo Greco
Luciano Deos
Ludmila Oliveira

PATROCÍNIO
Mazurky
Apex Brasil

APOIO EDUCACIONAL
Senac São Paulo

APOIO
Colletivo Design
Empathy Company
Licor 43
Cabeza de Piedra
Maralto

APOIO ESTUDANTES
Tátil Design

ENTIDADES PARCEIRAS
Abre - Associação Brasileiro de Empresas de Embalagens
Apdesign
CBD – Centro Brasil Design
ADG Brasil

15º

2025

Prêmio Brasileiro de Design