



2020



**BRASIL
DESIGN
Award**

SUMÁRIO

02 PALAVRA DA
PRESIDÊNCIA

04 HOMENAGEADOS

06 JURADOS

08 VOTO
POPULAR

20 BRANDING

92 CRAFT FOR
DESIGN

124 DESIGN DE
AMBIENTE

170 DESIGN DE
EMBALAGEM

224 DESIGN DE
IMPACTO
POSITIVO

294 DESIGN DE
PRODUTO

324 DESIGN
DIGITAL

350 DESIGN
EDITORIAL

390 DESIGN
GRÁFICO

439 FICHA
TÉCNICA

Realização

ABEDESIGN

Patrocínio

école
intuit.lab

Parceiros



prodesign>pr



ap:design



Diretor Geral

Gustavo Greco

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.

VIVA O DESIGN BRASI- LEIRO!



HOMIENAGIADOS



**PROFISSIONAL DE PROMOÇÃO
AO DESIGN**
Sandra Boccia



HALL DA FAMA
Ana Branco



**VEÍCULO DE DESIGN
DO ANO**
UX Collective



**PROFISSIONAL/INSTITUIÇÃO DE
APOIO À DIVERSIDADE NO DESIGN**

BlackRocks



**INSTITUIÇÃO DE ENSINO
DE DESIGN**

Unihb



**INSTITUIÇÃO DE APOIO
AO DESIGN**

Invision

JURADOS

Craft For Design

LEONARDO BUGGY | PRESIDENTE

Bruno Porto
Cyla Costa
Haro Schulenburg
Lia Alcântara
Marconi Lima
Matheus Cristovam
Raul Aguiar
Renata Polastri

Design de Produto

**MAURICIO NORONHA E RODRIGO
BRENNER | PRESIDENTES**

Alex Mendes
Ana Brum
Bruno Sezerban
Francine Velho
Humberto Campana
Leanjoelson Andrade
Natasha Schlobach
Monique Lopes

Design de Impacto Positivo

ANDRE MENEZES | PRESIDENTE

Camila Rodrigues
Chico Adelano
Felipe Aguiar
Fred Gelli
Gisela Schulzinger
Renato Winnig
Taciana Abreu

Design Gráfico

**VANESSA QUEIROZ E RAFAEL BES-
SA | PRESIDENTES**

Caio Vitoriano
Clayton Caetano
Flavia Zimbardi
Giulia Fagundes
Guilherme Falcão
Jessica Gomes
Leandro Assis
Joaquin Presas
Maikon Nery
Marcello Montore
Marcelo Roncatti
Marcos Ham
Samia Jacintho

Branding

FERNANDA BELFORT | PRESIDENTE

Dandara Almeida
Diego Dumont
Eli Coslovsky
Fernanda Sarkis
Guilherme Umeda
Higor Franco
Rachel Lima
Roberto Muntoreanu
Igor Puga

Design de Serviço

CLARISSA BIOLCHINI | PRESIDENTE

Aline Horta
Barbara Villar
Bernardo Tausz
Gustavo Abreu
Izabel Barreto
Luis Alt
Mauricio Manhaes
Simone Souza
Stephane Meheux

Design de Embalagens

CRISTIANA GRETHER | PRESIDENTE

Eduardo Lima
Fatima Santos
Guido Dezordi
Guilherme Borchert
Isabella Salibe
Luciana Junqueira
Patricia Larica
Fernanda Amarante

Design Digital

ELLEN KISS | PRESIDENTE

Al Lucca
Andre Souza
Caroline Ganho
Giacomo Groff
Guilherme Neumann
Lucas Pettinati
Luciano Lauri
Marck Al
Renata Bokel
Rodrigo Moran

Design de Ambiente

BETO ALMEIDA | PRESIDENTE

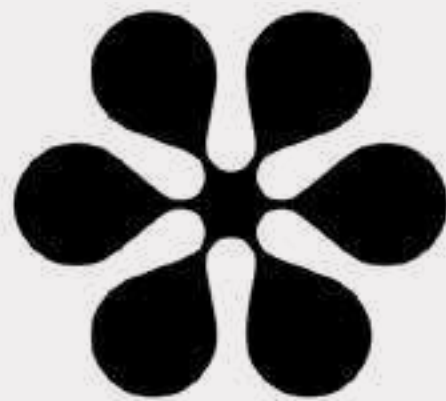
Erica Souza
Isabela Vecci
Leonardo Araujo
Mariana Caram
Mariana Hardy
Paula Marchiori
Pierina Piemonte
Sergio Athié
Silvana Carminati

Design Editorial

TEREZA BETTINARDI | PRESIDENTE

Alceu Chiesorin Nunes
Bárbara Abbès
Elisa Von Randow
Ericson Straub
Felipe B. Amaral
Heitor Piffer
Jaime Cintra
Paulo André Chagas
Renato Mesquita
Sonia Rodrigues
Yana Parente

EMPRESA DO ANO



Tátil Design de Ideias

Com 25 projetos vencedores, sendo 1 grand prix.

assinado por
Gustavo Greco

CLIENTE DO ANO



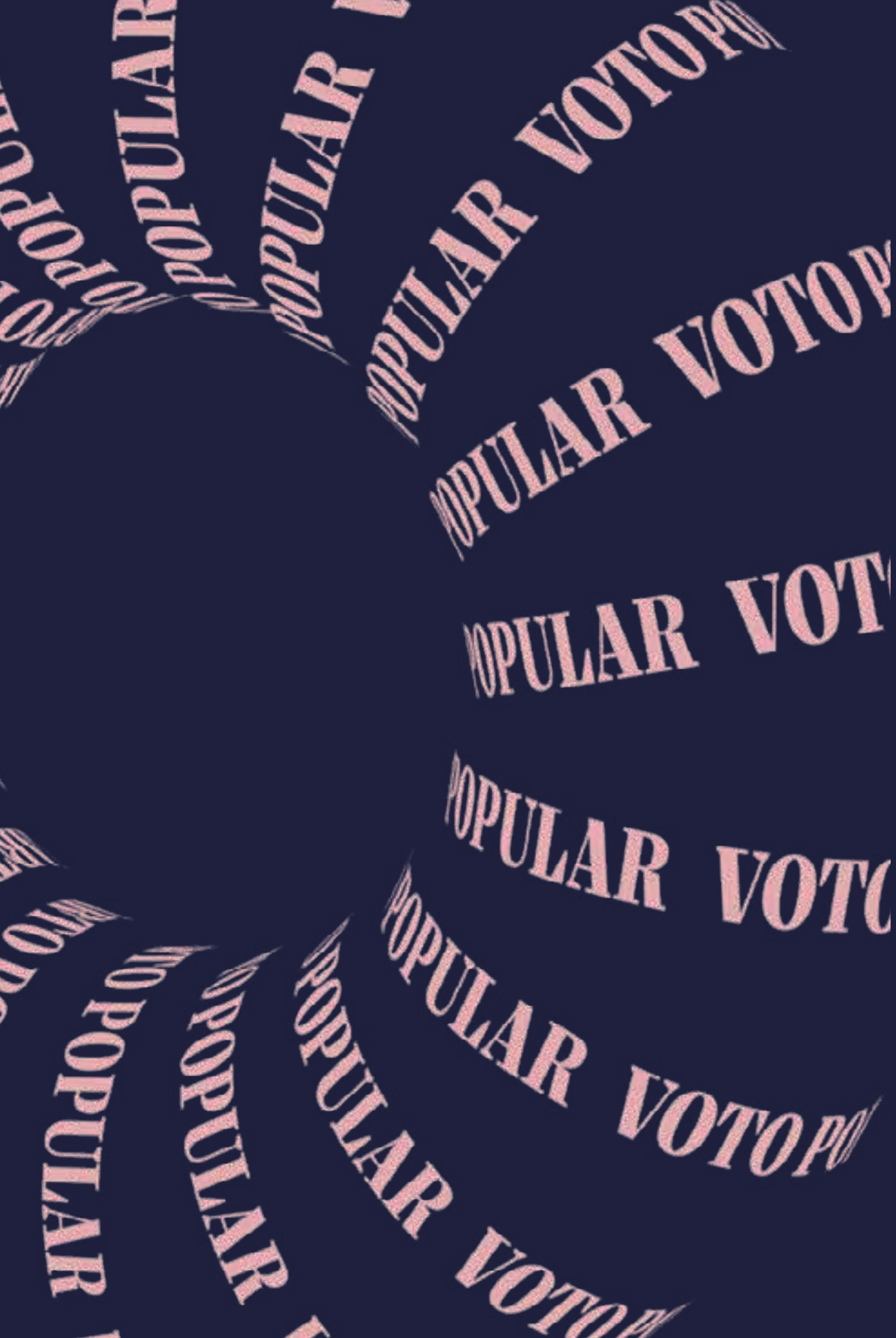
Natura

Com 13 projetos vencedores.

assinado por
Gustavo Greco

VOTO POPULAR





premiados voto popular



2020



cielo

CIELO

DESCRIÇÃO DO PROJETO —

O mercado de pagamentos evoluiu e passou por uma transformação completa. A Cielo se consolidou como pioneira desde os primórdios desse mercado porém precisava se ressignificar para manter a relevância e a conexão com seu públicos.

FICHA TÉCNICA

CEO Marcelo Bicudo - Head de negócios
Fernanda Klebis Dias - Diretor Executivo de Criação
Heitor Piffer - Head de design
Shingo Sato - Designers: Andrei Piucco, Isabela Carvalho, Mayara Grunhauser, Robson Maciel - Estratégia de marca Janet Riddell - Redatora Mariana Shirai

Equipe Cielo Simone Cesena Duarte, Rodrigo Oliveira Ovardia Pezzotta

AUTORIA | ANO

Superunion | 2019

CLIENTE

CIELO



PROJETO DE IDENTIDADE VI- SUAL - ESTANTE NOSSA LÍNGUA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Apesar de ser uma das marcas mais amadas e reconhecidas no Brasil, líder de vendas por 11 anos, vinha enfrentando um cenário com queda de vendas no mercado automobilístico e mudanças no comportamento do consumidor. Neste cenário, fomos no caminho destes desafios: fazer emergir o propósito da FIAT, “apaixonados por cada caminho”; tornar mais clara a direção do negócio sem espaço para diferentes interpretações; reestabelecer relações próximas e de confiança entre a marca e seus públicos; ressignificar os vínculos emocionais que a Fiat construiu com o consumidor; criar um universo visual de impacto e atrativo, para voltar a gerar desejo do consumidor; voltar a ter uma comunicação que vai além de produto em si e compartilha sua visão de mundo. Buscamos um propósito genuíno e de impacto aliado a uma personalidade com universo visual e verbal que traduzisse de fato a veia ítalo-brasileira de uma marca pop, democrática e encantadora.

FICHA TÉCNICA

Ana Couto - CEO Danilo Cid - VP de Marca Filipe Ozelin - Diretor de Experiência Luiza Cortoni - Estratégia Gabriela Bueno - Estratégia Gabriel Ramos - Design Gabriel Ramos - Design Adilson Junior - Conteúdo Rodrigo Dorfman - Diretor de Criação Fábio Lemos - Diretor de Arte Felipe Lemes - Diretor de Arte Guilherme Gomes - Gestão de Projetos

AUTORIA | ANO

Surina Design | 2019

CLIENTE

Estante Nossa Língua



DOSSIÊ: MONTA- NHA-RUSSA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Dossiê é uma seção fixa da Revista GALILEU que apresenta a cada edição tudo o que você precisa saber sobre um determinado assunto. No Dossiê: Montanha-russa, publicado na edição de agosto de 2019, falamos sobre a física por trás da diversão e as novas tecnologias que prometem intensificar aquele friozinho na barriga. Além de trazer as origens históricas do brinquedo, contextualizar o cenário nacional e reunir curiosidades e recordes, contando com o apoio de profissionais da ADIBRA (A Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil), fãs aficionados como os criadores do Hapfun (o maior canal sobre parques de diversões e montanhas-russas do Brasil), além do engenheiro e fonte Lucaz Ferraz que já trabalhou no Beto Carrero World.

FICHA TÉCNICA

May Tanferri (design e direção criativa), Ricardo Davino (esculturas e fotografia), Nathalia Fabro (reportagem), Thiago Tanji (edição), Feu (direção de arte).

AUTORIA | ANO

May Tanferri, Ricardo Davino e Nathalia Fabro | 2019

CLIENTE

Revista GALILEU (Editora Globo)





O CORPO ENCAN- TADO DAS RUAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO —

Livro que reúne crônicas sobre a cultura de rua carioca. Saberes, práticas, modos de vida, visões de mundo, afetos, bares, festas, futebol, samba, luta, religiões, movimento e ocupação. O saquinho de São Cosme e Damião presenteia o leitor com vários doces (crônicas), cada um com um sabor próprio do Rio de Janeiro, representando de forma simbólica a cultura de rua da cidade e trazendo um forte valor afetivo, além do aspecto religioso. (O tridente de sete pontas que aparece discreto na capa, é valorizado no verso de capa, e representa uma Entidade de importância conceitual para o livro). A capa, impressa no verso do papel supremo, sem laminação, valoriza o aspecto rústico e popular da “embalagem”.

FICHA TÉCNICA

Direção de arte e design Leonardo Laccarino

AUTORIA | ANO

Leonardo Laccarino | 2019

CLIENTE

Civilização Brasileira



FELICIDADE
SE FAZ ASSIM:
GENGIBRE,
LIMÃO E GIN.

GINGIBRE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O drink Gingibre tem um nome direto: uma mistura de gin com gengibre, pronto para beber, de preferência com uma rodela de limão e bastante gelo. A combinação dos ingredientes traz uma bebida refrescante e gostosa de tomar em diversos momentos do dia e da noite. “Felicidade se faz assim: gengibre, limão e gin”. Esse é o lema de um drink que tem por objetivo unir os amigos e brindar a alegria. Os drinks alcoólicos em lata vêm se tornando cada vez mais presentes no mercado, uma vez que possibilitam uma experiência de consumo flexível: seja ao ar livre, na casa de amigos ou em festas, o drink em lata Gingibre une versatilidade e qualidade.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação Paula Cotta e Renata Polastri - Criação Renata Polastri - Texto Marcela Dantés - 3D Helen Alves- Foto Rafael Motta, Adam Whitlock, Vicko Mozara, All Go

AUTORIA | ANO

Estúdio Bogotá | 2020

CLIENTE

A Equilibrista





DESIGN DE PRODUTO |
SAÚDE E BEM-ESTAR



PURIFICADOR FACILE C3

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Purificador Facile® apresenta um design moderno e compacto, sendo uma excelente solução em purificação de água natural. Disponível em três cores: branco, cinza e preto, pode também ser personalizado com um toque mais colorido pelo uso de uma das sete opções do Kit Colors.

É ideal para qualquer ambiente, desde que seja instalado em local com até 1,5 m de distância de um ponto de água, na parede ou sobre a bancada da pia. Parte essencial do aparelho é o Refil Purificador Facile® C3 – reduz o cloro, que retém sedimentos, gosto e odores estranhos da água.

FICHA TÉCNICA

Hidrofiltros Design Team - Vinicius Chaves, Claudio Chaves, Lucas Vidor, Projeto Vinicius Chaves

AUTORIA | ANO

Hidrofiltros Design Team | 2020

CLIENTE

Hidrofiltros

AURIA – APARELHOS AUDITIVOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Auria é um modelo original de aparelhos auditivos para o público adolescente. O mercado atual de aparelhos auditivos é destinado ao adulto e à criança, nem sempre com um apelo estético. O objetivo do projeto é oferecer ao adolescente a escolha de caracterizar seu aparelho com adornos removíveis e poder utilizá-lo como joia, assim como não utilizar os adornos caso seja sua vontade.

FICHA TÉCNICA

Professor orientador Augusto Seibel
- Disciplina DSG1003 – Projeto Básico Desenvolvimento

AUTORIA | ANO

Helena de Lima Montero Rodriguez,
Lucyana Mattos Vieira e Rafaela Kindel da Silva | 2019

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro





VANS BREAST CANCER AWARE- NESS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Anualmente, o Outubro Rosa evidencia e alerta sobre algo muito importante: o câncer de mama. Esse tema envolve inúmeras marcas, empresas, organizações, ativistas e personalidades. Em 2019, a Vans juntou esforços com a CoppaFeel, instituição britânica que apoia a causa, para desenvolver e lançar uma coleção especial com uma campanha global sobre o Outubro Rosa. Como agência parceira da marca, nós fomos responsáveis pelo desenvolvimento e implantação da campanha. O que inclui materiais de ponto de venda, estratégia de projetos e de mídias sociais.

FICHA TÉCNICA

Superunion CEO: Marcelo Bicudo -
Equipe: Juliana Ajaj, Carlos Vale, Bruno Carinho, Jennifer Vieira, Thamires Barros, Gabriel Jóia, Cristiane Recio, Fernanda Miyazato, Nataly Alves, Fernanda Pieroni e Jefferson Azevedo,
Equipe Vans: Priscilla Mekitarian, André Sgarioni, Maira de Mesquita.

AUTORIA | ANO

Superunion | 2019

CLIENTE

Vans

COSOURCING: UM NOVO OLHAR PARA OUTSOUR- CING CONECTAN- DO PESSOAS E TRANSFORMAN- DO NEGÓCIOS —

DESCRIÇÃO DO PROJETO —

Redesenho de serviço de outsourcing, batizado de Cosourcing, e propõe a co-gestão e co-execução do recrutamento e seleção de profissionais, do onboarding e do acompanhamento da performance e carreira com apoio do cliente. O Cosourcing atende às necessidades da empresa cliente ao selecionar profissionais com perfis compatíveis com seu negócio e cultura, reduzindo o turnover e perda de conhecimento que comprometem a entrega de projetos de tecnologia. Também atende às necessidades do profissional ao acompanhar sua performance e carreira, aumentando seu nível de satisfação e de pertencimento a identidade corporativa. Destaca-se a assertividade e preditividade no recrutamento e seleção de profissionais, e o componente estratégico e colaborativo na gestão do conhecimento e de pessoas.

FICHA TÉCNICA

Adriani Lauffer, Alexandre Silva, Aline Tusset De Roco, Ana Berger, Carolina Eichenberg, Daniela Szabluk, Daniela Larios da Rosa, Dayanna Rodrigues, Dulce Siqueira, Grazielle Rossato, Helena Agra, Mariano Benincasa, Marco Silva

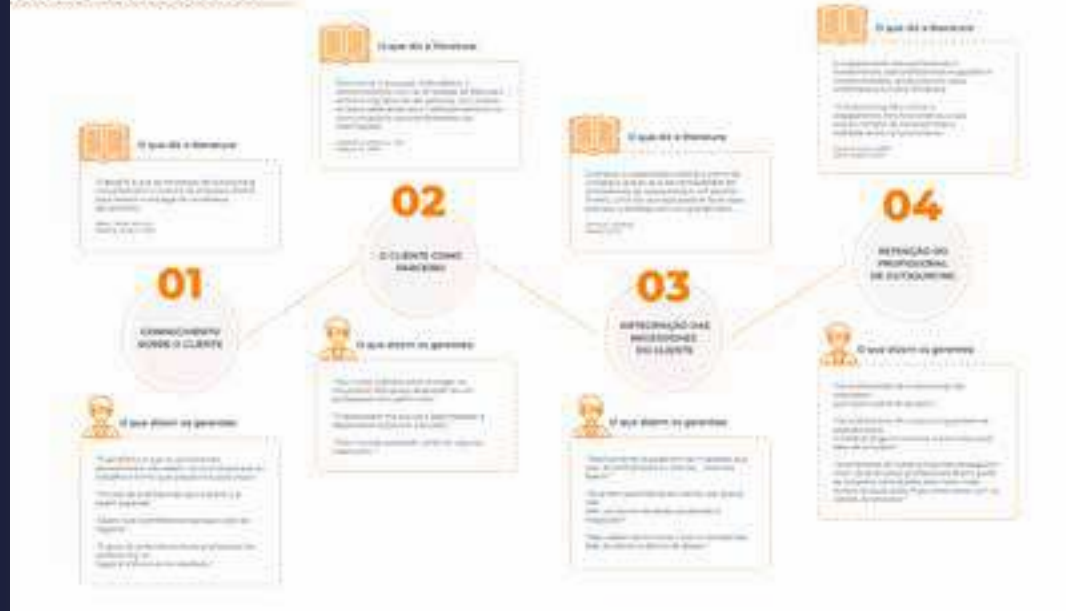
AUTORIA | ANO

Tecnopuc Crialab | 2020

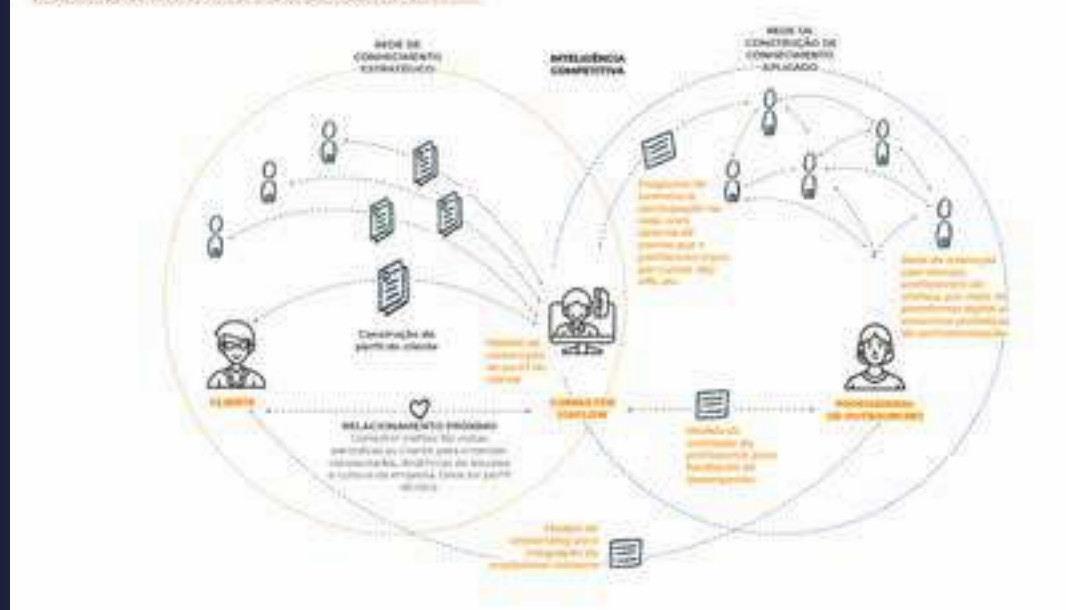
CLIENTE

Viaflow

RECRUTAMENTOS ESTRATÉGICOS

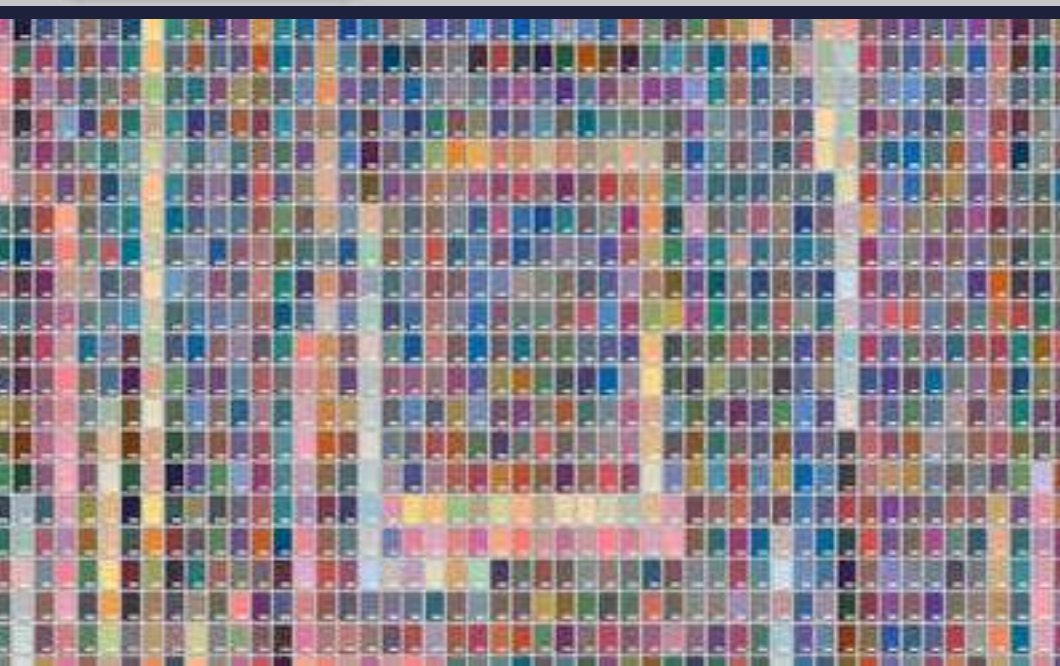


VISÃO CONCEITUAL DO SISTEMA VIAFLOW (RESULTADO)



ARTEFATOS (TOUCH-POINTS)





DIÁRIOS DA PANDEMIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A 12ª Olimpíada de História recebia inscrições quando chegaram ao Brasil os primeiros casos de Covid-19. Ficou logo claro que o evento teria de ser adiado: ainda que a prova se dê em ambiente virtual, muito de sua dinâmica é presencial, em grupo e nas escolas. Imaginando os participantes isolados, assustados e forçados a uma transição brusca ao ensino a distância, criou-se uma edição extra do evento, aberta a qualquer um e pensada para funcionar exclusivamente online. Neste cenário criamos o Diário da Pandemia: paralelamente à Olimpíada em si, participantes podiam enviar relatos, íntimos mas anônimos, de como a pandemia lhes afetava a vida. Textos e imagens foram então algoritmicamente diagramados em 7 mil cadernos que, em seu conjunto, compõe um panorama e memória desse período trágico.

FICHA TÉCNICA

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

AUTORIA | ANO

Preface | 2020

CLIENTE

Olimpíada Nacional em História do Brasil

BRANDING





premiados branding



2020



TUDUM FESTIVAL NETFLIX

DESCRIÇÃO DO PROJETO —

Netflix, a maior plataforma de streaming do mundo, convidou a nossa equipe para idealizar e dar vida ao seu primeiro festival. Um dos nossos principais desafios era pensar em um nome inovador e proprietário para esse evento, seguindo a linha de festivais icônicos como Coachella e Lollapalooza. Tendo em mente que o público do festival era formado por young adults críticos, engajados e com grandes expectativas quanto à marca, precisávamos de algo surpreendente. Também precisávamos considerar um formato global para o festival, portanto, o nome deveria carregar sentido universal. E pra falar em todas as línguas, nada melhor que uma onomatopeia: TUDUM. O som de abertura dos conteúdos Netflix que imediatamente te transporta para outro universo. Chegamos ao nome Tudum, o Festival da Netflix.

FICHA TÉCNICA

Alice Gelli, Carla Garofolo, Beto Bisceto, Rico Gelli, Ingrid Taveira, Amanda Gebara, Elen Campos, Paula Marchiori, Vinicius Tamajusuku, Cahuê Abatipietro, Stephanye Parraga, Amanda Minto.

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Netflix





BRANDING FIAT

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Apesar de ser uma das marcas mais amadas e reconhecidas no Brasil, líder de vendas por 11 anos, vinha enfrentando um cenário com queda de vendas no mercado automobilístico e mudanças no comportamento do consumidor. Neste cenário, fomos no caminho destes desafios: fazer emergir o propósito da FIAT, “apaixonados por cada caminho”; tornar mais clara a direção do negócio sem espaço para diferentes interpretações; reestabelecer relações próximas e de confiança entre a marca e seus públicos; ressignificar os vínculos emocionais que a Fiat construiu com o consumidor; criar um universo visual de impacto e atrativo, para voltar a gerar desejo do consumidor; voltar a ter uma comunicação que vai além de produto em si e compartilha sua visão de mundo. Buscamos um propósito genuíno e de impacto aliado a uma personalidade com universo visual e verbal que traduzisse de fato a veia italo-brasileira de uma marca pop, democrática e encantadora.

FICHA TÉCNICA

Ana Couto - CEO Danilo Cid - VP de Marca Filipe Ozelin - Diretor de Experiência Luiza Cortoni - Estratégia Gabriela Bueno - Estratégia Gabriel Ramos - Design Gabriel Ramos - Design Adilson Junior - Conteúdo Rodrigo Dorfman - Diretor de Criação Fábio Lemos - Diretor de Arte Felipe Lemes - Diretor de Arte Guilherme Gomes - Gestão de Projetos

AUTORIA | ANO

Ana Couto | 2020

FIAT





ARQUITETURA DA MARCA BRADESCO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como sequência do projeto inicial, foi contratado o projeto de arquitetura de marcas, com o objetivo de definir a relação de cada unidade de negócio com a marca mãe, e também o seu papel dentro do portfólio como um todo.

FICHA TÉCNICA

CEO: Marcelo Bicudo Estratégia de marca: Janet Riddell Head de design: Shingo Sato Designer: Sauê Ferlauto Bradesco: Márcio Parizotto e Daniela Ugayama (Dir. Marketing), Dulce de Oliveira, Rodrigo Nunes e Sérgio Belmonte (Design Team).

AUTORIA | ANO

Superunion | 2019

CLIENTE

Bradesco



Você em sua melhor versão

Duis autebor voluipum
inure dolor in hendrerit
in vulputate

Duis autebor voluipum
inure dolor in hendrerit
in vulputate

 **bradesco**
exclusive



madnomad

1 2 3 4 5 6



MADNOMAD

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Madnomad é uma marca de vestuário de luxo que incorpora a influência de diferentes culturas e vivências na concepção de sua peças. Como uma nômade, está sempre aberta aos fascínios e descobertas ao longo de sua jornada, buscando inspiração tanto em cenários banais como em expressões inusitadas. No intuito de conquistar um público exigente, a ideia foi trazer elementos inesperados e até mesmo excêntricos. Além da marca principal, existem ainda as 6 submarcas Vintage, Flow, Sun, After Dark, Madnomad Goes Mad e Collaboration. A construção de uma narrativa que conectasse as 6 submarcas, mantendo toda a riqueza da linguagem, foi o maior desafio do projeto. Para isso, foram exploradas diferentes facetas de personalidade para cada uma das linhas de produto, que vão do beachwear às roupas de festa.

FICHA TÉCNICA

Priscila Bodin, Carolina de Ferran, Carolina Costa

AUTORIA | ANO

MANCHA GRÁFICA | 2019

CLIENTE

Alexia Wenk



MADNOMAD

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Se tratando de uma marca de vestuário de luxo que incorpora influências de diferentes culturas e estilos, o desenvolvimento do projeto de naming para a Madnomad foi pautado no lifestyle excêntrico e cosmopolita de suas fundadoras. O objetivo principal era gerar curiosidade acerca do universo particular da marca criando um nome não convencional, mas impactante, que traduzisse a personalidade da marca e se conectasse com o público que compartilha dessa paixão por viajar e explorar o mundo, valorizando as experiências que encontram pelo caminho. A opção por um nome em inglês atende aos objetivos de internacionalização da marca e ajuda a compor seu universo verbal, em que foram utilizadas expressões em diversas línguas.

FICHA TÉCNICA

Priscila Bodin, Carolina de Ferran, Carolina Costa

AUTORIA | ANO

MANCHA GRÁFICA | 2019

CLIENTE

Alexia Wenk



BRANDING |

NAMING

AUTENTICOCO



AUTENTICOCO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O mundo está cansado de fakes, eles estão por toda parte: notícias fake, pessoas fake e produtos fake. Devido ao fake, incontáveis cocos deixaram de ser protagonistas, passando a coadjuvantes dentro das caixinhas. O Autenticoco nasceu para que você possa sentir o sabor de uma água de coco de verdade com muito mais praticidade, direto da fruta.

FICHA TÉCNICA

André Joaquim Ribeiro; Douglas Barros; Jessica Kuhn; Celeste Pereira; João Zannetti; Paulo Henrique de Carli Barbosa.

AUTORIA | ANO

Agência Roda Gigante | 2020

CLIENTE

Autenticoco





OPEN AIR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diante da pandemia da COVID-19 e a conseqüente alta na demanda por ventiladores pulmonares, decidimos colocar nosso know-how em tecnologia e design a serviço da sociedade. Foi assim que nasceu o projeto Open Air, um suporte respiratório emergencial transitório desenvolvido para suprir a alta demanda de hospitais com cada vez mais pacientes acometidos pela COVID-19. O nome sinestésico foi criado para transmitir claramente o conceito do aparelho. O elemento “ar” fica em evidência, no contexto da respiração mecânica, comunicando um dispositivo para situações de emergência, mimetizando a troca de ar e transmitindo a sensação de movimento. OpA-01 - as iniciais do Open Air - é uma interjeição que transmite espanto, surpresa e admiração, atributos que podem ser conferidos ao equipamento.

FICHA TÉCNICA

Gabriel Lopes – Idealizador e CEO
 André Tritziack – IoT Manager
 Anie Lou Lima – Diretora de Novos Negócios
 Eduardo Moreno – Head de UX/UI
 Fabio Marin – Produtor de Conteúdo
 Felipe Valente – Diretor de Conteúdo e Estratégia
 Giuliana Menezes – Gestora de Projetos
 Juliano Aguiar – UX/UI Designer
 Mike Câmara – Diretor de Criação

AUTORIA | ANO

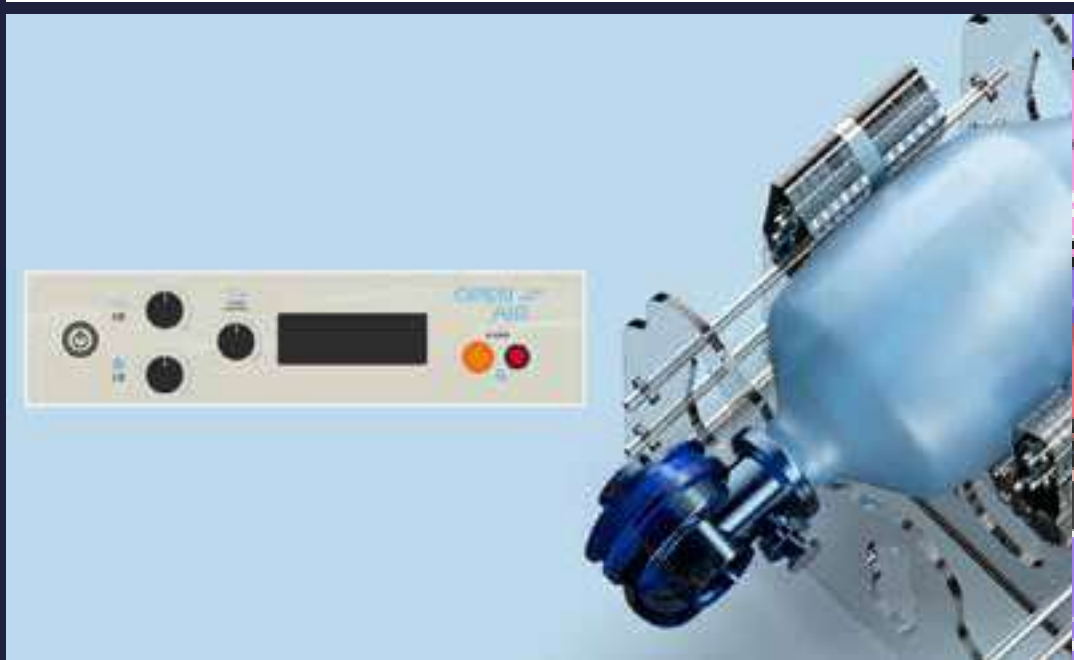
EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

BE OPEN

Opa!

#01



MVS maria vai
sozinha



MARIA VAI SOZINHA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em um mercado tão dinâmico e com um público tão exigente, falar a mesma coisa da mesma forma torna a conversa chata. Nosso desafio era criar um nome memorável, divertido e que se diferencie dos competidores no mercado de marcas fast fashion feminino e se conecte com universo teen: esse foi o desafio do novo posicionamento e identidade de marca do projeto anteriormente chamado Moda Teen.

FICHA TÉCNICA

Ciro Rocha, Lucas Arruda, Ana Flávia Fernandes, João Tiago Camargo, Gabriella Vieira

AUTORIA | ANO

Enredo | 2019

CLIENTE

Maria Vai Sozinha



IUPP ITAÚ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

iupp! A gente chegou! O iupp é o programa de benefícios unificado do Itaú. Ele nasce com a missão de trazer a troca de recompensas para o dia a dia do cliente, através do uso de vários tipos de produtos financeiros, com uma proposta fácil, acessível e diversa. A nova marca que daria nome a essa solução deveria tangibilizar a entrega de forma proprietária, mas mantendo, ainda que de forma sutil, elementos que referenciassem também sua marca mãe: o Itaú. Para criar o nome iupp, nos inspiramos nos pilares da marca: confiança, acesso e felicidade.

FICHA TÉCNICA

Alex Guazelli, Clayton Caetano, Renata Rodrigues, Ana Carolina Siqueira (Mercatto) e Eliezer Grawe (Mercatto).




AUTORIA | ANO

Itaú Design + Mercatto | 2019

CLIENTE

iupp Itaú



 nosso nome
 nasceu da
 nossa entrega

confiança + acesso + felicidade

Estar próximo e criar vínculos de forma transparente.

Descomplicar e facilitar a experiência sempre.

Comemorar a conquista e curtir a recompensa.

30
nomes
criados

04
finalistas

103
escutas em
pesquisa

iupp
Itaú

Nosso nome é
 a expressão máxima
 do nosso jeito feliz
 de ser e ver a vida.

Quando a gente escreve, ele aparece como um sinal de comemoração, de que algo deu muito certo.

IAH, é escrito assim: com dois "ps" e minúsculas, do jeito mais leve e chega mais perto possível.

ramo
despretensiosamente vegano

ra.mo

substantivo masculino

1. efeito na subordinação de cada um entre central das plantas galãs

2. rima entre gemêlogia, cada uma das famílias formadas a partir de um mesmo tronco

3. expressão regional nordestina de se falar "mamão"

va.mos

verbo (do verbo ir)

1. locução verbal usada de um local para outro

ramo
despretensiosamente vegano



VAMO NO RAMO – NAMING

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Ramo é uma hamburgueria vegana, que tem como diferencial não seguir os estereótipos do segmento, culturalmente impostos pela sociedade, como a cor verde e o eco-chato. Fomos convidados para transpor a ideia do negócio, que é de falar de veganismo, sem seus clichês e de forma bem-humorada em um nome e uma identidade visual.

FICHA TÉCNICA

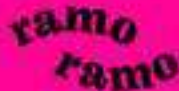
Naming: Miligrama Design
Direção Criativa: Rodrigo Gondim
Gestão de Projetos e Atendimento: Juvenal Joaquim
Design: Lívia Perdigão
Imagens: Gabriel Bessa

AUTORIA | ANO

Miligrama Design | 2019

CLIENTE

Ramo Hamburgueria Vegana





CICATRICURE – REPOSICIONA- MENTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com uma linha completa de produtos inovadores para o cuidado com a pele, a marca Cicatricure ampliou seu portfólio e nos convidou para evoluir o seu posicionamento, com o objetivo de garantir a relevância da marca para o atual público e a conquista de novos consumidores. O desafio é estabelecer Cicatricure como uma solução especialista no cuidado e na regeneração das marcas que surgem ao longo da vida, graças ao seu alto conhecimento no tratamento de cicatrizes. Para isso, evoluímos as linguagens visual e verbal e desenvolvemos um novo sistema de embalagens, que fortalecem a imagem de uma marca de cosméticos inteligente, tecnológica, democrática e didática.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Ricardo Bezerra
Design: Ila Bandarovsky Cecília Costa
Bruna Aragão Fabrizzio Nascimento
Jade Azevedo Vinicius Tamajusuku
Estratégia: Tânia Savaget Ícaro Matias
Conteúdo: Elen Campos Negócios: Cris Sech Paula Chagas

AUTORIA | ANO

Tatil Design | 2019

CLIENTE

Cicatricure



LEVORIN

LEVORIN

JUNTOS EM DUAS RODAS

LEVORIN

JUNTOS EM DUAS RODAS

Produto e oferta

SMART CHOICE

Pneus de moto e bicicleta com melhor custo benefício e para as necessidades do usuário.

Vínculo emocional

COMUNIDADE

Fomenta uma comunidade que acolhe e representa quem se dedica para ritos em duas rodas.

Visão de mundo

MOBILIDADE

promove uma mobilidade mais humana que considera as pessoas e suas vidas com todo o equilíbrio.

TORNAR A MOBILIDADE URBANA MAIS HUMANA



ENTUSIASMADA

para quem

CÚMPLICE

da vida de quem anda.

INCONFORMADA

com o preço do produto.

CONCILIADORA

das diferenças no produto.

com o propósito

FACILITA ESCOLHAS

LEVORIN

JUNTOS EM DUAS RODAS



BRANDING LEVORIN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Levorin é uma Marca brasileira de 70 anos, especializada em pneus de moto e bicicleta, recentemente adquirida pela Michelin para se tornar a Marca smart choice do grupo. Apesar de ser uma das líderes do segmento, tinha uma proposta pouco clara, de expressão neutra, que passava despercebida em meio a um segmento pautado nas mesmas premissas: desempenho, liberdade estereotipada e da “radicalidade”. Nosso desafio foi repensá-la com base em um propósito capaz de mobilizar todo o ecossistema, “tornar a liberdade urbana mais humana”, criando uma Marca icônica que engajassem toda a cadeia até o consumidor final.

FICHA TÉCNICA

Daniilo Cid - VP de Marca
Lais Cobra - Diretora de Estratégia
Fernanda Salgado - Diretora de Marca
Beatriz Guarezi - Estratégia
Camila Engel - Design
Flora Canal - Design
Lucas Rodrigues - Design
Adilson Junior - Conteúdo

AUTORIA | ANO

Ana Couto | 2019

CLIENTE

Levorin





EXPERIÊNCIAS QUE TRANSFOR- MAM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A livraria Cultura é uma marca reconhecida e querida no Brasil, especialista no setor livreiro. Após a aquisição da Fnac, começou a atuar também no mercado de eletroeletrônicos. Nosso desafio foi adaptar a identidade da Cultura aos novos tempos, modernizando a loja com novas plataformas para levar conhecimento, literatura e entretenimento às pessoas. Qual o conceito para definir essa nova “Cultura”? Qual o propósito, a partir da inclusão dos eletrônicos? E como posicionar esse novo “varejo” híbrido? Para traduzir tudo isso, o lettering ganhou uma tipografia proprietária, inspirado nos museus que têm identidade contemporânea, e uma linguagem sofisticada, elegante.

FICHA TÉCNICA

Direç. Geral: Luciano Deos Direç. Técnica do Projeto: Renato Figueiredo Direç. Operação: Letícia Falcão Direç. Comercial: Klaus Westphalen Head EStratégia: Renato Figueiredo Coord. Estratégia: Gabriela Elias e Marcos Vale Head Design: Grace Meurer Coord.de Design e Comum.: Andres Soler Head Reatil: Leonardo Koboldt Araujo Coord. Retail: Marcio Lopes

AUTORIA | ANO

GAD⁷ | 2020

CLIENTE

CULTURA

CULTURA



I J R

C C C
R R R
^ A A

CULTURA

CULTURA

CULTURA



CREDICARD: PO- SICIONAMENTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de desenvolvimento de estratégia para reposicionamento da marca Credicard no mercado através de nova identidade visual, personalidade de marca e tom verbal, alinhados aos pilares estratégicos. Promovemos a evolução de estratégia e identidade a fim de deixar a marca mais transparente, com jornadas mais simples e intuitivas, buscando novas conversas e experiências mais conectadas ao cliente. Nos inspiramos na história de marca, conhecimento e aprendizados para criar soluções que aproximem as pessoas do que é mais valioso para elas.

FICHA TÉCNICA

Alex Guazelli Clayton Caetano Julia Haiad Emilio Dossi Tom Oliveira Felipe Valério (Fragma)

AUTORIA | ANO

Itaú Design | 2019

CLIENTE

Credicard

Credicard - Resposta Inteligente

SMART

Evoluímos sempre, insubstituíveis na busca por **soluções inteligentes** para cada momento dos nossos clientes super conectados.

Tiramos burocracias e dificuldades do caminho para criar interações cada vez mais **simples, diretas e intuitivas**.

CONEXÃO

Procuramos reconhecer **novas conversas** e construir **experiências inesquecíveis**.

Trabalhamos para criar **conexões surpreendentes** entre nossos clientes e o ecossistema à sua volta.

Reconhecemos e damos respostas por **boas iniciativas** que acolheram a nossa volta.

PARCERIA

Sabemos ouvir, **reconhecer e comemorar** as conquistas dos nossos clientes, sejam elas do tamanho e no momento que forem.

Nos inspiramos em nossa **história, conhecimento e aprendizados** para criar soluções que aproximem as pessoas do que é mais valioso para elas.

Credicard - Resposta Inteligente

pilar
smart

pilar
conexão

pilar
parceria

o que
pensa em vc

o que
combina com vc

o que
acredita em vc

como
descomplica

como
chega perto

como
se importa



IUPP ITAÚ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

iupp! A gente chegou! Quem nunca sofreu com trocas de milhas por passagens aéreas em portais complicados e experiências confusas? Ou com longas esperas até juntar a alta quantidade necessária de pontos? O Itaú olhou para os seus e os demais programas de fidelidade e viu uma oportunidade: facilitar o acesso e simplificar a jornada, lançando um programa de benefícios unificado, aberto para clientes e não-clientes do banco. O produto nasce com a missão de trazer a troca de recompensas para o dia a dia das pessoas, através do uso de vários tipos de produtos financeiros, com uma proposta fácil, acessível e diversa. Nossa proposta de valor deu origem aos pilares que nos guiam: confiança, acesso e felicidade. Como o próprio nome, a marca é próxima, simples e – principalmente – feliz.

FICHA TÉCNICA

Alex Guazelli, Clayton Caetano, Julia Haiad, Renata Rodrigues, Lucas Mayer, Beatriz Oliveira, Giovana Giroto, Isabel Gomes, Fabiola Lobato, Talita Paoletti, Felipe Cury.

AUTORIA | ANO

Itaú Design | 2019

CLIENTE

iupp Itaú



chegou iupp,
o programa
de benefícios
focado em você



praia na
segunda
feira

iupp
Itaú



dar
risada
sozinhe



grin



GRIN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos o posicionamento e linguagens verbal e visual de Grin, uma marca de patinetes presente em toda a América Latina. Para alinhar o discurso em todos os países, partimos da ideia que nos grandes centros urbanos, os problemas de locomoção são praticamente idênticos. Assim, desenvolvemos um tom de voz que funciona em português e espanhol e é facilmente compreendido por todo mercado latino, a partir do conceito “Faz seu caminho” ou “Haz tu camino”. Fizemos uma nova linguagem visual, mais impactante, corajosa e icônica, inspirada nos grafismos e formas urbanas, alinhada ao momento de crescimento da startup. Para garantir sua visibilidade em qualquer canto das cidades, escolhemos um verde vivo, chamativo, que expressa a potência da marca.

FICHA TÉCNICA

Diretores de Criação: Fernando Andreazi e Pedro Mattos / Gestão: Carolina Brandão e Gabi Telles / Estratégia: Fernando Andreazi, Pedro Mattos e Carolina Brandão / Redação: Fernando Andreazi / Design: Pedro Mattos / Tradução para o espanhol e pesquisa: Mario Ernesto Gómez Abud.

AUTORIA | ANO

Rebu | 2019

CLIENTE

Grin Scooters





LUZ, DESIGN & TECNOLOGIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Considerada a maior loja do segmento na América Latina, a Yamamura tornou-se uma referência por oferecer um mix completo de soluções em iluminação e um time de especialistas em luminotécnica. Após 40 anos de história, e atenta às mudanças do contexto mundial, a Yamamura nos desafiou a auxiliá-la na construção das bases e diretrizes para o início de um NOVO ciclo de crescimento. Após um processo de imersão e análise do contexto competitivo (visitas às lojas e competidores), aliado a uma investigação com os diferentes públicos da marca, recomendamos que seu novo posicionamento fosse ancorado em 3 pilares: Luz, Design e Tecnologia. Sugerimos uma nova arquitetura de suas marcas e serviços e também a transformação do universo visual da marca, atualizada para o novo contexto de mercado.

FICHA TÉCNICA

Diretoria Executiva: Marta Cardoso e Gian Franco Rocchiccioli
Diretor de Estratégia: Thiago Belas
Estratégia: Pablo Ladeira e Alexandre Mori
Diretor de Criação: Thiago Belas
Designers: Will Nunes e Paloma Valls
Atendimento: Alexandre Colin

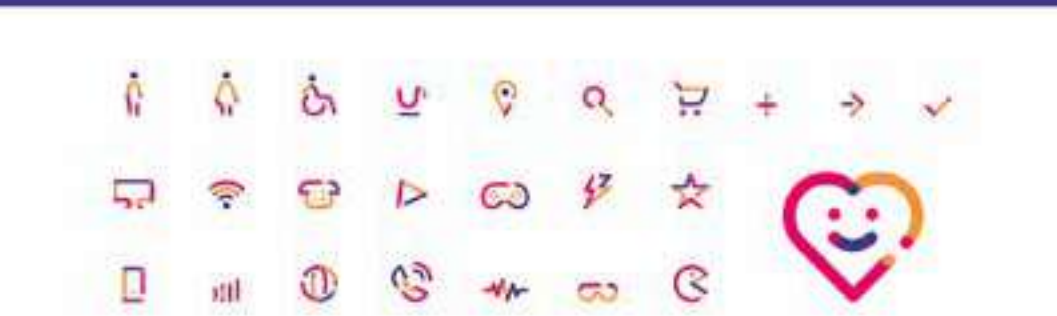
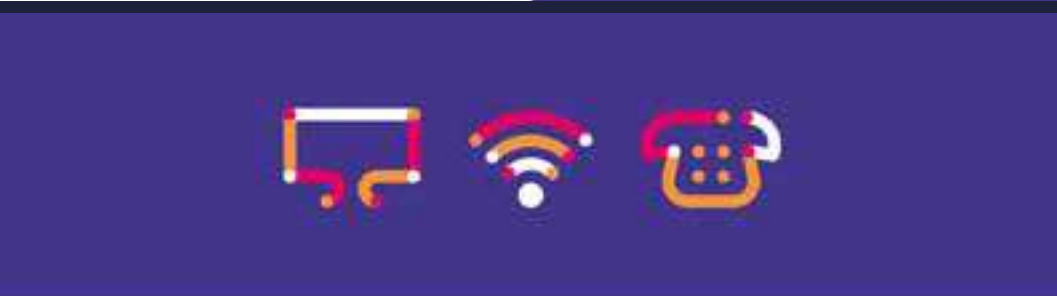
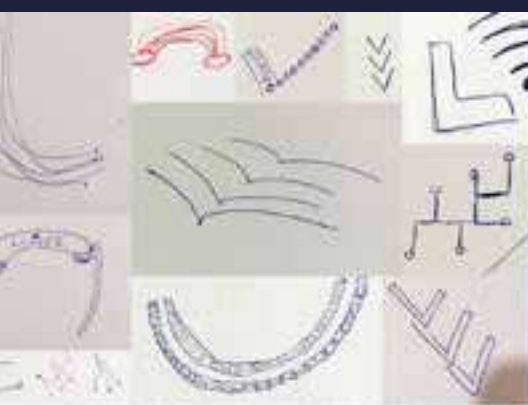
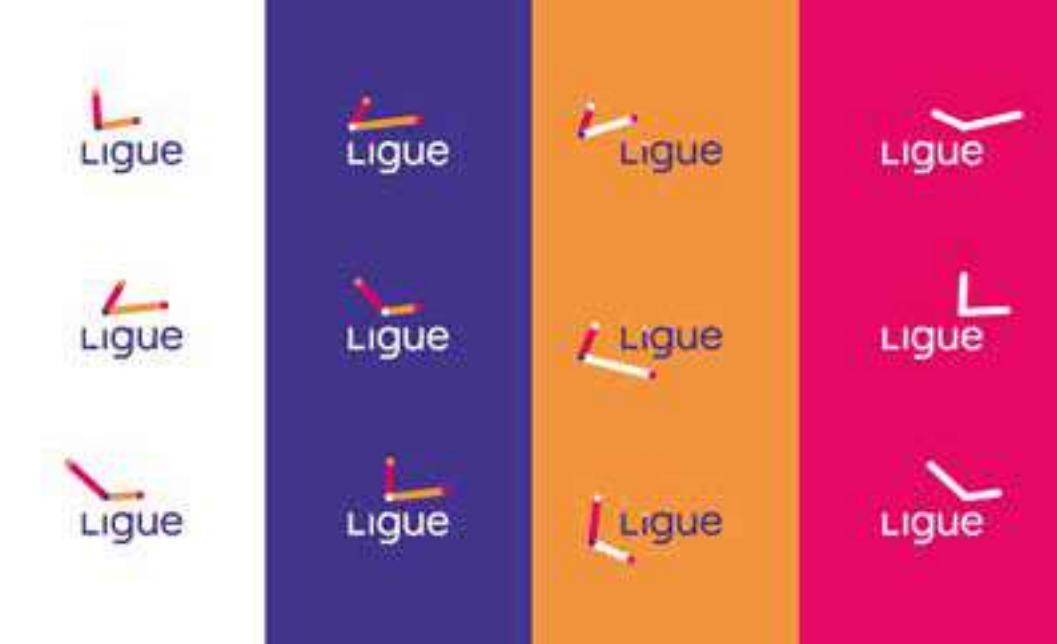
AUTORIA | ANO

Pande | 2019

CLIENTE

YAMAMURA





LIGUE-SE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O processo de rebranding da Ligue - uma telecom que oferece soluções em telefonia, internet e TV - contou com uma estratégia de reposicionamento que incluiu a criação de uma nova identidade verbal e visual, com pesquisas, entrevistas e dinâmicas que envolveram colaboradores e diretoria.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Alexandre Nami
Design: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
Gestão de conta: Pedro Nami
Planejamento digital: Maria Alice Sanches
Redação: Daiane Catarin
Aprovação: Juliana Pizi, Danilo Gabriel Pereira

AUTORIA | ANO

Brandigno | 2019

CLIENTE

Ligue Telecom



PIT STOP – ABAS- TECE E VAI!

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ambev tinha como projeto para 2019 repensar o futuro das franquias Pit Stop Skol. O desafio era claro: criar um dos maiores cases de franchising do Brasil através do seu reposicionamento de marca e modelo de negócio.

FICHA TÉCNICA

Ana Flávia Fernandes, Ciro Rocha, Gabriella Vieira, Gustavo Moura, João Tiago Camargo, Lucas Arruda | Brand Video: Fernando Vital

AUTORIA | ANO

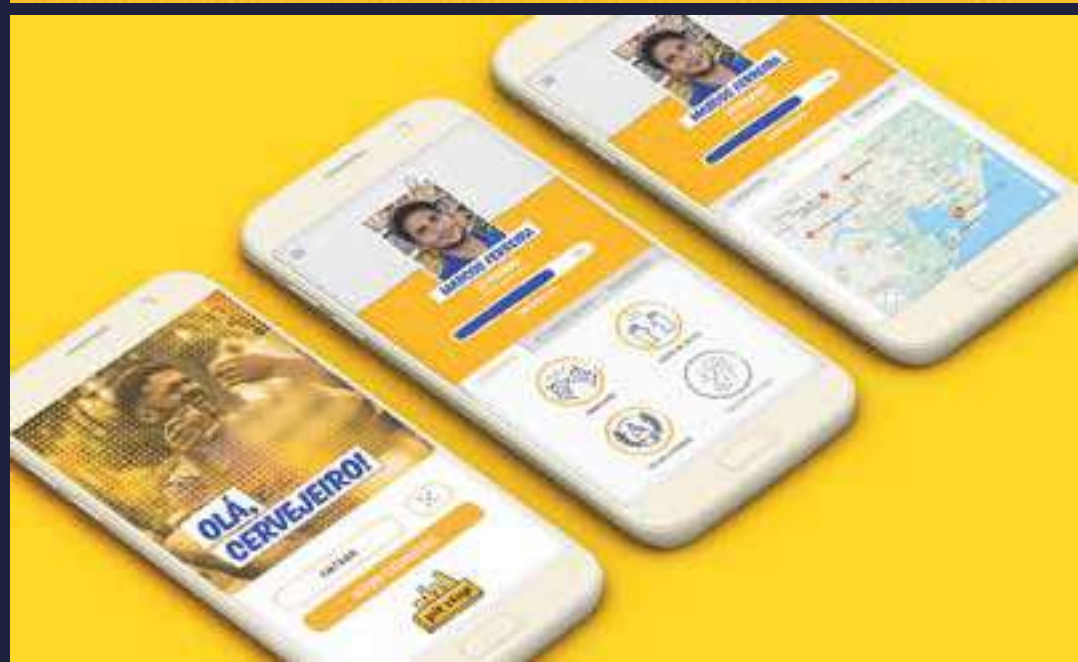
Enredo | 2019

CLIENTE

ambev



ABASTECE E VAI





O BANCO QUE TE INCLUI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Via Varejo e a startup norte-americana Airfox, que atua na área de soluções de pagamentos móveis e digitais, precisavam lançar seu banco digital. Um banco que se posiciona como um player que busca “promover a inclusão econômica e social à população sem ou com pouco acesso aos bancos tradicionais.” Para isso, além da estratégia e do naming, criamos a identidade e a linguagem buscando proximidade com o público com pouco ou sem nenhum acesso a bancos por meio de elementos simples, questionadores, didáticos e intuitivos. O Q será que essa marca tem de diferente?

FICHA TÉCNICA

Direç. Geral: Luciano Deos Direç. Téc. do Projeto: Renato Sutti e Taise Kodama Direç. Op.: Letícia Falcão Direç. Comercial: Klaus Westphalen Gestão do Projeto: Rose Souza Direç. Técnica Estratégica: Renato Sutti Direç. de Design e Comunicação: Taise Kodama e José Borghi Coord. Design e Comunicação: Beatriz Ribeiro, Andres Soller e Christian Torre

AUTORIA | ANO

GAD' | 2019

CLIENTE

BANQI

banQi





POSICIONAMEN- TO BRADESCO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Evolução da marca tanto em posicionamento quanto identidade, mantendo a conexão emocional existente, porém com um maior alinhamento com a visão de mundo da marca.

FICHA TÉCNICA

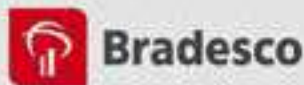
CEO - Marcelo Bicudo Estratégia de marca - Janet Riddell Head de design - Shingo Sato Designers: Bruno Souza, Edipo Zolini, Estevam Abe, Leonardo Peres, Rodrigo Munhoz e Sauê Ferlauto, Typdesigner - Fábio Haag Bradesco: Márcio Parizotto e Daniela Ugayama (Dir. Marketing), Dulce de Oliveira, Rodrigo Nunes e Sérgio Belmonte (Design Team).

AUTORIA | ANO

Superunion | 2019

CLIENTE

Bradesco



antes / depois



Aprova sans é a nossa tipografia

Aprender é pra todo mundo

Aprova sans — Regular — 25pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aprova sans — Bold — 25pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aprova sans — Black — 25pt
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789



Aprova sans

Aprova sans

Aprova sans Regular



BRANDING |
POSICIONAMENTO GRANDES EMPRESAS



POSICIONAMENTO & MARCA DESCOMPLICA — APRENDER É PRA TODO MUNDO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Descomplica é a maior empresa de educação digital do Brasil, ajudando milhões de estudantes a se prepararem para os mais competitivos desafios para empregabilidade: finalizar a escola e entrar para uma faculdade ou universidade. Existe uma barreira enorme entre a educação de qualidade e a maior parte da população do Brasil. O objetivo do Descomplica é demolir essa barreira, custe o que custar. A gente acredita que aprender é para todo mundo e por isso não vamos parar até que educação chegue a cada brasileiro que precisa. Nosso projeto foi revisitar a marca, posicionamento, voz e identidade, com o objetivo de representar e comunicar nosso DNA, nossa visão e serviços com maior consistência, clareza e propriedade, em um sistema capaz de escalar e evoluir para diversas áreas da educação.

FICHA TÉCNICA

Marco Fisbhen — CEO Victor Sahate
— Diretor de Criação e Design Rafael Cunha — Diretor Pedagógico Mafê — Gerente de Branding Javier Parejo — Consultor de Marketing Pedro Julien — Head Design Faculdade Ivan Fachini — Head Design Enem Kenzo Mayama — Designer MAKE Mariona Ortiz — Designer MAKE Luiza Sá — Redatora





POSICIONAMEN- TO TENDA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tenda é uma das marcas construtoras focadas no Programa Minha Casa Minha Vida mais conhecidas do Brasil. O sonho da casa própria é algo presente para todos os brasileiros e a Tenda dá acesso à essa conquista. Para tangibilizar isso, lideramos o projeto de rebranding da marca, realizando grupos de pesquisa com clientes e prospects e entrevista com os principais stakeholders, com a finalidade de redesenhar o posicionamento da marca e, como consequência, seu tom de voz, logo e manifestações.

FICHA TÉCNICA

CEO: Marcelo Bicudo Dir. de Criação: Heitor Piffer Head de Design: Shingo Sato Design: Robson Maciel Head de identidade verbal: Robson Henriques Head de Negócios: Juliana Ajaj Planejamento: Thiago Sobolewski Tráfego: Nataly Alves Revisor: Bruno Prisco Tenda: Luis Gustavo Martini Rodrigo Osmo Mariana Lima Vinicius Panvechi Ana Carolina Laporte

AUTORIA | ANO

Superunion | 2020

CLIENTE

Tenda

Tenda
sua próxima conquista

Nova tagline

1. A tagline deve ser curta, clara e fácil de lembrar. Deve ser capaz de transmitir a essência da marca e ser relevante para o público-alvo. Deve ser única e diferenciadora, refletindo a personalidade da marca.

2. A tagline deve ser relevante e significativa para o público-alvo. Deve ser capaz de gerar identificação e conexão emocional com a marca.

3. A tagline deve ser consistente com a identidade da marca e com os valores que ela representa. Deve ser capaz de reforçar a mensagem da marca e ser facilmente associada a ela.

**SUA
PRÓXIMA
CONQUISTA**

Novo posicionamento e tom de voz:

Mais próximos,
amigáveis
e empáticos.
**Valorizamos
cada conquista.**

Nova tagline

**Sua próxima
conquista.**



POSICIONAMENTO DOCOL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Docol é uma empresa de mais de 60 anos, sempre atenta ao modo de viver e de se relacionar das pessoas. Esse olhar, a reputação construída até aqui e a convicção de que o bom design melhora a vida das pessoas são os motores de sua evolução. Essa marca está presente na casa de milhares de brasileiros e em espaços coletivos e públicos, proporcionando experiências especiais e bons momentos através da água. Esse projeto de rebranding (estratégia e design), é um marco importante nessa trajetória de sucesso e tem contribuído a direcionar a Docol cada vez mais para a liderança. Na ExpoRevestir 2020, a redução de público do evento foi de 20%, enquanto para o estande da Docol subiu 20% em relação a 2019.

Os pilares do design Docol

- 1** INOVATIVOS
Desafiamos a inovação e a criatividade para criar soluções únicas.
- 2** PARA MAIS PESSOAS
Nosso design é pensado para atender a todas as necessidades e desejos.

Os pilares do design Docol

- 3** VOLUNTARIA E ESSENCIAL
Nosso design é pensado para atender a todas as necessidades e desejos.
- 4** SUSTENTABILIDADE
Nosso design é pensado para atender a todas as necessidades e desejos.

Os pilares do design Docol

- 5** SEM VINCULOS EMBARRAÇOS
Nosso design é pensado para atender a todas as necessidades e desejos.
- 6** INOVATIVAS SOLUÇÕES REMOVÍVEIS
Nosso design é pensado para atender a todas as necessidades e desejos.

O design aproxima as pessoas.

Comunicamos, inspiramos e promovemos uma experiência única e memorável para cada um dos nossos clientes. Nosso design é pensado para atender a todas as necessidades e desejos.

FICHA TÉCNICA

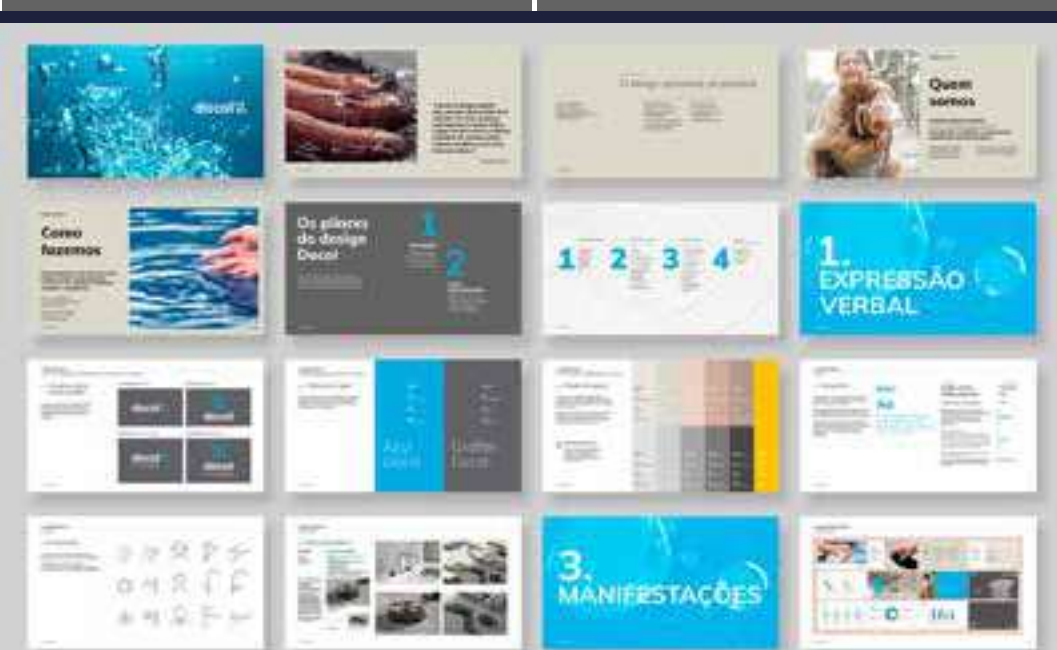
CEO – Marcelo Bicudo. Head de negócios – Fernanda Klebis Dias. Dir. de Criação – Heitor Piffer. Head de design – Shingo Sato. Designers – Robson Maciel e Willams Rocha. Head de estratégia – Raquel Szejnberg. Head de Identidade verbal – Robson Henriques. Estratégia – Ana Virtuozo. Equipe Docol: Debora Krelling, Baba Vacaro, Fernando Pruner, Guilherme Bertani, Clarice S. Mello

AUTORIA | ANO

Superunion | 2020

CLIENTE

Docol





RAPPI: MAIS QUE UM APLICATIVO DE ENTREGA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Rappi é uma startup fundada em 2015, na Colômbia, em um cenário composto de pessoas sem tempo para as tarefas diárias, de lojistas sem estrutura para expandir os negócios e de uma força de trabalho afetada pela crise. Hoje, a empresa possui operações em toda a América Latina. Devido à sua rápida expansão internacional, Rappi tinha o desafio de deixar sua comunicação e experiência homogêneas em todos os países, sem perder a localidade de cada praça e o DNA latino da marca. Por conta da concorrência, sua comunicação era focada na entrega de comida, o que apresentou à marca outro desafio: mostrar que ela oferecia mais que isso. Então, foi criado o posicionamento de marca LATAM, que fez com que a Rappi deixasse de ser apenas um aplicativo de entregas e se tornasse uma nova forma de ver a vida.

FICHA TÉCNICA

André Matias Alexandra Borin Carolina Lyra
Ciro Geara Cristina Penz Facundo Gari
Letícia Shino Luana Alahmar Marcelo Manha

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Rappi

The Rappi logo, featuring the word 'Rappi' in a white, rounded, cursive font against a solid red background.

Vivemos em um mundo onde tudo muda muito rápido e as pessoas estão sempre ocupadas

**trabalho.
tarefas.
responsabilidades.
problemas.
urgência.
informação.
notícias.
possibilidades.**

**E não tem como escapar
dessa realidade...**

**Mas é por isso que
existe Rappi**



RAP 10

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Posicionamento, arquitetura de marca, tom de voz e evolução do conceito visual de embalagem.

FICHA TÉCNICA

TIME BENDITO DESIGN

AUTORIA | ANO

BENDITO DESIGN | 2019

CLIENTE

BIMBO DO BRASIL



CARTEIRA DIGI- TAL BB

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Banco do Brasil, um dos maiores e mais tradicionais bancos do país, chamou a FutureBrand para criar a sua carteira digital. A partir de um profundo diagnóstico, a inspiração para a plataforma de marca nasce da pergunta: como uma carteira digital cuida do que é valioso para as pessoas? Concluímos que o tempo, a segurança e a evolução são três fatores muito relevantes para todos. O posicionamento foi criado para dar vida a uma carteira digital que traduz a identidade brasileira e facilita a vida dos clientes de diversas formas possíveis. Torna-se assim o novo jeito de o brasileiro usar dinheiro, trazendo evolução para suas interações no universo financeiro.

FICHA TÉCNICA

Alexandra Ferreira Carolina Lyra Francisco Fernandes Rodrigo Valdevite Daniel Alencar Laura Scachetti Diego Oliveira Gustavo Vasconcelos Maria Paula Bicalho Makoto Saito Natália Melo

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Banco do Brasil



a CARTEIRA
DIGITAL que é
a CARA DO BRASIL.



Como uma carteira digital cuida do que é valioso para as pessoas? Entendemos que

**O TEMPO,
a SEGURANÇA
e a EVOLUÇÃO**

são três fatores
extremamente relevantes.

Queremos viver a vida como se passos se relacionam com o dinheiro e com o universo financeiro.

Simplificar as transações e torná-las mais práticas, acessíveis, seguras e vantajosas. É, dessa forma,

**SER O NOVO JEITO
DO BRASILEIRO
USAR DINHEIRO.**





STB

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um intercâmbio tem a capacidade de transformar a vida das pessoas para sempre. STB é uma marca que há mais de 40 anos tem como missão propor essa experiência para seus clientes. Nosso desafio? Reposicioná-la visando seu novo momento: se tornar um marketplace de experiências internacionais. A pesquisa foi uma ferramenta poderosa para esse projeto; ela nos possibilitou entender o verdadeiro sentido de um intercâmbio, e como as trocas culturais são construtivas para moldar e transformar diferentes jornadas. Além disso, ampliamos nossa percepção sobre o mercado e a visão das pessoas com relação a marca.

FICHA TÉCNICA

Estratégia e Branding: Anna Carla Abreu Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe Direção de criação e design: Marcelo Roncatti Atendimento: Vanessa Queiroz e Eloisa Vieira Design: Pedro Pionotti e Kevelyn Oliveira Motion: Amália Lage Finalização: Silas Yamakami

AUTORIA | ANO

Colletivo, Estúdio Independente de Design Ltda | 2019

CLIENTE

Student Travel Bureau





SADIA POSICIONAMENTO DE MARCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Sadia é uma marca ícone presente no dia-a-dia de milhares de brasileiros e se tornou uma das marcas alimentícias mais lembradas e valiosas do Brasil. Mas, em 2017 um novo contexto impactou seus resultados e imagem da marca. A Operação Carne Fraca gerou uma crise no setor de proteína animal, levando ao consumo decrescente de carne no país. A marca Seara entrou no mercado com altos investimentos em comunicação e um pipeline de inovação competitivo. Novas marcas com apelo natural ganhavam destaque, atendendo uma demanda crescente de saudabilidade. Esse contexto tornou necessário um reposicionamento de Sadia, que trouxesse uma proposta relevante aos consumidores, se diferenciasse dos concorrentes e fosse pertinente ao mercado brasileiro, para retomar seu protagonismo no segmento alimentício.

FICHA TÉCNICA

Direção Estratégica: Solange Ricoy
Consultores especialistas associados: Renato Sutti e Ken Fujioka

AUTORIA | ANO

Alexandria - Consultoria de Branding e Inovação | 2019

CLIENTE

BR FOODS



Posicionamento de marca

O desafio

Entre 2013 e 2018, a BRF passou por uma reestruturação corporativa, enquanto o segmento como um todo enfrentava uma grande crise de credibilidade. Nosso desafio era iniciar uma nova fase na história da BRF, revitalizando a marca Sadia.

Para este projeto, tínhamos um imperativo estratégico: fornecer uma estatura ícone para a primeira marca de alimentos congelados do Brasil, líder indiscutível na categoria e marca de alimentos mais amada pelos brasileiros.

Também tínhamos um objetivo de negócio: levar seus produtos de volta às residências e geladeiras de todos. Nosso propósito era compartilhar o melhor que a Sadia tem a oferecer, em cada refeição, todos os dias.

Alguns INSIGHTS inspiradores

Um contexto importante

A marca mais saudável será aquela que fornecer carnes de qualidade indiscutível, a partir de uma fonte natural, fresca, processada usando as melhores partes do animal, ou oferecendo receitas para que as pessoas façam em casa.

A saudabilidade não é sobre produtos e marcas (como conveniência e sabor), mas sobre a determinação, consciência, disciplina e maturidade de um indivíduo.

Práticas Integrais: Por meio de ingredientes, produtos e marcas.

Práticas Integrais: Que formam um estilo de vida.

Elas funcionam como um sistema.

BRASILIDADE

Atua Brasil foi a grande inspiração para os grafismos, cores e jeito de fotografar os momentos do esporte. A tipografia e composição das fontes remetem à arte brasileira. Com cores mais fortes e contrastes, todos os elementos refletem a nossa melhor brasilidade.



Marca 1991-2020



REBRANDING CBF

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A imagem da CBF precisava ser revitalizada, em todos os sentidos. Uma Marca desgastada, com percepções negativas e desconectada da sociedade e do seu público, especialmente de uma geração mais nova. Era necessário reconquistar a confiança das pessoas. Com o objetivo de se consolidar como Marca fomentadora do futebol brasileiro, identificamos os seguintes desafios para o projeto de Rebranding da CBF: 1. Criar um Propósito claro; 2. Trabalhar a Marca para que ela responda às ambições de futuro da CBF e tenha maior performance no digital; 3. Evoluir o ecossistema do futebol, engajando federações e clubes; 4. Avançar na internacionalização do futebol nacional de clubes; 5. Consolidar o movimento de transformação na gestão da CBF; 6. Melhorar a percepção da Marca CBF. Percebemos a necessidade de sair da dicotomia “paixão-desilusão” pelo futebol para o “amor”, aquele que cuida, quer ver bem e está disposto a construir uma relação sólida, mostrando que a CBF pensa o futebol muito além de uma partida de 90 minutos. Construímos uma personalidade de marca que expressa talento, alegria, união, coragem, fé, ousadia. Mas que fala também sobre disciplina e competência. Tudo o que o nosso futebol precisa. Esta personalidade guiada por um propósito que entende que o nosso futebol pode ser a nossa melhor brasilidade.

FICHA TÉCNICA

Ana Couto - CEO Danilo Cid - VP de Marca Erika Pinheiro - Diretora de

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



A NOVA LINGUAGEM VISUAL DA BOX 1824

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste na criação de uma nova linguagem visual para a Box 1824, uma empresa reconhecida pelo seu know how em pesquisa. Ao completar 15 anos de mercado, revisou a sua proposta de valor e enxergou a necessidade de também revisar a sua identidade visual para se apresentar com um escopo mais amplo de atuação com ênfase em inovação. Assim, criou-se um novo universo visual para a marca, alinhado à nova estratégia e posicionamento. O trabalho deu origem a um novo sistema visual, com orientação de cores, elementos e tipografia, que ilustra esse novo universo e traz diretrizes de utilização. O novo key visual foi utilizado para criação de um novo website, templates de apresentações comerciais e institucionais e para a comunicação em redes sociais e outras plataformas.

FICHA TÉCNICA

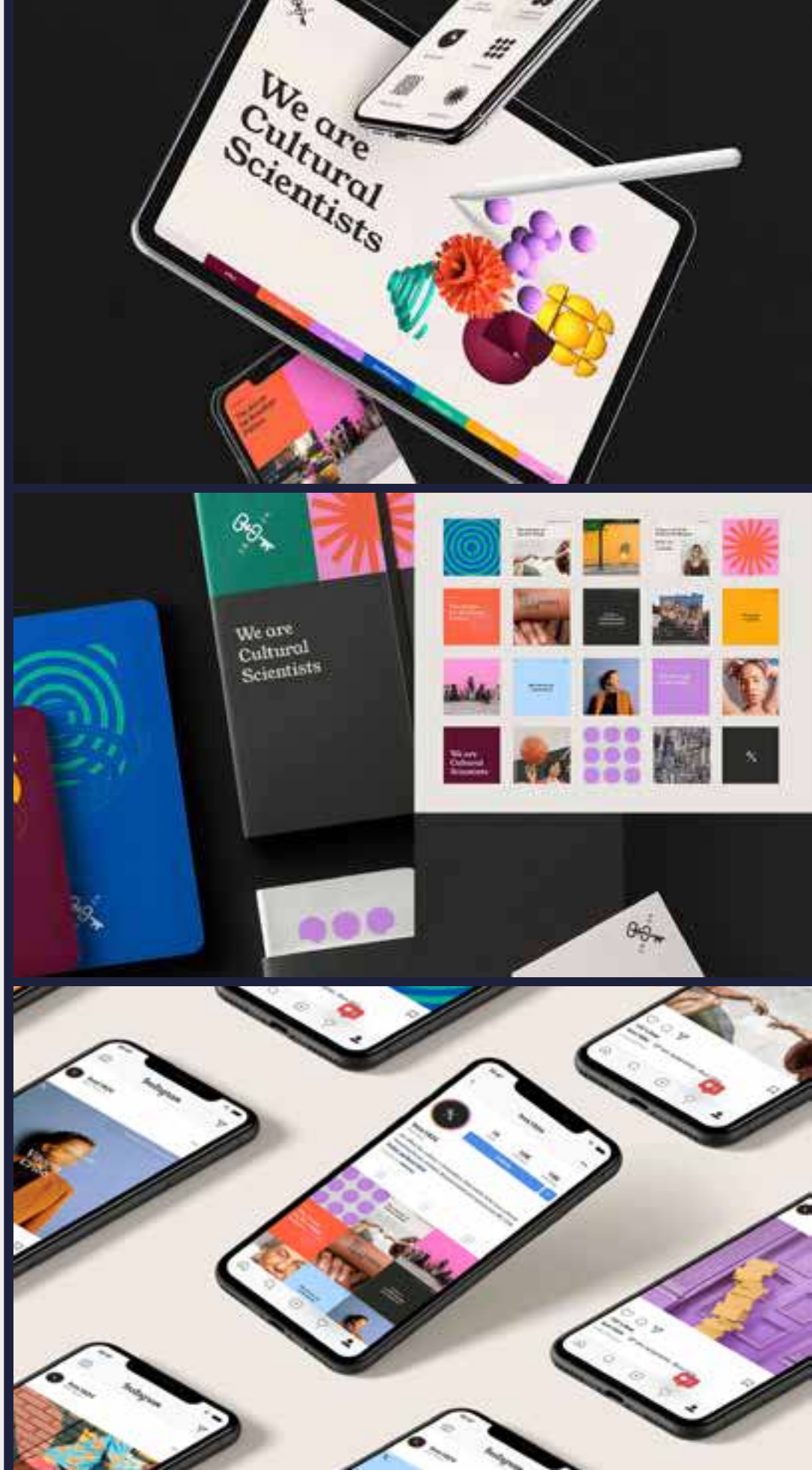
Matheus Pinto, Moises Hansen, Beatriz Janoni, Rodrigo Martins Costa

AUTORIA | ANO

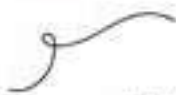
Valkiria Inteligência Criativa | 2020

CLIENTE

Box 1824



Ser saudável
é ser **mais leve.**



A leveza do espírito livre, a leveza que se escolhe, a que contagia. Leveza de viver intensamente o que se faz bem, de se permitir aproveitar a jornada, de viver com equilíbrio.

A leveza como potência.



ALICE, SAÚDE COMO DEVE SER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Alice nasce com um propósito ambicioso: um plano de saúde diferente de tudo o que existe no mercado, pautado no entendimento da saúde como algo holístico e integral. Alice acredita na saúde preventiva, em que o contato com a marca deve ser frequente e constante para que ela aja na prevenção e não na doença, lógica diferente do padrão da maioria dos planos. Para atender a essa demanda, foi preciso criar uma marca nova – da estratégia à identidade verbal e visual. Criamos então seu propósito de “criar um mundo mais saudável” inspirado pelo conceito de trazer leveza ao cuidado da saúde. Assim é Alice, uma marca leve, proativa, verdadeira e diferente que acolhe as pessoas, entende seu jeito de ser e as orienta com o objetivo de prevenir, deixá-las saudáveis e priorizar a saúde à doença.

FICHA TÉCNICA

Cristina Penz Carolina Lyra Gustavo Vasconcelos Raissa Schpatoff Isabel Melo Giro Gera Marcelo Manha Marcos Vale

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2020

CLIENTE

Alice



Seu endereço eletrônico
com o que você
Queremos proporcionar
Condições para viver melhor.

MOTIVADO

Tornar o mundo mais saudável

Parceiros globais
em saúde, mais seguros
e com o melhor preço.

Alice, uma distribuição e uma
rede com muitas vantagens, com
muitas possibilidades e mais vida.

Empoderamos as pessoas
para que elas possam
e sejam capazes de alcançar
o seu próprio nível de saúde.

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



ARTOOLS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de posicionamento, naming, tom de voz e conceito visual para uma nova marca de materiais de desenho voltada para todos os tipos de artistas: profissionais, iniciantes ou lovers.

FICHA TÉCNICA

TIME BENDITO DESIGN

AUTORIA | ANO

BENDITO DESIGN | 2019

CLIENTE

SUMMIT



ARTOOLS





BRANDING |
POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EM-
PRESAS



BRANDING VERT CAFÉ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto do Vert café foi um trabalho de design 360 graus, onde tudo foi projetado de acordo com o propósito da marca. Desenvolvemos uma pesquisa de concorrentes, entrevistas com possíveis clientes e uma análise ampla a respeito das carências e oportunidades de mercado. Após a fase de estudo, partimos para a criação do propósito da marca e os seus pilares, a partir da relação entre alimentação saudável e surpresa/ entretenimento. Com base nesse norte criativo, desenvolvemos nome, logo, papelaria, embalagens e uniformes, ampliando a comunicação da marca também no projeto de arquitetura, treinamento de funcionários e desenvolvimento dos pratos e apresentações das comidas. o resultado é uma experiência consistente e surpreendentemente encantadora e saudável.

FICHA TÉCNICA

Projeto de Branding envolvendo criação de propósito e pilares da marca, desenvolvimento de logo, projeto de arquitetura, desenvolvimento de embalagens, uniformes, treinamento de funcionários e criação dos pratos servidos, além do desenvolvimento da engenharia de cardápio.

AUTORIA | ANO

Choque design e arquitetura | 2019

CLIENTE

Vert Café

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



CAFETERIA FILMES - POSICIONAMENTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cafeteria Filmes Co. é uma produtora de vídeos com um “twist”. Assim como o nome já diz, eles amam o universo do café e levam muito dele como parte da sua personalidade. Não como um tema, mas como essência. São apaixonados por histórias e isso os leva para um universo de pessoas singulares. Desenvolvemos para esse projeto mais do que peças de design gráfico, trouxemos as produções de pessoas locais para vestir a Cafeteria Filmes de significado e história. Com isso, trabalhamos no reposicionamento e estratégia de marca, redesign da logo e identidade visual, site, embalagens, ilustrações e produtos.

FICHA TÉCNICA

Diretor Criativo Gabriel Macohin Branding/Design Gabriel Macohin/ Paulo Doi Vídeo/Motion design Cafeteria Filmes/ Paulo Doi Sound design e trilha Felipe Scalone Programação Programatório Fotos Ber Sardi Redação Simone Semprebon/ Paulo Doi Agradecimentos Cornelia Gamerschlag Elisa Fogo - Cerâmicas Barba's Couro

AUTORIA | ANO

Petrikór Design | 2020

CLIENTE

Cafeteria Filmes



CERVEJA
COLOMBINA
— A VIDA MERECE UM BRINDE —



COLOMBINA – A VIDA MERECE UM BRINDE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criada a partir da produção local e familiar da Cervejaria Goyaz, a Cerveja Colombina, como ficou conhecida, ganhou prêmios nacionais e internacionais apostando na cultura e nos sabores regionais. Responsável pela primeira linha de cervejas especiais do Centro-Oeste, carrega o Cerrado como bandeira, criando receitas com produtores locais e levando os sabores da região para todo Brasil e até para Europa. Partimos dessa premissa para criar um novo posicionamento e identidade de marca para a Colombina.

FICHA TÉCNICA

Ana Flávia Fernandes, Bianca Dutra, Ciro Rocha, Clara Barnabé, Gustavo Moura, João Tiago Camargo, Laís Ribeiro, Lucas Arruda, Lucas Brito

AUTORIA | ANO

Enredo | 2020

CLIENTE

Cervejaria Colombina



BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



COOKOA - CHOCOLATES VEGANOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Usamos design para mostrar o propósito do negócio da Cookoa. O objetivo desse projeto foi valorizar experiências e motivações de quem produz e de quem consome. O conhecimento sobre nutrição e a habilidade de chocolatier de uma nutricionista foram transformados em chocolates veganos e orgânicos, de agricultura agroflorestal. Alimentação segura e com alto valor nutricional, sem restrições, que contribui com a sustentabilidade econômica de agricultores que acreditam no bem-estar das florestas. O design traduziu essa expressão de sabor para todos e de preservação ambiental em uma marca que deu protagonismo ao cacau - com aspecto humanizado e divertido -, para mostrar a quem consome, uma cadeia produtiva limpa e um produto íntegro e saudável que não exclui, compartilha.

FICHA TÉCNICA

Design, estratégia e conteúdo: Caique Sanfelice, Claudio Mendes e Manoela Hoffmann
Design de embalagem: Maikel Karger.

AUTORIA | ANO

MOVE | 2020

CLIENTE

Cookoa





BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



ESTRATÉGIA E LINGUAGEM DE MARCA ESCOLA EM MOVIMENTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a evolução do seu negócio, a Escola em Movimento, aplicativo criado em 2013 com proposta de agenda digital, se tornou uma ferramenta dinâmica que aproxima pais, alunos e escola. Neste cenário de expansão, a Megalo foi convidada a investigar a percepção da marca. A partir dos norteadores de uma pesquisa com profundidade, chegamos a um novo símbolo que une a tecnologia, o aspecto lúdico da educação e a característica de personalização do aplicativo. Organizamos também a nomenclatura e comportamento dos diferentes serviços oferecidos. A EM se adequa a qualquer tipo de escola, e o toggle transmite esse diferencial com clareza. A identidade construída permite que o negócio se posicione frente a players de mercado, comunicando sua robustez e colaborando na expressão de seus diferenciais.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Estratégia: Rodrigo Deligi
 Diretor de Design: Samuel Oliveira
 Gerente de contas: Layze Machado
 Pesquisa: Eduardo Bonini
 Design: Paula Fioretti, Victória Carvalho, Amanda Piva, Iago Rodrigues
 Redação: Leonardo Saldiva

AUTORIA | ANO

Megalo | 2019



GRILO É UM JEITO DE REIMAGINAR A MOBILIDADE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2019, um grupo de empreendedores se uniu para lançar uma startup de tecnologia e mobilidade urbana. O idealizador do projeto chegou a vender o próprio carro para investir no que imaginou ser um aplicativo de mobilidade baseado em veículos elétricos de três rodas para viagens curtas, conhecidas como last miles. Grilo é um jeito de pensar que nasceu com um sonho, como toda startup, e desde o início pretendeu ser um jeito de melhorar a vida das pessoas nas ruas, especialmente as que se deslocam em distâncias curtas. Logo, o posicionamento estratégico da empresa deveria passar essa ideia de inovação a partir do lúdico e inclusivo. Como posicionar este novo jeito de pensar e atrair a atenção das pessoas? Quem seriam os usuários dos do serviço? Como tornar conhecido o novo modelo de negócios?

FICHA TÉCNICA

Átila Franco Carlos E. Novaes Fabio Bernardi Gregório Leal José Luís Ströher Lara Picolli Miguel Casagrande

AUTORIA | ANO

CDA Design e Morya Comunicação | 2020

CLIENTE

Grilo Mobilidade





→ Hórus é uma plataforma para gestão financeira e controle de consumo em shows e eventos musicais.



HÓRUS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A plataforma Hórus é um sistema de gestão financeira e controle de consumo para shows e eventos musicais. O ponto chave do sistema é evitar desvios de caixa, extravios de produtos e oferecer ao usuário total controle sobre a gestão do evento. O sistema é rápido e preciso, a movimentação da marca se relaciona diretamente à agilidade com que se pode solucionar problemas a partir das informações fornecidas em tempo real pela plataforma.

FICHA TÉCNICA

Rafael Serpa, Tiago Oliver, Mauricio Nunes, Sabrina Pontes e Aurélio Júnior

AUTORIA | ANO

IENE Design | 2019

CLIENTE

Hórus



BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



HOSHINO ALIMENTOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Hoshino Alimentos é uma empresa familiar que produz alimentos desde a chegada do seu fundador Hiroshi Hoshino ao Brasil. Com fortes valores de honra às tradições familiares, respeito a terra produtiva e paixão pela inovação a Hoshino Alimentos cultiva e compartilha os frutos do seu trabalho por gerações. Nosso desafio foi o de criar com eles uma estratégia de posicionamento de marca, bem como identidades visual e verbal.

FICHA TÉCNICA

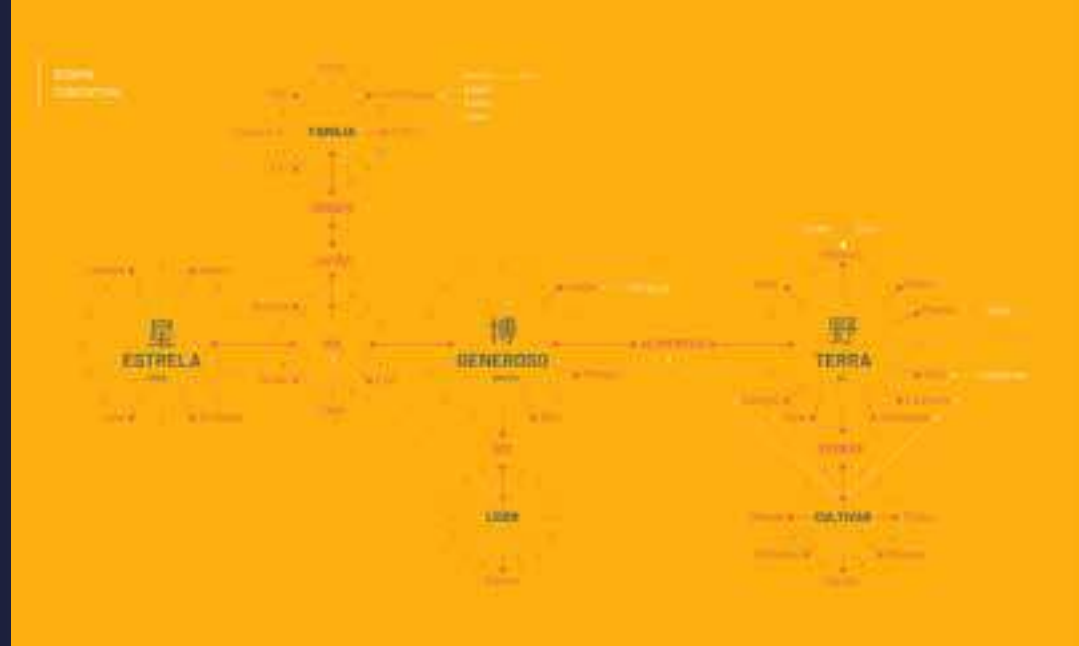
Gerente de Projeto Mariana Jorge e Ivy Miranda Naming e Branding Mariana Jorge e Rodrigo Puelles Identidade Visual Thiago Limón e Gabriel Soares Ilustração Thiago Limón Programação Enrique Trevelin

AUTORIA | ANO

FIB | Fábrica de Ideias Brasileiras | 2019

CLIENTE

Hoshino Alimentos



HUB
INCRÍVEIS

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EM-
PRESAS



HUB INCRÍVEIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenhamos uma identidade potente, original e contemporânea, capaz de dar protagonismo a uma marca que nasce com um desafio ambicioso: repensar o uso e o descarte de embalagens para gerar impacto positivo no mundo.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa – Fred Gelli, Ricardo Bezerra e Beto Biscesto Executiva de Negócios – Bianca Cruz Estratégia de Marca – Juliana Barreto Estratégia Digital – Luiza Magalhães Linguagem Visual e Design – Alexandre Opipari, Rodrigo Pressoto e Mariana Garcia Linguagem Verbal e Conteúdo – Mila Bartiloti e Ana Cunha Produção – Valéria Forte Revisão – Tânia Belarmino

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

HUB Incríveis

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS

HUB
INCRÍVEIS



IDENTIDADE VISUAL MOKA CLUBE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Moka Clube nos procurou para fazer uma Identidade Visual (IDV) para unificar os diversos caminhos visuais da empresa. Pioneiro dos clubes de assinaturas de café se transformou em uma torrefação, clube de assinaturas e articulador da cultura do café. Imergimos nos processos do cliente, fomos a campo para entender os processos de transformação dos grãos, do seu preparo à torra, a relação com os produtores. Também nos colocamos no lugar do cliente para entender como estreitar ainda mais esta conexão. Esse processo revelou um universo de elementos visuais que resultaram em uma estrutura da marca dinâmica e adequada a cada vertente de atuação. A IDV, centrada no branding illustration, desdobrada em embalagens, selos, rótulos, materiais de apoio e sinalização da loja.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Eduardo Rosa & Pedro Besouro. Gestão Criativa: Rafael Ancara. Logo: Eduardo Rosa. Design de informação: Rafael Ancara. Design: Dora Suh, Eduardo Rosa, Felipe Lui, Fernanda Corrêa. Embalagem: Dora Suh, Eduardo Rosa. Desenho: Gustavo Caboco. Fotografia: Diego Cagnato. Gerência de projeto: Fernanda Corrêa e Lucia Angélica.

AUTORIA | ANO

Pedro, Pastel & Besouro | 2019

MOKA CLUBE



MOKA
CLUBE
café & torrefação





BRANDING |
POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EM-
PRESAS



JANTINHA MARA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com um histórico de restaurantes de sucesso, a Chef Mara Alcamim e a equipe por trás do Restaurante Universal decidiu expandir sua operação com um conceito novo: Jantinha Mara, um restaurante com DNA brasileiro, cozinha de raiz interiorana e comida de verdade, e um tom de voz bem-humorado e familiar. Aqui o desafio era criar uma identidade que posiciona o Jantinha Mara como a melhor opção para comida caseira, estabelecendo uma conexão familiar e nostálgica com a cozinha de casa. A marca também deveria ser pensada para um restaurante que opera com retirada e delivery, e que possibilitasse a criação de filiais no futuro.

FICHA TÉCNICA

Ficha técnica: Diretor de Criação: Jorge Verlindo Diretor de Arte: Raphael de Medeiros Conteudista: Deborah Rosa Designer: Ana Terra e Eduarda Trivelli Videomaker: Pedro Bedê Gerente de Projetos: Bruno Maya

AUTORIA | ANO

Verlindo Inteligência em Comunicação
| 2019

CLIENTE

Jantinha Mara

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



JAY JAY – IT'S MY FAV

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Só não espere o esperado. Um carro que nasceu olhando para o futuro e fugindo do senso comum. É diferente de tudo que já foi feito: foi projetado para escapar do que é esperado na indústria automobilística. O projeto era desafiador, pois se tratava de uma mistura entre carro, jipe e buggy, que não se enquadrava em nenhuma categoria existente no mercado. O público também seria bastante particular, composto por jovens, livres e rebeldes, de classe alta e com potencial de influência elevado. Foi assim que nasceu Jay Jay, um veículo original e autêntico, com um posicionamento de marca bem definido para guiar e dar suporte a cada decisão que viesse pelo caminho.

FICHA TÉCNICA

Arnaldo Bastos, Alexandre Rizzuti, Carolina Horita, Cristina Penz, Christian Reid, Ewerton Mokarzel, Federica Botteli, Filippo Vidal, Francisco Fernandes, Glaucio Mazrimas, Gustavo Rodrigues, Laura Scachetti, Luiz Leite, Luiza Borges, Mateus Prado, Rodrigo Alarcon, Sarah Oliveira, Sofia Barbará

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Jay Jay



POSICIONAMENTO



O Jay Jay nasceu de uma ideia, de uma paixão e, ao longo de tempo, o projeto foi se desenvolvendo e ganhando corpo.

Ônibus, ou buggy, ou jipe, precisava, além de uma marca que representasse um lifestyle capaz de conversar com seu público-alvo – jovens de classe alta com atitude rebelde e contemporânea – definir uma categoria que tradicionalmente de forma autêntica o que Jay Jay de fato é.

Nesse sentido, a marca também deveria ser estática o suficiente para que as futuras iniciativas, como um eventual espaço físico, ou a construção de uma nova categoria fariam sentido dentro da história contada.



BRANDING |
POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EM-
PRESAS



KELPI – COMIDA DE CACHORRO PRA CACHORRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O mercado de Pets é um dos que mais cresce no Brasil, junto com a competitividade das marcas no setor. Nosso desafio com Kelpi foi criar uma marca de alimentação natural para cachorros, fazendo parte de uma transição cultural do setor.

FICHA TÉCNICA

Ciro Rocha, Gustavo Moura, Laís Ribeiro, João Tiago Camargo, Gabriella Vieira

AUTORIA | ANO

Enredo | 2020

CLIENTE

Kelpi

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



KENNER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reposicionar uma das marcas de sandálias mais icônicas do Rio de Janeiro? E cumprir ao mesmo tempo dois objetivos ambiciosos: 1º abranger uma extensão ainda maior de targets (apesar do preço alto para o segmento, Kenner tem grande penetração nas classes C, D e E); 2º iniciar o plano de expansão nos EUA. O rebranding precisava traduzir um plano estratégico de entrada nesse mercado, com um sistema de identidade relevante para o contexto americano, mas sem perder os laços com o público brasileiro.

FICHA TÉCNICA

Superunion: Marcelo Bicudo (CEO), Juliana Ajaj (Project manager), Lorena Tomassini (Head of brand strategy), Karina de Jesus Campanha (brand strategy), Shingo Sato (Head of design), Designers: Bruno Souza, Sauê Ferlauto. Kenner (S2): Thomas Simon (CEO), Peter Simon (founder), Cristina Tuna (diretora de marketing), Fabricio Costa (Design manager)

AUTORIA | ANO

Superunion | 2020

CLIENTE

Kenner



KENNER





KIKI GASTRONOMIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O processo de construção de marca vai muito além de criar uma nova identidade visual. Ele se dá, sobretudo, na compreensão de como contar a história de um negócio, seja ele grande ou pequeno. E foi exatamente esse o nosso desafio neste caso junto à Kiki Gastronomia Criativa, lançado no contexto da pandemia.

FICHA TÉCNICA

Questtonó

AUTORIA | ANO

Questtonó | 2020

CLIENTE

Kiki Gastronomia





TUDUM FESTIVAL NETFLIX

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Se Netflix foi longe demais e virou festival, sua linguagem precisava ir tão longe quanto! Como fazer algo proprietário e inovador para o 1º festival young adult da maior e mais amada plataforma de streaming do mundo? Criamos um dialeto próprio que, ainda assim, é democrático. Fala com todes de igual para igual. É livre, jovem e se adapta, ao vivo, criando e se transformando em tempo real. Traz referências dos conteúdos, cria piadas internas com o público e mostra que pertencem ao mesmo universo. Passa aquela sensação de “a gente te entende, sabe? Porque a gente é igual”. Não só replica memes, experiências e frases clichê, ela é feita a partir da essência de tudo isso: uma materialização de forma leve e divertida do inconsciente coletivo. E, neste caso, o inconsciente adolescente.

FICHA TÉCNICA

Ingrid Taveira Elen Campos Paula Marchiori

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Netflix





BRANDING |
POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EM-
PRESAS



OUTUBRO ROSA PRAYA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma embalagem que conversa com seu público e traz uma mensagem sobre autocuidado.

FICHA TÉCNICA

Equipe DBPV

AUTORIA | ANO

DBPV | 2019

CLIENTE

Cerveja Praya

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



PETRIKÓR - POSICIONAMENTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Petrikór é um escritório de branding que ajuda empresas únicas a encontrar e expressar sua voz para as pessoas certas. A crença estruturante de todo o posicionamento de marca se dá na convicção de que por trás de cada empresa, marca e “público-alvo” existe apenas uma coisa: Pessoas. E nós acreditamos nelas. Nesse projeto, desenvolvemos posicionamento e estratégia de marca, naming, voz, logo, identidade visual e site.

FICHA TÉCNICA

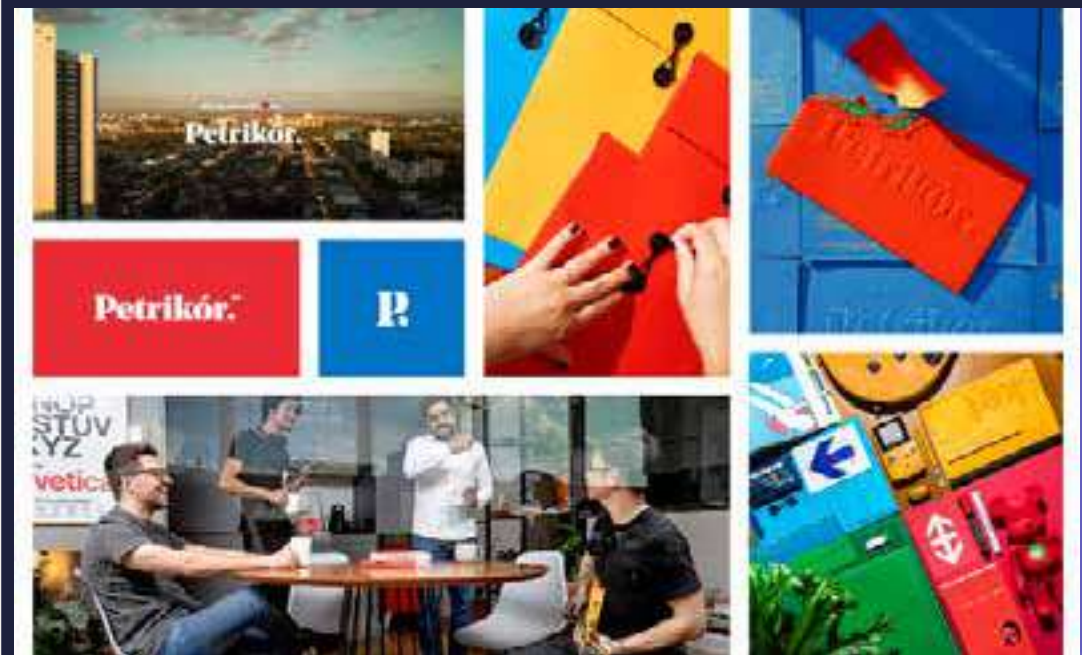
Diretor Criativo Gabriel Macohin Branding/Naming/Design Gabriel Macohin/ Paulo Doi Motion design/ Vídeo Paulo Doi Programação Programatório Fotos Jota Oshiro Gráfica Universal Redação Simone Semprebom/ Paulo Doi/Gabriel Macohin

AUTORIA | ANO

Petrikór Design | 2019

CLIENTE

Petrikór Design



Quicko



Propósito

Dar mais escolhas ao seu tempo.



BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



POSICIONAMENTO - QUICKO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos procurados por uma gigante em infraestrutura com o objetivo de buscar oportunidades de negócios em suas concessionárias de rodovias, aeroportos e linhas de metrô para trazer inovações que impactassem de forma positiva a rotina dos seus mais de 4 milhões de usuários. Mapeamos a fundo a jornada funcional e emocional das pessoas, entendendo suas necessidades para desenvolver os pontos de melhoria na experiência e, conseqüentemente, encontrar oportunidades para desenhar um novo serviço. A partir desse estudo, criamos a Quicko, uma startup que coloca o usuário no centro da sua estratégia de negócio e já nasce com um propósito muito bem definido para conectar todas as iniciativas da empresa.

FICHA TÉCNICA

Design: Caio Campana, Felipe Takashi, Thiago Cruz, Daniel Lamare e Rodrigo Santos
Estratégia: Tatiana Garcia, Letícia Viotti, Sofia Speyer e Felipe Luna
Verbal: Marília Antunes, Mariana Shirai e Marina Finco
Parceiros: Ilustrações: Estúdio Passeio
Tipografia exclusiva: Estúdio Passeio e Ana Laydner
Motion: André Nagae

AUTORIA | ANO

iN - Consultoria de marcas | 2019

CLIENTE

Quicko

BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



REBRANDING FUNDO SOCIOAM- BIENTAL CASA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O redesign da marca de um dos mais importantes fundos socioambientais da América Latina foi acompanhado de um profundo processo de reestruturação, também, do seu posicionamento. O novo manifesto foi escrito a partir de dinâmicas e escuta, tanto dos conselheiros da organização, quanto dos colaboradores, grupos de ativistas e financiadores nacionais e internacionais. A nova logo posiciona o Casa em um diálogo mais direto com outros grandes fundos internacionais. Os dois círculos da marca se entrelaçam, representando o papel da organização, que conecta os interesses de grandes financiadores e pequenas organizações de base, em busca da geração de impacto socioambiental. As ilustrações foram construídas com o objetivo de trazer calor humano ao projeto, que mantém viva a essência do Casa.

FICHA TÉCNICA

Direção de arte: Motora Design Motion
design: Lui Avallos

AUTORIA | ANO

Motora | 2020

CLIENTE

Fundo Socioambiental Casa



BRANDING |

POSICIONAMENTO PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



BAER-MATE: ATRAIR E CO- NECTAR MENTES PARA IR ALÉM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Baer-Mate é uma marca de bebida gasificada à base de chá-mate e suco de maçã, com um forte apelo atitudinal. Apesar de muito relevante entre o público mais alternativo e jovem, era necessário à marca uma base mais sólida, a fim de expandir seu potencial. Para atender a essa demanda, foi preciso organizar a estratégia de marca em um posicionamento inspirador e tático. Em uma imersão no universo Baer-Mate, foi identificada uma grande crença que define a essência da marca: o poder da conexão, individual e coletiva, que atrai o novo e impulsiona para além da zona de conforto. Esse insight guiou o desenvolvimento de todo o projeto, com o objetivo de construir a percepção de que Baer-Mate, mais do que uma bebida, poderia ser uma plataforma que conecta pessoas.

FICHA TÉCNICA

Amanda Ranieri Daniel Alencar Felipe Luz Gabriella Nóbrega Olivia Ribeiro Thayná Alves Victória Bevilacqua Marina Tavares Lucas Storai

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Baer-Mate

Beleza, algoritmos, restaurantes,
serviços essenciais.

Trabalho em casa, aulas online, aplicativos
e apps - no celular e no tablet.

Seguimento, descobertas,
e personalização através de dados,
dinâmica e futuro do fazer.

Exercício, a cada dia, uma vida
com mais significado e relevância.

BUSCAMOS CONEXÕES.
TODO MUNDO QUER PERTENCER.

BÆR-MATE

CONEXÃO E
IMERSÃO:
PROCURAR POR
MOMENTOS ALÉM.

Uma marca que cria atmosfera
que atrai e conecta diferentes
e estilares, unindo aqueles
que sempre buscam ir além.



Baer-Mate
é uma marca
de essência
magnética.



ALICE, SAÚDE COMO DEVE SER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Alice nasce com um propósito ambicioso: um plano de saúde diferente de tudo o que existe no mercado, pautado no entendimento da saúde como algo holístico e integral. Alice acredita na saúde preventiva, em que o contato com a marca deve ser frequente e constante para que ela aja na prevenção e não na doença, lógica diferente do padrão da maioria dos planos. Para atender a essa demanda, foi preciso criar uma marca nova – da estratégia à identidade verbal e visual. A grande inspiração para o projeto foi o conceito de trazer leveza ao cuidado da saúde. E já que a proposta da Alice é ser diferente, ousada, leve e proativa ela teria que se comunicar da mesma forma. Através de um tom de voz proprietário comunicamos o ineditismo da marca que ao falar já mostra que é diferente de tudo o que existe.

FICHA TÉCNICA

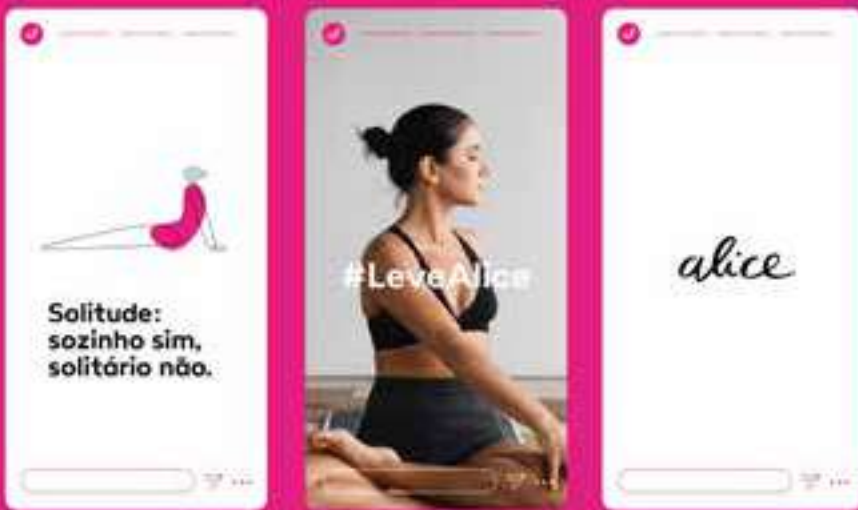
Cristina Penz Carolina Lyra Gustavo Vasconcelos Raissa Schpatoff Isabel Melo Giro Gera Marcelo Manha Marcos Vale

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2020

CLIENTE

Alice





BROTO: SEU JEITO DIGITAL DE FAZER AGRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Broto é a nova plataforma da BB Seguros, voltada para o agronegócio e pensada para desenvolvê-lo ainda mais em todo o Brasil. A fim de expandir a nossa plataforma, lidamos com a tarefa de criar um tom que conversasse com todas as pessoas que fazem parte do mundo do agronegócio: com diferentes níveis de conhecimento e experiência e, também, com diferentes papéis a serem cumpridos, sem cair no estereótipo equivocado de “pessoas do campo”. Para isso, trouxemos um jeito próximo de falar, que mistura o agro à tecnologia com naturalidade e que reflete a importância do coletivo para impulsionar cada um e, consequentemente, o segmento como um todo pelo país.

FICHA TÉCNICA

Laura Scachetti Natália Melo Rodrigo Valdevite Felipe Biondi Giovanna Santos Juliana Bezerra Bruno Herbert Leonardo Fioretti Diego Oliveira Gustavo Vasconcelos Francisco Fernandes

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2020

CLIENTE

BrasilSeg

Broto é a integração
ainda mais forte
do campo com
a tecnologia.

Em títulos & layouts,
ressaltamos o que
conectamos.



Nosso jeito de falar
representa nosso
senso de comunidade.

Coletivo
& integrado.



BRANDING |
VOZ



CAFEZINHO DO BRASIL: FEITO DE JEITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com o sucesso do Cafezinho do Brasil, em 2016, a Nespresso o relançou em 2019 como Edição Limitada. Para valorizar a essência brasileira, todos os assets foram desenvolvidos localmente, pela FutureBrand. Em especial o tom de voz da campanha, incluindo manifesto, tagline e as key messages segmentadas por ponto de contato e por target. O tom de voz foi especialmente trabalhado para que a marca Suíça mergulhasse na história emblemática do povo brasileiro com o café. Articulamos o tom criado para a campanha com os pilares de voz já existentes da Nespresso, como o de sempre se mostrar acolhedor e dialogar com seus clientes. O resultado foi a tag e o conceito Feito de Jeitos, que permeou a campanha em todos seus desdobramentos, como filmes, embalagens especiais, eventos, posts e vitrines.

FICHA TÉCNICA

César Hirata Cristina Penz Thomás
Debeus Mateus Potumati Alysson Nunes
Carolina Brandileone Mariana Blessa

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nespresso





IUPP ITAÚ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Conhecer nossas palavras também é iupp :) O iupp é o programa de benefícios unificado do Itaú. Ele nasce com a missão de trazer a troca de recompensas para o dia a dia das pessoas, através do uso de vários produtos financeiros, com uma proposta fácil, acessível e diversa. Como seu nome, a marca é próxima, simples e – principalmente – feliz. Sua maneira de falar não é diferente. A voz do iupp nasce dos pilares da marca: confiança, acesso e felicidade, e permeia todos os pontos de contato. Da comunicação transacional, passando pelos canais digitais portal e app, pelo atendimento até a campanha publicitária que está por vir ainda em 2020. Nossos textos são daqueles que acordam animados na segunda, sem tempo ruim e prontos para vibrar com as conquistas de quem tá junto com a gente.

FICHA TÉCNICA

Alex Guazelli, Clayton Caetano, Renata Rodrigues, Julia Haiad, Felipe Valério (Fragma), Beatriz Oliveira, Felipe Cury.

AUTORIA | ANO

Itaú Design + Fragma | 2020

CLIENTE

iupp Itaú



tchau, mundo complexo.

A gente facilita, descomplica e mostra que é possível (porque é mesmo). Se existe um jeito mais fácil para fazer as coisas, esse jeito é iupp.



o nosso copo tá sempre cheio e transbordando.

A gente acredita que a vida só é mais iupp quando a gente vibra, comemora e aproveita cada pedacinho dela.



MOTI MOTI



MOTI MOTI – TOM DE VOZ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os fundadores da Moti Moti, empresa brasileira produtora de mochi ice cream, nos procuraram para repensar a forma como a marca se comunicava. Desde que chegou ao mercado, era sustentada por uma identidade que não a posicionava como líder da categoria e nem instigava a curiosidade do público sobre esse saboroso produto relativamente novo por aqui. Moti Moti é uma incrível mistura de mochi japonês com sorvete artesanal... mas como apresentar essa combinação tão surpreendente para o público, de uma forma autêntica, saborosa e divertida?

FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Marcio Mota; Direção de design: Cris Inoue; Líder do projeto: Andressa Trindade e Carol Ohashi; Creative Copywriter: Andressa Trindade

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Gente Alimentos



surpreendente que nem você

Quando temos uma ideia e queremos a provar para nós, precisamos nos conectar com o público. Isso acontece com a gente e com o mundo. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente.

Quando temos uma ideia e queremos a provar para nós, precisamos nos conectar com o público. Isso acontece com a gente e com o mundo. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente.

seja autêntico

Quando temos uma ideia e queremos a provar para nós, precisamos nos conectar com o público. Isso acontece com a gente e com o mundo. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente.



sempre surpreender

Quando temos uma ideia e queremos a provar para nós, precisamos nos conectar com o público. Isso acontece com a gente e com o mundo. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente.



compartilhar a alegria

Quando temos uma ideia e queremos a provar para nós, precisamos nos conectar com o público. Isso acontece com a gente e com o mundo. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente. É assim que a gente se conecta com o mundo e com a gente.



bem-vindo ao
incrível universo
dos motilovers!





SKOL VERBAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pela Ambev para trabalhar a nova linguagem da cerveja Skol, partindo de sua personalidade única e dos princípios de expressão de uma marca leve, democrática e surpreendente

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Renan Benvenuti
Design / Direção de Arte: João Augusto Zanin Victor de Bone
Redação: Gabriel Lisboa
Tipografia: Black Letra / Daniel Sabino
Fotografia: Rodrigo Maltchique
Produção de Fotografia: Kumite
Produção Interna: Valéria Forte
Emanuel Zanon
Poliana Castro David Marques
Executivo de conta: Marina Figueiredo
Ricardo Geli

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Ambev

SKOL

LINGUAGEM
VERBAL:

Energética
Informal
Direta
Popular
Conectada
Irônica
Auto-referente
Acessível

**ATÉ QUEM
NÃO GOSTA,
TOMA!**



**PRO LUXO
& PRA LAJE**

SKOL



squad



BRANDING |

VOZ



SQUAD

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Águia Branca, uma empresa reconhecida por sua excelência, há mais de 70 anos no mercado, nos convidou para criar uma marca com uma proposta inovadora. Tínhamos pela frente um briefing desafiador: como transformar a viagem de ônibus em uma experiência que aproxima e encanta as pessoas, criando um serviço que impulsiona o mercado de eventos e reinventa o conceito de mobilidade com uma abordagem smart? Além de inovar na categoria, era preciso construir uma rede de excelência que envolvesse todos os players, gerando um movimento efetivo de transformação no setor. Mais do que isso, era preciso criar um conjunto de ingredientes que representasse essa transformação: de um jeito antigo de viajar, para um novo jeito de conectar as pessoas ao que elas mais gostam.

FICHA TÉCNICA

Diretor de criação: Ricardo Bezerra
Design: Daniel Escudero, Noel Rabacov e Leo Mendes
Estratégia: Carolina Polli e Evelyn Costa
Redação: Ana Cunha e Mila Bartilotti
Negócios: Joana Libretti

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Águia Branca



BRANDING FIAT – VOZ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O trabalho verbal de FIAT foi muito pautado nessa personalidade “meio italiano, mezzo brasileiro” da marca, que se juntou aos outros atributos, como pop e carismático. Termos e expressões em italiano que respondem ao arquétipo do amante e mostram a paixão italiana “Bravo!”, “bello” e já são popularmente conhecidos poderiam fazer parte do universo verbal para trazer não só a literalidade da herança italiana, mas principalmente a interpretação pop, carismática e brasileira dos seus usos.

FICHA TÉCNICA

Danilo Cid - VP de Marca
Filipe Ozelin - Diretor de Experiência
Luiza Cortoni - Estratégia
Gabriela Bueno - Estratégia
Adilson Junior - Conteúdo

AUTORIA | ANO

Ana Couto | 2020

CLIENTE

FIAT



"IT'S TIME TO EAT TOGETHER"

We are convinced that a simple meal is the ultimate moment of connection.

While everything tends to be disconnected you have the best, most moments and the good friends that all needs.

A meal seems to be the part, understanding we have to make with our senses.

Coca-Cola, as an icon of everyday meals, decides to participate the power of any meal.

1

RIVALS

WHEN WE EAT EVERYONE
PLAYS ON THE SAME TEAM

Two rival players come together after the game to share the common feeling of hunger, to recharge the battery through food. In this moment there is no team, just a common desire.



WHEN WE EAT EVERYONE PLAYS ON THE SAME TEAM



COCA-COLA FOODING

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O PODER DA REFEIÇÃO A Coca-Cola é um ícone global, presente no dia a dia das pessoas. Uma marca que sempre se relacionou com o assunto comida. Por isso, dividiu com a Tátil uma oportunidade valiosa: fazer da marca mais democrática do planeta o elo que aproxima povos e nações, tornando a mesa o lugar onde compartilhamos momentos de união.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Ricardo Bezerra
Design: Camila Dias, Bruna Aragão, Daniel Escudeiro, João Zanin
Gestão de Conta: Renata Costa
Estratégia: Juliana Barreto
Redação: Gustavo Feyrer
Fotografia: Martin Wonnacott

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Coca-Cola



NATURA MAMÃE E BEBÊ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Mamãe e Bebê, há mais de 25 anos no mercado, nos convidou para re-desenhar a sua narrativa. O momento era de evolução: trazer a marca para um contexto mais contemporâneo da maternidade e mais abrangente em relação ao desenvolvimento do bebê. Desde o começo, sabíamos que era preciso desbravar, mergulhar e entender a importância dos 3 primeiros anos de vida, das construções de vínculo e da participação das outras pessoas que também fazem parte dessa história. Só MMBB, uma linha de produtos há tantos anos dedicada aos cuidados da mãe e do bebê, pode carregar essa mensagem tão autêntica. Nossos maiores desafios eram conseguir expressar tudo isso em uma linguagem que alcançasse tamanha potência e delicadeza, e incluir outras pessoas na narrativa.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Marcio Mota; Direção de design: Cris Inoue; Líder do projeto: Vivi Kano e Patricia Clarkson; Creative Copywriter: Andressa Trindade; Designer: Jade Aiello, Tauana Fernandes

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Natura



Rebel



REBEL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos um tom de voz provocativo, ácido, urbano e inteligente, que diz com poucas palavras ao que veio, para a marca de fintech que tem rebeldia em sua essência. Por ser uma marca basicamente tipográfica, all type, Rebel é “brandless”, para provar que não adianta ter uma marquinha fofa e cobrar juros abusivos. Além disso, economiza em design e fotos, pois com uma voz potente, não depende de nada mais para transmitir sua mensagem.

FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Marcos Sulzbacher e Pedro Mattos / Redação: Fernando Andraezi

AUTORIA | ANO

Rebu | 2020

CLIENTE

REBEL TECNOLOGIA E CORRESPONDENTE BANCÁRIO LTDA.

Rebel



Rebel

Um instrumento
francês fabricado
na França.

Quando você já combinou com um colega,
e não tem tempo para se despedir,
apresente o #Rebel com um abraço firme,
demonstrando que você não
tem medo de mostrar o que realmente
sente e pensa. O #Rebel não
é apenas um instrumento,
é uma atitude.

Não somos um banco. Sorte sua.

Humano

Tenha juízo.
Sempre pense antes de falar com pessoas.
Quem tá junto, tá junto.

Heroico

Abrace a causa.
Comprometa-se com ela.
O teste é o desafio e o desafio,
sem medo.

Honesto

Paga o que
você deve ao banco e fala o que tem que
ser dito.
Sem fé.



OSH! OFICINA SORVETE DE HELIÓPOLIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Oficina de Sorvete Heliópolis (OSH) é um projeto da ONG Unas. Dentre as diferentes ações realizadas pela instituição para apoiar a população local, está a OSH, que ensina jovens a fabricarem e venderem a sobremesa gelada. Os produtos são de alta qualidade. Os sorvetes e picolés são feitos diariamente com ingredientes frescos e naturais, sem a utilização de pó ou massa artificiais.

FICHA TÉCNICA

Emmanuel Melo, Henrique Almazan, Caue Patucci e Equipe StudioIno

AUTORIA | ANO

StudioIno | 2019

CLIENTE

UNAS - União de Núcleos, Associações dos Moradores de Heliópolis e Região



INGREDIENTES NATURAIS
SEM PÓ E SEM MASSA
ARTIFICIAL!



SORVETE DE VERDADE
PRODUZIDO DE FORMA
COLABORATIVA EM
HELIÓPOLIS!





8º CURTA BRASÍLIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fotografias para projeto de identidade visual do 8º Curta Brasília – Festival internacional de curta-metragem. O Curta Brasília se consolidou como um dos festivais de Cinema mais importantes de Brasília e um dos poucos do país inteiramente dedicados ao curta-metragem.

FICHA TÉCNICA

Direção de arte, design e fotografia: Felipe Cavalcante e Gabriel Menezes (Molde.cc) Diagramação: Luã Leão Videomaker: Wallace Lino Valente Trilha sonora original: Anderson Freitas

AUTORIA | ANO

Felipe Cavalcante e Gabriel Menezes (Molde.cc) | 2019

CLIENTE

Sétimª Cinema



SADIA ARQUITETURA DE MARCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após termos concluído o reposicionamento de Sadia, iniciamos a fase de arquitetura de marca. Com um portfólio de mais de 1000 SKUs, produtos em várias sub-categorias e muitos deles similares aos produtos de Perdigão, segunda marca de alimentos frigoríficos do grupo BRF, organizamos a proposta de valor de Sadia em linhas de produtos, para deixar claro aos olhos do consumidor e do mercado o conceito de cada uma delas, facilitar a navegação ao revelar os produtos que melhor representam suas necessidades, estabelecer prioridades para extensão e comunicação e, por último, evitar potenciais conflitos e overlaps entre as duas marcas do grupo.

FICHA TÉCNICA

Direção Estratégica: Solange Ricoy
Líder do projeto: Ana Carolina Belingieri
Consultores: Alice Araújo e Giuliana Lunardelli

AUTORIA | ANO

Alexandria - Consultoria de Branding e Inovação | 2019

CLIENTE

BR FOODS



O desafio da arquitetura de marca de Sadia

A partir do novo posicionamento criado para Sadia, o desafio era sistematizar um portfólio de mais de 1000 SKUs através da criação de uma nova arquitetura de marca, que:

- 01** Organizar a proposta de valor da marca em linhas de produtos claras aos olhos dos consumidores e do trade.
- 02** Estabelecer prioridades para extensões de linha.
- 03** Definir o que faz parte de estratégia das linhas e o que não faz parte.
- 04** Ajudar a navegar na proposta de valor das linhas, revelando os produtos que melhor representam as necessidades dos consumidores da marca.
- 05** Valorizar complementaridades e mitigar potenciais conflitos entre as arquiteturas de Sadia e Perdigão.

O critério de organização para determinar a quantidade de linhas de Sadia

Começamos com **A ÁRVORE DE DECISÃO do consumidor**

DECISÃO DE CONSUMO Quando vou comer? + **NEED** Por que vou comer? = **EATING MOMENT**

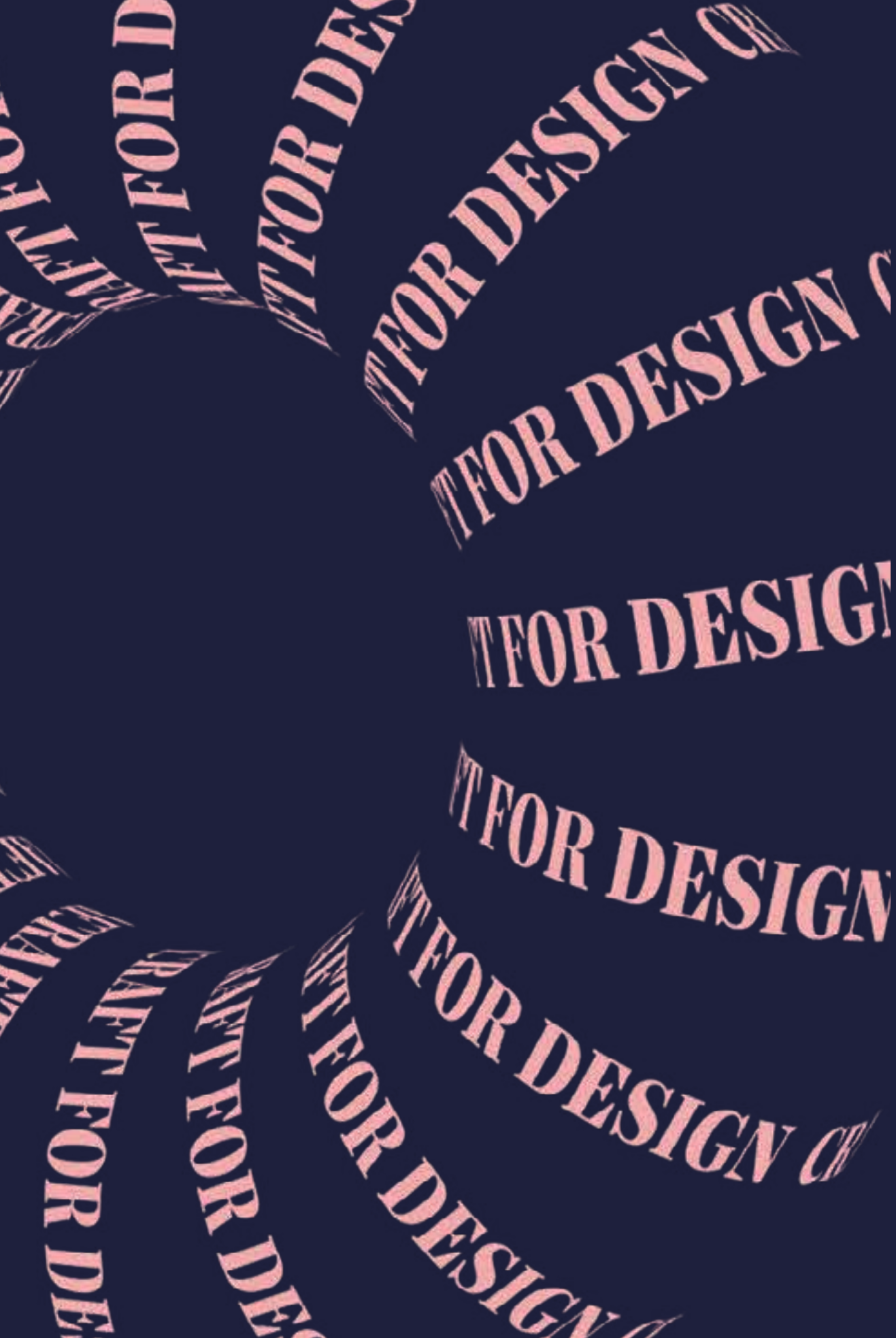
Este critério organiza a escolha. Este critério diferencia e propõe de valor da marca. Critério organizador e diferenciador do portfólio de produtos BRF.

Exemplo

101 Refeições de todos os dias + **REFEIÇÃO NATURAL DE TORRÕES DE BAC** Busca naturalidade, frescor do ingrediente, confiabilidade e garantia de origem = **REFEIÇÃO NATURAL DE TORRÕES DE BAC**

CRAFT FOR DESIGN





premiados **craft for design**



2020



AKÀRÀ, NO FOGO DA INTOLERÂNCIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO —

Em tempos de polarização política e intolerância religiosa, sobrou até mesmo para um dos ícones da culinária baiana, o acarajé, que corre risco de perder o título de Patrimônio Histórico e Imaterial pela descaracterização da receita e sua comercialização por pessoas de outros credos. O longa metragem *Akàrà, no fogo da intolerância*, é centrado nas três baianas de acarajé que conduzem a narrativa, juntamente com líderes religiosos e especialistas, discutindo a intolerância praticada contra as religiões de matriz africana.

O longa contou com trilha sonora do Maestro Letieres Leite (Orkestra Rumpilezz) e teve sua estreia na TV em 2020, no Canal Curta e está disponível na plataforma NOW.

FICHA TÉCNICA

Direção e Roteiro: Claudia Chávez -
Produção Executiva: Fabíola Aquino -
Direção de Fotografia, Finalização de Cor e CG: Marcelo Pinheiro - Design,
Direção de Arte e de animação: Bruno Bianco - Som Direto: Regivam Santa Bárbara - Finalização de Áudio: Nuno Penna - Trilha Sonora: Letieres Leite - Pesquisa: Vagner Rocha - Assistente de produção: Hamilton Oliveira

AUTORIA | ANO

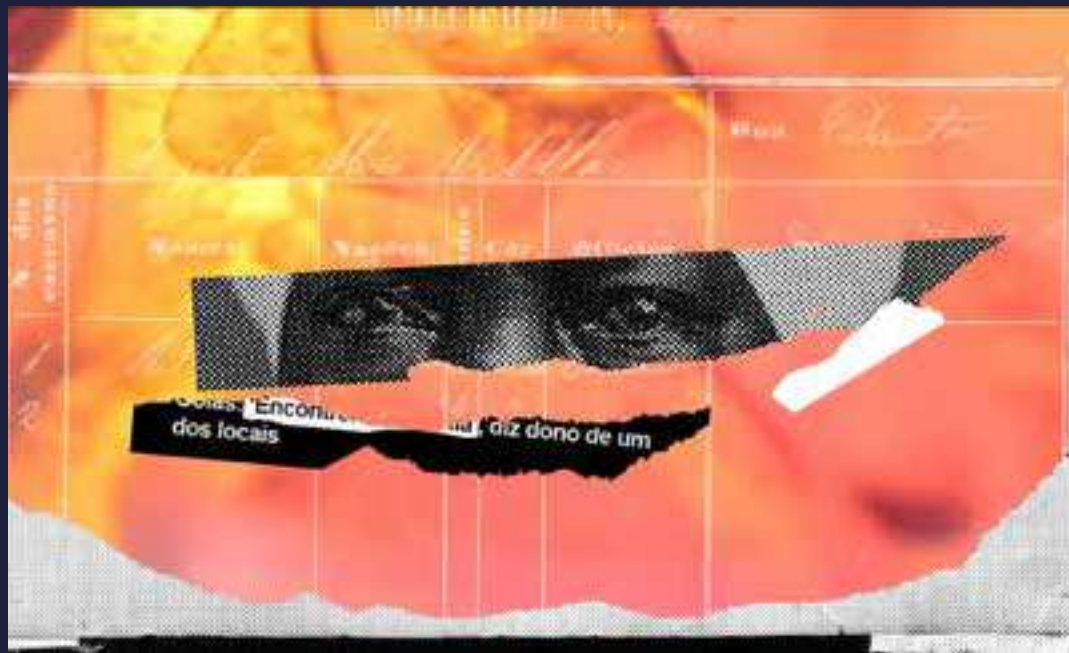
Bruno Bianco | 2020

CLIENTE

Apus, produtora de conteúdo

AKÀRÀ

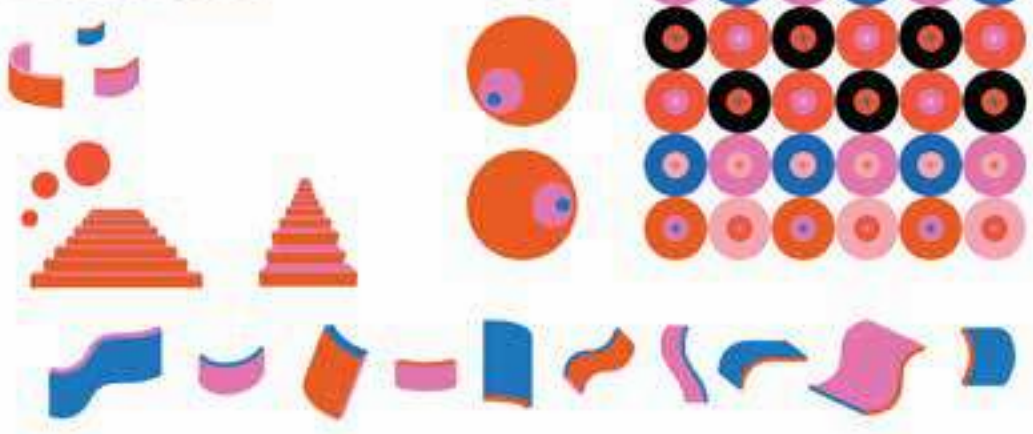
NO FOGO
DA INTOLERÂNCIA



WME
wme
awards 3 - DEZ - 2019
Paleta de Cor:



WME
wme
awards 3 - DEZ - 2019
Paleta de Cor:



CRAFT FOR DESIGN |
ILUSTRAÇÃO



WME

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O WME (Women's Music Event) é uma plataforma de música, negócios e tecnologia vista por uma perspectiva feminina, tendo como principal ação o WME Awards, uma premiação anual de música brasileira dedicada a empoderar mulheres. Criada em 2017, a premiação é transmitida e organizada pela TNT, consolidando-se como um dos prêmios mais importantes da música brasileira, tornando-se no mesmo ano a primeira premiação do catálogo da TNT (emissora de televisão), tendo como homenageada do ano a cantora Gal Costa. O prêmio aconteceu no espaço de eventos da Audio, e o Coletivo foi responsável pela criação do design do projeto, que contemplou o evento de forma 360°, da cenografia ao site, projeções, backdrops, camarim animações, vinhetas e entrada do evento.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação e Design: Tâmilis Oliveira e Marcelo Roncatti Atendimento: Vanessa Queiroz, Fabio Couto, Eloisa Ferreira Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe e Marília Denobre Ilustração: Tâmilis Oliveira, Marcelo Roncatti Design: Camila Gargantini, André Fiorentini Motion: Victor Marcello Prod: Music2! Cenografia: Guina's Desing Finalização: Silas Yamakami

AUTORIA | ANO

Coletivo, Estúdio Independente de Design Ltda | 2019

CLIENTE

Womans Music Event 2019 - Turner





ANDREA COLLI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Produção fotográfica para o lançamento da coleção Sereias Urbanas da marca de jóias Andrea Colli

FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Marcio Mota; Líder do projeto: Vivi Kano; Designer: Pedro Mattos; Fotografia: Adriano Damas. Set Design: Greta Cuneo

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Andrea Colli Gem



“IT’S TIME TO EAT TOGETHER”

We are convinced that a simple meal is the ultimate moment of connection.

While everything tends to be disconnected you have the best, most moments and the good for those that all hearts.

A meal seems to be the part of our lives we have the most with our families.

Coca-Cola, as an icon of everyday meals, decides to celebrate the power of any meal.



COCA-COLA FOODING

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O PODER DA REFEIÇÃO A Coca-Cola é um ícone global, presente no dia a dia das pessoas. Uma marca que sempre se relacionou com o assunto comida. Por isso, dividiu com a Tátil uma oportunidade valiosa: fazer da marca mais democrática do planeta o elo que aproxima povos e nações, tornando a mesa o lugar onde compartilhamos momentos de união.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Ricardo Bezerra Negócios: Renata Costa Estratégia: Juliana Barreto Designers: Camila Dias, Bruna Barreto, Daniel Escudeiro, João Zanin Redator: Gustavo Feyer Fotógrafo: Martin Wonnacott

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Coca-Cola



MUDRAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Produção fotográfica experimental para a tese Pandemonium. Inspirado nas Mudras, que são os gestos realizados com as mãos incorporados em diversas civilizações como no budismo e nos bonecos de sombras javaneses, uma série de 250 fotografias foram tiradas posicionando o modelo contraluz. A ideia nasceu de experiências de viagens, em contato com as obras de Egon Schiele em Viena, os gestos das mãos de Buda na Tailândia, e nos bonecos de sombra de Java. Somamos e distorcemos algumas mãos formando a palavra Pandemonium, sendo esse ensaio parte de um dos capítulos da tese de doutorado da FAUUSP sobre processo criativo e acaso.

FICHA TÉCNICA

Fotografia: Cris Inoue e Leopoldo Leal.
Design: Leopoldo Leal. Video: Eleanor Greenleaf. Tratamento de imagens: Fabio Manzano e Marcel Manzano.

AUTORIA | ANO

Cris Inoue e Leopoldo Leal | 2019

CLIENTE

Universidade de São Paulo (FAUUSP)



INSPIRAÇÃO E PROCESSO CRIATIVO

Mudras são os gestos realizados com as mãos incorporados em diversas civilizações e práticas: ioga, budismo, dança indiana e nos bonecos de sombras javaneses.

Essa produção fotográfica foi processo de descoberta da forma, dos encaixes, da simetria, todas realizadas contraluz.





CRAFT FOR DESIGN |
FOTOGRAFIA



NATURA MAMÃE E BEBÊ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura Mamã e Bebê, há mais de 25 anos no mercado, nos convidou para fotografar a campanha de relançamento da marca, cuja tagline era “Somente o essencial para o bebê”. Tivemos a missão de expressar a identidade da marca em fotos que fizessem jus à sensibilidade e à potência de uma nova vida e o importante papel que a natureza tem no desenvolvimento do bebê. Fomos responsáveis pelo casting, locação, produção e conceito de todo o shooting.

FICHA TÉCNICA

Co-fundador: Marcio Mota; Diretora de Criação: Cris Inoue; Líderes do Projeto: Patricia Clarkson e Vivi Kano; Fotografia: Bruna Castanheira, Alex Libotte, Cris Inoue. Designer responsável: Jade Aiello; Designers: Tauana Fernandes e Julia Gontier; Verbal: Andressa Trindade. Vídeo: Maria Clara Villas

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Natura



SKOL FOTOGRAFIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pela Ambev para trabalhar a nova linguagem da cerveja Skol, partindo de sua personalidade única e dos princípios de expressão de uma marca leve, democrática e surpreendente.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Renan Benvenuti
Direção de Arte / Design: João Augusto Zanin Victor de Bone
Fotografia: Rodrigo Maltchique
Produção Externa: The Kumite
Produção Interna: Valéria Forte Emmanuel Zaroni Poliana Castro
David Marques Executivo de conta:
Marina Figueiredo Ricardo Geli

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Ambev





CRAFT FOR DESIGN |

FOTOGRAFIA



NATURA EKOS ALMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pela Natura para desenvolver a linguagem do novo produto da perfumaria prestige de Ekos. O último lançamento dessa categoria foi há 14 anos com o “Perfume do Brasil” e, desde então, não houve nenhum tipo de atualização ou renovação. Por isso, a marca resolveu inovar e reinaugurar o cluster prestige da perfumaria, trazendo o lançamento do perfume Ekos Alma como um dos grandes destaques da Natura em seu ano de jubileu. Dentro disso, foi necessário desenvolver uma fotografia que fosse compatível com todo o projeto de criação do guide de expressão desse novo conceito.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Ricardo Bezerra, Beto Biscosto
Design: Camila Cannavale, Julia Liberati, Lucas Cobucci, Vinicius Tamajusuku, Rodrigo Presotto, Stephanye Parraga, Tomás Miller
Atendimento: Ulliana Ferrari, Camila Leopoldo, Ana Giacosa, Paula Chagas

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura



A FÁBULA DE AN- GELA & GILWANN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Angela e Gilwann sonhavam com um casamento tradicional, mas de um jeito diferente. Queriam uma noite cheia de personalidade, inspirada em um universo temático só deles. Ela queria o romantismo das histórias de princesas e cavaleiros. Ele, que é apaixonado por jogos, queria uma noite cheia de aventuras. Inspirados por esse universo, criamos para a papelaria do seu casamento uma história mágica, a ser vivida - e não só contada - por seus personagens - os noivos e seus convidados, do save the date à noite da festa. Para materializar o universo mágico da 'Fábula de Angela&Gilwann', criamos uma série de ilustrações aplicadas sob uma cuidadosa seleção de papeis especiais. Cada peça inspira-se de um modo próprio no universo dos jogos, e, assim, estimula os convidados a fazerem parte da narrativa.

FICHA TÉCNICA

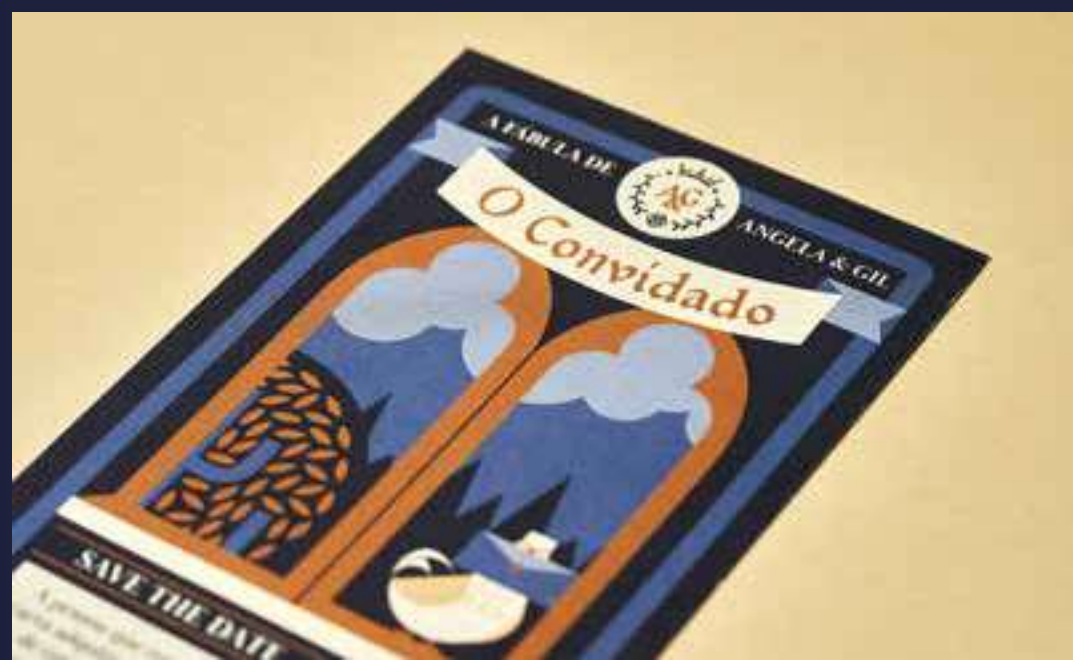
Direção Criativa e Design: Laila Rotter Schmidt
Ilustração: Felipe Valenciano Cruz
Fotos: Rodrigo Vieira

AUTORIA | ANO

Tête-à-Tête | 2020

CLIENTE

Angela Zeni e Gilwann Miorin





CHAMA O SÍNDICO – UM DIA EU CHEGO LÁ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico do disco “Um Dia Eu Chego Lá”, da banda Chama O Síndico, que tem origem em um dos mais importantes blocos de carnaval de rua de Belo Horizonte. As aplicações incluem inúmeras peças gráficas de toda a campanha de lançamento, desde a capa do álbum até as animações para telão do show. O desafio era destacar o disco em meio a outros lançamentos, dentro dos limites da indústria fonográfica, por meio de ilustrações que chamassem a atenção do público ao mesmo tempo que fizessem reverência à obra do artista Tim Maia (que inspira à banda), e ressaltassem a ligação do cliente ao Carnaval. O destaque desse projeto é a pluralidade de desdobramentos possíveis das ilustrações, que se mostraram capazes de gerar múltiplas e coloridas soluções gráficas mantendo a identidade visual.

FICHA TÉCNICA

Atendimento, estratégia, direção de arte, ilustração, design gráfico e finalização: Juliano de Oliveira Moraes (JJBZ)

AUTORIA | ANO

JJBZ | 2019

CLIENTE

Bloco Chama O Síndico





MALTEZO - A CER- VEJA ARTESANAL DE FOZ DO IGUAÇU

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Maltezo é uma cervejaria artesanal de Foz do Iguaçu, Paraná, que além de atender ao público local, atinge milhares de turistas que visitam a terra das cataratas todos os anos. A empresa buscava aumentar suas vendas com kits promocionais contendo cervejas e copos. A solução encontrada foi explorar o potencial turístico da cidade, utilizando uma ilustração para posicionar a marca como a cerveja artesanal de Foz do Iguaçu.

FICHA TÉCNICA

Direção de arte - Guilherme Mazzo
Ilustração - Henrique Petrus Atendimento - Hayane Issa

AUTORIA | ANO

Hearted Design & Estratégia | 2019

CLIENTE

Cervejaria Maltezo





MASCOTES EDUCATE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A educação bilíngue e seu mercado de língua inglesa têm crescido substancialmente. A Educate by Richmond nos trouxe o desafio de tornar essa aprendizagem ainda mais encantadora, eficiente e conectada com as reais necessidades dos alunos de hoje, partindo de uma proposta educacional que privilegia a autonomia e a criatividade. O que fizemos foi substancialmente potencializar essa conexão, criando dois personagens: Nari e Norton. Mascotes que representam os ideais desta geração, que fogem do ideal dos super-heróis, e que compartilham o DNA do projeto: o encontro harmônico de culturas, concretizado pela capacidade de se expressar em dois idiomas. O resultado foi muito bem recebido e aproveitado pelas crianças, criando uma expectativa futura bem-vinda de inúmeras possibilidades de interação.

FICHA TÉCNICA

APIS design: Alexandre Alves, Cauê Rodrigues, Danilo Chaves, Everton Bernardes, Paloma Oliveira, Paula Corrêa. Mascoteria: Diego Loza, Jonas Schlengman, Lívia Lopes, Maycon Lopes, Rodrigo Arraya. Richmond Educação: Ivan Aguirra, Daniela Mafra, Beatriz Magro.

AUTORIA | ANO

APIS design & Mascoteria | 2020

CLIENTE

Educate by Richmond



Nari

Nari é uma garota que tem solução para tudo! É observadora, estratagema e exploradora. Deusa de um astral cativante, faz amizades num piscar de olhos. É multicultural e adora viajar para conhecer e aprender coisas novas. Para foto não desgruda da sua câmera. Está sempre pronta para registrar tudo e compartilhar com seus amigos. E o único que foge: é conversar!

- Fala inglês e está aprendendo português -





NATAL BARU

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de ilustrações para campanha de Natal 2019 para Baru - confeitaria criativa, marca que se posiciona de forma jovem e irreverente no setor.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Felipe Augusto Ilustração: Henrique Petrus Planejamento: Marina Bigardi

AUTORIA | ANO

Leste | 2019

CLIENTE

Baru



MA RACU JÁ



NATURA EKOS PRESENTEÁVEIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após um longo processo de criação das embalagens da linha regular de Natura Ekos, chegou o desafio de desenvolver as embalagens presenteáveis para o ano de 2019 e 2020 da linha EKOS. Por serem embalagens vendidas apenas em datas comemorativas, tínhamos o desafio de desenvolver uma expressão particular dentro do próprio sistema de embalagens que havíamos criado - algo suficientemente diferenciador, e que trouxesse um caráter de edição limitada e comemorativa.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Ricardo Bezerra, Beto Biscoito Design: Camila Cannavale, Julia Liberati, Lucas Cobucci, Vinicius Tamajusuku Atendimento: Ulliana Ferrari, Camila Leopoldo, Lucas Fontes, Paula Chagas Produção: Emmanuel Zanoni, Valeria Forte Ilustrações: Naia Ceschin

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura





NATURA TODODIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura é uma das maiores marcas de beleza do Brasil. Tododia é sua maior submarca de produtos para o corpo. Em um mundo que valoriza estereótipos de beleza, Natura celebra a diversidade da mulher brasileira em todas as suas formas, curvas, estilos e cores. Em 2019, Tododia relançou sua linha de produtos com novas fórmulas e novas embalagens. Nosso desafio foi modernizar o logotipo e criar uma nova identidade visual para a linha, atendendo as restrições das novas embalagens e expressando o novo posicionamento da marca. Nesse contexto, tesouras fizeram o que pincéis não poderiam, e Henri Matisse foi nossa maior inspiração. Perfeito em sua imperfeição.

FICHA TÉCNICA

Studio: Fernanda Saboia Design
Diretora de criação: Fernanda Saboia
Designer gráfica: Erika Martins
Ilustradoras: Paloma Valls, Erika Martins e Pat Lobo

AUTORIA | ANO

Studio: Fernanda Saboia Design | 2019

CLIENTE

Natura





PÁSCOA BARU

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustrações para Campanha da Páscoa da Baru - Confeitaria Criativa, utilizada nas peças gráficas das redes sociais e embalagens dos produtos.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação e design: Felipe Augusto Design e ilustração: Henrique Petrus Planejamento: Marina Bigardi

AUTORIA | ANO

Leste | 2019

CLIENTE

Baru





QUANDO O SAN- GUE SOBE À CABE- ÇA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustrações para capa de livro/cartaz de contos escritos pela cineasta Anna Muylaert

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2020

CLIENTE

Lote 42





VOCÊS NÃO ENTENDERAM THE WALL?

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em novembro de 1979, Roger Waters e sua banda Pink Floyd lançavam uma das mais multifacetadas e profundas obras da música – e um dos melhores discos de rock de todos os tempos. Quatro décadas depois, época em que são marcados os 30 anos da queda do Muro de Berlim, publicamos uma HQ sobre o conceito metafórico de muro que rendeu um álbum, um show grandioso e um filme marcante: The wall. A história em quadrinhos, roteirizada por Yellow e desenhada por Thales Molina, narra os bastidores da concepção dos três formatos, ao mesmo tempo em que destrincha os sentimentos que permearam o espírito atormentado e revoltado de Roger, seu autor, e reforça suas contínuas críticas ao autoritarismo político ao redor do mundo.

FICHA TÉCNICA

Roteiro: Yellow Ilustrações: Thales Molina

AUTORIA | ANO

Thales Molina | 2019

CLIENTE

Revista Continente





ILUMEO 500

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Infográfico Interativo para Ilumeo, uma empresa de ciência de dados brasileira. A experiência visual foi criada para mostrar a diversidade de clientes e os projetos realizados desde 2012. Por se tratar de uma empresa de ciência de dados, desenvolvemos uma visualização de informação interativa onde usuário pode se aprofundar no universo e na história da Ilumeo, além de interagir com a informação ali representada. A partir de filtros, cliques e mouse over, o usuário pode realizar diferentes recortes e combinações para acessar os projetos de múltiplos ângulos. Dessa forma, é possível encontrar padrões e realizar comparações entre os anos, setores atendidos e clientes da empresa. Link principal: <https://projetos.ilumeo.com.br/> Link secundário: <http://datadotestudio.com/ilumeo/>

FICHA TÉCNICA

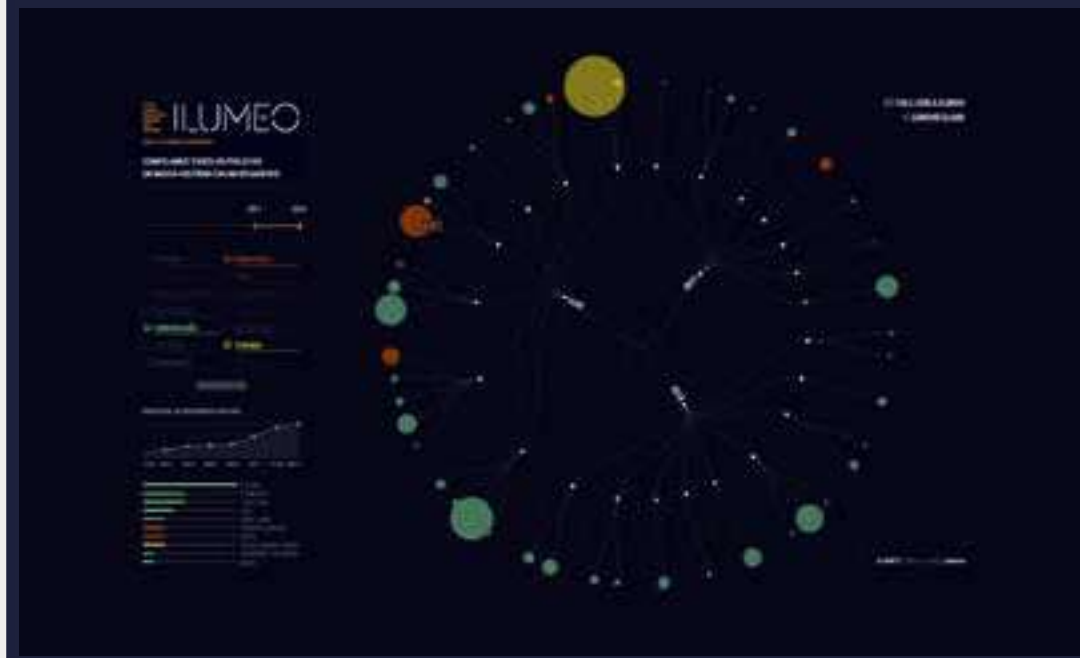
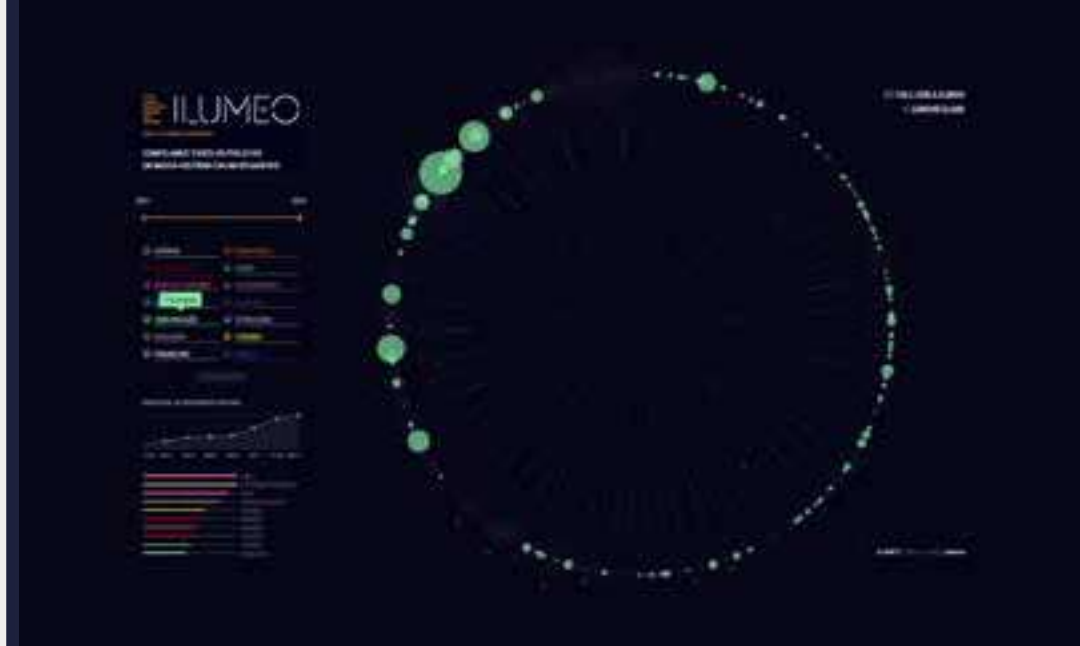
Design de informação, UI/UX e infografia: Flávia Marinho e Otávio Burin
Desenvolvimento: Ariel Tonglet

AUTORIA | ANO

Datadot | 2020

CLIENTE

Ilumeo





TENHA MENOS, SEJA MAIS – ES- TÚDIO ITÁLICO PARA ORIBA PI- NHEIROS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de letterings e pinturas à mão para a loja Oriba com a finalidade de agregar à marca valores de sustentabilidade e impacto social positivo. Na parte externa da loja, para otimizar o tempo nas portas em malha de ferro, foi utilizada tinta spray sobre decalque de fita crepe. Para destacar o conceito de sustentabilidade da marca, que realiza ações sociais com parte de suas vendas, as palavras “MAIS/MENOS” aparecem em primeiro plano e os verbos “TENHA/SEJA” foram pintados sobrepostos as palavras e podem ser vistos à noite, em segundo plano, a partir da luz negra instalada especificamente com esse objetivo. No interior da loja o destaque é para os valores da marca, pintados em parede de tijolos e em diferentes cantos para serem lidos e conectados somente a partir de um único ponto.

FICHA TÉCNICA

Camila Actum Silva Victor Savastano
Tognollo

AUTORIA | ANO

Estúdio Itálico | 2019

CLIENTE

Oriba Confecção e Comércio LTDA





CAFEZINHO DO BRASIL: FEITO DE JEITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para dar ainda mais vida a um conceito tão plural e representativo do brasileiro, como Feito de Jeitos, as ilustrações criadas para o key visual da campanha foram animadas. Em formatos para canais off e on, as animações deram dinamismo às comunicações da campanha Cafezinho do Brasil Nespresso, engajando os consumidores ao contar as histórias trazidas na campanha com assinatura Feito de Jeitos. Os filmes animados foram veiculados em trailers de cinemas, redes sociais e Boutiques Nespresso ao longo do período de comunicação.

FICHA TÉCNICA

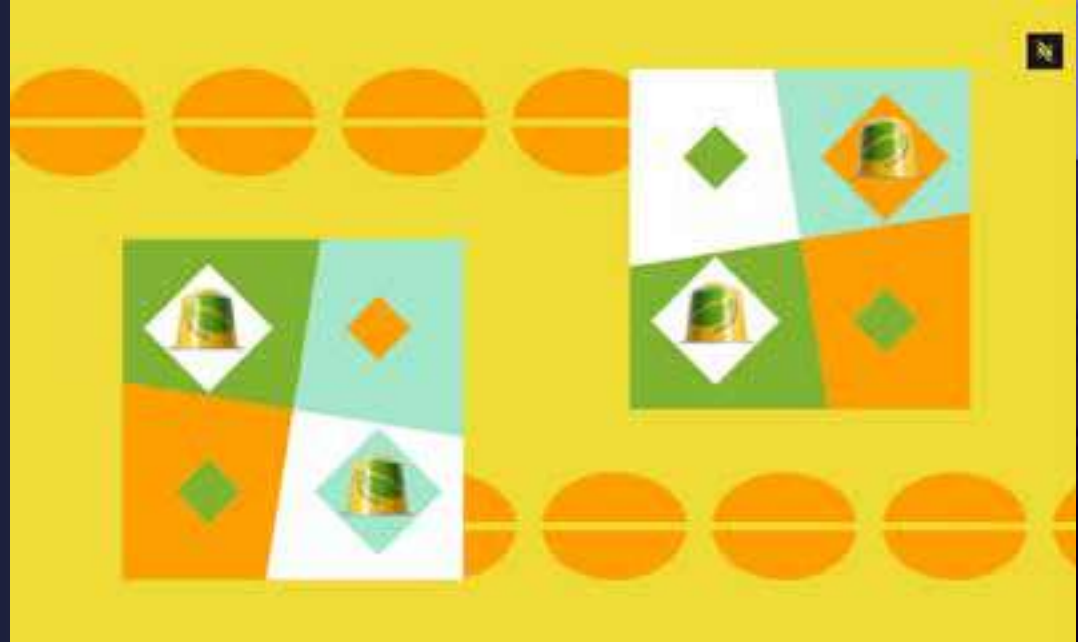
César Hirata Cristina Penz Thomás
Debeus Mateus Potumati Mateus Prado
Alysson Nunes Carolina Brandileone
Otávio Queiroga Beatriz Vilela Marcia
Godoy Francisco Fernandes Mariana
Blessa Alan Munhoz

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nespresso





CRAFT FOR DESIGN |

MOTION



COLORS FADE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Colors Fade” é um videoclipe produzido para o trio paulistano de música eletrônica Lumen Craft. Inteiramente “filmado” em locações virtuais de um famoso jogo eletrônico, é também uma experiência de New Cinema onde ferramentas não tradicionais e linguagens inovadoras são utilizadas para criar uma narrativa futurista em estilo “road movie” recheada de referências da cultura pop e ficção científica.

FICHA TÉCNICA

Criação: Estúdio Bijari Equipe: Direção, Roteiro e Edição: Olavo Ekman Motion Graphics: Alexandre Marcati, Audrey Martini, Raphael Minhoso Produção: Bijari Lumen Craft: Ceah Pagotto, John Evans e Noah Guper Música: Colours Fade

AUTORIA | ANO

Estúdio Bijari | 2019

CLIENTE

Lumen Craft



DEPOIS DO FIM DA CANÇÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvemos o pacote gráfico (On-air-look) para “Depois do Fim da Canção”, quinta temporada da série “O Tempo e a Música”, fruto da parceria do canal Arte 1 com o CNI-Sesi e a produtora Cinegroup. O programa reflete sobre as origens e a evolução da canção brasileira e tem direção de Daniel Augusto.

FICHA TÉCNICA

Direção de Arte e Design: Rodrigo Araujo Motion Graphics: Alexandre Marcati

AUTORIA | ANO

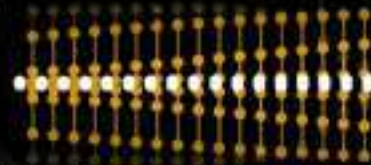
Estúdio Bijari | 2019

CLIENTE

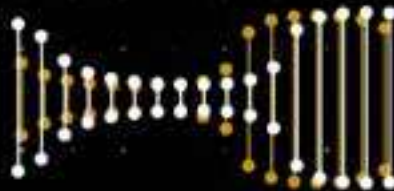
Canal Arte 1

o tempo e a música

depois —●—
—●— do —●—
fim —●— da
—●— canção



arthur nestrovski
josé miguel wisnik
em



direção
dani u us o



SKOL DiSPLAY

LEVA QUE DEBECERED
GOSTA TOMA!  PRA
DO  MILHO. LEVEME
E  LEVE. SKOL A  CE
ONDO.  ATÉ QUEM N
GERAL DAR UMA  VA
ENTE INTENCA INTENCA

ABBCDDEFGGHIiJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890* & 1/2 ? ! N° @ 
           



SKOL TYPE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pela Ambev para trabalhar a nova linguagem da cerveja Skol, partindo de sua personalidade única e dos princípios de expressão de uma marca leve, democrática e surpreendente.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Renan Benvenuti
Direção de Arte: João Augusto Victor de Bone Design: Black Letra / Daniel Sabino Redação: Gabriel Lisboa Fotografia: Rodrigo Maltchique Produção de Fotografia: Kumite Produção Interna: Valéria Forte Emmanuel Zanoni Poliana Castro David Marques Executivo de conta: Marina Figueiredo Ricardo Geli

AUTORIA | ANO

Tátil e Blackletra | 2019

CLIENTE

Ambev



TIPOGRAFIA CARTEIRA DIGITAL BB

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma família compacta, com 4 pesos, para uso específico em títulos e frases curtas do app Carteira Digital BB. O objetivo era criar uma tipografia ousada para esta nova linguagem visual, que é vibrante e inquieta, focada no público jovem, e dentro do universo digital, onde o “você” vira “vc”. O embrião da direção criativa da tipografia está no logotipo, que mistura maiúsculas e minúsculas. O design entrega uma personalidade ousada, inquieta, com uma cara toda própria focada no público jovem. Ao lado das cores e do estilo de ilustração vibrante, a tipografia ganha protagonismo e contribui para alcançar os objetivos estratégicos da marca deste novo produto.

FICHA TÉCNICA

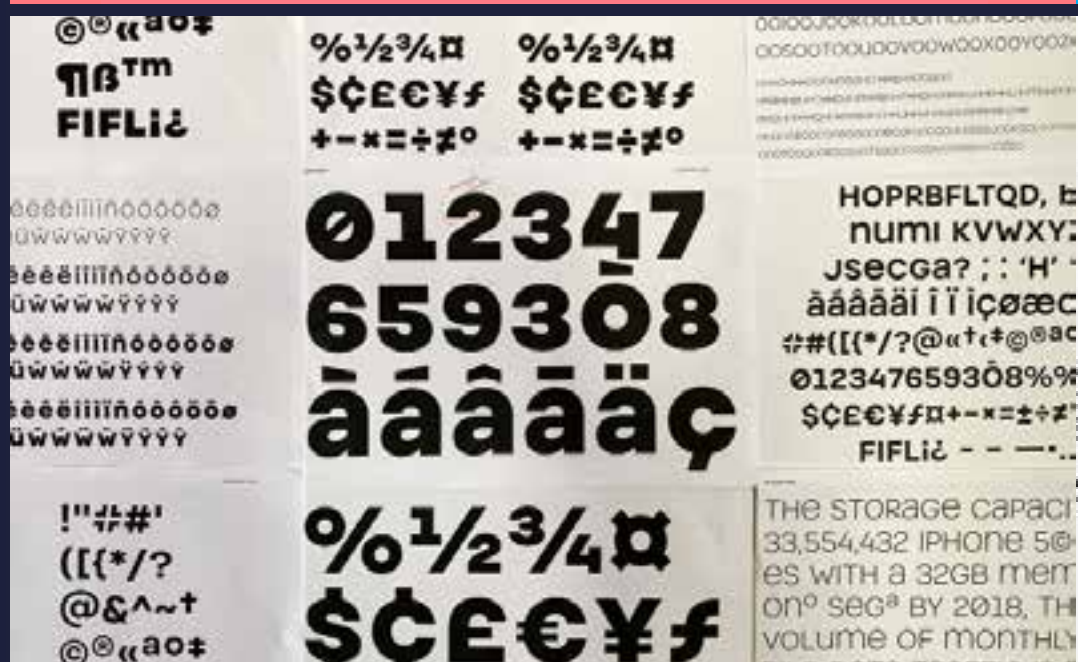
Fabio Haag (Dir. Criação e Design) e Henrique Beier (Engenharia); FutureBrand: Alexandra Ferreira, Carolina Lyra, Rodrigo Valdevite, Francisco Fernandes, Daniel Alencar, Laura Scachetti, Diego Oliveira, Gustavo Vasconcelos, Maria Paula Bicalho, Makoto Saito e Natália Melo.

AUTORIA | ANO

Fabio Haag Type | 2019

CLIENTE

Banco do Brasil, com FutureBrand



Retomada da Pequena Empresa Pós-Crise

Sabe como proteger seu dinheiro, conseguir um empréstimo, repensar seu negócio e voltar a vender?

Conta Azul



CRAFT FOR DESIGN |

TIPOGRAFIA



TIPOGRAFIA PING PONG

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Customização de uma tipografia de varejo para adequar-se à estratégia de marca específica da Conta Azul. Possui 7 pesos, de Thin até Black, e itálicos verdadeiros. A ideia foi aumentar o reconhecimento da marca ao modificar alguns caracteres chave, mantendo a leitura fácil e com visual proprietário. O desenho das letras 'f', 't' e 'u' foi simplificado, enquanto a letra 'e' se tornou mais suave, ligeiramente mais pessoal. Como ponto marcante, a letra 'g' ganhou uma construção diferente, facilmente reconhecível.

FICHA TÉCNICA

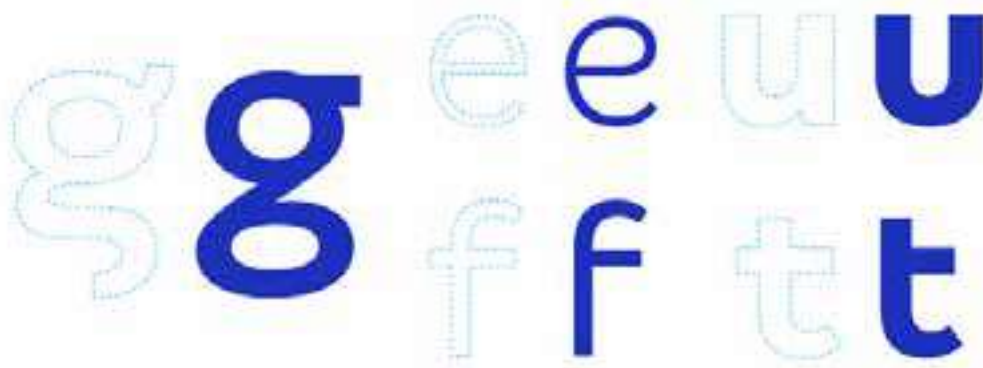
Fabio Haag (Dir. Criação e Design) e Henrique Beier (Engenharia); Firmorama: Jackson Peixer e Vítor Scarpato; Conta Azul: Victor Zanini e Erica Fonseca.

AUTORIA | ANO

Fabio Haag Type | 2019

CLIENTE

Conta Azul, com Firmorama





TIPOGRAFIA STC FORWARD LATIN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

STC Forward é uma fonte tipográfica proprietária da marca Saudita STC. A família de fontes foi desenvolvida para se tornar um ativo importante da marca. Cada decisão de design foi tomada para integrar o desenho das letras à identidade da marca. O resultado final é uma tipografia com personalidade própria que levará o tom de voz da marca para todas as peças de comunicação. O desafio foi encontrar um desenho que dialogasse com a ideia de “moving forward”, conceito principal da marca. Algumas letras tem traços horizontais mais acentuados que o normal, enfatizando o movimento “para frente” que representa o atual momento de transição da empresa.

FICHA TÉCNICA

Type Design: Daniel Sabino
Produção: Daniel Sabino, Lucas Gini, Henrique Beier
Direção de Arte: Facundo Boggi-
no, Tereza Pérez

AUTORIA | ANO

Blackletra | 2019

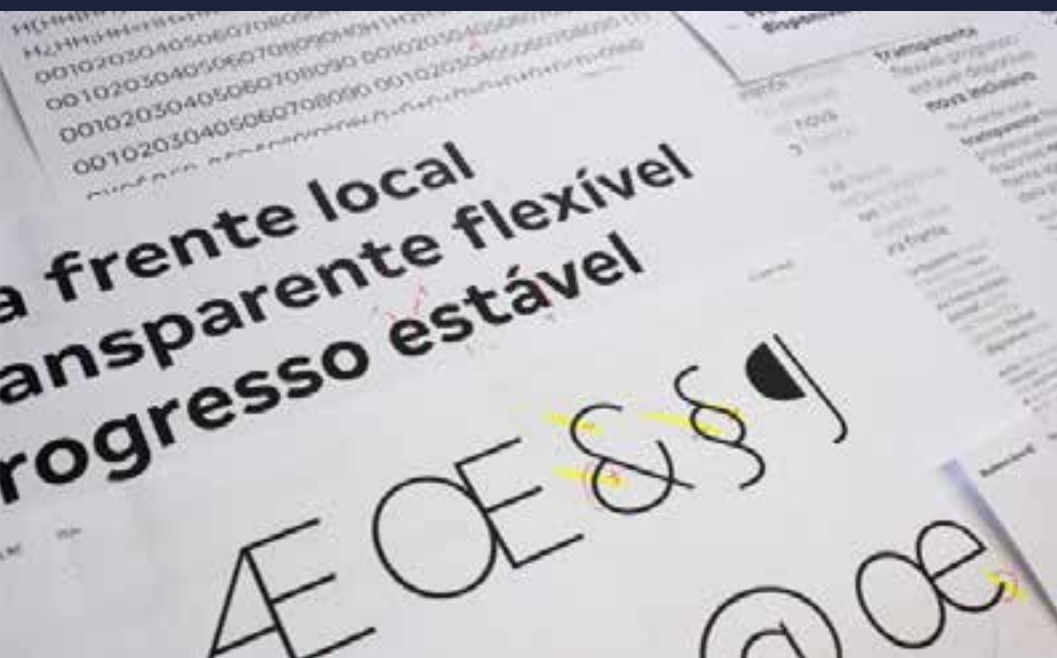
CLIENTE

Saudi Telecom Company

moving forward moving
oving forward moving
ving forward moving
ring forward moving

We need a typeface that
moves forward
One that is iconic and
full of personality

taking a good idea  to another level



CRAFT FOR DESIGN |
TIPOGRAFIA



TIPOGRAFIA BRADESCO SANS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Família tipográfica corporativa, original e exclusiva, composta por 7 pesos (Thin, Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold e Bold), incluindo itálicos e 2 pesos condensados. O desafio foi criar uma família tipográfica que funcionaria em toda a complexidade do universo visual e abrangência de público (70 milhões de clientes), que ainda assim pudesse ser reconhecida através de detalhes pontuais. A tipografia convive em harmonia com os outros elementos da identidade. Em campanhas publicitárias, consegue dar espaço à imagens sem brigar pela atenção, mas é confiante de si quando utilizada isoladamente.

FICHA TÉCNICA

Fabio Haag (Dir. Criação e Design) e Henrique Beier (Engenharia); Superunion: Marcelo Bicudo (CEO), Janet Riddell (Estratégia e Gest. Projeto), Shingo Sato, Bruno Souza, Rodrigo Munhoz, Sauê Ferlauto, Édipo Zolini (Criação). Bradesco: Márcio Parizotto e Daniela Ugayama (Dir. Marketing), Dulce de Oliveira, Rodrigo Nunes e Sérgio Belmonte (Design Tea)

AUTORIA | ANO

Fabio Haag Type | 2019

CLIENTE

Bradesco, com Superunion



FESTIVAL KI- NOARTE DE CINE- MA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustrações para 21º Festival Kinoarte de Cinema, serviram para compor toda a identidade visual do Festival. O Festival Kinoarte de Cinema, evento mais tradicional de cinema do Paraná, objetiva trazer filmes a Londrina que se encontram fora do eixo comercial, promover palestras, debates e oficinas.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação e design: Felipe Augusto Design e ilustração: Dilan Gama e Henrique Petrus Planejamento: Marina Bigardi

AUTORIA | ANO

Leste | 2019

CLIENTE

Kinoarte



DESIGNDE AMBIENTE





premiados design de ambiente
2020



WME —

DESCRIÇÃO DO PROJETO —

O projeto foi concebido com o objetivo O WME (Women's Music Event) é uma plataforma de música, negócios e tecnologia vista por uma perspectiva feminina, dentre suas ações existe o WME Awards uma premiação anual de música brasileira dedicada a empoderar mulheres. Criada em 2017, a premiação é transmitida e organizada pela TNT. Em 2019 a premiação foi apresentada pela cantora Preta Gil, consolidando-se como um dos prêmios mais importantes da música brasileira, tornando-se em 2019 a primeira premiação do cardápio do canal TNT, a homenageada do ano foi a cantora Gal Costa. A premiação aconteceu no espaço de eventos da Audio e fomos responsáveis para criar o design do projeto, que contemplaria o evento de forma 360°, da cenografia ao site, das projeções aos backdrops, do camarim às animações, das vinhetas à entrada do evento.

FICHA TÉCNICA

Dir. Criação e design: Tamilis Oliveira e Marcelo Roncatti - Atendimento: Vanessa Queiroz, Fabio Couto, Eloisa Ferreira - G.P.: Marianna Tritapepe e Marília Denobre - Ilustração: Tamilis Oliveira, Marcelo Roncatti - Design: Camila Gargantini, André Fiorentini - Motion: Victor Marcello - Prod: Music2! - Cenografia: Guina's Desing - Finalização: Silas Yamakami

AUTORIA | ANO

Colletivo, Estúdio Independente de Design Ltda | 2019

CLIENTE

Womans Music Event 2019 - Turner Broadcasting System





ESPAÇO LAB 360

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Bancoob nos procurou para desenvolver um andar de inovação no centro de Brasília. Propomos um espaço aberto, com móveis modulares e adaptado para novas metodologias de trabalho, como a agile e o design thinking. Propomos espaços mais informais de reunião, assim como áreas para prototipagem e fabricação digital (mini fablab). Estimulamos o convívio entre os funcionários com uma copa no formato de um café moderno, além de criar áreas de decompressão e espaços lazer. O projeto estabeleceu um novo paradigma para a instituição, que planeja implementar as soluções de design, arquitetura e iluminação em outras unidades.

FICHA TÉCNICA

Criação do Lab 360, um espaço de inovação do Bancoob Brasília. O projeto contou com os serviços de arquitetura, design de iluminação e sinalização. Criamos móveis exclusivos, espaços para fabricação digital, salas de treinamento, espaços de trabalho, café e um mini auditório distribuídos em um andar de 750m².

AUTORIA | ANO

Choque Design e Arquitetura | 2019

CLIENTE

Bancoob



GOOGLE FOR STARTUPS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Google for Startups é uma aceleradora de startups do Google que possui, atualmente, sete núcleos ao redor do mundo. O projeto de sinalização para a unidade brasileira, em São Paulo, foi um dos primeiros estudos de aplicação física da nova identidade visual do programa, que passou por um processo de reposicionamento.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Mariana Hardy
Direção de operações: Cynthia Massote
Coordenação de criação: Délio Faleiro e Pedro de Albergaria
Gerência de projeto: Mariana Muchon e Joana Rocha
Design: Délio Faleiro, Fernando Dias e Rafael Amato
Produção Gráfica: Mirelle Bairral e Rita Abdo

AUTORIA | ANO

Hardy Design | 2019

CLIENTE

Google





LOUNGE AMERICAN EXPRESS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A American Express é mundialmente reconhecida por seus lounges ao redor do mundo. São touchpoints de marca importantíssimos para validar seu posicionamento: Não viva a vida sem o seu. Amex está presente no dia a dia de clientes globais de forma diferenciada, e estes espaços de hospitalidade são a comprovação disso, trazendo familiaridade e conforto longe de casa, com um toque de cultura local. No Aeroporto internacional de Guarulhos não podia ser diferente: um espaço de 1200m² na área nobre do Terminal 3 é a nova cara (ou seria casa?) da Amex no Brasil.

FICHA TÉCNICA

Equipe FutureBrand: Cesar Hirata, Arnaldo Bastos, Silvia Kanayama, Nicole Machado, Daniel Soriano, Roberto Fagaraz, Priscila Capelli. Equipe Amex: Rose Meire Del Col, Diego Garcia, Mariano Ferrer, Lorena Crescenzo, Ana Paula Ribeiro Equipe Construtora Lar: Ilan Katalan, Amanda Tinoco

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

American Express



MICHELANGELO MÁRMORES DO BRASIL - SHO- WROOM CURITI- BA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Michelangelo é uma empresa paranaense com tradição na extração e beneficiamento de mármore nobres. Coube a nós, o reposicionamento, a gestão da marca, suas ações sensoriais e comportamentais e a nova identidade visual. O mármore é um produto muito sensorial, é preciso ver de perto o desenho de cada chapa, que é única. Com o foco da nova marca no mercado de arquitetura e design, era hora de renovar seu showroom, que fica em uma estrutura industrial compartilhada com um estoque de chapas e sua sede administrativa. O projeto arquitetônico ficou a cargo de um escritório parceiro, e nós, responsáveis pela sinalização externa, interna, ambientação visual, mobiliário expositivo e a curadoria de um espaço design.

FICHA TÉCNICA

Equipe: gedegato / Giovanni Dameto, Giuliana Giarola, Kaio Fialho, Isis Leonardo
Arquitetura: Leandro Garcia
Fotografia: Kaio Fialho / Fran Parente
Execução: Studio EME / gedegato

AUTORIA | ANO

gedegato | 2019

CLIENTE

Michelangelo Mármores do Brasil





MURAI ARTSY

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com uma proposta de ambiente autêntico, o Artsy Hostel em Vitória - ES, buscou integrar a arte desde o nome até a decoração. Para isso, foi criado um projeto arquitetônico bastante diferenciado, e junto a isso um trabalho de ambientação que mescla o clássico e o moderno. O projeto realizado traz a mistura das técnicas de impressão digital e adesivagem e a pintura manual complementando a criação de cinco murais. O grande desafio do projeto foi a busca por soluções que funcionassem bem com a mistura das técnicas, preservando até certo ponto as obras de arte originais utilizadas como base e inserindo-as em um contexto destoante do original, de forma que fossem bem integradas aos ambientes.

FICHA TÉCNICA

Criação: Locomotipo

AUTORIA | ANO

Locomotipo | 2019

CLIENTE

Artsy Hostel



AMBIENTAÇÃO PARA EMPRESA DE TECNOLOGIA E CINEMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de Ambientação desenvolvido para a nova sede em São Paulo de uma empresa de Tecnologia e Cinema. Com a premissa de um espaço onde todas as culturas sul americanas se encontram, de forma marcante. O conceito principal do design era evitar qualquer ângulo denso ou que remontasse um escritório padrão. Para isso foram utilizadas cores, grafites variados, texturas e muitos elementos gráficos criados especialmente para este projeto. Destaque para a área colaborativa (café), os sanitários e toda sinalização desenvolvida.

FICHA TÉCNICA

Empresa de Tecnologia e Cinema Ano: 2019 Local: São Paulo, SP Escopo: Design, Ambientação e Comunicação Visual, Sinalização Dimensão: 3.957m²

AUTORIA | ANO

PORÚ | 2019

CLIENTE

Empresa de Tecnologia e Cinema





K FAIR 2019 DÜS- SELDORF

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Arquitetura acolhedora e design interativo foram as bases para criação de uma experiência de marca completa para a participação da Braskem na maior feira mundial do setor de plásticos e borrachas que ocorreu em Düsseldorf, na Alemanha. O tema central foi a economia circular. Através de interações, vídeos e exemplos práticos, mostramos os esforços da empresa na busca por soluções inovadoras e sustentáveis para encarar alguns dos maiores desafios da humanidade. Projetamos um espaço de 649 m² com diversos ambientes conectados, que uniram tecnologia, inovação e acolhimento. A partir de sprints de Design Thinking, mapeamos a experiência do público para propor soluções que, de fato, valorizassem a interação humana, garantindo a proximidade dos clientes, posicionando a Braskem como player global.

FICHA TÉCNICA

Luis Castellari – Diretor de Estratégia e Criação
 Leandro Rychert – Gerente de Projeto
 Bárbara Schneider – Atendimento e Tráfego
 Bruno Ferreira – Arquiteto
 Pedro Ortega – Designer
 Gabriela Uchiyama – Designer
 Iolanda Yassuda – Designer
 Fabio Corazza – Designer
 Fabio Sant'Anna – Arte finalista

AUTORIA | ANO

Keenwork Branding e Estratégia |
 2019

CLIENTE

Braskem





PRÊMIO BARCO A VAPOR, UMA VIAGEM PELA LITERATURA INFANTOJUVENIL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nada melhor para receber o vencedor de um dos maiores prêmios nacionais de literatura infantojuvenil do que uma experiência lúdica e imersiva em sua própria obra, certo? Assim foi a experiência que projetamos para a edição 2019 do Prêmio Barco a Vapor, promovido pela Fundação SM. Um projeto completo de exposição, cenografia e atualização da identidade visual que fez da cerimônia de premiação uma divertida viagem pelo incrível universo do Dr. Fritz, protagonista da história ganhadora. Além do projeto cênico e de iluminação inspirado nas ilustrações do livro, o evento contou com a interação dos convidados com os personagens da obra, representados por totens espalhados pelos espaços da premiação.

FICHA TÉCNICA

Luis Castellari – Diretor de Estratégia e Criação
Leandro Rychert – Gerente de Projeto
Bárbara Schneider – Atendimento
Bruno Ferreira – Arquiteto
Alex Nakano – Designer
Iolanda Yassuda – Designer
Gabriela Uchiyama – Designer
Fabio Sant'Anna – Arte finalista

AUTORIA | ANO

Keenwork Branding e Estratégia |
2019

CLIENTE

Fundação SM





DESIGN DE AMBIENTE |
CENOGRAFIA



SESC VERÃO 2020

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de cenografia “CicloPraça” foi realizado no andar térreo do Sesc Avenida Paulista como parte do programa Sesc Verão, que promove atividades esportivas e culturais. O espaço era destinado ao encontro, à convivência, ao fomento da cultura ciclística e atividades correlatas. A inspiração estética da praça foi a colorida, luminosa e movimentada Tokyo, futura sede dos Jogos Olímpicos de 2021.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Gustavo Godoy Arquitetura e Comunicação Visual: Beatriz Gomes Vídeo: Alexandre Marcati, João Alencar, Raphael Minhoso Produção: Renata Borges Fotos: Chico Kfoury

AUTORIA | ANO

Estúdio Bijari | 2020

CLIENTE

Sesc Avenida Paulista



CAFEZINHO DO BRASIL: FEITO DE JEITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Casa Bandeirista, um edifício histórico do século XVIII, localizado no bairro do Itaim, em São Paulo (SP), recebeu uma das maiores e mais duradouras ativações da marca Nespresso, pensada exclusivamente para o relançamento do Cafezinho do Brasil, uma cápsula de Edição Limitada. Cada um dos seis cômodos da casa recebeu uma instalação, expositiva ou interativa, com cenografia elaborada pela FutureBrand. A abertura da ativação contou, ainda, com um show aberto ao público do cantor Silva, em um palco criado especialmente para esse momento, refletindo a identidade desenvolvida para o Cafezinho do Brasil.

FICHA TÉCNICA

César Hirata Cristina Penz Thomás
Debeus Mateus Potumati Mateus Prado
Alysson Nunes Carolina Brandileone
Otávio Queiroga Beatriz Vilela Marcia
Godoy Francisco Fernandes Daniel So-
riano Everton Silva Daniel Yaginuma
Roberto Junior Mariana Blessa Alan
Munhoz Colmeia Produções Artísticas
Serilone

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nespresso





TAÇA UNIVER- SITÁRIA DE SÃO CARLOS – TUSCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Taça Universitária de São Carlos - TUSCA, é um torneio universitário que ocorre na cidade de São Carlos- SP. É organizada pela Associação Atlética Acadêmica da UFSCar e pela Associação Atlética Acadêmica Campus de São Carlos USP - CAASO. A Tusca tem a finalidade de estimular a prática saudável do esporte, bem como a integração sociocultural entre os participantes. Além das competições, também faz parte da TUSCA as festas, que são consideradas as boas festas universitárias do Brasil, somando cerca de 45 mil presentes ao longo dos 4 dias de competição. No ano de 2019 atingiu a marca de 40 anos de história. Para a comemoração da 40ª Edição, o conceito criativo para os palcos definido pelos organizadores era a trilogia entre Passado, Presente e Futuro. O Main Stage representou o presente.

FICHA TÉCNICA

Wellington Grabovski Camila Bonadmann Cleber Stanczyk Sagaz Eder Lenon A Gonçalves Rodrigo Luiz Dreer Morales Bruno Alexandre de Souza Robson Eduardo de Souza Juliany Karina da Silva Produção, montagem e desmontagem: Alan Fabrício Gomes Fermino Anderson Ercole Anderson Krisley Soares Eloncris Ercole Elton Jhon Rodrigues Da Cruz Evandro Antônio de Camargo Jeverson Teixeira de Jesus Juliano Fabiesnki Dos Santos Mauro Antônio Muraro Paulo Sérgio da Silva Robimson Pereira Ramos Wellington de Oliveira da Silva

AUTORIA | ANO

Views Produções Artísticas | 2019

CLIENTE

Atmosfera F2F - Criativa Agência - EXP Produções



TUDUM FESTIVAL NETFLIX

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Netflix, a maior plataforma de streaming do mundo, convidou nossa equipe para idealizar e dar vida ao seu primeiro festival. E, considerando o universo estético dos filmes e séries escolhidos para estarem no evento, o desafio de cenografia era enorme: transformar o pavilhão da bienal em um portal para um mundo lúdico que dá vida aos cenários e personagens amados pelo público. A segunda etapa desse desafio era considerar todas as obrigatoriedades de segurança e sinalização de forma que conversassem com a proposta visual. Conseguimos preencher todo o espaço da bienal com ativações, espaços comuns e experiências multis sensoriais – todos com roupagens temáticas – coexistindo de forma harmônica, respeitando a dinâmica e organização do espaço.

FICHA TÉCNICA

Time SRCOM e P&G Cenografia Patricia Pinheiro Beto Bisesto Ricardo Gelli Ana Giacosa Valeria Forte Emmanuel Zaroni Thomas Miller Nathan Esteves Vinicius Tamajusuku Cahuê Abatipietro Stephanye Parraga Carla Garofalo

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Netflix





HL 746

DESCRIÇÃO DO PROJETO

projeto de sinalização / comunicação visual para o edifício HL746, com projeto arquitetônico Aflalo e Gasperini

FICHA TÉCNICA

direção de arte: Dora Levy assistente: Sofia Ralston execução: Sara Rosenberg + SignoSinal

AUTORIA | ANO

dora levy design | 2020

CLIENTE

HL 746



COMUNICAÇÃO VISUAL PARA EM- PRESA DE TECNO- LOGIA E MÚSICA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de Comunicação Visual realizado para a nova sede em São Paulo de uma empresa de Tecnologia e Música. O objetivo do projeto era transmitir a mensagem e a cultura da empresa através de elementos locais, celebrando regionalidades. Era preciso aquecer o espaço trazendo brasilidade para o projeto de arquitetura de inspiração sueca (origem da empresa). Para isso, criamos temáticas do Brasil e a partir delas trouxemos elementos e cores de diferentes regiões brasileiras. Painéis colaborativos e ilustrações nos banheiros se somam ao ponto central do projeto: o café, local em que artistas são chamados para performar e onde desenhamos um conjunto de tapetes aplicados no teto repletos de brasilidade.

FICHA TÉCNICA

Empresa de Tecnologia e Música Ano: 2019 Local: São Paulo, SP Escopo: Comunicação Visual e Sinalização Dimensão: 1.600m²

AUTORIA | ANO

PORÚ | 2019

CLIENTE

Empresa de Tecnologia e Música





DESIGN DE AMBIENTE |
COMUNICAÇÃO VISUAL



LAR SÍRIO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Lar Sírio é uma instituição de impacto social educacional que atende atualmente 1000 crianças, jovens e seus familiares. Em 2019 fomos convidados para desenvolvermos o projeto de sinalização e comunicação visual para a área externa, que além da funcionalidade trazem o universo da marca e da instituição como experiência lúdica.

FICHA TÉCNICA

Time Dea: Mariana Caram, Ana Paula Nemoto, Carolina Brites, Juliano Veloso, Vanessa Dozono, André Sato e Carolina Massafera | Fornecedor: Novo Conceito | Fotos: João Paulo Prado

AUTORIA | ANO

Dea Design | 2019

CLIENTE

Lar Sírio Pró Infância



LEOPOLDO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Projeto de comunicação visual para o edifício Leopoldo cria uma integração entre a comunicação visual e a arquitetura do edifício, utilizando a materialidade como partido para um projeto que promove o diálogo entre os elementos arquitetônicos e as interferências formais necessárias para a organização dos ambientes e fluxos.

FICHA TÉCNICA

Equipe de criação: Gustavo Godoy, Geandre Tomazoni, Nathalia Lima, Rodrigo Araújo e Thalissa Bechelli 3D: Alexandre Marcati Planejamento: João Rocha

AUTORIA | ANO

Estúdio Bijari | 2019

CLIENTE

Nortis Incorporadora





DESIGN DE AMBIENTE |
COMUNICAÇÃO VISUAL



UNILEVER BRASIL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de comunicação visual e sinalização da sede da Unilever foi desenvolvido para transmitir o seu universo para o consumidor brasileiro. Para sua nova sede em São Paulo, colocamos em foco a celebração da nossa diversidade, riqueza cultural e pluralidade. O projeto teve como objetivo trazer personalidade e unidade a um espaço que comporta colaboradores de marcas muito fortes e diversas entre si.

FICHA TÉCNICA

Time Dea: Mariana Maia Caram, Ana Paula Nemoto, Juliana Hobo, Lucila Muranaka, Ari Miaciro, Monica Kato, Yasmin Rachid e Luciana Siguemoto |
Arquitetura: Athié Wohnrath |
Fornecedores: KZVM Signage e Family Sign |
Fotos: Romulo Fialdini

AUTORIA | ANO

Dea Design | 2019

CLIENTE

Unilever



UNITY

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A ABC Construções sempre buscou trazer inovações em seus empreendimentos. A partir do projeto do Mardisa, tivemos um primeiro experimento que transformou o conceito de tapume de obras no mercado imobiliário. Um tapume não mais servia apenas para esconder a obra, mas era parte da comunicação de venda, apresentando conceitos, imagens, características e gerando atenção para o empreendimento. Foi então que a ABC lançou um desafio: “Como podemos trazer algo ainda mais inovador nesse formato?”. O projeto do Unity iniciou com toda a criação da identidade visual e material de venda. Depois, partimos para pensar como poderíamos trazer algo mais impactante e relevante para o tapume de obra, que ficava localizado de frente pro mar, em uma das principais avenidas da cidade, em um bairro nobre.

FICHA TÉCNICA

Design: Jones Siqueira Gerente de produção: Amanda Madruga

AUTORIA | ANO

Neopop Imaginária | 2019

CLIENTE

ABC Construções





DESIGN DE AMBIENTE |
COMUNICAÇÃO VISUAL



BANCO ORIGINAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como um banco inovador com foco na experiência do usuário, era essencial para o Banco Original que sua nova sede refletisse seus valores. A comunicação visual teve a função de unir visualmente os 24 andares, trabalhando o sentimento de pertencimento e reconhecimento do Banco Original. Ao mesmo tempo, com o desafio de tornar essa experiência surpreendente e memorável, trouxe elementos variados que personalizam cada área conforme seu uso, visando trazer diversidade pelo percurso. Cada ponto de vista é único. Partindo de um conceito central de desconstruir e oferecer diferentes perspectivas de um mesmo elemento, o cubo, traçamos esse paralelo com a personalidade disruptiva do banco e trouxemos elementos que despertam curiosidade, desafiam o olhar do usuário e sua interação com o espaço.

FICHA TÉCNICA

Time Dea: Mariana Caram, Ana Paula Nemoto, Silvia Kanayama, Juliana Hobo, Lucila Muranaka, Roberto Fagaraz, Monica Kato e Jacqueline Chen | Arquitetura: Athié Wohnrath | Fornecedores: Pimenta Comunicação e Getsign | Fotos: Romulo Fialdini

AUTORIA | ANO

Dea Design | 2019

CLIENTE

Banco Original



ATELIER DE TENDÊNCIAS DURATEX

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de corner para ambientação de mostruário das coleções de painéis Duratex composto por módulos com as funções de mostruário de painéis, mesa para discussão de projetos, mosaico para moods sazonais, e interação digital).

FICHA TÉCNICA

Luciana Carvalho – direção de arquitetura
Gabriela Incagnoli – arquitetura / 3D
Renato Diniz – direção criativa / design
produto
Tatiana Ferreira – design gráfico

AUTORIA | ANO

Estúdio Jacarandá | 2019

CLIENTE

Duratex





CAFEZINHO DO BRASIL: FEITO DE JEITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Casa Bandeirista, um edifício histórico do século XVIII, abrigou a maior ativação da campanha, o Espaço Cafezinho do Brasil. A ativação ocupou todos os cômodos do casarão, trazendo experiências interativas sobre a história do país e a cultura do café brasileiro, além de uma sala especialmente dedicada à culinária brasileira. Por 10 semanas, o Espaço Cafezinho do Brasil esteve aberto ao público que pôde apreciar as obras de 14 artistas populares brasileiros na exposição Feito de Jeitos, com curadoria exclusiva do projeto Novos Para Nós, de Renan Quevedo. Uma vivência única e completa para os amantes do café e entusiastas da cultura brasileira, que foi deixada como legado cultural para a cidade de São Paulo.

FICHA TÉCNICA

César Hirata Cristina Penz Thomás
Debeus Mateus Potumati Mateus Prado
Alysson Nunes Carolina Brandileone
Otávio Queiroga Beatriz Vilela Marcia
Godoy Francisco Fernandes Daniel So-
riano Everton Silva Daniel Yagnuma
Roberto Junior Mariana Blessa Alan
Munhoz Projeto Novos Para Nós, Renan
Quevedo Colmeia Produções Artísticas

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nespresso



K FAIR 2019 DÜS- SELDORF

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Arquitetura acolhedora e design interativo foram as bases para criação de uma experiência de marca completa para a participação da Braskem na maior feira mundial do setor de plásticos e borrachas que ocorreu em Düsseldorf, na Alemanha. O tema central foi a economia circular. Através de interações, vídeos e exemplos práticos, mostramos os esforços da empresa na busca por soluções inovadoras e sustentáveis para encarar alguns dos maiores desafios da humanidade. Projetamos um espaço de 649 m² com diversos ambientes conectados, que uniram tecnologia, inovação e acolhimento. A partir de sprints de Design Thinking, mapeamos a experiência do público para propor soluções que, de fato, valorizassem a interação humana, garantindo a proximidade dos clientes, posicionando a Braskem como player global.

FICHA TÉCNICA

Luis Castellari – Diretor de Estratégia e Criação
Leandro Rychert – Gerente de Projeto
Bárbara Schneider – Atendimento e Tráfego
Bruno Ferreira – Arquiteto
Pedro Ortega – Designer
Gabriela Uchiyama – Designer
Iolanda Yassuda – Designer
Fabio Corazza – Designer
Fabio Sant’Anna – Arte finalista

AUTORIA | ANO

Keenwork Branding e Estratégia |
2019

CLIENTE

Braskem





O QUE É ORIGINAL?

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Trata-se de uma exposição que instigou o conceito de originalidade. A primeira parte foi formada por 13 pinturas com influência de artistas da Action Painting. Aqui a autoria se fez presente por meio da mão do artista pois não é possível delegar, diferente da sala dedicada às fotografias, onde a autoria está na apropriação. Foram expostas 20 fotografias licenciadas de bancos de imagens, sobrepostas a frases anônimas, retiradas de pichações, redes sociais ou conversas casuais, ou seja, um diálogo entre a apropriação de textos e imagens. A mostra contou ainda com um painel de LED com frases em movimento, que remete a locais públicos. Ao final, uma obra interativa permitiu ao público deixar contribuições ao artista, diluindo as fronteiras entre a autoria do artista e do público.

FICHA TÉCNICA

Gustavo Paris e Gabriela Casagrande

AUTORIA | ANO

Museu Oscar Niemeyer Artista: Marcelo Conrado Curadoria da exposição: Maria José Justino | 2019

CLIENTE

Museu Oscar Niemeyer





PRÊMIO BARCO A VAPOR, UMA VIAGEM PELA LITERATURA INFANTOJUVENIL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nada melhor para recepcionar o vencedor de um dos maiores prêmios nacionais de literatura infantojuvenil do que uma experiência lúdica e imersiva em sua própria obra, certo? Assim foi a experiência que projetamos para a edição 2019 do Prêmio Barco a Vapor, promovido pela Fundação SM. Um projeto completo de exposição, cenografia e atualização da identidade visual que fez da cerimônia de premiação uma divertida viagem pelo incrível universo do Dr. Fritz, protagonista da história ganhadora. Além do projeto cênico e de iluminação inspirado nas ilustrações do livro, o evento contou com a interação dos convidados com os personagens da obra, representados por totens espalhados pelos espaços da premiação.

FICHA TÉCNICA

Luis Castellari – Diretor de Estratégia e Criação
Leandro Rychert – Gerente de Projeto
Bárbara Schneider – Atendimento
Bruno Ferreira – Arquiteto
Alex Nakano – Designer
Iolanda Yassuda – Designer
Gabriela Uchiyama – Designer
Fabio Sant'Anna – Arte finalista

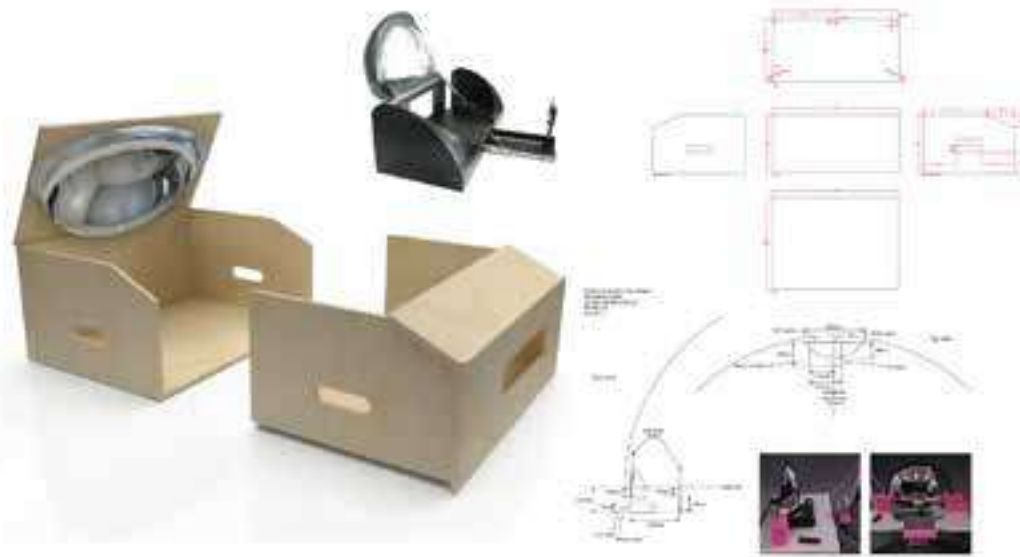
AUTORIA | ANO

Keenwork Branding e Estratégia |
2019

CLIENTE

Fundação SM





DOMO DE PAPELÃO – LÃO ONDULADO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Depois do evento INOVA Klabin de 2018, que ocorreu em São Paulo – SP durante dois dias, o desafio era como transportar um grande evento, em uma versão compacta, a todas as unidades da Klabin pelo Brasil para que mais colaboradores tivessem a chance de serem incluídos. Coincidentemente, em 2019 a empresa completou 120 anos. Com isso, surgiu a ideia de contar a história em um vídeo e apresentar a todos os colaboradores nessa versão itinerante do INOVA Klabin. Pensando em uma experiência imersiva em que os colaboradores pudessem vivenciar um pouco da história da empresa e mergulhar no evento, desenvolvemos um domo feito de papelão ondulado – material da própria Klabin – para todos pudessem entrar e assistir aos dois vídeos produzidos, como em um cinema.

FICHA TÉCNICA

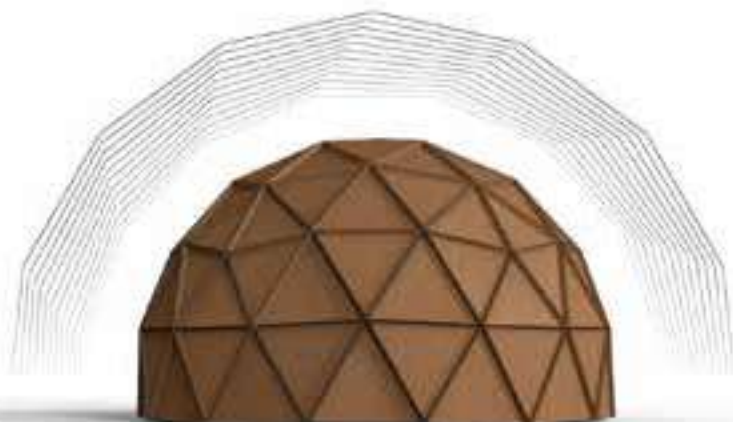
Gabriel Lopes – Idealizador e CEO
Giuliana Menezes – Gestora de Projetos
André Tritiack – IoT Manager
Vanuza Amarante – Designer de Produto
Fabio Marin – Produtor de Conteúdo

AUTORIA | ANO

EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

KLABIN





DESIGN DE AMBIENTE |
DESIGN DE REDES DE VAREJO



CASA BAUDUCCO – LOJA CONCEITO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Novo conceito de loja desenvolvido para a marca Casa Bauducco, com a promessa de oferecer ambiente com experiência de customização de produto e canal de marketing e experiência da marca.

FICHA TÉCNICA

Flavia Cunha - arquitetura
Luciana Carvalho - direção de arquitetura
Mariane Machado - arquitetura
Marcia Cervi - visual merchandising
Pedro Weitz - 3D
Renata Zenha - arquitetura produto
Renato Diniz - direção criativa / design produto

AUTORIA | ANO

Estúdio Jacarandá | 2019

CLIENTE

Bauducco



CONCEITO DE FACHADAS BRADESCO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após processo de branding, surgiu a necessidade de desenvolvimento de um novo conceito de fachadas e comunicação externa, que estivesse alinhado com a nova identidade da marca Bradesco. O projeto de Conceito de Fachadas se estruturou em 3 grandes etapas, a primeira chamada por nós de Fase Hear, na qual mergulhamos no universo Bradesco, por meio de entrevistas em profundidade com a diretoria de Patrimônio, Marketing, Varejo e Prime, auditorias nas agências, análise dos materiais existentes, benchmarking, desk research e insights. Fase Create, momento de todo o desenvolvimento conceitual e detalhamento técnico e por fim, Fase Deliver, que consiste no acompanhamento da execução e de fato, a hora de colocar o “projeto na rua”.

FICHA TÉCNICA

CEO – Marcelo Bicudo. Head de negócios – Fernanda Dias. Dir. de Criação – Andrea Avedissian. Design: Shingo Sato e Edipo Zollini. Arquitetura: Gabriel Jóia, Camila Lenci, Camila Papin, Cristiane Recio e Lara Barbosa. Atendimento: Alice Leite e Fernanda Miazato. Produção: Fernanda Pieroni. Bradesco: Dulce de Oliveira e equipe.

AUTORIA | ANO

Superunion | 2019

CLIENTE





DESIGN DE AMBIENTE |
DESIGN DE VAREJO



CAFÉ GAROA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

* Conheça a identidade da marca através do vídeo manifesto* Garoa é uma cafeteria com foco em grãos especiais fundada por um casal que descobriu o amor pelo café, criando um negócio pautado na valorização dos colaboradores e da cadeia produtiva. Após desenvolvermos a Identidade de Marca, fomos também responsáveis pelo projeto de arquitetura e ambientação.

FICHA TÉCNICA

Gabriela Pavan, Bruna Correa, Mariana Hsuan, João Tiago Camargo e Joel Alves

AUTORIA | ANO

Enredo | 2019

CLIENTE

Café Garoa





LOJA CONCEITO RIACHUELO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolver em parceria com o arquiteto Fábio Sato, da Takano Kawahara o projeto de comunicação visual disruptivo, usando de painéis de LED para a primeira loja conceito da Riachuelo, no Morumbi Shopping, cuja a proposta foi oferecer uma experiência de compra memorável disponibilizando Soluções Digitais que proporcionem interatividade e personalização tanto na Comunicação Visual quanto na jornada de compra do consumidor na loja.

FICHA TÉCNICA

Escritório de arquitetura: Takano Kawahara Pessoa responsável: Fábio Sato Líder da montagem: Ron Marques Gerente da conta: Bruno Marmo

AUTORIA | ANO

The LED | 2019

CLIENTE

Riachuelo





DESIGN DE AMBIENTE |
DESIGN DE VAREJO



LOJA CONCEITO VERGINIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de uma nova experiência no mercado de vendas de Tintas, propondo mais experiências sensoriais e estimulando o uso de cores em materiais analógicos e interfaces digitais.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Thiago Matsunaga
Diretor de Planejamento: Ricardo Mercer
Direção de Atendimento: Eduardo Johnscher
Design: Thiago Matsunaga, Rafael Amaral
Redação: Luís Fernando Franzen
Planejamento: Sofia Ricciardi
Projeto de Interiores: Moca Arquitetura

AUTORIA | ANO

Candy Shop | 2019

CLIENTE

Tintas Verginia

DESIGN DE AMBIENTE |

DESIGN DE VAREJO



OFNER – FLAGSHIP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Concepção da loja Flagship da marca Ofner

FICHA TÉCNICA

Aline Bezerra- arquitetura
Luciana Carvalho – direção de arquitetura
Marcia Cervi – visual merchandising / 3D
Renata Zenha - arquitetura
Renato Diniz – direção criativa / design produto
Tatiana Ferreira – design gráfico

AUTORIA | ANO

Estúdio Jacarandá | 2019

CLIENTE

Ofner





DESIGN DE AMBIENTE |

DESIGN DE VAREJO



PROJETO DO RESTAURANTE TAIKAN FAST SUSHI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A rede de fast sushi Taikan passou por uma revitalização em 2019, inaugurando duas novas lojas com um padrão novo e muito atraente junto aos seus clientes. O projeto de design de ambiente considerou elementos estilísticos da cultura japonesa, assim como soluções construtivas de revestimentos, iluminação e construção que viabilizassem a construção de uma identidade forte, marcante, que acolhesse os clientes, agregasse valor aos serviços do restaurante e permitisse uma replicação rápida em qualquer locação.

FICHA TÉCNICA

Projeto de redesign da identidade de ambiente seguida pela rede de fast sushi Taikan. O projeto aqui inscrito apresentará o novo padrão em duas novas unidades localizadas na região central de Brasília. O projeto resultou em um incremento alto no faturamento da empresa e estabeleceu um distanciamento considerável em relação a sua concorrência.

AUTORIA | ANO

Choque design e arquitetura | 2019

CLIENTE

Taikan



RESTAURANTE EVA COCINA ORI- GINALE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto de design de interiores foi idealizado para um restaurante de culinária italiana contemporânea, em que um dos sócios, italiano de Veneza foi o condutor do briefing para imagem e ambientação. A partir das memórias e vivências nas Osterias de sua cidade natal, montamos um rol de referências de materialidades para o restaurante. O imóvel escolhido pelos clientes está situado em uma avenida movimentada, num bairro da zona Sul da cidade de Belo Horizonte. A loja em questão possuía dimensões não muito favoráveis à instalação do negócio, pois sua conformação linear dificultava as circulações de serviços, a visibilidade do negócio a partir da rua, entre outros desafios. A estratégia de projeto foi quebrar a linearidade da loja posicionando o balcão bar/salumeria na porção central, dividindo o ambiente em três espaços com ambientações diferentes.

FICHA TÉCNICA

autor: Isabela Vecci colaboração: João Paulo Fontoura design gráfico marca: Greco Design ilustração: Julia Bianchi construção: EPO

AUTORIA | ANO

Isabela Vecci | 2019

CLIENTE

Restaurante Eva





THE COFFEE AUGUSTA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O conceito do the coffee é estar inserido em centros urbanos consolidados, porém nem sempre são encontradas edificações passíveis de transformações. Assim, foi projetado um modelo que permite a instalação do café em áreas vagas: um contêiner. A Avenida Paulista, em São Paulo, Brasil, é centro financeiro, cultural e de entretenimento. Quase esquina com esta avenida, na Rua Augusta, o café foi inserido na entrada de um estacionamento de carros e tem em seu entorno, bem à sua frente, o Conjunto Nacional, ano 1956, arquiteto David Libeskind. É um dos primeiros edifícios multifuncionais modernista na cidade e de grande importância. Inspirado na simplicidade e minimalismo japonês, o the coffee reinventa o centro, altera a rotina das pessoas e abre novas possibilidades.

FICHA TÉCNICA

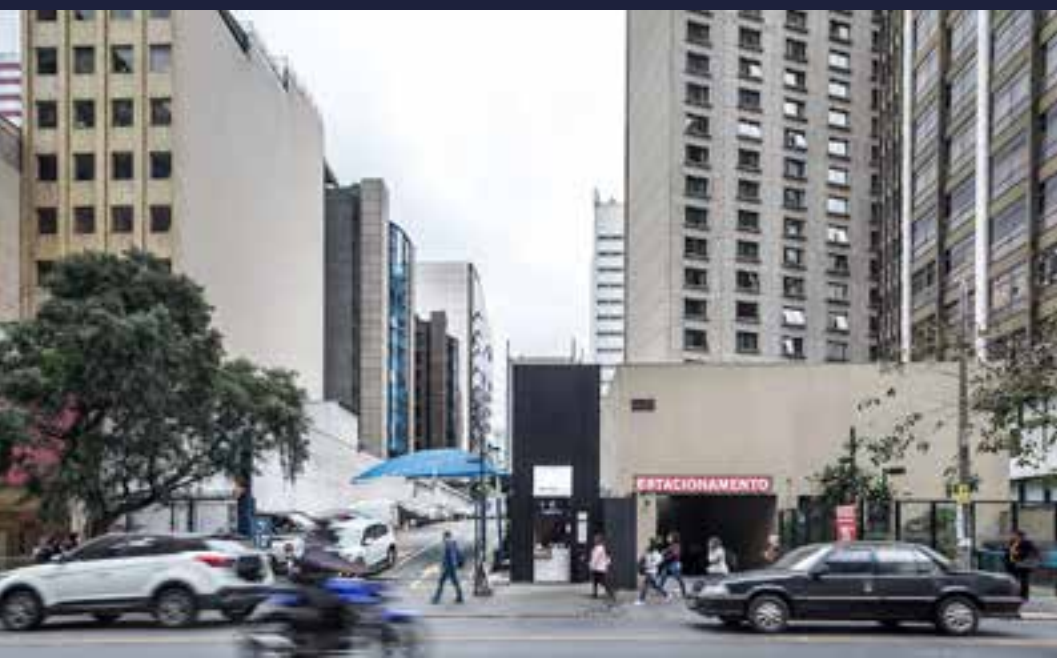
Local: São Paulo | SP Área: 9,70m² Ano do projeto: 2019 Ano da obra: 2019
Fotos: Eduardo Macarios

AUTORIA | ANO

Studio Boscardin.Corsi Arquitetura |
2019

CLIENTE

The Coffee





VANS X HARRY POTTER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Reconhecida por sua originalidade inconfundível, a Vans é uma marca icônica que, a cada dia mais, se torna a preferência de quem procura por resistência e estilo. Como agência parceira da marca, nós somos responsáveis pelo desenvolvimento das implantações de campanhas nos materiais de ponto de venda, pelas estratégias de projetos e de mídias sociais. Após recebimento do KV global e assets, analisamos os consumidores e as segmentações das lojas para que todo o material de ponto de venda seja bem direcionado e interaja com o público alvo da forma correta. Com a análise feita, inicia-se o desenvolvimento de todo o enxoval de peças considerando 3 padrões de lojas com materiais leves e pesados, tudo isso para permitir uma melhor cobertura.

FICHA TÉCNICA

Superunion CEO: Marcelo Bicudo
Equipe: Juliana Ajaj, Carlos Vale, Bruno Carinho, Jennifer Vieira, Thamires Barros, Gabriel Jóia, Cristiane Recio, Fernanda Miyazato, Nataly Alves, Fernanda Pieroni e Jefferson Azevedo, Gilmar Jerônimo e Rodrigo Gagliardi
Equipe Vans: Priscilla Mekitarian, André Sgarioni, Maira de Mesquita

AUTORIA | ANO

Superunion | 2019

CLIENTE

Vans

VANS



VANS





WELCOME TABLE PARA LOJAS NA- TURA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Concepção de uma mesa para exposição de produtos e campanhas, composta de módulos configuráveis, situada na entrada das lojas físicas da Natura.

FICHA TÉCNICA

Flavia Cunha - arquitetura Luciana Carvalho - direção de arquitetura Mariane Machado - arquitetura Marcia Cervi - visual merchandising / 3D Renato Diniz - direção criativa / design produto

AUTORIA | ANO

Estúdio Jacarandá | 2020

CLIENTE

Natura



COLÉGIO FAR- ROUPILHA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O sistema de wayfinding para o Colégio Farroupilha buscou trazer identidade própria e contemporânea a essa pioneira instituição de ensino, uma das mais conceituadas de Porto Alegre, RS. Um dos pré-requisitos do projeto foi a necessidade do sistema ser trilingue (português, inglês e alemão), de forma a reforçar as origens do Colégio e o ensino desses idiomas dentro do currículo escolar. A estratégia utilizou o uso de cores marcantes e códigos alfa-numéricos para acessos e prédios. Foram projetados elementos de grande porte que rapidamente indicam ao usuário onde ele se encontra, impactando toda a comunidade escolar, desde os seus alunos e professores até familiares e colaboradores. Dessa forma, atingiu-se o equilíbrio entre a tradição já conhecida como marca da instituição, e sua busca constante por inovação e excelência.

FICHA TÉCNICA

Luciana Mattiello Joana Buglione Daniella Dotto Martha Fogliatto Prado Camila Civardi Camila Ghislani

AUTORIA | ANO

/STUDIOMDA Wayfinding Design |
2020

CLIENTE

COLÉGIO FARROUPILHA





O POSTO DA ENERGIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para desenvolver um novo conceito de experiência para os postos Petrobras, precisávamos traduzir os atributos da marca - brasileira, democrática, confiável - em elementos que transmitissem dinamismo, modernidade e confiabilidade, com ênfase na qualificação da presença e visibilidade da marca Petrobras na pista e na ilha de abastecimento; mais clareza na sinalização e indicação dos produtos e preços; harmonia visual e integração entre identidade da pista e das franquias; limpeza visual com hierarquia e ordem das informações. A partir do conceito "Posto da Energia", desenvolvemos o código gráfico principal: gradiente. Essa tradução gráfica do movimento de recarregar as energias inspirou a linguagem de todos os elementos do projeto, trazendo unidade e dinamismo à experiência.

FICHA TÉCNICA

Direç Geral: Luciano Deos Direç Téc Proj: Leonardo Koboldt Direç Op: Letícia Falcão Direç Comercial: Klaus Westphalen Gestão do Projeto: Marcelo Mello Head Estratégia: Renato Figueiredo Coord Estratégica Plan: Thiago Magalhães Head Design: Taise Kodama Coord Design Comun: Salvatore Adam/ Beatriz Ribeiro Head Retail: Leonardo Koboldt Coord Retail: Marcio Lop

AUTORIA | ANO

GAD' | 2020

CLIENTE

POSTOS PETROBRAS



SINALIZAÇÃO APIS DESIGN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2019, após o lançamento do novo posicionamento da APIS design, implementamos um projeto de sinalização no nosso espaço físico. Um desafio colaborativo que se mostrou bastante assertivo, tornando o ambiente mais afeito à criação, onde funcionários e visitantes se sentem acolhidos e inspirados. Placas indicativas foram adaptadas para adesivos que 'abraçam' portas, reforçando nosso espírito de envolvimento. Ícones foram desenhados a partir de hexágonos com cantos arredondados que potencializam nossas características de leveza e proximidade. Além disso, para demarcar a atmosfera de cada ambiente, as peças passaram a trazer frases icônicas, inspiradas em filmes ou séries. Na Casulo (sofá privativo), por exemplo, há "Senta que lá vem ideia!", referência à famosa frase do programa Rá-Tim-Bum.

FICHA TÉCNICA

Alexandre Alves, Cauê Rodrigues, Cleber Sant'ana, Lucas Rodrigues

AUTORIA | ANO

APIS design | 2019

CLIENTE

APIS design





DAIICHI-SANKYO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto foi concebido com o objetivo de transmitir os valores da empresa através do espaço. Buscamos proporcionar bem-estar aos usuários com uma linguagem jovem e transparente. O projeto foi pensado para oferecer diversas opções de espaço para trabalho e colaboração: estações de trabalho tradicionais, bancadas altas, reuniões formais e informais, phone booths e uma ampla copa, permitindo que os usuários façam as suas escolhas. Além disso encorajamos a circulação dos colaboradores pelo escritório, promovendo a interação entre os mesmos e estimulando também o bem-estar através da movimentação física. As propostas do projeto acabaram por coroar a nova cultura da empresa: as vestimentas sociais, formalidades e costumes tradicionais deram lugar a elementos mais casuais, dinâmicos e joviais.

FICHA TÉCNICA

1.700,00m²

AUTORIA | ANO

Pierina Piemonte, Isabella Leonetti,
Carolina Correia, Tayane Figueiredo,
Marcello Delai, Tomás Frossard, Ana
Clara di Sessa Vital | 2019

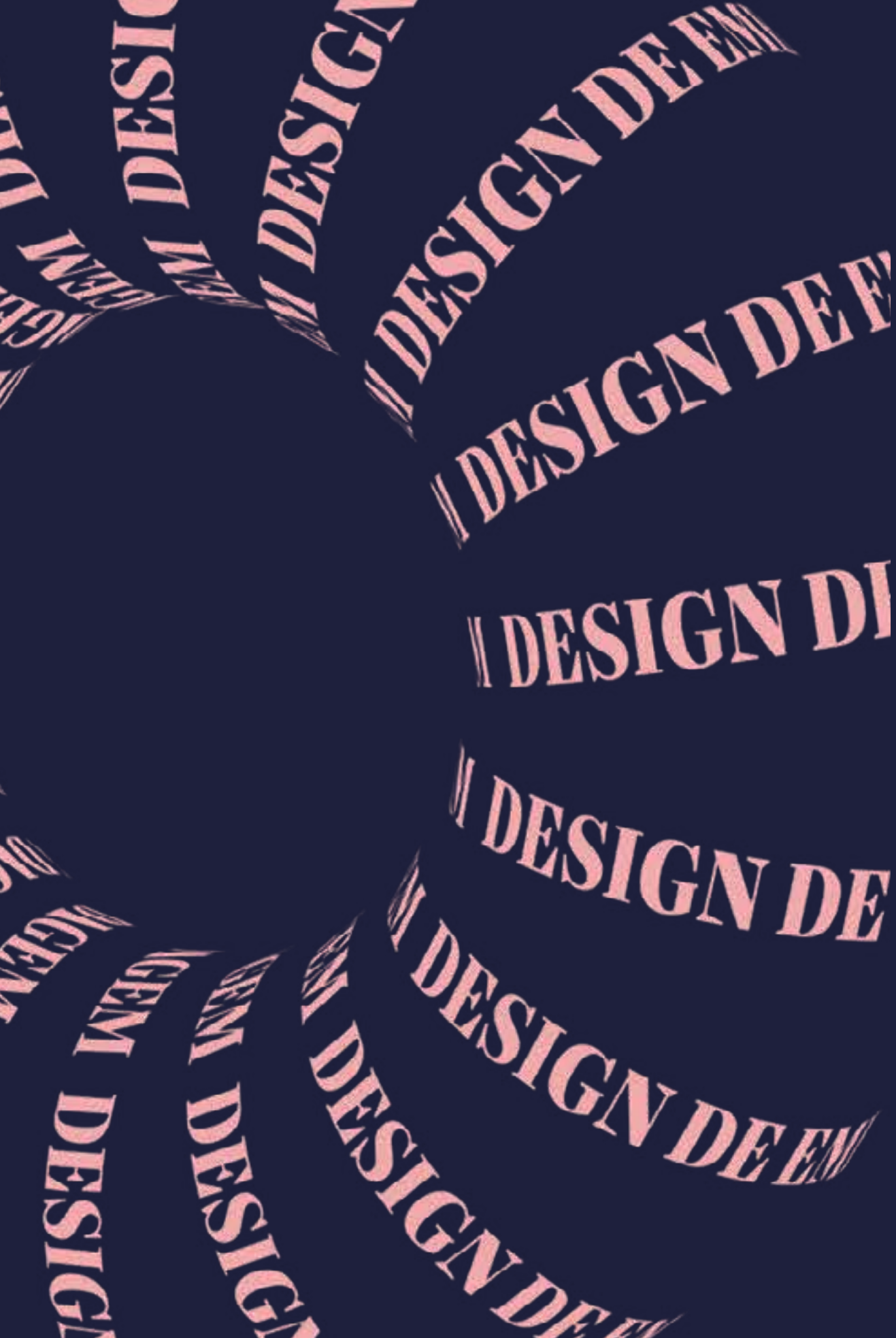
CLIENTE

Daiichi-Sankyo



DESIGN DE EMBALLAGE





premiados design de embalagem

2020



ARTOOLS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de posicionamento, naming, tom de voz e conceito visual para uma nova marca de materiais de desenho voltada para todos os tipos de artistas: profissionais, iniciantes ou lovers.

FICHA TÉCNICA

PLANEJAMENTO, ATENDIMENTO E CRIAÇÃO: TIME BENDITO DESIGN. ILUSTRAÇÃO: Kelvin Koubik, Ivone Bins e Marcio Gonçalves TEXTOS: Claudia Schroeder

AUTORIA | ANO

BENDITO DESIGN | 2019

CLIENTE

SUMMIT





COLORADO BRASIL COM S

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A cervejaria Colorado, de Ribeirão Preto, tem a biodiversidade brasileira e o Brasil no seu DNA. A linha especial “Brasil com S”, é a tradução da crença da marca, ela representa a maneira como Colorado vê o Brasil, aquele real e profundo, BraSil com S. A ideia é apresentar uma cerveja nova por mês, criando uma coleção de sabores e garrafas exclusivas para cada. Dentro deste contexto, criamos rótulos onde todo processo é artesanal, traduzindo o processo de produção dos sabores únicos das cervejas. As ilustrações representam toda diversidade do interior brasileiro e a origem de seus ingredientes inusitados, da garapa à paçoca.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação e design: Marcelo Roncatti, David Bergamasco, Roman Atamanczuk Atendimento: Vanessa Queiroz, Eloisa Ferreira Gerente de Projeto: Marianna Tritapepe Designers: Camila Gargantini, Bruno Bianco Ilustradores: David Bergamasco, Victor Reis Finalização: Silas Yamakami

AUTORIA | ANO

Colletivo, Estúdio Independente de Design Ltda | 2019

CLIENTE

Colorado Ambev





BOHEMIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Bohemia é uma das poucas marcas no Brasil que pode se orgulhar de sua herança e história. Foi criada em 1853, como a primeira cerveja brasileira, e ocupa um lugar muito significativo no coração e na mente das pessoas. Embora tenha uma vasta história visual, a marca estava enfrentando uma crise de personalidade e estava sendo vista como antiga e um pouco monótona, especialmente entre os públicos mais jovens.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Renan Benvenuti
Design: João Augusto Victor de Bone
Produção Interna: Valéria Forte
Emanuel Zaroni Poliana Castro David Marques
Executivo de conta: Marina Figueiredo

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Ambev



AUTENTICOCO



AUTENTICOCO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O mundo está cansado de fakes, eles estão por toda parte: notícias fake, pessoas fake e produtos fake. Devido ao fake, incontáveis cocos deixaram de ser protagonistas, passando a coadjuvantes dentro das caixinhas. O Autenticoco nasceu para que você possa sentir o sabor de uma água de coco de verdade com muito mais praticidade, direto da fruta.

FICHA TÉCNICA

André Joaquim Ribeiro; Douglas Barros; Jessica Kuhn; Celeste Pereira; João Zanetti; Paulo Henrique de Carli Barbosa.

AUTORIA | ANO

Agência Roda Gigante | 2020

CLIENTE

Autenticoco





CACHAÇA PAI VOVÔ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cachaça Pai Vovô é uma obra-prima genuinamente paraibana. Um produto artesanal com premiações nacionais e internacionais e certificação orgânica do Instituto Bio Dinâmico de Certificações (IBD). A Neopop Imaginária desenvolveu a identidade visual do produto e o design dos rótulos. A proposta resgata o estilo descontraído característico das cachaças brasileiras, porém de forma menos literal e com uma estética mais refinada para competir de igual pra igual perante outros destilados de alto padrão. O rótulo incorpora elementos identitários do sertão paraibano e o logotipo faz referência à impressão tipográfica.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Jones Siqueira Design:
Yumi Nishitani, Marcelo Rodrigues e
Jones Siqueira Gerente de Produção:
Amanda Madruga Modelagem e render:
Beto Prado

AUTORIA | ANO

Neopop Imaginária | 2019

CLIENTE

Grupo Vó Ita





DESIGN DE EMBALAGEM |
CONSUMO DE MASSA



CACHAÇA COQUEIRO OURO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nas letras de músicas, Paraty sempre foi sinônimo de cachaca. E cachaca é a cara do Brasil. Mas nossa tradicional bebida nem sempre repousou em berço esplêndido. Pelo contrário, produtores artesanais lutaram arduamente contra a sua marginalização. De uns tempos pra cá, esse jogo mudou: a cachaca virou hype. Agora, alambiques centenários, com origem reconhecida, concorrem com marcas e produtos recém-criados, muitas vezes white labels que seguem tendências e apresentam personalidades jovens, contemporâneas. E para se destacar, manter a relevância e alinhar a percepção de valor de seus produtos à qualidade da bebida ofertada, a Coqueiro rompeu completamente com essa tendência de movimento do mercado, combinando elementos que valorizam sua origem e tradição em um invólucro que esbanja história.

FICHA TÉCNICA

Equipe do Balaio Design + Estratégia

AUTORIA | ANO

Balaio Design + Estratégia | 2020

CLIENTE

Cachaca Coqueiro



DEL VALLE VEGGIES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como fazer uma marca de sucos funcionais e vegetais ser atrativa, instigante e visualmente saborosa para o consumidor? Esse foi o desafio que recebemos da Coca-Cola Brasil para criar a linguagem visual e as embalagens da linha Del Valle Veggies. Mergulhamos e degustamos desse universo, buscamos inspirações frescas, sensoriais e que dessem protagonismo às cores dos ingredientes e do suco - toda cor e todo sabor.

FICHA TÉCNICA

Co-fundador: Marcio Mota; Diretora de Criação: Cris Inoue; Líder do projeto: Patricia Clarkson; Designers: Jade Aiello, Carol Ohashi, Livia Nishibe e Camila Mattos; Verbal: Vivi Kano e Andressa Trindade; Fotografia: Cris Inoue.

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

The Coca-Cola Company



DESIGN DE EMBALAGEM |
CONSUMO DE MASSA



COLEÇÃO SALVE BY SANTAPELE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os hotéis Emiliano lançaram o desafio de criar perfumes que trouxessem o DNA e os valores do hotel, como a sofisticação à brasileira, a contemporaneidade e a experiência extraordinária, ao mesmo tempo que celebrassem as duas cidades, Rio e São Paulo, onde os hotéis se situam. O design precisava destilar a essência do Rio e de Sampa, para que em qualquer lugar do mundo fosse possível sentir saudades do Brasil.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Marcio Mota; Líder do projeto: Vivi Kano; Designer: Carla Garofalo

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Emiliano Hotel



DROGA RAIA EM- BALAGENS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pelo Grupo RD para redesenhar as embalagens do extenso portfólio das marcas próprias de Droga Raia. Trata-se de uma família de produtos bastante diversa, em constante crescimento. Portanto, o projeto envolve a criação de um sistema visual bastante versátil, que reforce o posicionamento e a presença da marca no ponto de venda.

FICHA TÉCNICA

Marina Figueiredo - Negócios Karoline Lima - Negócios Ilustração: Estúdio Passeio Beto Bisesto - Criação João Ferraz - Criação Emerson Rodrigues - Criação Amanda Minto - Criação Alexandre Opipari - Criação Ilustrações: Estúdio Passeio Emmanuel Zanon e Valéria Forte - Produção Poliana Castro e David Marques - Arte-final Ana Mendes - Revisão

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Raia Drogasil





DENIGO EMBALAGEM DE NATAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o desenvolvimento de embalagem dos panetones da marca Denigo, trouxemos toda a sua linguagem visual, repleta de estampas e cores, para evocar a sua baianidade e promover o seu destaque nas gôndolas. A marca desejava torná-lo um item presenteável, além da festividade religiosa. Dessa forma, encontramos no tecido de Chita as características necessárias para a representação dessa linguagem e, assim, recontextualizamos o seu uso, a partir da técnica de amarração japonesa, tornando a embalagem ousada, sofisticada e sustentável por ser reutilizável. Tudo isso fez com que o panetone Denigo se tornasse um item icônico e desejável.

FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Pedro Mattos / Designer: Lucas Moura Machado / Gestão do projeto: Carolina Brandão

AUTORIA | ANO

Rebu | 2019

CLIENTE

Denigo Chocolates S.A.



EMBALAGENS AR- MINDA CAFÉ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Arminda café não apenas sabe de onde veio, mas para onde vai: ele tem propósito! Porque valoriza e reconhece quem produz os grãos e estabelece parcerias saudáveis, sustentáveis e íntegras com os produtores. Por três gerações, a memória das Armindas se transforma em marca e em grãos que revelam atributos do sempre indispensável café. As embalagens capturam e traduzem esta história e alma cafeeira, apurada e sensorial, em todas as suas variações. Assim, o design foi capaz de expressar a identidade única e premium desejada para a nova marca, enriquecendo a experiência do consumidor, valorizando os produtores regionais envolvidos e criando uma conexão emocional com a marca.

FICHA TÉCNICA

Daniel Kroker, Valkiria Pedri Fialkowski, Gianfrancesco M. Droppa e Renan Sedorko. Renderings e edição de imagens: Valkiria Pedri Fialkowski e Daniel Kroker. Imagens: ARBO design e Freepik.

AUTORIA | ANO

ARBO design | 2019

CLIENTE

Arminda Café





EMBALAGENS – BALAS MANAWA- RA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Manawara nasceu da vontade de compartilhar os ingredientes brasileiros para revelar sabores que só existem neste universo encantado. E para traduzir essa proposta em suas embalagens e reforçar a estreia da empresa no mercado, criamos embalagens para sua linha de balas de goma que ressaltam a beleza natural da região Norte do Brasil, com um conceito de exclusividade e diferenciação.

FICHA TÉCNICA

Eder Franco - Head de Criação
Leandro Oliveira - Diretor de Arte

AUTORIA | ANO

Agência Bulls | 2020

CLIENTE

Manawara



EMBALAGENS SOWL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Sowl, marca de chás funcionais, nos convidou para desenvolver sua identidade visual e a embalagem de seus 4 blends: Energia, Zen, Leve e Imune C. A marca tem como proposta reunir ingredientes funcionais em seus chás e proporcionar rituais saudáveis aos seus consumidores. Para diferenciá-los dos chás comuns, adotamos proporções de embalagem que fogem do padrão de mercado e o uso de um estilo de ilustração que planifica os ingredientes do produto, deixando-os mais evidentes do que em fotos ou ilustrações em que são retratados em composições realistas. Para manter a percepção dos ingredientes serem naturais, trouxemos texturas para as ilustrações e as aplicamos em fundos claros, trabalhando com faixas de cor para fazer a diferenciação entre os blends da marca.

FICHA TÉCNICA

Design: Rafaela Delli Paoli, Milena Romão, Jane Choi
Redação de texto: Carla Gasparetto

AUTORIA | ANO

Estúdio Pulpo | 2019

CLIENTE

Sowl





EMBALAGENS NATUTERRA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Natuterra, marca de bebidas plant based, nos convidou para desenvolver sua nova identidade visual, renovar suas embalagens de cappuccino e desenvolver as novas embalagens para seus leites vegetais.

FICHA TÉCNICA

Design: Rafaela Delli Paoli, Milena Romão, Jane Choi Redação de texto: Milena Romão, Carla Gasparotto

AUTORIA | ANO

Estúdio Pulpo | 2020

CLIENTE

Natuterra



ERVA MATE LE- GENDÁRIA - UM NOVO LEGADO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como uma embalagem pode representar um novo momento de uma marca tradicional, sem deixar de lado suas raízes? Esse foi o desafio da Legendária, erva mate para chimarrão que há 75 anos encanta por sua tradição e qualidade. Oriunda de uma produção familiar e artesanal na Lapa, Paraná, a marca encerrou sua atividade em 2019 mas logo despertou interesse de um jovem empreendedor que se propôs a resgatá-la para não deixar essa tradição morrer. Com a retomada, veio o desejo de trazer na embalagem um contexto mais atualizado. Buscamos captar os elementos fundamentais da essência da Legendária e traduzi-los para um universo que despertasse orgulho e pertencimento, se diferenciasse nas gôndolas e gerasse identificação com consumidores novos e antigos.

FICHA TÉCNICA

Mariane Ayrosa Felipe Castellari

AUTORIA | ANO

Keenwork Branding e Estratégia |
2019

CLIENTE

Erva Mate Legendária





EMBALAGENS SOWL SENSações

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Sowl, marca de chás funcionais, nos convidou para desenvolver sua linha de chás voltada para farmácia: TPM, para aliviar desconfortos do período pré-menstrual feminino; Caliente, um blend afrodisíaco; e Ressacura, um chá para melhorar os sintomas pós-bebida. Desenvolvemos uma sequência de grafismos para explorar as sensações de cada chá em suas próprias embalagens, começando à esquerda de cada caixinha com grafismos que remetem à sensação antes de tomar o chá e terminando ao lado direito, com os grafismos que refletem a sensação após o seu consumo. A embalagem possui formato de bolso com sistema prático abre e fecha. Ao abrir cada uma das caixinhas, o usuário se depara com uma frase que se conecta com seu momento.

FICHA TÉCNICA

Design: Rafaela Delli Paoli, Milena Romão
Redação de texto: Carla Gasparetto

AUTORIA | ANO

Estúdio Pulpo | 2020

CLIENTE

Sowl





NATAL ESPETACULAR KOPENHAGEN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Kopenhagen é uma marca de chocolates premium com mais de 90 anos focada em experiências que conectam as pessoas. Todos os anos, a Kopenhagen desenvolve no Natal produtos com um tema visual sazonal para encantar e envolver os consumidores. O desafio foi reinventar as embalagens do Natal trazendo modernidade e sofisticação para serem impactantes e interativas, de forma a quase fazer da embalagem o principal motivo da compra, tendo em vista que essa linha de panetones vende milhares de unidades por temporada. Para se destacar entre a concorrência na temporada, a Dragon Rouge criou e desenvolveu uma embalagem pop-up, causando surpresa e encantamento com uma narrativa única mostrando diferentes cenas de um espetáculo natalino em cada embalagem como um show de Natal em um resultado surpreendente.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Alexander Sugai
Designers: Widmarck Jesse e Amanda Oliveira
Atendimento: Mariela Basile e Sarah Oliveira
Produção Gráfica: Marcella Nishida
Cliente: Maricy Gattai Porto

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Kopenhagen





LIZ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de shape para Liz, o novo perfume de O Boticário.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Isabela Rodrigues / Design gráfico: Isabela Rodrigues / Design de Produto: Isabela Rodrigues, Melissa Pozatti / Imagens de apresentação: Rafael Eifler, Raíssa Caldas / Atendimento: Elisa Bortolini

AUTORIA | ANO

Sweety & Co. | 2020

CLIENTE

O Boticário



PÁSCOA KOPE- NHAGEN 2020

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Kopenhagen é uma marca de chocolates premium com mais de 90 anos focada em experiências que conectam as pessoas. Todos os anos, a Kopenhagen desenvolve na Páscoa ovos com embalagens visualmente encantadoras que envolvem seus consumidores. A Dragon Rouge criou embalagens que transmitem sofisticação e elegância do lado de fora que ao serem abertas traziam narrativas visuais exuberantes e ricas contemplando as histórias de cada um de seus clássicos, como Nhá Benta, Língua de Gato, Lajotinha e outros, de forma a traduzir as experiências em momentos únicos e memoráveis.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Alexander Sugai
Designers: Widmarck Jesse e Amanda Oliveira
Atendimento: Mariela Basile e Sarah Oliveira
Produção Gráfica: Marcella Nishida
Cliente: Maricy Gattai
Porto

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2020

CLIENTE

Kopenhagen





NUGGET- NOVA IDENTIDADE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nugget é uma marca tradicional e consolidada de produtos para o cuidado de sapatos e artigos de couro, passada de geração em geração. A marca necessitava renovar seu visual pois estava ficando ultrapassada e esquecida pelos novos consumidores, perdendo assim aos poucos seu público. O desafio era traduzir toda a tradição da marca em uma identidade visual moderna e elegante. Foram mantidos os elementos essenciais da identidade, suas cores e símbolos, mas de forma a trazer a autoridade da marca à tona, e o sentimento de exclusividade e sofisticação. O resultado foi uma identidade visual única e proprietária, que prepara a marca para a continuidade de preferência das próximas gerações.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Estevam Abe Designers: Widmarck Jesse Atendimento: Marcela Coutinho Cliente: Maia Binaghi, Luiza Zeron, Julia Lujan Diretor de criação: Alex Sugai / Estevam Abe Designer: Atendimento: Marcela Coutinho Cliente: Maia Binaghi, Luiza Zeron, Julia Lujan

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Reckitt Benckiser





RASEN BIER – A CERVEJA DE GRAMADO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O desafio se trata do desenvolvimento do novo projeto gráfico de embalagem para a Rasen Bier, cervejaria conhecida como “a cerveja de Gramado”. No mercado desde 2008, a Rasen produz localmente 100% das suas cervejas especiais e as comercializa para os turistas que visitam a serra gaúcha, além de fornecer para diversos bares e restaurantes da região sul do país. O objetivo do redesenho foi levar a história da cidade para mais pessoas, mesmo àquelas que não puderem visitar a região. A partir do rótulo e das ilustrações dos principais pontos turísticos, conectamos as pessoas à cidade e à marca gerando um protagonismo e a tornando um símbolo da cidade.

FICHA TÉCNICA

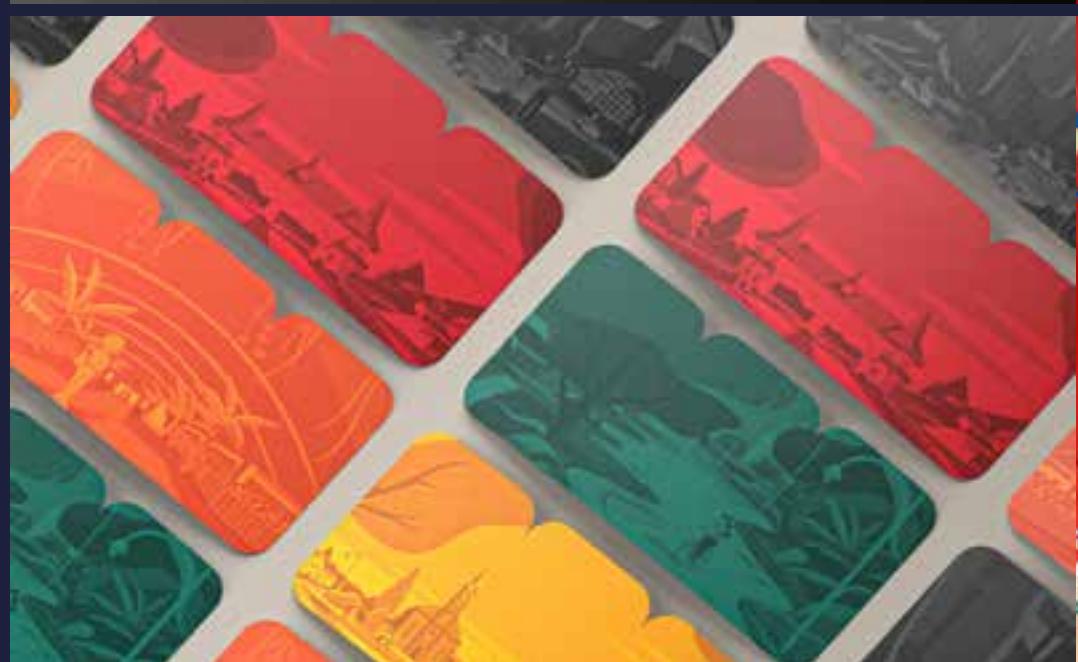
Matheus Pinto, Moises Hansen, Artur Cunha, Leonardo Natsume

AUTORIA | ANO

Valkiria inteligência Criativa | 2019

CLIENTE

Rasen Bier





DESIGN DE EMBALAGEM |
CONSUMO DE MASSA



PAVIOLI: RESGATE DE UMA HISTÓRIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Pavioli é uma tradicional empresa gaúcha, fundada em 1968, especializada na produção de massas frescas, consolidando-se como uma das principais empresas do segmento no Brasil. Nos últimos anos a empresa passou a enfrentar algumas dificuldades, precisando se reerguer no mercado. Para isso, a ideia inicial dos gestores era redesenhar suas embalagens para que a presença da marca em ponto de venda se tornasse mais marcante. Entretanto, estudando a realidade do cenário, constatou-se que era preciso dar um passo para trás a fim de reviver a marca de forma mais consistente. Portanto, foi realizado um trabalho de reposicionamento estratégico, redesenho de marca e redesenho de embalagens para atingir os objetivos da empresa, concedendo à marca um novo sistema de identidade visual.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Felipe Bernardes Amaral
Estratégia: Natália Athayde
Porto Design Team: Bianca Groff, Camila Sanzi, Gabriela Berlitz, Maria Laura Jeremias, Rafael Poloni, Ronald Zanardi
Tipografia: Fabio Haag
Social Media: Luiza Protas
Fotografia e Vídeo: Eduardo Bussolin, Alexandre Pico

AUTORIA | ANO

StudioBah | 2020

CLIENTE

Pavioli



SOUVIE COSMÉTICOS ORGÂNICOS DE ALTA PERFORMANCE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Design de uma linha de embalagens para cosméticos orgânicos com mais de 120 produtos de cuidado e bem estar certificados pela Ecocert cosmos.

FICHA TÉCNICA

Mario Pallares Lígia Dembinski Roger Donadell Renato Borges Vitória Mello Igor Moiceichuka Alexandre de Luca

AUTORIA | ANO

Matriz Escritório de Desenho | 2019

CLIENTE

Souvie





DESIGN DE EMBALAGEM |
CONSUMO DE MASSA



SABOR DA FAZEN- DA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Lançada no início de 2020 com o objetivo de traduzir visualmente as características de um leite mais encorpado e saboroso, a embalagem tampa-rosca Sabor da Fazenda Dália traz a ilustração de uma clássica garrafa de leite, que se integra perfeitamente ao visual vertical da caixinha Tetra Pak, envolvida por um padrão de desenhos com elementos característicos de uma fazenda e que também remete às cores e padronagens de toalhas de mesa antigas, tão comuns nas casas das cidades do interior do Rio Grande do Sul, origem da cooperativa de produtores rurais da qual a Dália surgiu.

FICHA TÉCNICA

Diovani Cadore, Vagner Zarpellon, Rodrigo Brod, Marina Helena Müller

AUTORIA | ANO

Frente Design | 2020

CLIENTE

Dália





TROPIK COSMETICS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O trabalho consiste no desenho de um novo projeto gráfico para as embalagens de óleos essenciais e vegetais da Tropik Cosmetics, uma empresa brasileira que deseja inovar em seu segmento com produtos 100% puros e naturais, para cuidados pessoais e aromaterapia. A empresa nasceu no Rio de Janeiro, a partir da união de um sócio brasileiro e outro norueguês, e está focada em levar o melhor do Brasil para o exterior. Visando alavancar a marca no mercado internacional a partir da exportação de seus produtos, o projeto traz uma linguagem visual moderna e opta por um clean label, alinhando-se ao propósito da marca que é tornar a indústria de cosméticos mais consciente, responsável e natural.

FICHA TÉCNICA

Matheus Pinto, Moises Hansen, Beatriz Janoni, Henrique Azevedo, Rodrigo Martins Costa, Leonardo Krug.

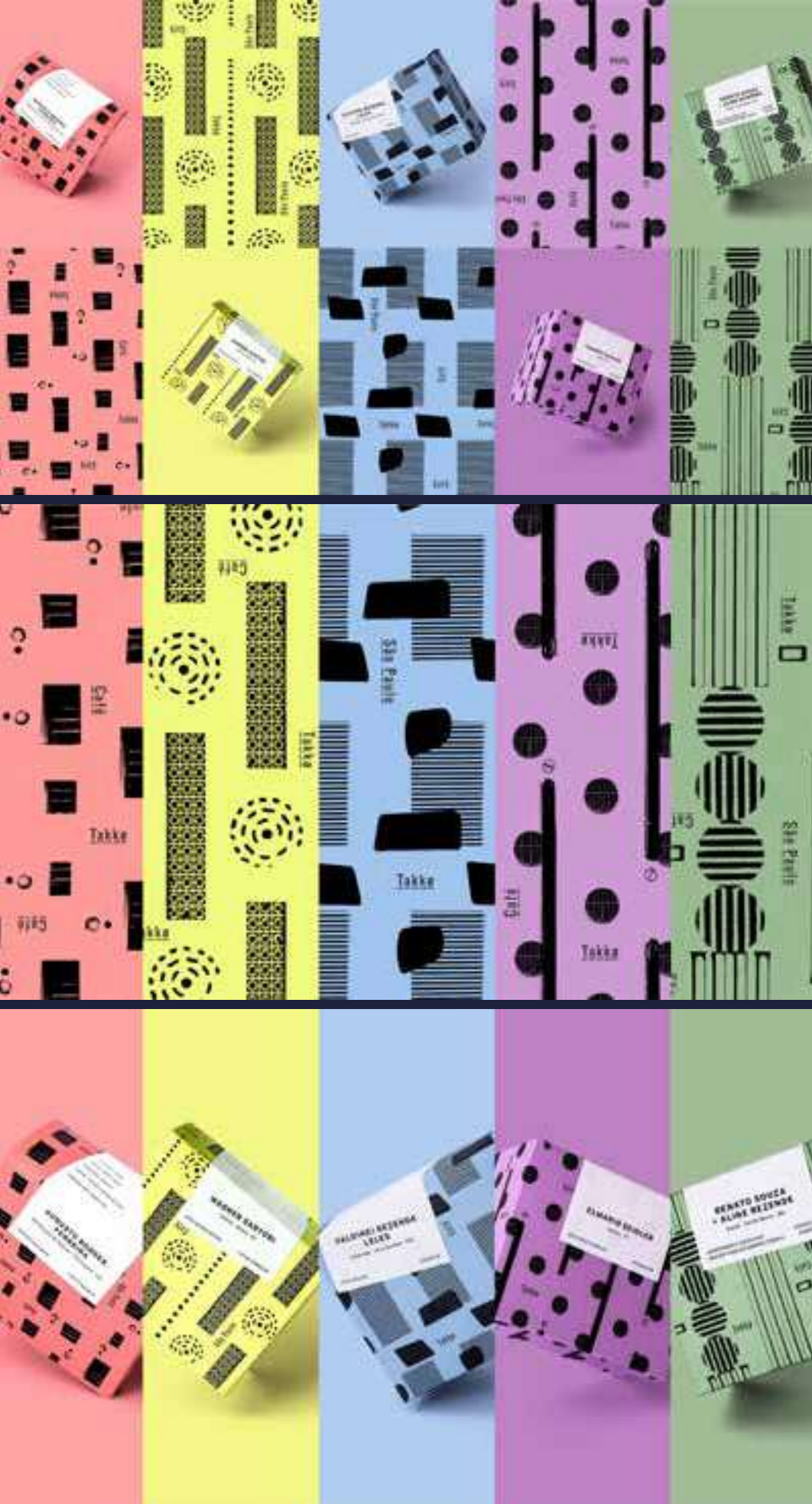
AUTORIA | ANO

Valkiria inteligência Criativa | 2019

CLIENTE

Tropik Cosmetics





DESIGN DE EMBALAGEM |
CONSUMO DE MASSA



TAKKØ - LINHA DE CAFÉS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Localizado no centro de São Paulo, o Takko Café carrega orgulhosamente o nome da cidade em sua fachada. Mas como você retrata uma cidade complexa como São Paulo? As representações habituais da cidade limitam-se principalmente às imagens de sua paisagem construída, mas uma cidade é muito mais do que isso. Assim, a identidade criada se projeta para além de uma mera representação figurativa e surge composta por uma mistura de elementos urbanos variados e aparentemente não relacionados - janelas, bueiros, maçanetas, saídas de esgoto -, todos reunidos em um padrão subjetivo que funciona como uma síntese gráfica da cidade, evocando simultaneamente beleza e estranhamento para captar as diferentes nuances de São Paulo.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2020

CLIENTE

Takkø Café



EMBALAGEM DE CALDA DE TÂMARAS PARA EMANA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Emana é uma nova empresa de alimentos brasileira com foco em 'superfoods' – comidas naturais, saudáveis e nutritivas. Seu primeiro produto é a Calda de Tâmaras, um substituto para açúcares feito exclusivamente de tâmaras. Essas frutas, provenientes do oriente médio, ainda não são comuns no Brasil, portanto o produto compete com outros adoçantes que são mais conhecidos pelos consumidores locais. O desafio deste projeto era desenvolver uma identidade visual e embalagem que transmitissem a qualidade do produto, assim como seus benefícios nutritivos em relação a outros adoçantes. Também era importante que o produto fosse percebido como uma novidade no mercado de adoçantes, como um produto de alta qualidade, que é leve de sabor sutil e achocolatado.

FICHA TÉCNICA

Desenvolvido por Luiz Pegoraro Jr e Bernardo Presser

AUTORIA | ANO

FatFaceStudio | 2020

CLIENTE

Emana





DESIGN DE EMBALAGEM |

CONSUMO DE MASSA



VOGEL GIN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vogel é uma destilaria genuinamente mineira, nascida atrás das montanhas da Serra do Curral, uma paisagem emblemática para todos os Belo Horizontinos. Simbolizando todo o espírito livre e aventureiro dos Mineiros, o Gin Vogel chega como uma ode à liberdade, um convite a ousadia de fazer diferente, de buscar o novo. Foi baseada nessa premissa que toda a identidade e embalagem do gin foi desenvolvida, desde a escolha da garrafa que se assemelha a um cantil de um explorador, a ilustração e acabamentos em Hot Stamp que simbolizam as trilhas e o ato da busca pelo novo, até o uso de um substrato mais poroso e rústico que dialoga com os desafios de uma aventura. Tudo foi pensado para transmitir essa sensação de aventura e ousadia, tão adorada pelos mineiros.

FICHA TÉCNICA

Direção de design: Artur Zingoni
Design: Artur Zingoni e Larissa Nogueira
Ilustração: Artur Zingoni
Textos: Fernanda Campos
Fotos: Laura Brina

AUTORIA | ANO

Estúdio Zingoni | 2020

CLIENTE

Vogel Destilaria



MOTI MOTI – EM- BALAGEM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos procurados pelos fundadores da Moti Moti, empresa brasileira produtora de mochi ice cream, para repensar suas embalagens. Desde que surgiu, a marca se apresentava em um formato tradicional que não representava toda a surpresa, as texturas e as deliciosas cores de Moti Moti. Além da caixa, também tivemos a missão de desenvolver um novo formato de pack, que fazia parte do momento de expansão do negócio: os flowpacks. Para a caixa, buscamos explorar formatos surpreendentes e, para o flowpack, demos protagonismo para o tom de voz, que também fez parte da entrega do projeto.

FICHA TÉCNICA

Co-fundador: Marcio Mota; Diretora de Criação: Cris Inoue; Líder do Projeto: Carol Ohashi; Designers: Jade Aiello e Letícia Zanfolim; Fotografia: Cris Inoue, Camila Mott e estúdio Ruído; Verbal: Andressa Trindade e Jana Fernandes

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Gente Alimentos





DESIGN DE EMBALAGEM |
CONSUMO DE MASSA



EMBALAGEM VELVO GIN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de marca, rótulo para embalagem, ilustração e type design para garrafa de bebida. No caso, gin.

FICHA TÉCNICA

Cliente: Velvo Gin Responsável: Paulo Menin Direção de arte e design de produto: Ariel Slailati Ilustração e type design: Bernardo Sek

AUTORIA | ANO

Ariel Slailati e Bernardo Sek | 2019

CLIENTE

Velvo Gin



NOVA CERVEJA CARACU

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como reaproximar do copo dos brasileiros uma cerveja nacional produzida desde 1899? Neste desafio criativo, valorizamos a história por trás da tradição de Caracu para construir novas oportunidades de consumo, com o reposicionamento de marca e uma nova identidade visual.

FICHA TÉCNICA

Questtonó

AUTORIA | ANO

Questtonó | 2019

CLIENTE

Ambev





NATURA TODODIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura é uma das maiores marcas de beleza do Brasil. Tododia é sua maior submarca de produtos para o corpo. Em um mundo que valoriza estereótipos de beleza, Natura celebra a diversidade da mulher brasileira em todas as suas formas, curvas, estilos e cores. Em 2019, Tododia relançou sua linha de produtos com novas fórmulas e novas embalagens. Nosso desafio foi modernizar o logotipo, mantendo ainda alguma referência ao anterior e criar uma nova identidade visual para a linha, atendendo as restrições das novas embalagens e expressando o novo posicionamento da marca. Nesse contexto, tesouras fizeram o que pincéis não poderiam, e Henri Matisse foi nossa maior inspiração. Perfeito em sua imperfeição

FICHA TÉCNICA

Studio: Fernanda Saboia Design
Diretora de criação: Fernanda Saboia Design
Designer gráfica: Erika Martins
Ilustradoras: Paloma Valls, Erika Martins e Pat Lobo

AUTORIA | ANO

Studio: Fernanda Saboia Design | 2019

CLIENTE

Natura





NOVOS RÓTULOS LA BIRRA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

La Birra é uma cervejaria artesanal da Serra Gaúcha com base em Caxias do Sul. A marca nasceu em 2015 a partir de uma pequena produção e da abertura de seu 1º bar, que logo se tornou popular entre os caxienses. O que começou como um teste, tornou-se referência na cena cervejeira, sendo hoje uma das maiores cervejarias e redes de bares do RS, contando com uma fábrica própria com capacidade produtiva de 50 mil litros mensais. Na época em que a marca iniciava seu projeto de expansão, realizou-se um trabalho de reposicionamento estratégico junto ao redesign de identidade e de rótulos. A empresa buscava uma padronização em seu sistema de identidade para guiar a abertura de novos bares e procurava se estruturar para atingir o cenário nacional com a entrada de seus produtos em pontos de venda.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Felipe Bernardes Amaral Estratégia e Universo Verbal: Natália Athayde Porto Design Team: Gustavo Amaral, Pedro Kaiser, Rafael Poloni, Ronald Zanardi Lettering: Matheus Mendes Ilustração: Charles Segat Fotografia: Eduardo Bussolin, Alexandre Pico

AUTORIA | ANO

StudioBah | 2019

CLIENTE

Cervejaria La Birra





NOVA RAÇÃO DO- GUEIROS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto trata do redesenho das embalagens de ração canina para a marca Dogueiros. Após uma reflexão sobre o propósito da empresa e o caminho que a mesma estava tomando, surgiu a necessidade de mudar o posicionando e a sua apresentação no mercado. O novo design das embalagens traz um projeto gráfico consistente, com cores e elementos visuais proprietários, ilustrações amigáveis e uma nova hierarquia de informações, que auxilia a diferenciar e destacar cada um dos tipos de ração no PDV. O projeto quebra o estereótipo visual da categoria e aposta em uma linguagem mais lúdica, retratando a relação incrível que existe entre os cães e seus donos.

FICHA TÉCNICA

Matheus Pinto, Moises Hansen, Henrique Azevedo, Eliane Lima

AUTORIA | ANO

Valkiria Inteligência Criativa | 2020

CLIENTE

Dogueiros



SOUL GOOD CHO- COLATES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Atenta às mudanças do mercado, a Kopenhagen criou uma nova gama de chocolates saudáveis que mantém o sabor irresistível e tradicional da marca, mas com mais cacau, e sem ingredientes artificiais. O desafio foi desenvolver uma identidade visual e embalagens que transmitissem qualidade, sofisticação, saudabilidade e indulgência. O nome, Soul Good, traduz a mensagem desejada: bom para saborear e bom para a saúde e a alma". O logotipo traz a elegância do dourado, enquanto sua tipografia manuscrita se traduz em proximidade. O tom cinza confere sofisticação e as demais cores trazem a leveza e a suavidade da fórmula clean. A singularidade do design foi criar a sensação mesclada de um produto que se deseja consumir ao mesmo tempo que se deseja presentear alguém, unindo o melhor da saúde e bom gosto.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Alexander Sugai
Designers: Widmarck Jesse e Amanda Oliveira
Atendimento: Mariela Basile e Sarah Oliveira
Produção Gráfica: Marcella Nishida
Cliente: Maricy Gattai
Porto

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Kopenhagen





SCHWEPPE'S PRE- MIUM DRINKS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos para Schweppes Premium Drinks de uma identidade conectada ao universo das bebidas, que fosse, ao mesmo tempo, flexível ao tratar da inovação de sabores e respeitasse os assets visuais da marca. Após um processo de experimentação com diversos materiais e técnicas de colagem e de fotografia, desenvolvemos um sistema de identidade visual coerente aos códigos de Schweppes e flexível por permitir infinitas possibilidades pelo sistema de cores, o representando toda a diversidade do universo dos drinks e uma fácil expansão para os novos lançamentos.

FICHA TÉCNICA

Co-fundador: Marcio Mota; Diretora de Criação: Cris Inoue; Líder do Projeto: Patricia Clarkson; Designers: Caio Reis e Henrique Lucio.

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2020

CLIENTE

The Coca-Cola Company



COLEÇÃO BRASILEIRIDADE 2019 | LINHA DE PANE- TONES OBA BEM QUERER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto em questão se trata dos legítimos panetones italianos, importados e distribuídos pelo Oba Hortifruti, através de sua marca própria Oba Bem Querer, para as festas de fim de ano. Os panetones são ofertados em 6 latas colecionáveis chamadas de “tortieras”, por conta de seu formato quadrado que mais parece uma assadeira com tampa, se destacando de seus concorrentes que em sua maioria utilizam latas cilíndricas. O que torna esse projeto incrível e divertido para os colecionadores de plantão, além de seu formato diferenciado, são suas lindas estampas e a funcionalidade de empilhamento das latas, elas possuem um puxador em sua tampa que encaixa perfeitamente com sua base. Para fomentar o ideal de uma linha de latas colecionáveis, apostamos em uma temática atemporal para suas estampas.

FICHA TÉCNICA

• Rafael Ariani; • Danielle Linares Flinto; • Pedro Ribeiro; • Renata Conde; • Rúbia Oliveira; • Ederson Renato Lisboa;

AUTORIA | ANO

studio dipe | 2019





EDIÇÃO LIMITADA
CAFEZINHO DO BRASIL

DESIGN DE EMBALAGEM |
 EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E
 PROMOÇÃO



CAFEZINHO DO BRASIL: FEITO DE JEITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para promover o relançamento do Cafezinho do Brasil Nespresso, em 2019, a FutureBrand desenvolveu embalagens especiais de cafés Nespresso, feitos com grãos brasileiros. Foram três versões, com variações na seleção de cafés, e cada uma das embalagens levava também unidades do Cafezinho do Brasil. Além de promover este café de Edição Limitada, com a identidade da campanha, as embalagens tinham o objetivo de trazer mais informações sobre as características dos grãos brasileiros e a sua produção, como tipos, torra, peculiaridades sensoriais e receitas – levando o consumidor para um hub de conteúdo on-line, hospedado no site da Nespresso Brasil.

FICHA TÉCNICA

César Hirata Cristina Penz Thomás Debeus Alysso Nunes Carolina Brandileone Otávio Queiroga Beatriz Vilela Marcia Godoy Daniel Soriano Everton Silva Mariana Blessa Alan Munhoz

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nespresso





LÚPULO & FIL: DA COLHEITA PARA O COPO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma cervejaria com raízes muito claras: a terra. Situada na zona rural de Gravataí/RS, a Fil produz seus próprios insumos e é uma das únicas empresas do país com plantação própria de lúpulo. Entretanto, apesar de seus diferenciais, a cervejaria não possuía uma base estratégica consistente, refletindo em dificuldades de vendas e comunicação com o público. Então a marca passou por um trabalho estratégico com o intuito de expressar a sua essência de forma efetiva. Para reforçar seu posicionamento ao mercado, foi realizado o Festival Lúpulo&Fil, contemplando uma colheita coletiva de lúpulos. Estes, por sua vez, resultaram no lançamento da edição especial de 2 novas cervejas da marca que recebem em seus rótulos e no conjunto de kits diversas características centrais da empresa.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Felipe Bernardes Amaral Estratégia e Universo Verbal: Natália Athayde Porto Design Team: Bianca Groff, Camila Sanzi, Pedro Kaiser Ilustração: Asdrubal Fabris Captação de Vídeo: Alexandre Pico, Isadora Aquini Edição de Vídeo: Run Zebra Run Fotografia: Isadora Aquini 3D e Motion: Renan Stein

AUTORIA | ANO

StudioBah | 2020

CLIENTE

Cervejaria Fil





KIT CAIPIRINHA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a proposta de aumentar a gama de produtos oferecidos e com foco nos turistas estrangeiros em terras capixabas, a cachaçaria Dose Clássica propôs a venda de um Kit Caipirinha com os ingredientes necessários para o preparo do famoso drinque. Para a embalagem, optou-se pelo uso de uma película frontal transparente, colocando em foco os produtos contidos no Kit. A ilustração desenvolvida para o verso e laterais da caixa, evoca a tropicalidade e naturalidade brasileiras, enquanto evidencia a proposta de valor da marca trazendo aspectos de refinamento e de objeto de desejo cultivados pela marca. A arte, com seu caráter contemplativo, configura o kit como um produto de desejo, elevando o status da marca e favorecendo seu valor percebido.

FICHA TÉCNICA

Criação: Locomotivo Execução: Alex Furtado Gestão do projeto: Filipe Motta e Giuliano Kenzo

AUTORIA | ANO

Locomotivo | 2019

CLIENTE

Dose Clássica





NATAL ESPETACULAR KOPENHAGEN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Kopenhagen é uma marca de chocolates premium com mais de 90 anos focada em experiências que conectam as pessoas. Todos os anos, a Kopenhagen desenvolve no Natal produtos com um tema visual sazonal para encantar e envolver os consumidores. O desafio foi reinventar as embalagens do Natal trazendo modernidade e sofisticação para serem impactantes e interativas, de forma a quase fazer da embalagem o principal motivo da compra, tendo em vista que essa linha de panetones vende milhares de unidades por temporada. Para se destacar entre a concorrência na temporada, a Dragon Rouge criou e desenvolveu uma embalagem pop-up, causando surpresa e encantamento com uma narrativa única mostrando diferentes cenas de um espetáculo natalino em cada embalagem como um show de Natal em um resultado surpreendente.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Alexander Sugai
Designers: Widmarck Jesse e Amanda Oliveira
Atendimento: Mariela Basile e Sarah Oliveira
Produção Gráfica: Marcella Nishida
Cliente: Maricy Gattai
Porto

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Kopenhagen





DESIGN DE EMBALAGEM |
EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PRO-



LINHA DE CHOCOLATES DULCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Quando o chocolate é bom, seu sabor marca épocas. Os Chocolates Premium da Dulca, por exemplo: na primeira mordida, eles nos levam para São Paulo dos anos 50, com todo o charme, romantismo e humor que Enrico Garrone saboreou ao chegar aqui para criar a primeira Dulca. Mas espere só pela segunda mordida: ela nos leva para Torino de 1860, onde a família Garrone, de exímios Chefes Confeiteiros, criavam receitas deliciosas para alegrar “l’anima e il cuore” de todos. Uma tradição que o “nonno” preserva intacta há, literalmente, séculos. A identidade da linha é um convite a conhecer essa história. As ilustrações e cores foram escolhidas para nos levar ao clima da época e, a cada sabor, nos dar um gostinho da história da Dulca de 1950 até os dias de hoje.

FICHA TÉCNICA

Cliente: Dulca Confeitaria Diretora de Marketing da Dulca - Natalia Negrini Designer e ilustração - Vivian Amaral Agência Dual Design Lançamento no mercado: maio 2019

AUTORIA | ANO

Vivian Amaral da Dual Design | 2019

CLIENTE

Dulca Confeitaria





PÁSCOA KOPE- NHAGEN 2020

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Kopenhagen é uma marca de chocolates premium com mais de 90 anos focada em experiências que conectam as pessoas. Todos os anos, a Kopenhagen desenvolve na Páscoa ovos com embalagens visualmente encantadoras que envolvem seus consumidores. A Dragon Rouge criou embalagens que transmitem sofisticação e elegância do lado de fora que ao serem abertas traziam narrativas visuais exuberantes e ricas contemplando as histórias de cada um de seus clássicos, como Nhá Benta, Língua de Gato, Lajotinha e outros, de forma a traduzir as experiências em momentos únicos e memoráveis.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Alexander Sugai
Designers: Widmarck Jesse e Amanda Oliveira
Atendimento: Mariela Basile e Sarah Oliveira
Produção Gráfica: Marcella Nishida
Cliente: Maricy Gattai
Porto

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Kopenhagen





DESIGN DE EMBALAGEM |
EDIÇÕES LIMITADAS, COLECIONÁVEIS E PRO-



NOSSAS AÇÕES DIZEM TUDO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para comemorar suas iniciativas e resultados em sustentabilidade no Brasil e no mundo, a Nespresso criou três seleções de cafés “Nossas Ações Dizem Tudo”, com o objetivo de destacar cada um de seus três territórios principais de atuação: manejo sustentável, clima e meio ambiente e reciclagem de alumínio. Os packs das edições limitadas reafirmam o comprometimento da marca com o futuro do café e destacam a parceria com organizações como a SOS Mata Atlântica. Além do importante papel de aproximar o consumidor dos impactos positivos que cada uma de suas xícaras proporcionam, os packs também servem de hiperlink para o novo hub de sustentabilidade da marca, que traz, pela primeira vez, informações com enfoque local sobre responsabilidade socioambiental e sustentabilidade na cadeia produtora.

FICHA TÉCNICA

Isabel Sobral Alysson Nunes Carolina
Brandileone Rafael Camara Thomás
Debeus Victor Garcia Victor Cruz

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2020

CLIENTE

Nespresso





SELVA DISCOS: SERIE BRASIN- GLES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O selo de música Selva Discos tem se dedicado em divulgar a música brasileira pelo mundo com formatos digitais e vinil. Este projeto lançou uma série vibrante de singles criados e produzidos para captar o coração e mente de Djs da cena de música eletrônica, principalmente da Europa, em países como Holanda e Alemanha, além de amantes de raridades e produções brasileiras feitas com qualidade e prensagens criteriosas. A série “marotamente” denominada de Brasingles é curada por Augusto Olivani e traz músicas brasileiras originais de um lado do disco e remixes feitos por Djs do outro. A série tem tiragem limitada e vem sendo criada desde 2018 passando por 2019 e 2020.

FICHA TÉCNICA

Marcelo Roncatti e David Bergamasco

AUTORIA | ANO

Coletivo, Estudio Independente de Design Ltda | 2019

CLIENTE

Selva Discos





CASTANHA



NATURA EKOS PRESENTEÁVEIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Após um longo processo de criação das embalagens da linha regular de Natura Ekos, chegou o desafio de desenvolver as embalagens presenteáveis para o ano de 2019 e 2020 da linha EKOS. Por serem embalagens vendidas apenas em datas comemorativas, tínhamos o desafio de desenvolver uma expressão particular dentro do próprio sistema de embalagens que havíamos criado - algo suficientemente diferenciador, e que trouxesse um caráter de edição limitada e comemorativa.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Ricardo Bezerra, Beto Biscosto
Design: Camila Cannavale, Julia Liberati, Lucas Cobucci, Vinicius Tamajusuku
Atendimento: Ulliana Ferrari, Camila Leopoldo, Lucas Fontes, Paula Chagas
Produção: Emmanuel Zanoni, Valeria Forte
Ilustrações: Naia Ceschin

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura





GIZ DE TERRA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Giz de Terra é um ateliê botânico de Florianópolis/SC que entrelaça produção artesanal, design contemporâneo e elementos vegetais. Seus produtos são feitos à mão, a produção é pequena e as peças extremamente delicadas. O desafio era criar uma embalagem de baixo custo, viável em pequena tiragem e versátil o suficiente para acomodar 7 diferentes produtos, que garantisse o transporte das peças com segurança e ao mesmo tempo servisse como embalagem de presente. Criamos uma embalagem modular, que deixa o produto acessível aos olhos, reforçando a necessidade de cuidado no transporte. Seu caráter semi-artesanal, feita em partes com processos gráficos e em partes com processos manuais, comunica o discurso da marca, evita o desperdício e o double rapping, além de viabilizar a produção sob demanda.

FICHA TÉCNICA

Design: Laila Rotter Schmidt e Laura Rotter Schmidt
Atendimento: Karolayne Dutra
Produção: ADI Soluções Gráficas | Diego Sendeski
Fotos: Caroline Duarte Kincheski

AUTORIA | ANO

Tête-à-Tête e Giz de Terra | 2019

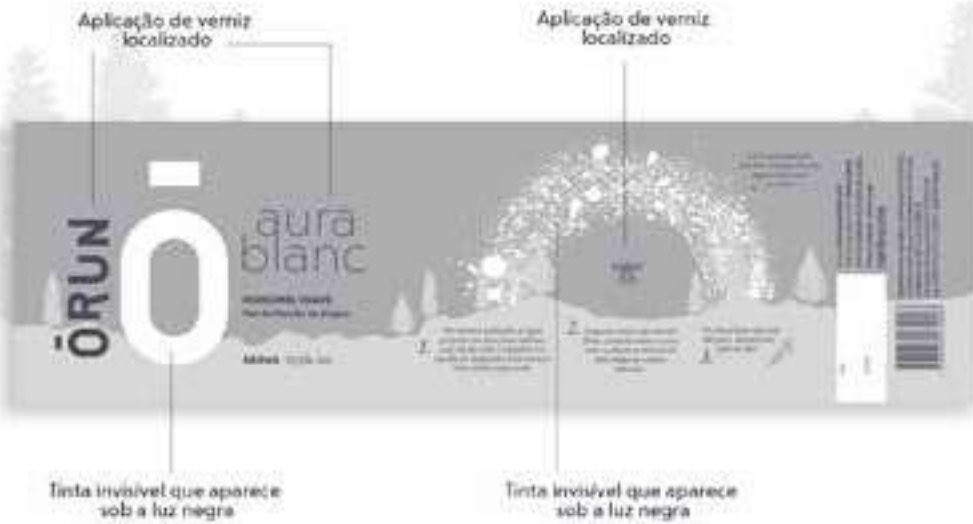
CLIENTE

Giz de Terra



GIZ DE TERRA
PAISAGISMO EM TODAS AS ESCALAS





ÖRUN MEAD – EM- BALAGENS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Transformamos ideia em conceito, produto e comunicação em cinco dias. Um líder, um time com as habilidades necessárias e uma missão: lançar uma bebida alcoólica até então desconhecida no mercado brasileiro, feita à base de mel e frutas naturais, e despertar a curiosidade das pessoas para experimentá-la. Além de desenvolver os novos rótulos das bebidas de hidromel e sidra, criamos nomes, personalidades e estilos gráficos para cada um dos produtos, sustentando a comunicação em um conceito forte e uma estratégia consistente de marca.

FICHA TÉCNICA

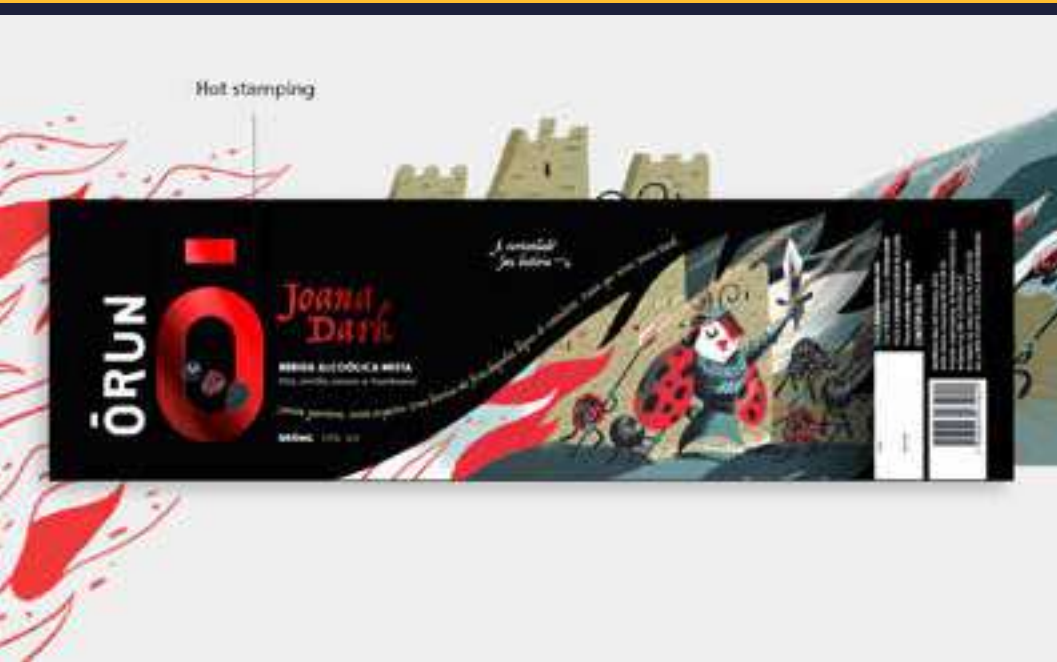
Agência: Labis Design Cliente: Örun Mead MESA Líder & Direção Criativa: Henrique Catenacci Designers: Diego Carneiro e Wagner Walkoviecz Ilustração: Amaury Filho & Wagner Walkoviecz Conceito e Conteúdo: Renata Monteiro | CriaTexto e Ana Flávia Bassetti Motion Design: Pedro Fernandes Reimão Vídeo Maker: Os França

AUTORIA | ANO

Labis Design AGBLD | 2019

CLIENTE

Örun Mead



A Geração Perdida de Paris.

Blondine em parceria com ICI Brasserie cria uma bebida. História, arte, cultura, estilo e tradição se misturam com café e brasserie para criar a Blondine, uma bebida de grande personalidade cultural. História que faz parte de nossa cultura até os dias de hoje. Uma bebida que conecta com a Geração Perdida de Paris.

INGREDIENTES:

Trigo, malte de cevada, água de fonte, levedura, açúcar, lúpulo e óleos essenciais.

Contém Glúten.

ALÉRGICOS: CONTÉM
CEVADA E TRIGO.
PODE CONTER
AVEIA E CENTEIO.

blondine.com.br

Blondine

ICI
BRASSERIE

Witbier

Zelda
& F. Scott
Fitzgerald

CERVEJA DE TRIGO
LEVE CLARA COM
LARANJA E COENTRO
TIPO WITBIER

grad. álcool
4,3% Vol.
500mL



A GERAÇÃO PER- DIDA DE PARIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criamos uma identidade exclusiva para as cervejas Blondine que são vendidas no restaurante ICI Brasserie. Os rótulos, além de diferenciarem os tipos de cerveja, foram inspirados na explosão cultural de Paris nos anos 20 e homenageiam a Geração Perdida de Paris.

FICHA TÉCNICA

Design Gráfico: Vitor Brito Pereira & Renato Brito Mamede Colagens: Carol Nazatto Atendimento / Blondine: Sibe Xerfan & Rodrigo Azzolin Atendimento / ICI Brasserie: Joana Crochemore & Denise Yoshino

AUTORIA | ANO

Estúdio Caxa | 2019

CLIENTE

Cervejaria Blondine





DESIGN DE EMBALAGEM |
STORYTELLING



COLORADO TROPICANA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Morena Tropicana, eu quero teu sabor”, um dos versos mais conhecidos do Forró brasileiro, virou cerveja. A cervejaria Colorado, que tem a cultura brasileira no DNA, homenageia e conta a história de Alceu Valença em um dos rótulos que dá continuidade a valorização dos sabores do Brasil, iniciada com sua linha “Brasil com S”. O Coletivo foi responsável por desenvolver a embalagem, construindo uma narrativa que contasse a história da cultura nordestina através da música. Por isso, seus elementos transitam entre esses signos e a letra de “Morena Tropicana”, do Alceu. O lettering “Tropicana” vernacular é inspirado pelos letreiros e grafismos de placas de caminhão, o chapéu de cangaceiro remete a iconografia nordestina e as cores, fazem menção as frutas que compõem o sabor da cerveja.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: David Bergamasco
Atendimento: Vanessa Queiroz, Eloisa Ferreira
Gerente de Projeto: Mariana Tritapepe
Designers: Roman Atamanczuk, Camila Gargantini
lustradores: David Bergamasco, Tamelis Oliveira
Finalização: Silas Yamakami

AUTORIA | ANO

Coletivo, Estúdio Independente de Design Ltda | 2019

CLIENTE

Colorado Ambev





NATAL ESPETACU- LAR KOPENHAGEN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Kopenhagen é uma marca de chocolates premium com mais de 90 anos focada em experiências que conectam as pessoas. Todos os anos, a Kopenhagen desenvolve no Natal produtos com um tema visual sazonal para encantar e envolver os consumidores. O desafio foi reinventar as embalagens do Natal trazendo modernidade e sofisticação para serem impactantes e interativas, de forma a quase fazer da embalagem o principal motivo da compra, tendo em vista que essa linha de panetones vende milhares de unidades por temporada. Para se destacar entre a concorrência na temporada, a Dragon Rouge criou e desenvolveu uma embalagem pop-up, causando surpresa e encantamento com uma narrativa única mostrando diferentes cenas de um espetáculo natalino em cada embalagem como um show de Natal em um resultado surpreendente.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Criação: Alexander Sugai
Designers: Widmarck Jesse e Amanda Oliveira
Atendimento: Mariela Basile e Sarah Oliveira
Produção Gráfica: Marcella Nishida
Cliente: Maricy Gattai Porto

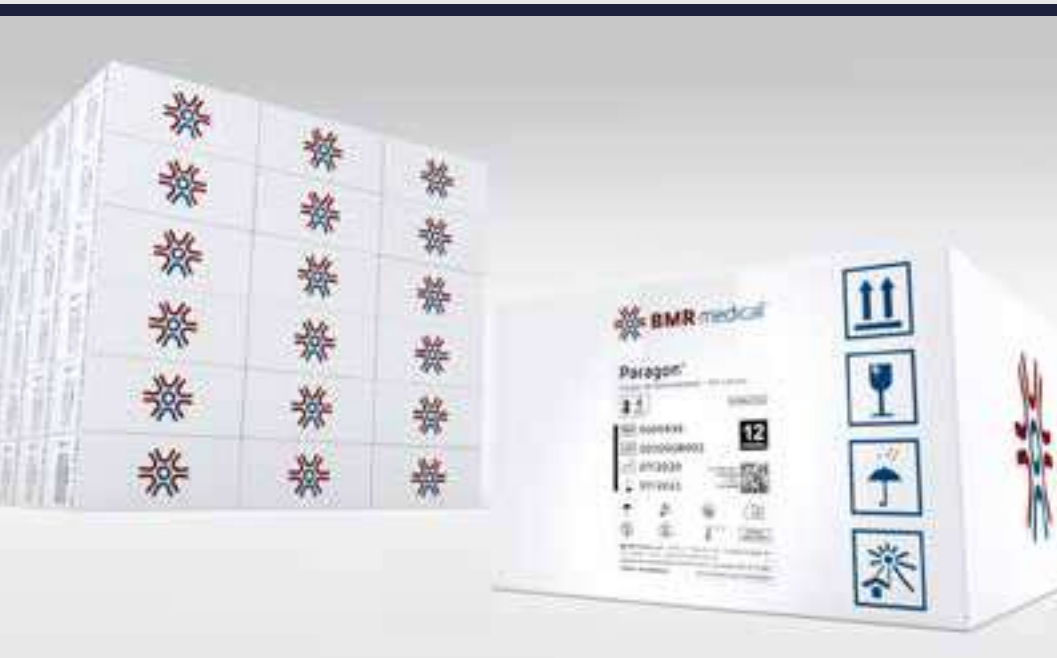
AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Kopenhagen





DESIGN DE EMBALAGEM |

USABILIDADE



BMR MEDICAL PACKAGING SYS- TEM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a mudança da marca e identidade visual veio a necessidade de adequar todo o sistema de embalagem e rotulagem da empresa, com a necessidade veio a oportunidade de melhoria do que já existia. No contexto onde a funcionalidade prevalece sobre o estilo, o valor percebido do design trilhou o caminho da usabilidade para garantir segurança e efetividade de uso à todas as pessoas envolvidas no uso da embalagem, incluindo os projetistas, profissionais de produção, armazenagem e transporte. Embalagens de produtos médicos hospitalares tem como principal função proteger e informar, ao selecionar e disponibilizar aos pacientes um produto com características diferentes da esperada pode-se estar cometendo um erro fatal.

FICHA TÉCNICA

Caetano Lobo, Thamirys Layla Voz, Ana Flávia Oliveti, Rafael Perrotti

AUTORIA | ANO

BMR Medical | 2020

CLIENTE

BMR Medical

DESIGN DE IMPACTO POSITIVO





premiados design de impacto positivo

2020



SIMBIOSE – POLTRONA REVESTIDA DE BIOFILME

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Simbiose é uma poltrona de metal e revestimento de biofilme, suspenso e trançado, cultivado a partir de bactérias e leveduras da bebida Kombucha. Com aspecto semelhante ao couro animal, o material utiliza poucos recursos, é produzido em alguns dias, e sem nenhum produto químico, possuindo relação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, em especial com o objetivo 12, de consumo e produção responsáveis. O material é vivo, biodegradável, e antes de seco pode se regenerar, crescer do tamanho e formato necessário, evitando desperdício. Sua superfície não é uniforme, interferências no cultivo geram materiais diferentes, e junto com a silhueta icônica do produto fazem com que ele seja único, tornando mais fácil a substituição do couro animal e diminuição de impactos ambientais.

FICHA TÉCNICA

Felipe de Carvalho Ishiy e Gislaine Maria Lau, orientados por Elisa Strobel do Nascimento

AUTORIA | ANO

Felipe de Carvalho Ishiy e Gislaine Maria Lau | 2020

CLIENTE

Universidade Federal do Paraná





O CANTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Canto é uma publicação ilustrada, física e digital, com relatos de pessoas LGBT+. O conteúdo reflete sobre o processo de autoaceitação e busca por aceitação familiar. O livro faz parte de um projeto em andamento, que se expande a cada história, e seu formato explora isso. O medo de rejeição faz com que apenas 59% dos jovens assumam sua sexualidade para os familiares. Desses, 63% relatam rejeição total ou parcial por parte da família. Dar luz a essa questão é necessária e deve ser feita de forma humanizada, indo além de estatísticas. O design tem capacidade de ser plataforma para amplificação de vivências, e é isso que 'o canto' se propõe a realizar, abrindo a discussão sobre o papel da família na perpetuação de preconceitos de nossa sociedade.

FICHA TÉCNICA

Pesquisa, entrevistas, projeto gráfico, ilustração: Luiz Fernando Gandolpho de Mello
 Orientação: Cassia Leticia Carrara Domiciano
 Costura: Paula da Rocha
 Jorje Serigrafia: Thiago Loducca

AUTORIA | ANO

Luiz Fernando Gandolpho de Mello | 2019

CLIENTE

Universidade Estadual Paulista (FAA-C-UNESP)





BIOLOGIX OXIS-TAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O design tem aberto espaço para uma nova perspectiva sobre saúde. Sob essa visão mais holística, que enxerga os pacientes enquanto pessoas, criamos junto com Biologix – Startup de tecnologia em saúde – uma solução para auxiliar no diagnóstico da apneia do sono, condição que assola um terço dos brasileiros, sendo que 90% dos casos permanece sem diagnóstico, devido à complexidade do sistema atual. A tecnologia de Biologix é composta por um sensor portátil que capta os dados de saturação de oxigênio e a frequência cardíaca do paciente. Por ser uma doença eminentemente respiratória, o desequilíbrio na saturação do sangue é um dos principais sintomas da Covid-19. Caso seja percebida tal alteração no paciente, é realizado ou não o encaminhamento do usuário do dispositivo para o hospital mais próximo.

FICHA TÉCNICA

Questtonó Biologix

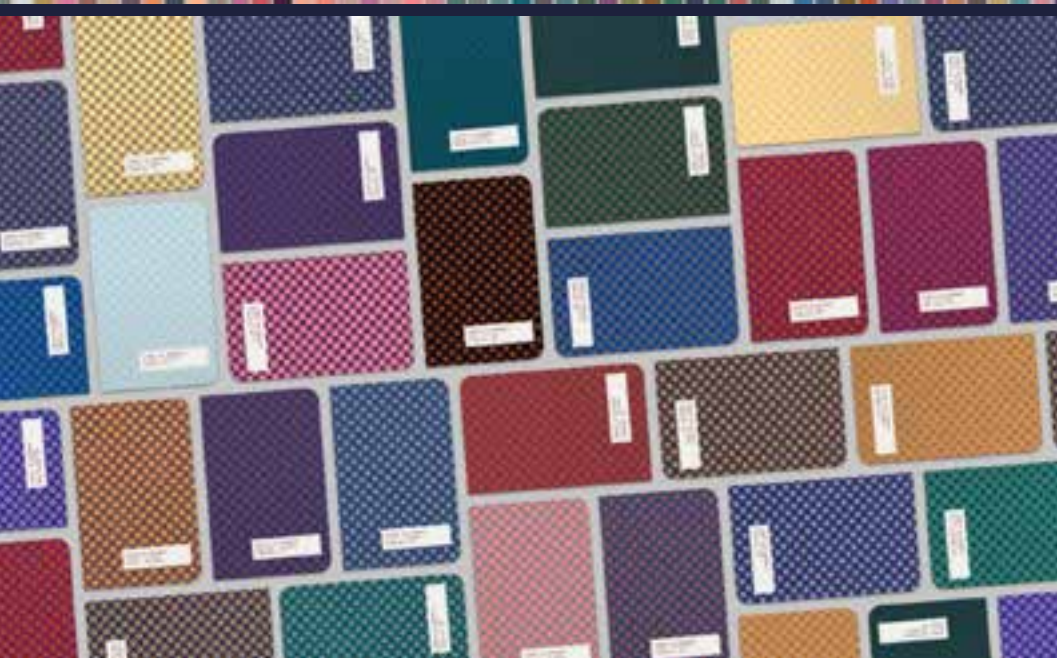
AUTORIA | ANO

Questtonó | 2020

CLIENTE

Biologix





DIÁRIOS DA PAN- DEMIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A 12ª Olimpíada de História recebia inscrições quando chegaram ao Brasil os primeiros casos de Covid-19. Ficou logo claro que o evento teria de ser adiado: ainda que a prova se dê em ambiente virtual, muito de sua dinâmica é presencial, em grupo e nas escolas. Imaginando os participantes isolados, assustados e forçados a uma transição brusca ao ensino a distância, criou-se uma edição extra do evento, aberta a qualquer um e pensada para funcionar exclusivamente online. Neste cenário criamos o Diário da Pandemia: paralelamente à Olimpíada em si, participantes podiam enviar relatos, íntimos mas anônimos, de como a pandemia lhes afetava a vida. Textos e imagens foram então algoritmicamente diagramados em 7 mil cadernos que, em seu conjunto, compõem um panorama e memória desse período trágico.

FICHA TÉCNICA

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

AUTORIA | ANO

Preface | 2020

CLIENTE

Olimpíada Nacional em História do Brasil



MÁSCARA AIR-LIGHT

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Máscara em material flexível para proteção e segurança em relação à Covid. Aparato que se adapta ao rosto das pessoas e se torna durável, pois preserva a parte externa e contém filtros de tecido lavável na parte interna e uma alça regulável, que se adapta a diferentes tamanhos. Além disso, é possível agregar um visor para quem não usa óculos, se tornando um EPI confortável e seguro.

FICHA TÉCNICA

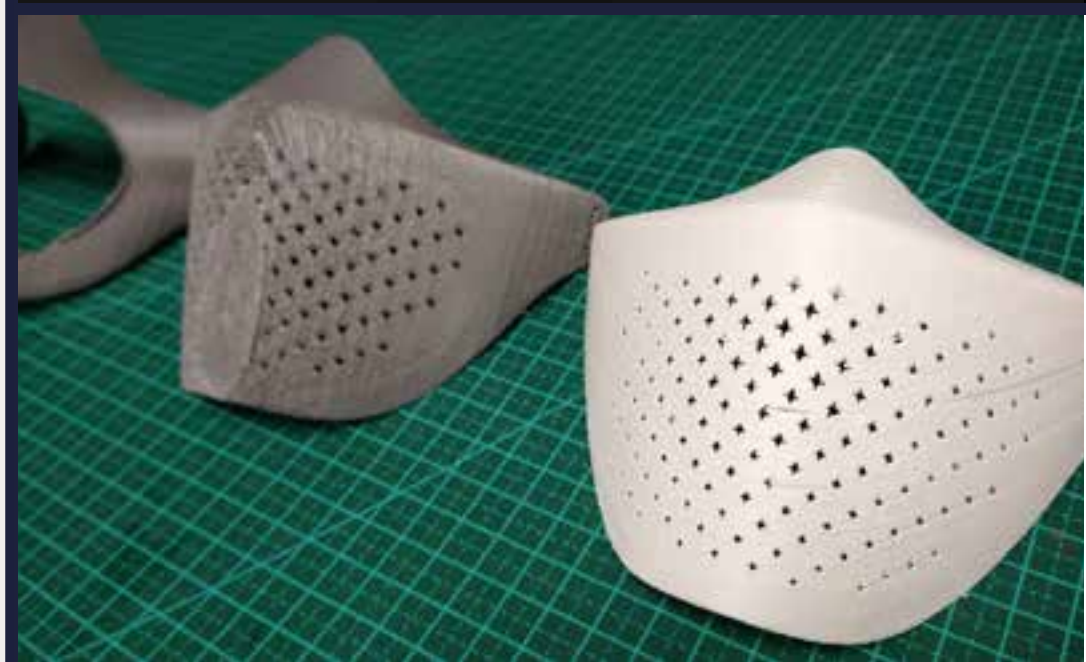
Rodrigo Leme, Juliano Gheno, Thiago Viana, Arthur Felice, Fabrício Klug

AUTORIA | ANO

Grupo Criativo | 2020

CLIENTE

Score Group/Global



Transparência

COVID-19 2.0

Dados abertos podem salvar vidas



DESIGN DE IMPACTO POSITIVO |

COVID



TRANSPARÊNCIA COVID-19

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Índice de Transparência da COVID-19 é uma iniciativa da Open Knowledge Brasil (OKBR) para avaliar a qualidade dos dados relativos à Pandemia do novo coronavírus publicados pela União e estados brasileiros em seus portais oficiais. O Índice avalia os conjuntos de dados tanto pelo seu conteúdo quanto pela granularidade e formato em que são disponibilizados. A melhoria no desempenho contribui para agilizar o trabalho interno dos órgãos saúde e facilita o envolvimento de outros setores da sociedade para construir melhores políticas públicas emergenciais de enfrentamento. Atualmente ele está em sua Versão 2 onde, diante o expressivo avanço na abertura de dados, os critérios de avaliação passaram a ser ainda mais rigorosos. A V2, mais robusta, conta também com o monitoramento dos capitais.

FICHA TÉCNICA

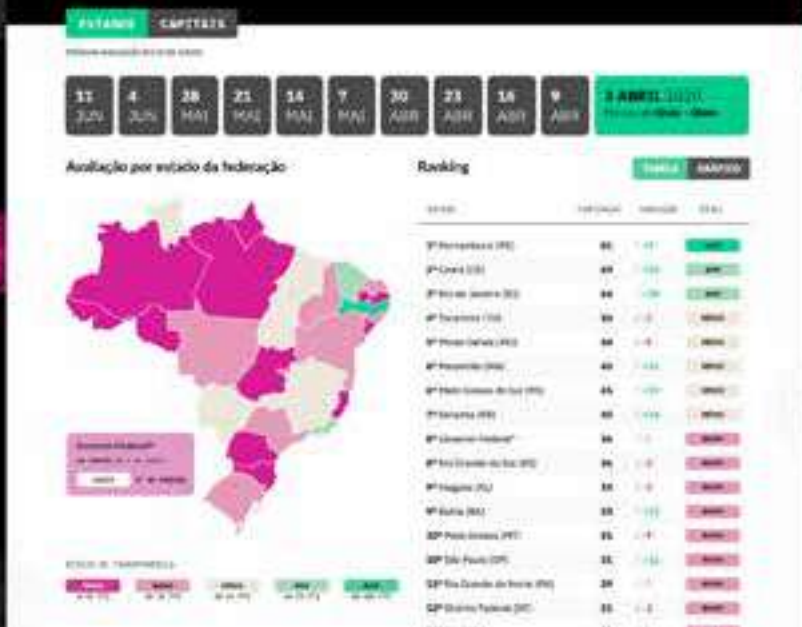
Café.art.br Leandro Amorim, Eralan Carvalho, Henrique Ildio, Mayara Teixeira, Luana Medeiros e Guilherme Lobo. Equipe OKBR Fernanda Campagnucci, Camille Moura, Ariane Alves e Mário Sérgio Queiroz.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2020

CLIENTE

OKBR - Open Knowledge Brasil





COVIDSIGNERS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No início da pandemia da COVID-19, uma pergunta ecoava na cabeça: “Como o design pode ser útil em tempos de crise?” De repente, uma ideia: e se fizéssemos cartazes para arrecadar fundos em prol de grupos vulneráveis atingidos pela pandemia? Assim nasceu o @covidesigners, um projeto que reuniu criativos com intuito de desenvolver pôsteres inspiradores - impressos em risografia - e disponibilizá-los como recompensa através de uma campanha de crowdfunding. O valor líquido arrecadado foi repassado para o projeto “Ninguém Mora na Rua”, que apoia pessoas em situação de rua em áreas carentes de São Paulo. O projeto também buscou ampliar e questionar o papel do design - geralmente vinculado à geração de consumo e lucro - e, ao mesmo tempo, fazer uso dessa ferramenta para criar impacto social.

FICHA TÉCNICA

Sam Profeta: Idealização, direção e projeto gráfico Entrecampo (Graziani Riccio e Ricardo Portilho): Produção Sarah Magalhães: Financeiro e produção Livia Hollerbach: Articulação projeto social “Ninguém Mora na Rua”

AUTORIA | ANO

Sam Profeta | 2020

CLIENTE

Projeto Social

VOCÊ JÁ SE PERGUNTOU
COMO NÓS DESIGNERS
PODEMOS SER ÚTEIS
EM TEMPOS DE CRISE?

DE REPENTE UMA

IDEIA





SAFE CHECK-IN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Safe Check-in foi pensado para garantir segurança e proteção em todas as viagens, por isso o sistema possui o conceito de interface No-Touch (sem contato). No formato de totem, o serviço realiza a triagem antes do embarque, possuindo em um único lugar todo o necessário para garantir uma mobilidade mais segura a todos.

FICHA TÉCNICA

Gustavo Abraão Scur, Gilberto David Correa Jr., Eduardo da Silva Ayres, Glademir Prestini, Alan costa, João Paulo da Cunha Mello, Mauricio Pedroni, Gilnei Hoffmann Borges, Elisandro Ranzolin de Abreu, André Lucena Perondi

AUTORIA | ANO

Design Center Marcopolo | 2020

CLIENTE

Marcopolo Next





VENTFLOW

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a gravidade do cenário global em meio à pandemia do novo coronavírus, a Questtonó se uniu a um grupo focado no desafio de construir uma solução para a linha de frente no combate à doença: redefinir, de forma segura, escalável e em tempo recorde, o ventilador pulmonar, equipamento essencial no tratamento de pacientes com complicações respiratórias em decorrência da Covid-19. Estima-se que 30% dos infectados internados por conta da doença precisam de um ventilador pulmonar no tratamento. Mas, em um contexto de explosão de casos em todo o mundo, houve falta de equipamentos suficientes para suprir essa demanda.

FICHA TÉCNICA

Questtonó, Bolha, Jorge Bonassa, Dr. Luiz Fernando Falcão. Apoio: Sociedade Brasileira de Anestesiologia, Associação Paulista de Medicina, Unifesp, Engenharia Clínica do Hospital São Paulo e Associação de Medicina Intensiva Brasileira.

AUTORIA | ANO

Questtonó | 2020

CLIENTE

Questtonó



ADOÁ – CONECTANDO E INCENTIVANDO PESSOAS QUE BUSCAM UM MUNDO MELHOR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Adoá é um aplicativo desenvolvido para incentivar e facilitar o envolvimento dos cidadãos em atividades voluntárias no país, além de estimular atitudes positivas diariamente. O projeto foi baseado em três objetivos gerais: conectar instituições a pessoas dispostas a ajudar; incentivar atitudes do bem por desafios diários e possibilitar a interação segura entre indivíduos, ONGs e quem necessita de ajuda. A plataforma oferece diferentes oportunidades considerando que cada usuário possui disponibilidades distintas tanto de tempo quanto de recurso, e por meio dessa flexibilização busca facilitar o engajamento de seus usuários. Dessa maneira, Adoá é um espaço que conecta e incentiva as pessoas a praticarem atitudes solidárias e positivas com o mundo a seu redor.

FICHA TÉCNICA

Ana Carolina Porazzi Antunes, Carolina Borges Masuero e Izadora Merlo do Canto

AUTORIA | ANO

Ana Carolina Porazzi Antunes, Carolina Borges Masuero e Izadora Merlo do Canto | 2019

CLIENTE

Universidade Federal do Rio Grande do Sul





AJUDEI - APP PARA AÇÕES SO- CIAIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Ajudei é um aplicativo de recompensa para ações sociais que tem o objetivo de diminuir a ansiedade por meio da participação em ações propostas por empresas visando o bem estar social. Participe de ações, faça amigos, ajude as pessoas, diminua a ansiedade, receba pulsos (moeda do app) e troque por tickets que dão descontos em produtos das suas marcas favoritas.

FICHA TÉCNICA

Coautores: Henrique da Rocha Stumpf e Yule Dorneles de Almeida. Orientador: Marshal Becon Lauzer

AUTORIA | ANO

Jacson dos Santos França, Henrique da Rocha Stumpf e Yule Dorneles de Almeida | 2020

CLIENTE

Universidade Feevale





APLICATIVO PARA INSERÇÃO DE REFUGIADOS NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO POR MEIO DO ENSINO DE IDIOMAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto “Esperanto” é baseado na criação de um aplicativo, unindo a aprendizagem e prática de idiomas com a geração de renda às pessoas refugiadas. Dessa forma, por meio do programa, conversações serão ministradas por estrangeiros refugiados, utilizando de suas línguas nativas para ensinar os assinantes do aplicativo. De forma online, cada usuário escolhe o idioma e o professor que deseja, desenvolvendo assim, novos conhecimentos e apreendendo diferentes culturas. O destaque do projeto é inserção dos emigrados no mercado de trabalho, gerando oportunidades e inclusão ao meio social.

FICHA TÉCNICA

Projeto desenvolvido na disciplina de Inovação Social

AUTORIA | ANO

Arthur Fortunato Lorenzi | 2019

CLIENTE

ESPM POA

Esperanto





BONDE DA GAMBARRA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Bonde da Gambiarra é uma iniciativa que adota metodologia de design baseada no conceito de gambiarra como abordagem de educação tecnológica para o ensino fundamental.

FICHA TÉCNICA

Professor orientador: Felipe Rangel
Disciplina: DSG1062 – Projeto Final de Design de Produto

AUTORIA | ANO

Ilana Santos Guilland | 2020

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro



BROTIN – APLICATIVO DE DELIVERY ORGÂNICO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Brotin é o projeto de aplicativo que conecta hortas e feiras orgânicas aos consumidores. Ao utilizar a tecnologia para facilitar o contato entre as partes, viabiliza uma economia comunitária sustentável com preços mais baixos, pois dispensa da logística os estabelecimentos de varejo, que encarecem o preço do produto final. Além disso, promove o sentimento de comunidade, pois permite a retirada compartilhada dos produtos, incentivando os relacionamentos entre pessoas de um mesmo bairro e ajudando a evitar uma maior emissão de CO₂ na atmosfera. Ainda, para o pequeno produtor (que costumava ter feiras livres como maior fonte de renda) o aplicativo possibilita uma alternativa para se adaptar a essa nova logística do setor – no cenário atual, no qual muitas feiras foram suspensas ou reduzidas.

FICHA TÉCNICA

Eduardo Kenji Iha, Larissa Mine Viana de Queiroz, Leticia Fernandes Lourenção e Manoela Sgai Morel Orientação: Prof. Me. Alexandre Coronato Rodrigues Coordenação do curso de Design ESPM SP: Profa. Me. Mara Martha Roberto

AUTORIA | ANO

Eduardo Kenji Iha, Larissa Mine Viana de Queiroz, Leticia Fernandes Lourenção e Manoela Sgai Morel | 2019

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





CASCA – PROJE- TANDO ALTERNA- TIVAS SUSTEN- TÁVEIS PARA O CONSUMO LOCAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Casca consiste em um coletivo local que busca introduzir mudanças na forma de consumo atual, conectando pequenos produtores à consumidores locais. O projeto é implementado através de um aplicativo de encomendas, núcleos de bairros e um canal digital, valorizando a sociabilidade de vizinhança e a acessibilidade digital, o diferenciando de projetos que se sustentam em apenas uma das categorias, não o limitando a apenas um único cenário. A idealização do projeto foi desenvolvida entendendo que, para sair da atual crise que impacta diversos campos da sociedade, novos modelos precisam ser promovidos, assim, nosso objetivo é estabelecer relações comerciais justas, através de um modelo de economia solidária, conectando quem produz a quem consome, sem especulação e com baixo impacto ecológico.

FICHA TÉCNICA

Aline Pasini de Sousa Felipe Gouveia Pereira Lisboa Victor Luis Mozetto Andre Luiz Olzon Vasconcelos (prof. orientador)

AUTORIA | ANO

Aline Pasini de Sousa; Felipe Gouveia Pereira Lisboa; Victor Luis Mozetto | 2019

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica de Campinas



CASCA

Coletivo de Alternativas Sistêmicas no Consumo de Alimentos



CHEGA JUNTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O jogo Chega Junto é um projeto que visa a integração e o desenvolvimento das crianças. A infância é um período de grande importância em nossas vidas para socializarmos e aprendermos e com o intuito de auxiliar, principalmente, crianças que possuem deficiências visuais, o jogo apresenta-se como uma alternativa do conhecido Jogo dos Pares, trazendo mais inclusão no universo lúdico.

FICHA TÉCNICA

Verônica Kawachi Brandt e Vinicius Barbieri Sperduti | Orientação: Profa. Claudia Weber | Coordenação do curso de Design ESPM SP: Profa. Mara Martha Roberto

AUTORIA | ANO

Verônica Kawachi Brandt e Vinicius Barbieri Sperduti | 2019

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





COCKPIT ADAP- TADO PARA VE- LEIRO DINGUE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O objetivo deste projeto foi atrair novos participantes ao Iatismo (Vela), através do auxílio à inclusão de pessoas com limitações ou sem mobilidade nos membros inferiores. Apesar do projeto buscar atender a pessoas com deficiência, buscou-se garantir que qualquer pessoa com plenas capacidades nos membros superiores possa navegar um veleiro classe Dingue a partir de uma única posição no convés. Atenção especial foi dada à não descaracterização da atividade para evitar rejeição ou estranhamento, alterando minimamente os sistemas de navegação: uma escota para controlar a vela e um sistema de alavanca para o leme. O produto alcançado utiliza tecnologia e materiais já dominados pelos fabricantes de Dingue, possibilitando assim a produção sem grandes adaptações pela indústria nacional existente.

FICHA TÉCNICA

Randy Soutuyo Pozo (autor) Anael Silva Alves (orientador)

AUTORIA | ANO

Randy Soutuyo Pozo | 2020

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro





COCLEOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Através de pesquisa focada com um grupo parcial de surdos, identificamos a necessidade de facilitar a rotina deles na cozinha e através da criação de um produto e um serviço oferecemos mais autonomia para os mesmos em suas casas.

FICHA TÉCNICA

Dispositivo fabricado com retalhos de processamento do Aço Inox 304, moldado através de estampagem, com pintura eletrostática metalizada. Iluminação interna em LED e sensores condutivos e de vibração para aferição de temperatura, vazão e pressão, com emissor de sinal RFID para o modelo com conectividade IoT.

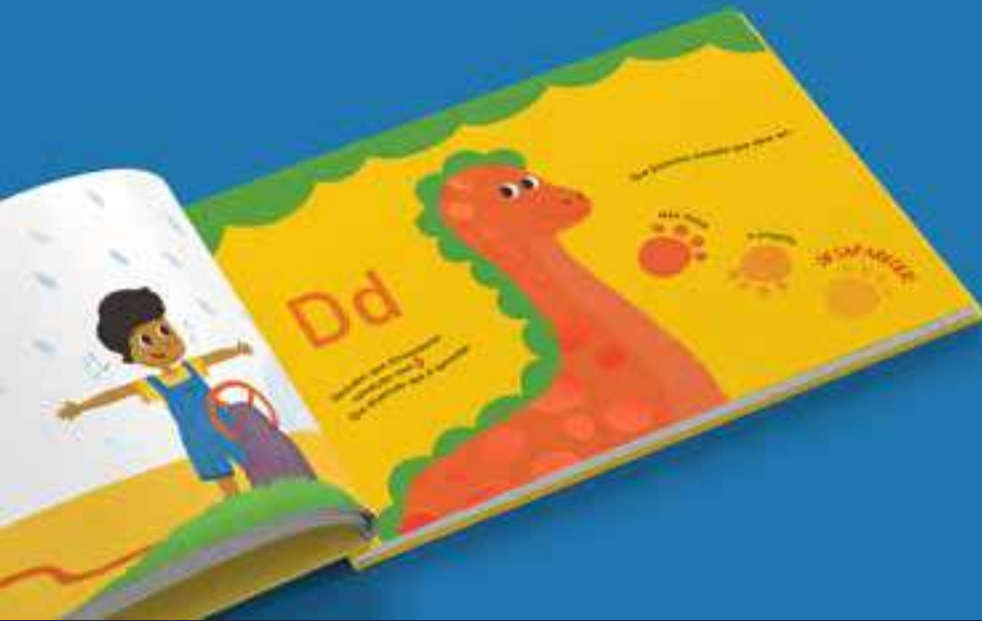
AUTORIA | ANO

Felipe Machado, Eduardo Braun e
Roberta Klein | 2020

CLIENTE

Universidade Feevale





DE A A ZEBRA: DE- SIGN MULTISSEN- SORIAL E STORY- TELLING PARA A ALFABETIZAÇÃO INFANTIL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

De A a Zebra é um Trabalho de Conclusão de Curso, desenvolvido como apoio pedagógico para alfabetização infantil que proporciona o aprendizado com uma abordagem multissensorial. Por meio dele, é possível explorar os sentidos tátil, auditivo e visual. O kit conta com um material que contribui com o processo alfabetizatório da criança e colabora com a atuação pedagógica do professor. Integram o kit: um livro literário que explora a sensorialidade a partir de acabamentos gráficos; um quebra-cabeça do alfabeto que possibilita a construção das letras por meio do contato tridimensional; um caderno para a construção do próprio livro ilustrado; duas almofadas de carimbo, para carimbar com as letras do quebra-cabeça; um manual de instrução e embalagem para armazenamento.

FICHA TÉCNICA

Universidade de Caxias do Sul Área do Conhecimento em Artes e Arquitetura Bacharelado em Design Aluno: Vinícius Agliardi Professora orientadora: Aline Valéria Fagundes da Silva

AUTORIA | ANO

Vinícius Agliardi | 2019

CLIENTE

Universidade de Caxias do Sul



DE OLHO NA RUA. PLATAFORMA DE VALORIZAÇÃO DA ARTE E DOS AR- TISTAS URBANOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

De Olho na Rua é um protótipo de aplicativo voltado para a valorização da arte urbana. Ou seja, trazer luz a qualquer manifestação desenvolvida em um espaço público e que, logo, propõem uma fusão entre a vida cotidiana dos cidadãos e a arte. O foco deste projeto é envolver tanto jovens adultos – afetados pelos preços altos, pela distância, pela falta de repertório e pela barreira social de muitos espaços tradicionais da arte, mas que mesmo assim se interessam por tal – quanto artistas urbanos – vítimas do preconceito, da falta de visibilidade e da instabilidade financeira – para criar uma plataforma de mapa colaborativo de obras e eventos de arte urbana. Dessa forma, será possível promover uma cidade mais integrada por meio de um grande circuito artístico.

FICHA TÉCNICA

Trabalho acadêmico da disciplina de Inovação Social

AUTORIA | ANO

Camila Esther Rohsig Lopez | 2020

CLIENTE

ESPM POA





DESIGN DE IMPACTO POSITIVO | ESTUDANTES



ELAR – EMPREENDEDORISMO PARA ABRIR NOVOS CAMINHOS. PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO PARA A MULHER DO SISTEMA PRISIONAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a quarta maior população carcerária feminina do mundo, o Brasil encara graves problemas na ressocialização de egressas do sistema prisional. A principal dificuldade enfrentada por essas mulheres é o ingresso ao mercado de trabalho, pois carregam consigo o estigma social. Buscando ferramentas que ampliem as possibilidades profissionais de ex-detentas, foi criado o projeto Elar. Um programa de capacitação de novas empreendedoras sociais que visa a autonomia e independência financeira de mulheres egressas do sistema prisional, a fim de garantir que estas mulheres consigam gerar sua própria renda sem depender de terceiros para ingressar no mercado de trabalho e distanciar-las de situações de vulnerabilidade e reincidência criminal.

FICHA TÉCNICA

Trabalho desenvolvido na disciplina de Inovação Social

AUTORIA | ANO

Giovana Melo Macedo | 2020

CLIENTE

ESPM POA



ERA UMA VEZ UM(A) YOGIN.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fruto de mais de dois anos e meio de desenvolvimento, este projeto tem como proposta o desenvolvimento da inteligência emocional para crianças de 8 a 11 anos e seus pais, através do brincar, da criação de histórias de forma colaborativa, dos princípios éticos e das posturas do yoga. Por meio de um baralho de cartas ilustrado que proporciona uma brincadeira clara, divertida, simples e acessível mesmo para aqueles que nunca tiveram contato com os temas explorados. Gerando empatia, estimulando a criatividade, o bem-estar e saúde aos jogadores. Uma vez que a inteligência emocional permeia todos os aspectos de nossas vidas, nela reside um potencial enorme de transformação não só do indivíduo como também da sociedade inteira quando mudamos nosso padrão de comportamento e resposta diante da vida

FICHA TÉCNICA

Autor: André Gustavo Camargo Asahida
Orientadora: Denise Dantas Obs: carta de recomendação do docente inserida no item prancha.

AUTORIA | ANO

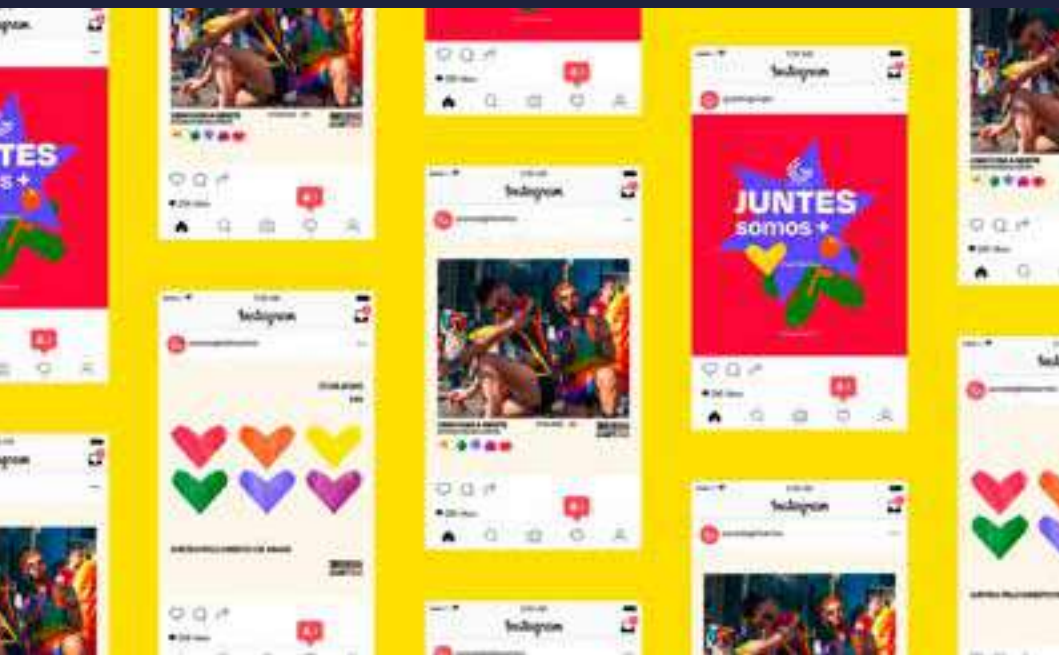
André Gustavo Camargo Asahida |
2019

CLIENTE

Universidade de São Paulo



**3ª PARADA
DO ORGULHO
LGBT** 



JUNTOS, NA PARADA LGBT.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto é uma identidade visual idealizada para a Terceira Parada LGBT da cidade de Santos, SP. A identidade criada tem como objetivo representar a comunidade LGBTQ+ da forma mais inclusiva possível, simbolizando sua essência diversa por meio do uso das cores da bandeira e de formas geométricas e orgânicas como elementos.

FICHA TÉCNICA

Orientador: Mario Seki

AUTORIA | ANO

Lorraine Evelyse Mirachi e Orivaldo Boim Neto | 2020

CLIENTE

Terceira Parada LGBT de Santos



MAME: DOE, AME! FAÇA PARTE E SALVE VIDAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Mame é uma proposta de projeto para um aplicativo que busca facilitar a doação de leite materno. Ajuda a mãe/responsável a encontrar locais de doação e doadores de leite para os bebês que não podem ser amamentados pela própria mãe. Além de facilitar o processo de quem quer fazer parte desta rede de doação, toda mulher que amamenta é uma possível doadora de leite humano.

FICHA TÉCNICA

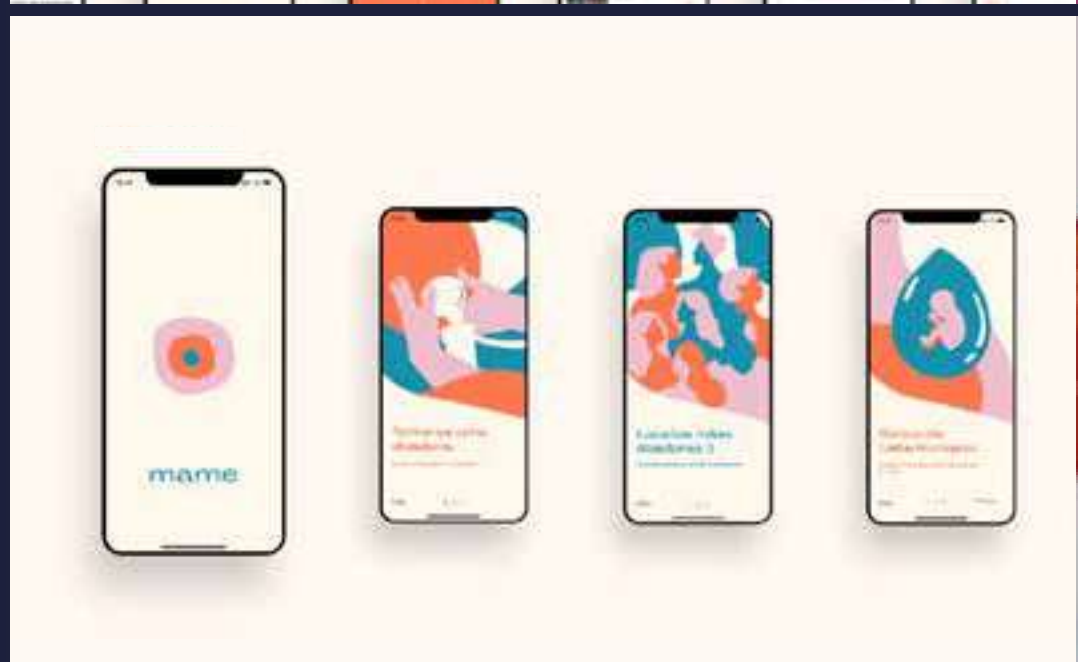
Projeto desenvolvido por Bruna Gentil Nico, Giovanna Dias Merlin, Luanna Pagliuca e Yasmin Cristine de Oliveira Amorim. Orientação: Prof. Joao Cesar Lopes Toledo Filho, Projeto Publicar, Bacharelado em Design Gráfico do Centro Universitário Senac - Santo Amaro - São Paulo

AUTORIA | ANO

Bruna Gentil, Giovanna Merlim, Luanna Pagliuca e Yasmin Amorim | 2020

CLIENTE

Centro Universitário Senac Santo Amaro





PIONEIRAS - CAFÉS QUE QUESTIONAM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Mulheres cafeicultoras não são devidamente reconhecidas na cadeia do café. Invisíveis, seus nomes são constantemente apagados de seus próprios produtos. Pioneiras vem do trabalho colaborativo com mulheres que produzem cafés na região do Norte Pioneiro do Paraná. A coletividade, o protagonismo feminino e o pertencimento do território são os pilares que sustentam a identidade da marca, atribuem valor aos produtos e dão voz às produtoras. Dessa maneira, relaciona-se com vários dos objetivos de desenvolvimento sustentável, como igualdade de gênero, trabalho e crescimento econômico, redução das desigualdades e consumo e produção responsáveis. Com o objetivo de questionar os relacionamentos da produção dos cafés, ao serem Pioneiras, as mulheres produtoras buscam ser visíveis porque são capazes.

FICHA TÉCNICA

Autoria: Rafaella de Bona Gonçalves e Rafaella Peres Eleutério Disciplina: Projeto de Produto III - 2019 Orientador: Ken Flavio Ono Fonseca Projeto comercializado pela Supernova Coffee - 2020

AUTORIA | ANO

Rafaella de Bona Gonçalves e Rafaella Peres Eleutério | 2020

CLIENTE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ



PLANETA É O BI- CHO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto é produto de um trabalho acadêmico que teve como objetivo desenvolver um jogo para crianças e adolescentes a fim de ensinar, conscientizar e promover uma discussão ativa de forma lúdica sobre sustentabilidade e bem estar animal. Consiste em uma adaptação da dinâmica do jogo dos pares e propõe que as crianças formem os pares encontrando soluções para problemas ambientais. Assim, incentiva o desenvolvimento da empatia, preocupação com meio ambiente e do pensamento crítico durante a formação escolar, etapa crucial para o desenvolvimento de valores dos indivíduos. O jogo traz ainda duas propostas de dinâmica, a fim de introduzir o tema para crianças mais novas sem deixar de promover uma discussão mais aprofundada para as mais velhas.

FICHA TÉCNICA

Aline Marques Soares e Joyce Cristina Cavallini
Orientação: Profa. Me. Claudia Weber
Coordenação do curso de Design ESPM SP: Profa. Mara Martha Roberto

AUTORIA | ANO

Aline Marques Soares e Joyce Cristina Cavallini | 2019

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





ROCA: DESIGN THINKING APLI- CADO AO EM- PREENDEDORIS- MO DE MODA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O objetivo deste projeto foi desenvolver, através do design, um facilitador para o acesso às informações e construção de processos menos burocráticos para empreendedoras de moda. Historicamente, é por meio da força de trabalho que mulheres saem do lugar de invisibilidade e ocupam os espaços públicos, tornando-se sujeitos políticos e compartilhando direitos e deveres e, assim, serem ouvidas e vistas por todos. Além disso, o trabalho também proporciona satisfação pessoal e independência. Uma das grandes dificuldades encontradas é a falta de conhecimento, principalmente sobre as questões burocráticas. Por isso, se faz necessária a existência de projetos que instruem de forma lúdica e prática, além de fornecer conteúdos de qualidade, para que essas mulheres possam desenvolver seus negócios.

FICHA TÉCNICA

Universidade de Caxias do Sul Área do Conhecimento em Artes e Arquitetura
Bacharelado em Design Aluna: Victoria Baratieri Professora orientadora: Aline Valéria Fagundes da Silva

AUTORIA | ANO

Victoria Baratieri | 2020

CLIENTE

Universidade de Caxias do Sul





TULIPA – APLICATIVO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Analisando a relação que o brasileiro possui com recursos financeiros em conjunto com a crise que se instala hoje em decorrência da COVID-19, onde o desemprego atingiu e ainda atinge milhões de cidadãos, percebeu-se que são poucas as pessoas que estavam em uma situação financeira saudável antes da crise. Infere-se que isso acontece devido a falta de conhecimento sobre finanças pessoais e o medo e a insegurança que esse tema gera. Foi considerando essa problemática que surgiu o projeto Tulipa. O projeto foi desenvolvido para instigar jovens ainda em idade escolar, a desenvolver interesse e conhecimentos sobre educação financeira para que se tornem adultos mais conscientes no âmbito financeiro. Engloba as ODS 4 e 10, respectivamente, educação de qualidade e redução da desigualdade.

FICHA TÉCNICA

Trabalho acadêmico desenvolvido na disciplina de Inovação Social

AUTORIA | ANO

Camila Prates Gudolle | 2020

CLIENTE

ESPM POA





ABRAPÉ - FECHA- DURA PARA POR- TAS DE PASSAGEM ACIONADA PELOS PÉS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Nos centros urbanos o convívio com pessoas desconhecidas no cotidiano é inevitável, e o contato com objetos de uso comum – como maçanetas – se tornou um risco para a saúde. Atualmente, com a pandemia do Coronavírus, os cuidados para evitar a transmissão do vírus através do contato com pessoas ou objetos contaminados tornaram evidente a necessidade de produtos que auxiliem na contenção do contágio. O presente produto tem a função inovadora de atuar como uma fechadura para portas de passagem com acionamento realizado pelos pés, sendo uma alternativa higiênica e prática ao uso das mãos para abrir portas, direcionada para o público em geral e, em especial, para portadores de deficiência nos membros superiores.

FICHA TÉCNICA

Rafael Aguirre - autor Gerson Lessa - orientador

AUTORIA | ANO

Rafael Aguirre | 2019

CLIENTE

Universidade Federal do Rio de Janeiro



LUM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

LUM é um brinquedo assistivo desenvolvido para o auxílio terapêutico de crianças com autismo. O projeto é sobretudo um contador de histórias, pensado para estimular a criatividade, percepção e habilidade motora do usuário de forma lúdica. O desafio é montar e contar uma narrativa sobre sua própria cidade, atentando-se aos encaixes e organização das peças. O trabalho foi desenvolvido para a matéria de Projeto III em 2019, no curso de graduação de Design de Produtos da UNESP de Bauru.

FICHA TÉCNICA

Projeto de tecnologia assistiva
Autores: Renan Albano de Souza e Navarro
Christóforo Leite
Orientação: Claudio Roberto y Goya
Agradecimentos: SORRI-Bauru LEI – Laboratório de Ergonomia e Interfaces/ UNESP Bauru

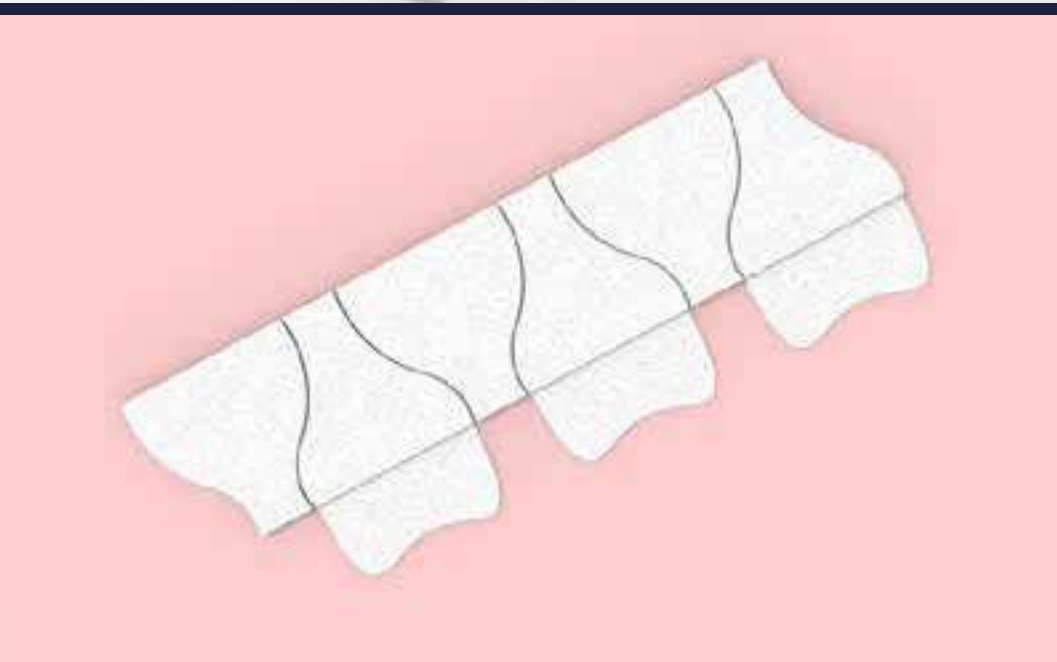
AUTORIA | ANO

Renan Albano de Souza e Navarro
Christóforo Leite | 2019

CLIENTE

Universidade Estadual Paulista (FAAC-UNESP)





MARIA – ABSORVENTES ORGÂNICOS PARA MULHERES EM SITUAÇÃO DE RUA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Pobreza menstrual refere-se a falta de acesso a produtos sanitários devido a restrições financeiras. Maria é um absorvente que se adapta às condições das mulheres em situação de rua, tendo a resiliência necessária para que seja viável nas adversidades enfrentadas, de forma que ele seja prático, higiênico e universal. Feito de fibra de banana, um material biodegradável que poderá ser descartado, Maria vem com o objetivo de ser distribuído pelo governo. O absorvente interno poderá ser personalizado em diversos tamanhos, dependendo da necessidade e do fluxo de cada mulher. Ter acesso a produtos sanitários deve ser um direito de todas e não um privilégio.

FICHA TÉCNICA

Autoria: Rafaella de Bona Gonçalves
Disciplina: Trabalho de Conclusão de Curso - Design de Produto Tema: Pobreza Menstrual Orientadora: Gheysa Caroline Prado

AUTORIA | ANO

Rafaella de Bona Gonçalves | 2020

CLIENTE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ



NORT – MONITÓ- RAMENTO E SU- PORTE AÉREO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Nort é um sistema-produto desenvolvido com o intuito de melhorar o suporte emergencial em rodovias. Vendido para as concessionárias de autoestradas, ele é composto por quatro elementos principais: um aplicativo mobile, para realizar chamadas de emergência e solucionar problemas simples; um sistema de gerenciamento, para controlar e monitorar as rodovias; postos de SOS, localizados ao longo dos acostamentos com equipamentos para procedimentos simples e câmeras para o monitoramento das rodovias; e drones, que são armazenados nos postos de SOS e transportam um kit de primeiros-socorros em casos de emergências. Através desses elementos, as concessionárias conseguiriam reduzir seu tempo de resposta e de atendimento, ampliar sua visibilidade e diminuir o número de óbitos nas rodovias.

FICHA TÉCNICA

Gabriel Alves Jennifer Costi Leonardo Pechansky Letícia Costa Rodrigo Martins Costa Vinícius Stabile

AUTORIA | ANO

Gabriel Alves Martins Jennifer Costi Leonardo Pechansky Letícia da Costa Rodrigo Martins Costa Vinicius Stabile | 2020

CLIENTE





DESIGN DE IMPACTO POSITIVO |
ESTUDANTES



REVISTA PICUMÃ – LIVRE PARA PER- FORMAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

PICUMÃ é um projeto editorial que enxerga o mercado das revistas como um espaço para apreciação do diferente e incomum, como algo belo e elegante. Seu recorte temático é o universo performático, com ideais fora dos moldes estadunidenses, entendendo que o mundo destes artistas é uma linguagem própria, que precisa de um palco que possa atravessar fronteiras. A revista se mostra ao leitor como um ambiente onde ele pode ser o que quiser, oferecendo um lugar de fala, representatividade, autonomia, transparência, compreensão e apoio a todos, um espaço voltado para o auto respeito e a não-violência. Entendendo isto, a revista fala sobre temas do universo mundial drag, LGBT, contemporaneidade, liberdade sexual, atrelado à qualidade gráfica e direção de arte. (issuu.com/picuma/docs/picuma_edicao01)



FICHA TÉCNICA

Projeto editorial e gráfico: Anna Beatriz Morais de Azevedo, Amanda Lopes Sabião, Letícia Gonçalves Assalin Professores orientadores: Projeto III: Profa. Me Marise de Chirico Comunicação e Linguagem II: Profa. Dra. Patrícia Amorim Marketing II: Profa. Dra. Viviam Iara Strehlau Produção Gráfica: Profa. Me Mara Martha Roberto Cor e Percepção: Profa. Dra. Paula Csillag Coordenação do curso de Design ESPM SP: Profa. Me. Mara Martha Roberto

AUTORIA | ANO

Anna Beatriz Morais de Azevedo,
Amanda Lopes Sabião e Letícia Gonçalves Assalin | 2019

CLIENTE

DESIGN ESPM SP





OLHE, COMPRE E COMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Olhe, compre e coma foi um projeto que questionou a persuasão do Marketing em supermercados, levando em consideração que todos somos consumidores. O projeto tinha como proposta: criticar, demonstrar e ironizar técnicas “ocultas” em layout de supermercados que persuadem e influenciam as compras. O objetivo era gerar consumidores menos robotizados e mais conscientes, informando, conscientizando e despertando, aspectos de Design Ativista e do Marketing de Guerrilha. O produto final foi uma exposição interativa, trazendo o ambiente de um supermercado minimalista, por meio de suas embalagens interativas, os produtos se comunicavam diretamente com o consumidor. 71% dos expectadores da exposição alegaram que nunca mais olharão supermercados da mesma forma.

FICHA TÉCNICA

Professores orientadores: Izabel Maria de Oliveira e Clarissa Biolchini
Disciplina: DSG1032 – Projeto Final de Comunicação Visual

AUTORIA | ANO

Bruna Siles Millman | 2019

CLIENTE

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

3 DIAS ROTEIRO VÍDEO//QUESTIONÁRIO //OBSERVAÇÃO



Qual é a sua faixa etária?

17 - 24 25 - 35 36 - 45 45+

Qual é a sua profissão ou curso de estudo?

O que você acha que a instalação está comunicando?

Acredita que a sua experiência em supermercados
vai ser alterada?

Sim Não

Comentários extras:

A INSTALAÇÃO



PRODUTO FINAL

QR Code com áudio:
“Promoção por tempo limitado,
100% de desconto para pessoas a
sua compra”.

determine a sua escolha



PRODUTO FINAL



DESIGN DE IMPACTO POSITIVO |
ESTUDANTES



ORNITWIZY – MO- BILIDADE PARA TODOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Ornitwizy é uma proposta de solução de mobilidade Urbana Universal baseada no veículo elétrico Twizy, da montadora francesa Renault. O produto foi criado para o desafio universitário Renault Experience, no qual a montadora desafia todos os anos os estudantes universitários a criarem soluções utilizando o POM (Plataform Open Mind), que nada mais é do que a estrutura básica do Renault Twizy (carengens, sistema elétrico e carroceria básica) para criação de projetos de inovação.

FICHA TÉCNICA

Orientador: Juan Almada Designer/
Project Leader: Felipe dos Santos Machado (estudante) Project Engineering : Nickolas Both e Jonata Fett (Estudantes de Engenharia Eletrônica); Marco Froelich (Estudante de engenharia Mecânica) Matheus Furlan (Estudante de Engenharia de Produção)

AUTORIA | ANO

Felipe dos Santos Machado e Nickolas Both, | 2019

CLIENTE

Universidade Feevale





POMAR SOLIDÁRIO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Design de inovação social e sustentabilidade que reduz a perda de hortifrúteis, através da troca entre moradores de uma região de grande produção agrícola do DF. Criado a partir do design de serviço, seus pilares são: foco no usuário, replicabilidade e autogestão (interação dos usuários é o que o organiza e sustenta). Resolve um problema complexo, com base nas economias comportamental, local e colaborativa; sem depender da tecnologia – o que o torna mais acessível e muito barato. Já evitou a perda de quase 1 tonelada de alimentos, fator crucial para o desenvolvimento sustentável. Tudo isso, revitalizando a paisagem urbana, fortalecendo o sentimento de comunidade e fornecendo um lanche saudável para crianças em situação de vulnerabilidade social matriculadas na escola.

FICHA TÉCNICA

Orientado pela professora Nayara Moreno de Siqueira Criado e executado pela aluna Giovanna Viana Mundstock Freitas

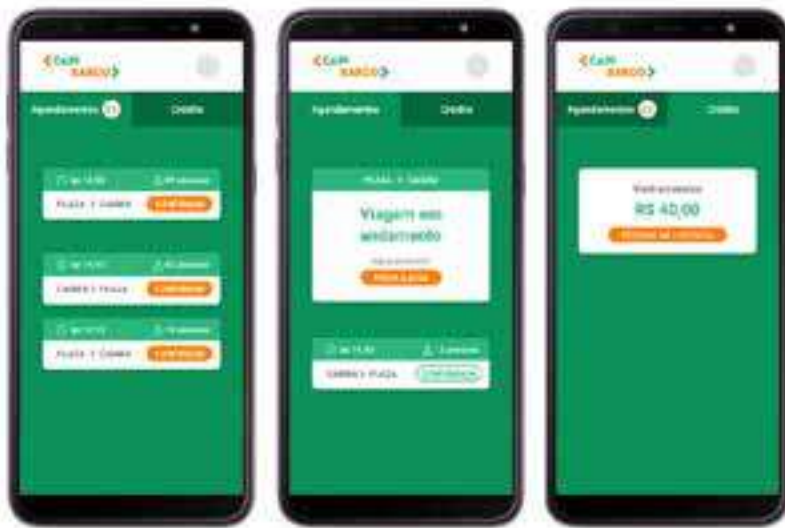
AUTORIA | ANO

Giovanna Viana Mundstock Freitas |
2019

CLIENTE

Universidade de Brasília - UnB





DESIGN DE IMPACTO POSITIVO |
 IMPACTO EM POTENCIAL/STARTUPS/
 EMPREENDEDORES



SERVIÇO DE MOBILIDADE FLUVIAL – BARCO SOLAR

JORNADA BASE DE USO



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de design de serviços para inovação social e sustentabilidade, cujo objetivo foi projetar o serviço mobilidade urbana conectando duas margens do Rio Capibaribe (Recife-PE) que possuem extremas diferenças sociais, através do uso de tecnologias sustentáveis através de um barco solar. Esse desenho de serviço é uma das fases de um dos projetos piloto contemplados no CITInova*, é através dessa visão de serviço que as etapas seguintes de estudo de viabilidade e design de produto do barco acontecerão. *O CITInova é um projeto multilateral realizado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), com apoio do Fundo Global para o Meio Ambiente (GEF), implementação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), e execução de instituições co-executoras, como a ARIES - Agência Recife de Inovação e Estratégia.

FICHA TÉCNICA

Cézar Cavalcanti (Gestão e Design de Serviços) Débora Vasconcelos (Pesquisa) Stéphanie Gomes (Pesquisa) Rute Yumi (Pesquisa e Comunicação) Mathheus Vale (Design de Serviços) Arthur Braga (Design de Serviços) André Lima (Design Visual) Natália Oliveira (Design Visual) Felipe Truta (Revisão) Henrique Santos (Fotografias Aéreas)

AUTORIA | ANO

Orbelab | 2019

CLIENTE

CITInova / ARIES





STARTUP GRILO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Grilo é uma recém lançada e inovadora plataforma de mobilidade urbana. Seu posicionamento, REIMAGINAR A MOBILIDADE, é empático e inclusivo, valores fundamentais da empresa, mas, ainda com poucos veículos em circulação, é preciso desenvolvimento da empresa através da multiplicação de unidades. Como ampliar a visibilidade desse modelo de negócios? Como atrair investidores para uma operação com grandes vantagens em termos de redução de danos ao impacto ambiental?

FICHA TÉCNICA

Átila Franco Carlos E. Novaes Fabio Bernardi João Tavares José L. Ströher Leonor Moura Miguel Casagrande

AUTORIA | ANO

CDA Design | 2020

CLIENTE

Grilo Mobilidade



CLIPÁ

DESIGN DE IMPACTO POSITIVO

INCLUSÃO E DIVERSIDADE



CAPA DE PRÓTESE CLIPA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Clipa é uma capa de prótese compacta, leve, de baixo custo e personalizável. Essas qualidades mudam a relação do usuário com a prótese, ao converter a capa de prótese em um acessório, que pode ser combinado com o vestuário e o humor do momento. O produto é formado por uma placa e dois cliques de fixação. A placa, em material flexível plano, adquire o volume e forma da perna ao ser fixada na prótese, através dos cliques. O usuário pode compor uma coleção de placas de diferentes cores, padronagens e texturas, com desenhos vazados ou em baixo relevo. Pode ainda solicitar modelos exclusivos, personalizados, a partir de desenhos que sejam significativos para si. Produzida em processos de baixo custo, Clipa democratiza o acesso a capa, e contribui para a auto estima da pessoa que usa prótese.

FICHA TÉCNICA

Diego dos Santos Costa Júlio Cezar Augusto da Silva Shirley P. dos Santos Guilherme Teixeira de Vasconcelos Liliane Ribeiro Marcos Henrique Garamvölgyi e Silva

AUTORIA | ANO

Instituto Nacional de Tecnologia |
2020

CLIENTE

CNPq





CORTA ESSA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma ação de engajamento, baseada em dados sobre a desigualdade de gênero no mercado de trabalho, que busca passar a tesoura em muitas fitas erradas com as quais as mulheres precisam lidar nos ambientes corporativos.

FICHA TÉCNICA

Equipe DBPV

AUTORIA | ANO

DBPV | 2020

CLIENTE

DBPV





DIVERSIDADE NA PRÁTICA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diversidade na Prática é uma iniciativa do Santander para ampliar a visão das pessoas sobre o papel do indivíduo na transformação da realidade e na construção de um futuro mais plural, colaborativo e produtivo. Estrategicamente pensado e desenvolvido para reforçar um dos valores da marca Santander e trazer à luz situações conflitantes, pensamos na gameificação como uma solução leve e descontraída, mas também profunda. Desde a implementação do projeto, mais de 11 mil pessoas já foram impactadas, com a possibilidade de ser escalado para mais 30 mil. A média de avaliação do programa mantém a admirável marca de 9,8 pontos entre os colaboradores e ainda conta com uma versão online desenvolvida especialmente para atender a demanda que surgiu com a pandemia da Covid-19.

FICHA TÉCNICA

Kellen Natsumi Uehara, Carolina Brandão, Juliana Neumann, George Ribeiro Lai, Tauana de Andrade Lelis, Daniela Chagas Santos, Leticia Kissu, Juliana Izzo, Thais Purcino

AUTORIA | ANO

Springpoint | 2020

CLIENTE

Santander





ELAS FESTIVAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

ELAS festival é um evento criado para promover o empoderamento feminino. Feito por mulheres, para todo mundo. Três dias de música, debates, cinema e arte, com mulheres de peso sob os holofotes e por trás das engrenagens. A divulgação de um evento tão importante passa pela valorização, pelo reconhecimento, pela compreensão urgente do gênero como construção social. Tem a ver com dar voz às mulheres, em um espaço de diálogo, troca e transformação. ELAS vai além do discurso, é uma proposta autêntica, justamente porque prova que não existe um modelo único de existência feminina. É um festival dinâmico e múltiplo e foi isso que buscou-se traduzir em cada escolha, em cada peça, em cada ponto de contato com um público ávido por informação, mas também por apuro estético e cuidado com detalhes.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação: Paula Cotta e Renata Polastri Criação: Renata Polastri Texto: Marcela Dantés Fotos Elas: Blubel, Carolina Marinati, Daniel Lincoln, Faby Pantoja, James Lee, Jonnelle Yankovich, Kal, Keenan Constance, Maarten van den Heuvel, Michael Yoder, Purnomo Capunk, Raoul Croes, Thais Lyra, Todd Quackenbush, Tyler Nix, Zabdi Beltran.

AUTORIA | ANO

Estúdio Bogotá | 2019

CLIENTE

Produtora Bandeira Branca





DESIGN DE IMPACTO POSITIVO |
INCLUSÃO E DIVERSIDADE



MENOS MUROS E MAIS PONTES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Uma das maiores organizações sociais do país redefine a estratégia e identidade visual de sua marca para traduzir melhor sua essência e missão de despertar o senso de urgência frente aos problemas sociais enfrentados nas favelas do nosso país. Alinhado ao briefing do cliente, buscamos desassociar a imagem “assistencialista” presente na categoria, conectando-se melhor com os stakeholders da marca. Foi necessário criar diálogo entre setores prósperos e camadas menos favorecidas, mantendo marca e identidade uniformes e conectadas. O principal diferencial desse trabalho foi tratar o Design como elemento conector entre diferentes “mundos”. O movimento, presente na marca e seus desdobramentos, derruba muros e cria pontes entre necessidades e soluções.

FICHA TÉCNICA

Fundadora e CCO: Renata Melman
Diretora Executiva: Laís Carvalho
Diretor de Criação: Mike Câmara
Diretora de contas: Ana Carolina Ribeiro
Gestora de Projetos: Karen Kiocia
Redator: Rafael Alberico
Designers: Sauê Furlato, Igor Sá, Felipe Amorim, Johnny Brito, Guilherme Coutinho, Rodrigo Munhoz, Igor Moiceichuka

AUTORIA | ANO

100% Design em Movimento | 2019

CLIENTE

Gerando Falcões



GERANDO FALCÕES



NATURA TODODIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Natura é uma das maiores marcas de beleza do Brasil. Tododia é sua maior submarca de produtos para o corpo. Em um mundo que valoriza estereótipos de beleza, Natura celebra a diversidade da mulher brasileira em todas as suas formas, curvas, estilos e cores. Em 2019, Tododia relançou sua linha de produtos com novas fórmulas e novas embalagens. Nosso desafio foi modernizar o logotipo, mantendo ainda alguma referência ao anterior e criar uma nova identidade visual para a linha, atendendo as restrições das novas embalagens e expressando o novo posicionamento da marca. Nesse contexto, tesouras fizeram o que pincéis não poderiam, e Henri Matisse foi nossa maior inspiração. Perfeito em sua imperfeição.

FICHA TÉCNICA

Studio: Fernanda Saboia Design
Diretora de criação: Fernanda Saboia
Designer gráfica: Erika Martins
Ilustradoras: Paloma Valls, Erika Martins e Pat Lobo

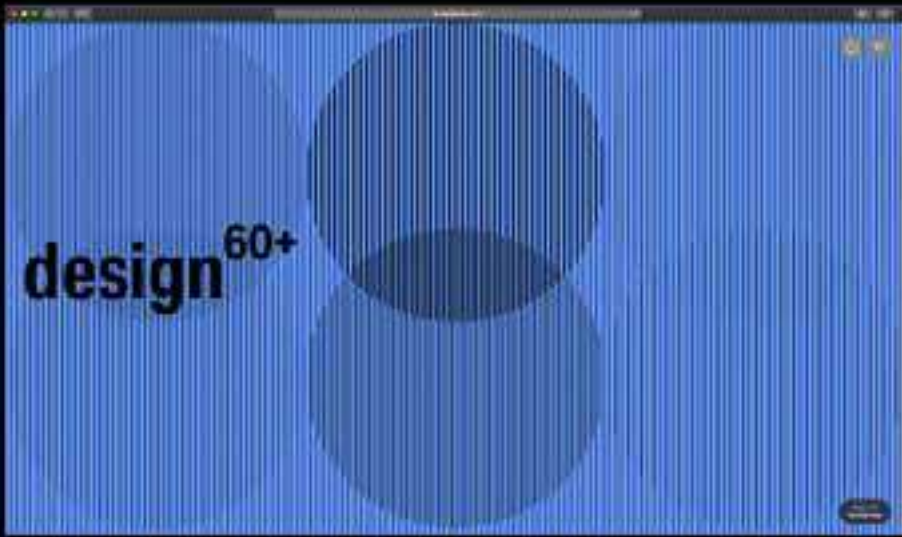
AUTORIA | ANO

Studio: Fernanda Saboia Design | 2019

CLIENTE

Natura





O IDOSO E A EM- BALAGEM - DE- SIGN60+

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O site Design60+ é uma cartilha que tem como objetivo apresentar parâmetros para projeto gráfico de embalagem de forma a atender às necessidades de comunicação e, ao mesmo tempo, respeitar as características específicas da população idosa. Para sua construção foram entrelaçados dados sobre o processo de envelhecimento aos possíveis obstáculos resultantes do projeto gráfico existentes nas embalagens, assim como aos princípios do design universal e, a partir deste entrelaçamento, sugeridas soluções para que as embalagens resultem mais acessíveis ao idoso e adequadas para todos os públicos. < <http://design60mais.com/> >

FICHA TÉCNICA

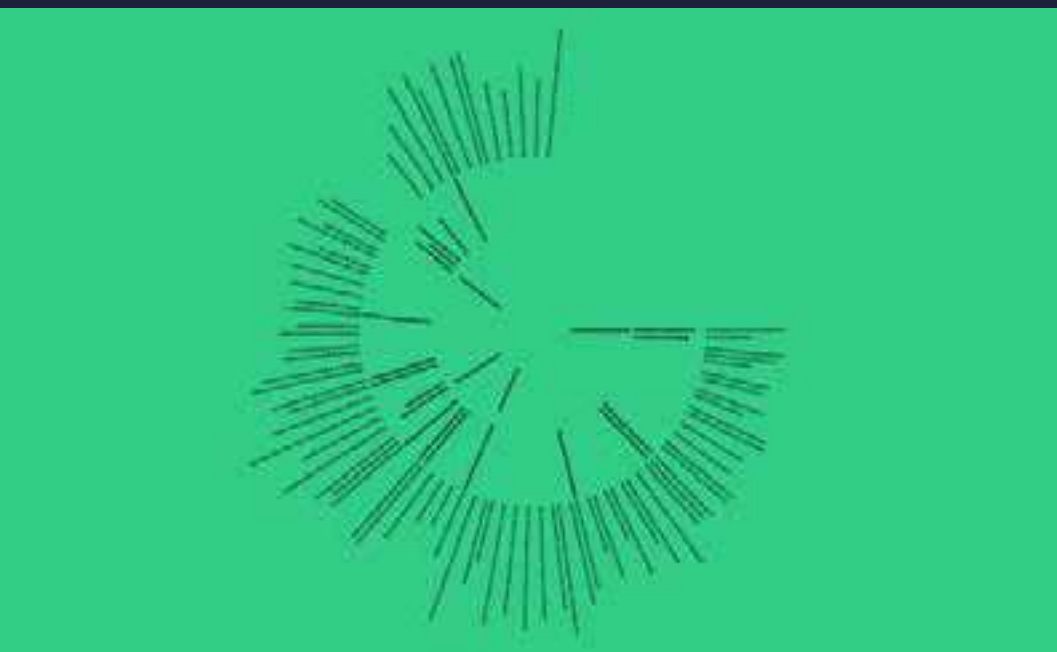
Conteúdo: Claudia Weber Projeto Gráfico: Polar, Ltda Versão para o inglês: Camilla Cossermelli

AUTORIA | ANO

Claudia Weber / Polar, Ltda | 2019

CLIENTE

Claudia Weber





ORGULHO DE FAZER ACONTECER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a crença no potencial de conexão da arte, o next iniciou suas conversas sobre diversidade abrindo o espaço de voz para os protagonistas da luta por visibilidade e equidade de gênero no projeto “Orgulho de Fazer Acontecer”. No mês de junho, a marca convidou 6 artistas a expressarem vivências, inspirações e questões em ilustrações que, juntas, formam um cartaz com a sigla LGBTI+. Esse resultado foi compartilhado nas redes sociais do banco, junto com um mini documentário com depoimentos dos artistas. O cartaz e as ilustrações também foram impressos e enviados aos principais veículos de comunicação do país e principais criadores de conteúdo da comunidade.

FICHA TÉCNICA

Head of Marketing next: Paulo Aguiar
Direção de Criação: Paulo Aguiar, Giovanna Cartapatti
Direção de Arte: Isabella Vasco
Redação: Stephanie Cardoso
Mídia: R/GA
Planejamento: Bárbara Fumes, Giovanna Cartapatti
Edição e Motion: Eduardo Guimarães, Isabella Vasco
Artistas: Patrick Rigon, Ariane Freitas, Limão, Lucas Sanper, Lune Carvalho, Thais Oliveira
Aprovação: Márcio Parizotto, Jeferson Honorato, Victor Queiroz

AUTORIA | ANO

banco digital next | 2020

CLIENTE

banco digital next





PROGRAMA DI- VERSIDADE E IN- CLUSÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Vedacit é uma empresa de atuação nacional, e, para vender soluções para construção civil de todo o país, ela deve se provar inclusiva. Em resposta a isso, desenvolvemos o programa interno “Diversidade e Inclusão” para conectar e integrar os colaboradores Vedacit. A Diversidade é o conjunto de diferenças e semelhanças que caracterizam as pessoas e as tornam únicas, singulares, com seus grupos de pertencimento dos mais variados. A inclusão é uma forma de valorizar e inserir grupos e populações que historicamente, por questões sociais e estereótipos, enfrentam barreiras na sociedade e nas empresas. Conseguimos enxergar a força que esse projeto apresenta. Acreditamos que ele possa tomar uma proporção muito maior, não só para o público interno, mas também nas redes sociais da empresa.

FICHA TÉCNICA

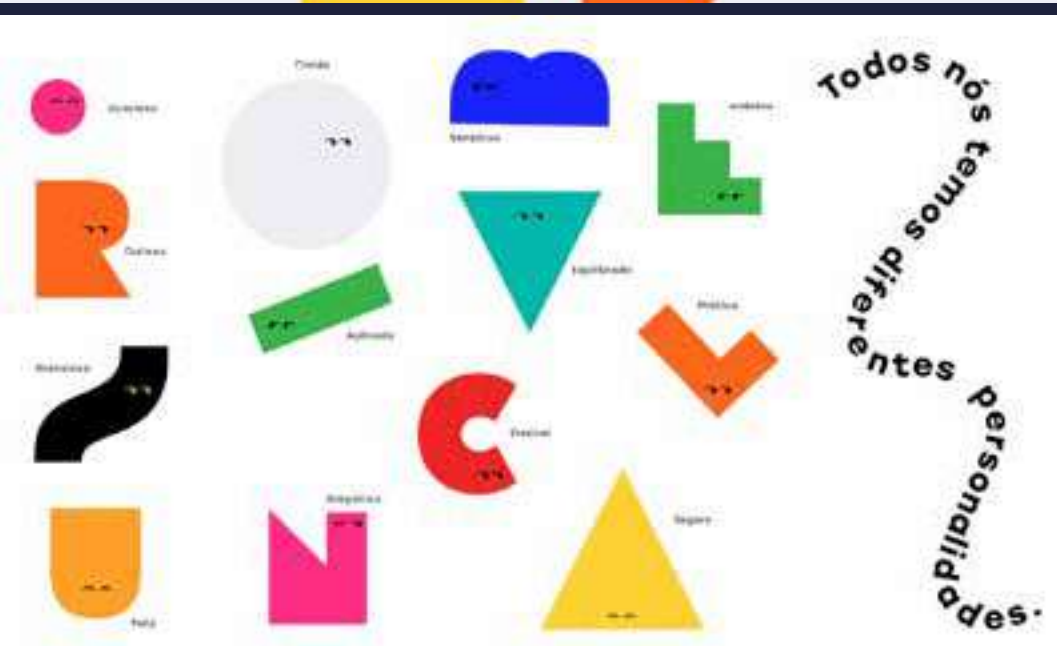
Mirela Guidotti - Atendimento
Mike Câmara - Diretor de Criação
Carlos Gabriel Bernardes - Designer Gráfico
Igor Sá Fortes de Almeida - Designer Gráfico

AUTORIA | ANO

EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

VEDACIT





THINK OLGA: FORTELECENDO NARRATIVAS FE- MINISTAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Com a missão de sensibilizar a sociedade para questões de gênero e interseções, a Think Olga tem na comunicação sua principal ferramenta para gerar impacto positivo na vida das mulheres. Há sete anos, promove debates junto à sociedade civil e é uma das principais vozes responsáveis por colocar em pauta a equidade de gênero. Em 2019, porém, sentiu a necessidade de amadurecer sua marca para acompanhar o crescimento do alcance de seus debates. A FutureBrand São Paulo trabalhou junto à Think Olga, e à sua marca irmã Think Eva, para tangibilizar o momento de virada de sua missão, com orientações para estratégias de co-branding, renovação de sua identidade visual e consolidação de seu tom de voz – que precisavam estar em consonância com a evolução tanto do debate quanto da própria Think Olga.

FICHA TÉCNICA

Alexandra Borin Ana Carolina Biancardi
Amanda Rodrigues Beatriz Vilela Carolina Horita Cristina Penz Hellen Martins
Karen Fontana Laura Schachetti Mariana Blessa Marina Tavares Victoria Nogueira Bevilacqua

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Think Olga





NÚMERO	AUTORIA	DESCRIÇÃO	INSTITUIÇÃO	AVALIADO	RESOLUÇÃO
PL 1006/2019	Capitão Augusto PL-SP	Altera o Código Penal para aumentar a pena ao torcedor que realizar atos de violência no interior de estádio esportivo.	CF/MEIA	DESFAVORÁVEL	MUITA
PL 2538/2019	Renata Abreu PODE-SP	Sensibiliza o registro do violência contra a mulher nos procedimentos de atendimento médico, na forma que especifica, atendendo a lei nº 82.778, de 2002.	Instituto Família Galeão	DESFAVORÁVEL	MUITA
PL 1418/2019	Genivaldo de Sá PODE-SC	Altera a lei Maria da Penha, para garantir a inclusão dos dependentes da mulher vítima de violência doméstica e familiar em instituição de educação básica mais próxima de seu domicílio.	Instituto Maria da Penha	FAVORÁVEL	MUITA



ELAS NO CONGRESSO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diante do crescimento da polarização política, das disputa pelas pautas ligadas à mulher no Brasil e da luta pela igualdade de gênero, torna-se fundamental tornar o legislativo mais transparente. O Elas no Congresso, idealizado pela Revista AzMina e financiado pelo Google News Initiative, usa dados públicos para monitorar todos os projetos de lei e votações que afetam os direitos das mulheres, tornando esta informação acessível para a toda a sociedade, imprensa e organizações que advogam pelo tema. A plataforma evidencia de maneira clara quais parlamentares atuam contra os direitos das mulheres e também aponta quais têm sido os aliados da causa, ranqueando os melhores e piores em cada partido e estado, tanto na câmara quanto no senado. Utilidade pública para todo eleitor orientar seu voto.

FICHA TÉCNICA

Equipe Café.art.br: Leandro Amorim, Erihan Carvalho, Pedro Rodrigues, Erico Rosa e Guilherme Lobo. Equipe AzMina: Carolina Oms, Helena Bertho, Bárbara Libório, Leticia Ferreira, Reinaldo Chaves e Renata Hirota.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2020

CLIENTE

Revista AzMina





EVA - EVIDÊNCIAS SOBRE VIOLÊNCIAS E ALTERNATIVAS PARA MULHERES E ME- NINAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para pôr fim à violência é preciso conhecer os seus padrões. EVA é uma visualização de dados idealizada pelo Instituto Igarapé e financiada pela Uber que exhibe dados relevantes para informar políticas públicas voltadas para a prevenção, redução e eliminação da violência contra mulheres em três países da América Latina: Brasil, Colômbia e México. A EVA mapeia crimes de diversos tipos com dados obtidos dos sistemas de saúde e de segurança pública. Os dados chegam ao nível municipal e estão detalhados por idade, raça e tipo de instrumento utilizado. Para México e Colômbia, também disponibilizamos dados de pesquisas de vitimização. A EVA também mostra a evolução dos direitos das mulheres e da igualdade de gênero além de listar iniciativas focadas na erradicação da violência contra mulheres.

FICHA TÉCNICA

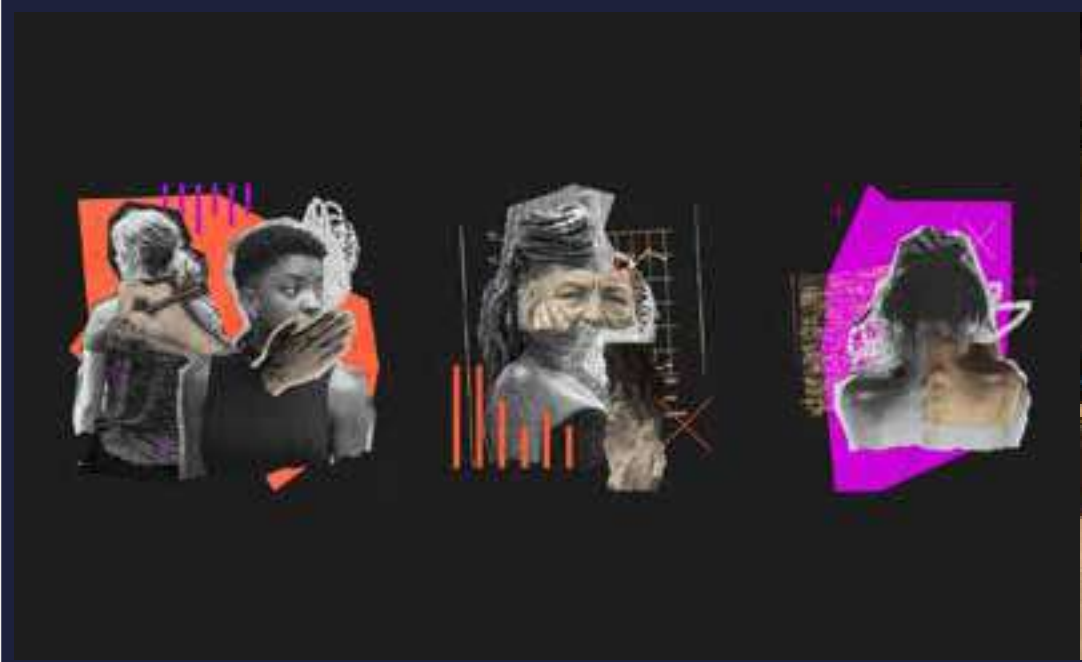
Equipe Café.art.br: Leandro Amorim, Erlan Carvalho, Gabriela Alcoar, Wendel Anthuny e Pedro Rodrigues. Equipe Instituto Igarapé: Renata Giannini, Elayne Cirne, Barbara Fernandes, Raphael Durão, Douglas Bastos, João Victor Marinho Bechara, Renan Almeida e Raphael Melo.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2019

CLIENTE

Instituto Igarapé





DESIGN DE IMPACTO POSITIVO

MEIO AMBIENTE



GRILO 100% ELÉ- TRICO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Grilo é uma inovadora plataforma de mobilidade urbana baseada em triciclos elétricos. Com forte posicionamento fundamentado em reimaginar a mobilidade, sua marca transmite modernidade, empatia e inclusão. Como contribuir para que o tema da energia limpa se amplie nas ruas?

FICHA TÉCNICA

Átila Franco Carlos E. Novaes João
Tavares José L. Ströher Leonor Moura
Miguel Casagrande

AUTORIA | ANO

CDA Design | 2020

CLIENTE

Grilo Mobilidade



LIBERTE O FUTU- RO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de identidade visual e aplicação em peças gráficas e para mídias sociais do projeto Liberto o Futuro, uma plataforma para repensar novos futuros possíveis no contexto pós-pandêmico

FICHA TÉCNICA

Direção de arte e design: Rodrigo Araújo
Motion graphics: Alexandre Marcati,
Audrey Martini, Geandre Tomazoni

AUTORIA | ANO

Estúdio Bijari | 2020

CLIENTE

Plataforma Colaborativa "Somos Eu + 1"





re

re

- pensar
- duzir
- criar



RE: UMA PLATAFORMA DE SUSTENTABILIDADE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

RE é uma plataforma que reúne as principais iniciativas da Nestlé para repensar o impacto ambiental de suas embalagens: um sistema para comunicar as inovações tecnológicas que já foram e que serão desenvolvidas e para convidar os consumidores a se engajar na causa e fazer a sua parte. “Vamos (re)pensar nossas embalagens?”

FICHA TÉCNICA

Alan Munhoz Luiz Vidovix Isabel Sobral
Matheus Calderoni Nelio Bernardelli
Tiago Rodrigues

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nestlé





TERRAW – FEITO PELA NATUREZA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste na criação da identidade visual para a marca Terraw, que nasceu a partir da reflexão sobre a quantidade de lixo gerado pela sociedade e pela preocupação com a natureza. O negócio é oferecer embalagens sustentáveis para delivery, take-away e eventos, produzidas a partir de materiais biodegradáveis e compostáveis feitos de plantas, como bagaço de cana e palha de trigo. O desenho da marca é inspirado no conceito de Economia Circular, o qual segue o princípio de que tudo que “vem da terra, volta pra terra”. Além disso, as formas das embalagens também serviram de inspiração para desenvolver um universo visual moderno e fluído, que fortalece a marca dentro do seu segmento de atuação.

FICHA TÉCNICA

Matheus Pinto, Moises Hansen, Eliane Lima, Alexandre Fontes

AUTORIA | ANO

Valkiria Inteligência Criativa | 2020

CLIENTE

Terraw





PLANGEA – PLANEJANDO O USO INTEGRADO DA TERRA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O IIS foi comissionado pela ONU para apoiar a identificação de áreas prioritárias para a restauração global de ecossistemas, incluindo todos os biomas. O algoritmo desenvolvido em Programação Linear, estimou a extensão original de florestas, matagais, prados, áreas úmidas e desertos, seu potencial associado de mitigação de mudanças climáticas, impactos nos riscos de extinção para 22.649 espécies de vertebrados e custos de oportunidade agrícola. Este exercício teve como objetivo maximizar a conservação da biodiversidade e o sequestro de carbono, minimizando ao mesmo tempo conflitos com a agricultura em 2,9 bilhões de ha. A abordagem de priorização da restauração pode ajudar a levar os países a ações ambiciosas e específicas do ecossistema florestal dentro de seus compromissos globais.

FICHA TÉCNICA

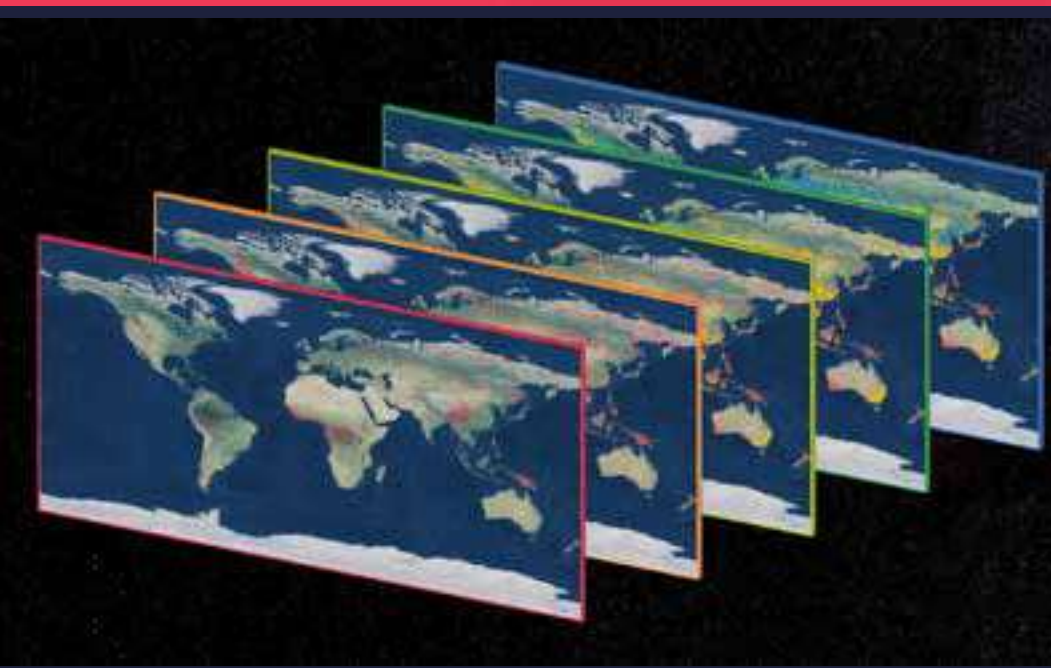
Café.art.br Leandro Amorim, Gabriela Alcoar e Guilherme Lobo. Equipe IIS Fernanda Gomes.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2019

CLIENTE

Instituto Internacional para Sustentabi-





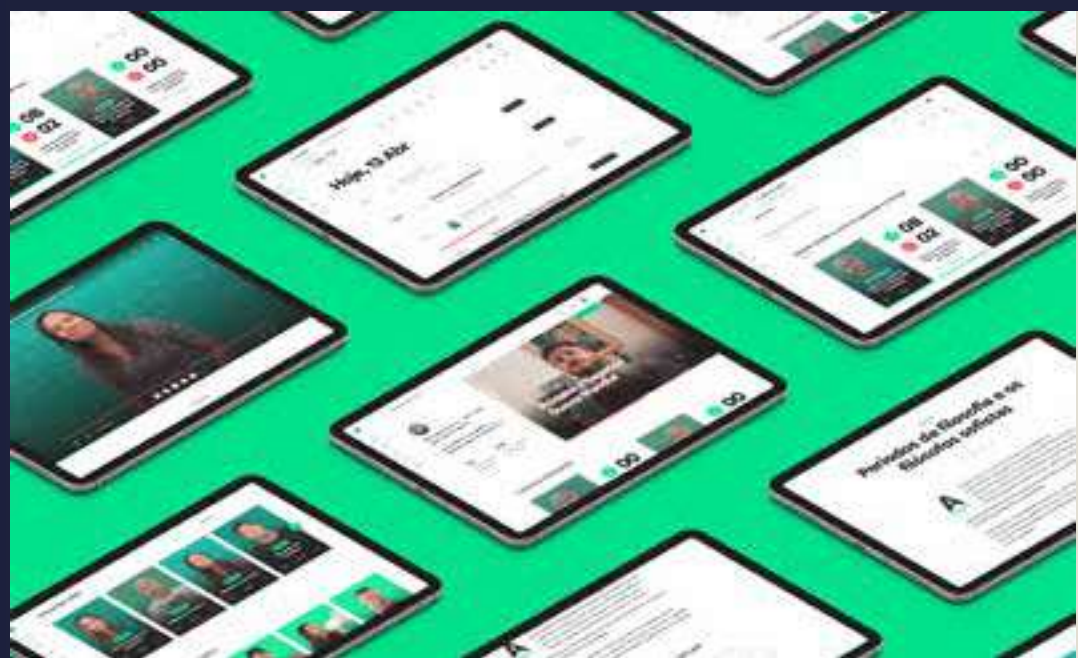
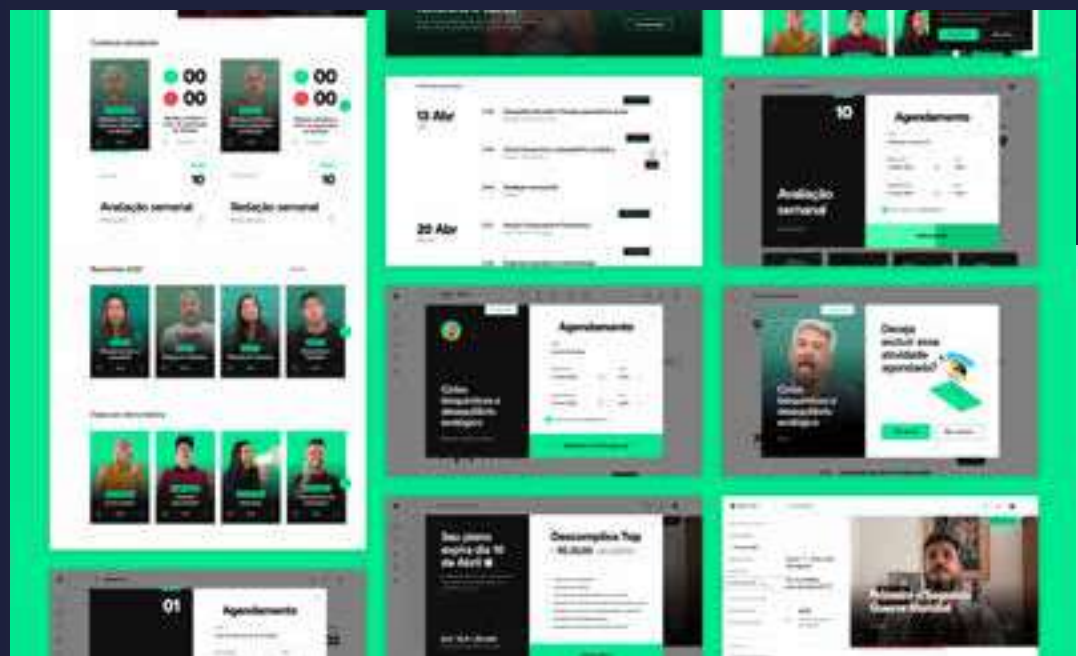
DESCOMPLICA LMS PLATAFORMA ENEM & VESTIBU- LARES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de criação, desenho e implementação do LMS (Learning Management System) do Descomplica com foco em preparação para Enem e Vestibulares. Sabemos que estudar online é um desafio, especialmente para adolescentes e jovens. Desafio de disciplina, de concentração, de infra-estrutura, de formato e, além disso, um desafio da própria categoria — ainda é comum acharmos que estudar online não é tão eficaz quanto presencialmente. Como criar uma plataforma de educação que contorna esses desafios? Que faz o estudo ser simples, fácil e orientado; Que faz o aluno querer voltar para estudar mais; Que é acessível para ser usado em qualquer lugar, de qualquer device, com qualquer conexão; E o mais importante, como criar um LMS proprietário que de fato faz o estudante ter melhores resultados?

FICHA TÉCNICA

Marco Fisbhen — Diretor de Produto
Victor Sahate — Diretor de Design, UX e Criação
Luiz Bordim — Gerente de Design e UX
Raphael Araújo — Designer de Produto/UX
Leandro Boechat - Designer de Produto/UX
Mônica Wagner — Gerente de Produto
Eduardo Castanho — Gerente de Produto
Inácio Corrêa — Tech Lead
Daniel Guimarães — Tech Lead





FACES OF ASSASSINATION WEBSITE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Durante o século 21, milhares de assassinatos políticos ocorreram em todo o mundo. Faces of Assassination presta homenagem àqueles que se posicionaram contra a injustiça e a corrupção e, por isso, pagaram com suas vidas. O projeto começou como um livro que reunia 50 perfis de mulheres e homens que foram assassinados por terem confrontado, enfraquecido ou ameaçado grupos criminosos. É o resultado de anos coletando informações sobre o impacto desses assassinatos em todo o mundo. O livro ficou tão impactante que o site surgiu como uma extensão natural, ampliando seu alcance, e com um novo conjunto de desafios.

FICHA TÉCNICA

Equipe Café.art.br: Leandro Amorim, Henrique Ilidio, Erlan Carvalho, Pedro Rodrigues, Mayara Teixeira, Luana Medeiros, Erico Rosa e Guilherme Lobo. Equipe GI-TOC: Mark Shaw, Tuesday Reitano, Mark Ronan, Claudio Landi, Paulina Rosol-Barrass e Ana Paula Oliveira.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2020

CLIENTE

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





ORGANIZED CRIME INDEX - AFRICA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os danos causados pelo crime organizado (CO) são generalizados e profundos, mas como são escondidos no submundo ou sentidos apenas pelas comunidades mais carentes, sua ameaça é facilmente ignorada. O objetivo do Índice é dar insumos aos formuladores de políticas e órgãos continentais para priorizar suas intervenções com base em uma avaliação holística. Ele incentiva os países a se afastarem de uma resposta exclusivamente conduzida pela justiça criminal ao CO, e a abordarem um pacote mais abrangente de políticas para mitigar o impacto do CO, criar resiliência e limitar os incentivos aos participantes deste mercado. O desafio de design foi transformar uma quantidade enorme e diversa de dados em uma plataforma para visualização intuitiva do relacionamento de um país com o CO.

FICHA TÉCNICA

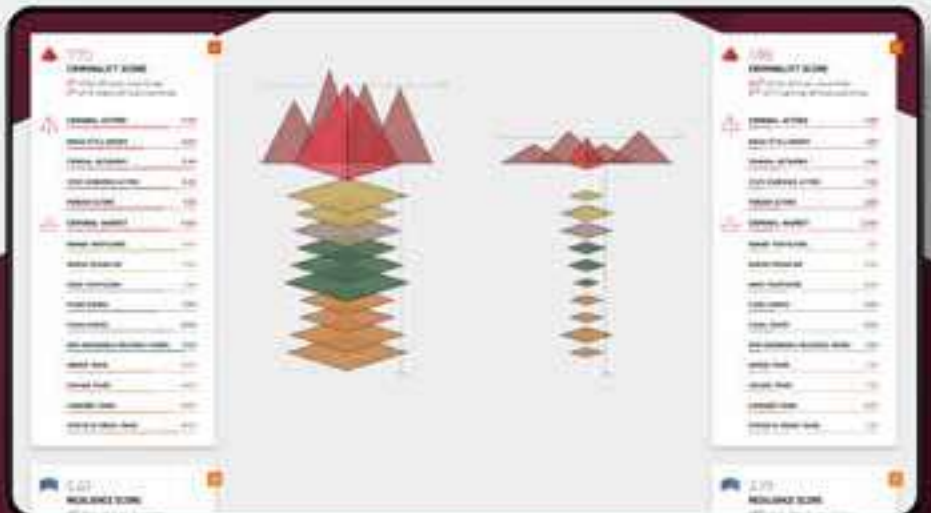
Equipe Café.art.br Leandro Amorim, Henrique Ildio, Eraln Carvalho, Renata Guterres, Wendel Anthony, Erico Rosa, and Guilherme Lobo. Equipe GI-TOC Tuesday Reitano, Eric Pelsler, and Nina Kaysser.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2019

CLIENTE

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





PALAVRAS QUE TRANSFORMAM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Palavras Que Transformam ressignifica espaços em escolas públicas através da melhoria de infraestrutura e da disseminação de comportamentos que fazem o mundo melhor. O objetivo do projeto é intervir em lugares que necessitam de reformas e, ao mesmo tempo, engajar a comunidade escolar na escolha de uma palavra para ser enaltecida nesse espaço. Depois de selecionada, a palavra e o seu significado dão o toque final na obra com o trabalho de artistas e a participação de alunos e alunas. O projeto começou com a renovação de uma quadra esportiva na escola Brigadeiro Silva Paes, na metade de 2019. Já no início de 2020, chegou na escola Estado do RS e reformou uma biblioteca que há dois anos estava fechada. Ambas obras em Porto Alegre. O projeto é uma parceria entre Shoot e Alma Engenharia.

FICHA TÉCNICA

Direção Geral: Luciano Braga e Augusto Córdova
Relacionamento e Produção: Francine Ramos e Alice Oliveira
Obras: Alma Engenharia
Direção de Criação: Luciano Braga
Redação: Manuella Graff e Mariana Franzoi
Design Gráfico: Marcos Oliveira
Fotografias: Fran Ramos e Natália Blauth
Captação e Edição: Sopa e Enquadra
Artistas: Paxart e Shai Duarte

AUTORIA | ANO

Shoot e Alma Engenharia | 2019

CLIENTE

Shoot e Alma Engenharia





PEGADAS DE AMANHÃ

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em seus 80 anos de história, a Toke - Calçados Infantis sempre priorizou oferecer o conforto e a segurança para os pés das crianças, e foi pensando nas milhares de pessoas que vivem em situação de extrema pobreza que foi criado o projeto Pegadas de Amanhã, que doa uma papete para cada uma vendida, com o objetivo de ajudar a proteger crianças que estão expostas a ferimentos e doenças por conta da falta de calçados. E essa é uma papete especial, pois pode aumentar até dois tamanhos, triplicando a durabilidade do produto, já que acompanha o crescimento do pezinho. E para finalizar, o projeto também trabalha com a sustentabilidade, pois os calçados doados são feitos com couro reciclado da própria fábrica da Toke. A campanha Pegadas de Amanhã está mudando as pegadas de centenas de crianças.

FICHA TÉCNICA

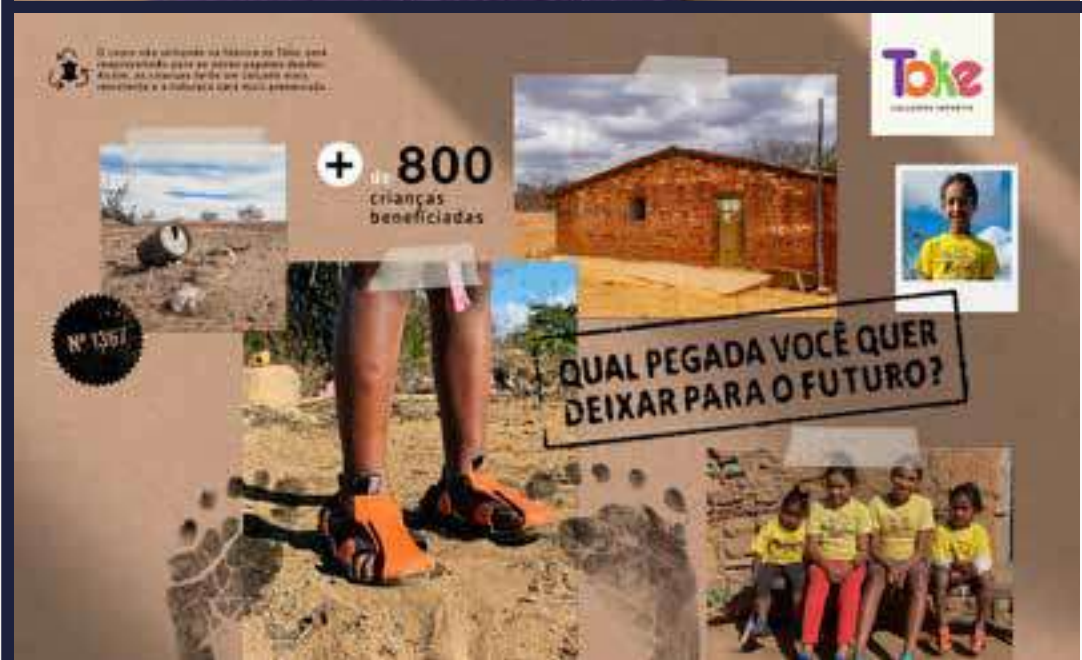
Estúdio: Arterleria Cliente: Toke - Calçados Infantis Diretora de Criação: Manoela Tourinho Diretor de Arte: Túlio Grandi Redação: Ihanha Barbosa Aprovação do cliente: Alexandre Tourinho, Fábio Sahatdjian e Cláudio Sato

AUTORIA | ANO

Arterleria | 2019

CLIENTE

Toke



RAÇAS ÚNICAS

FEIRA DE
ADOÇÃO



PROJETO
AJUDEI



DESIGN DE IMPACTO POSITI-
PROSPERIDADE:



RAÇAS ÚNICAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de marca, campanha e material de pdv para a ong Projeto Ajudei.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Bruno Regalo
Direção de Criação: Thiago Matsuna
Design: Gabriel Menezes
Redação: Gabriel Lachowski
Ilustração: Nicolas Corrente

AUTORIA | ANO

Candy Shop | 2019

CLIENTE

Projeto Ajudei



ROOTS: TRADUZINDO PADRÕES CULTURAIS EM NOVOS NEGÓCIOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Combinando mindset global e conhecimento local, traduzimos padrões culturais em oportunidades de negócio, criando novas marcas de cerveja para a Ambev que dialogam com culturas regionais e impactam positivamente a produção local. O projeto Roots é um exemplo de como aceleramos novos negócios dentro de grandes corporações, por meio de um conjunto plural de saberes que vai muito além da identidade visual e abrange a estratégia e os pilares de experiência que consolidam uma marca e dão vida a novos negócios. Neste caso, esse processo se traduziu em um framework estratégico para que a Ambev pudesse crescer no segmento value do mercado de cervejas em diferentes regiões do Nordeste brasileiro.

FICHA TÉCNICA

Questtonó

AUTORIA | ANO

Questtonó | 2019

CLIENTE

Ambev



é preciso estar
atento e forte

democracia
democracia
democracia
democracia
democracia
democracia

resistência
resistência
resistência

DESIGN DE IMPACTO POSITIVO |
PROSPERIDADE



VOCABULARIO COMBATIVO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Artes criadas para redes sociais e intervenções urbanas com projeções de vídeo. As artes são comentários crítico-poéticos sobre temas da macro e micropolítica contemporâneas

FICHA TÉCNICA

Criação: Bijari Direção de Arte e Design:
Geandre Tomazoni e Rodrigo Araújo
Animação: Alexandre Marcati

AUTORIA | ANO

ESTÚDIO BIJARI | 2019

CLIENTE

Autoral Bijari | Interesse social



IMAPI - ÍNDICE MUNICÍPIO AMIGO DA PRIMEIRA IN- FÂNCIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os primeiros mil dias de vida de uma criança são os mais importantes para garantir o desenvolvimento saudável. O IMAPI é um índice municipal de nutrição de cuidados que combina mais de 100 métricas relacionadas ao desenvolvimento da criança nestes primeiros dias. Ele é resultado do esforço de diversos profissionais para reunir um banco de dados de todos os 5.570 municípios brasileiros, criar uma metodologia sólida e divulgar publicamente os resultados. Um Índice que classifica todos os municípios em 5 domínios compostos por 31 variáveis que caracterizam os pontos fortes e fracos de cada cidade. Mais do que um índice, o IMAPI é uma ferramenta social para a tomada de decisões com base em dados públicos, que pode inspirar governos a implantarem medidas semelhantes de grande impacto social.

FICHA TÉCNICA

Café.art.br Leandro Amorim, Henrique Ilidio, Mayara Teixeira, Luana Medeiros, Erico Rosa e Guilherme Lobo ODD. Studio Letícia Pozza, Bruno Lorenz, Francisco Estivallet e Vitória Valle. Equipe IMAPI Muriel Gubert, Gabriela Buccini e Marcos Barreto.

AUTORIA | ANO

Café.art.br e ODD.Studio | 2020

CLIENTE

Fundação Bill & Melinda Gates, Ministério da Saúde e IMAPI



DESIGN DE PRODUTO |
CONSTRUÇÃO



TORNEIRA DECA CLICK

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no desenho de uma nova torneira de cozinha, que alia estética e funcionalidade para facilitar os rituais diários nesse importante ambiente doméstico. Com desenho minimalista e atemporal, a torneira Click se alinha aos padrões arquitetônicos e de decoração das cozinhas atuais. Disponível em diversas cores e acabamentos, possui 2 tipos de acionamentos em um único corpo, sendo um por alavanca e outro por clique frontal, proporcionando maior mobilidade, melhor experiência de uso, acessibilidade para pessoas com alguma restrição motora ou deficiência nas mãos, economia de espaço na bancada e, principalmente, de água.

FICHA TÉCNICA

Matheus Pinto, Moises Hansen, Bruna Dipp, Henrique Azevedo, Geovana Montagna, Equipe Deca

AUTORIA | ANO

Valkiria Inteligência Criativa | 2020

CLIENTE

Deca



DESIGN DE PRODOTTO





premiados design de producto



BARRA DE CHOCOLATE DENGO 80G

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Neste projeto, o chocolate se transforma em uma escultura que representa elementos da Mata Atlântica - a origem do cacau da Dengo - como as folhas secas no chão, a folhagem das árvores e a grande variedade de sementes. Esse resultado veio da colaboração de uma dupla de designers de um universo completamente diferente: o da joalheria. A Dengo estava em busca de uma nova visão, e os designers apresentaram uma abordagem inusitada para esse mercado onde pouco se vê inovações relevantes e com significado. A barra de chocolate Dengo se torna um produto com conceito intimamente ligado à história e à personalidade da marca, e que se alinha ao lifestyle de seu consumidor cada vez mais atento às causas sociais e ambientais. Dimensões aprox.: (LPA) 77mm x 172mm x 8,3mm / 80 g.

FICHA TÉCNICA

Designers: Fabio Brazil, Henrique Murgel (B&M) - Technical Developers: Alexandre Soong, Hulk Giannelli (Atom Studios) - Equipe Dengo: CEO and Co-Founder: Estevan Sartoreli - Head of Operations: Gustavo Raguzzani - Maintenance and Project Manager: Jhonata Carvalho - Chocolatière: Luciana Lobo

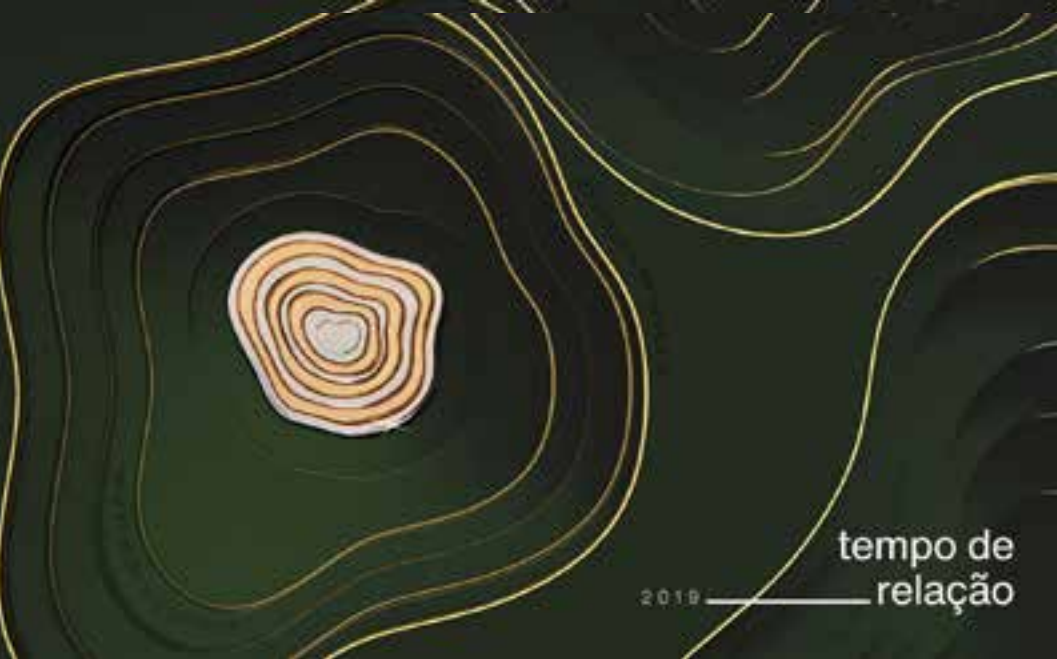
AUTORIA | ANO

Brazil & Murgel | 2019

CLIENTE

Dengo Chocolates





DESIGN DE PRODUTO |

ESTILO



NATURA TEMPO DE RELAÇÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como a Natureza, uma marca reconhecida por cuidar das relações, pode celebrar o tempo de casa de sua rede de colaboradores, criando uma experiência que expresse o seu jeito de ser e ressoe com as pessoas?

FICHA TÉCNICA

Dir Criativa: Fred Gelli, Beto Biscesto
Design: Julia Liberati, Vinicius Tamajusuku, Rodrigo Presotto, Stephanye Parraga, Tomás Miller, Lucas Cobutti
Estratégia: Amanda Gebara Redação: Elen Campos Negócios: Ulliana Ferrari, Camila Leopoldo, Paula Chagas, Ana Giacosa Produção: Ana Mendes, Davi Marques, Emmanuel Zanoni, Poliana Castro, Valéria Forte

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura





SÉRIE CHANFRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Série Chanfro é uma coleção de objetos utilitários em cerâmica produzidos de maneira artesanal através de uma técnica industrial. Do conflito entre o design industrial e o artesanato, surge a ideia dar formas à argila que não lhe são comuns: simetria, linhas retas, arestas secas. A terracota vermelha e áspera cobre tudo, diriam que inadequada à sua forma, mas é exatamente este o ponto: rever o uso de materiais e o valor que damos a eles, propondo novos caminhos que fogem das tendências. Utilizando metodologias de design na criação de cada peça e a impressão 3D como recurso para materialização dos modelos, a série apresenta produtos que levam estética e funcionalidade para o nicho de mercado das cerâmicas artesanais, que é tão caracterizado pela irregularidade das mãos que a produzem.

FICHA TÉCNICA

Augusto Ribeiro

AUTORIA | ANO

Augusto Ribeiro | 2019

CLIENTE

Breve



Do conflito entre o design e o artesanato

Surge a ideia de imprimir na terra
uma forma que não lhe pertence.

A massa úmida e plástica
resista ao constrangimento e à falta

de formas arredondadas, inconscientemente
na terra furibunda.

Para se depois ganhar corpo
através da tecnologia.

Dai por frente são as mãos que trabalham

Montando, desmontando, fazendo, lixando,
montando, ajustando, alinhando

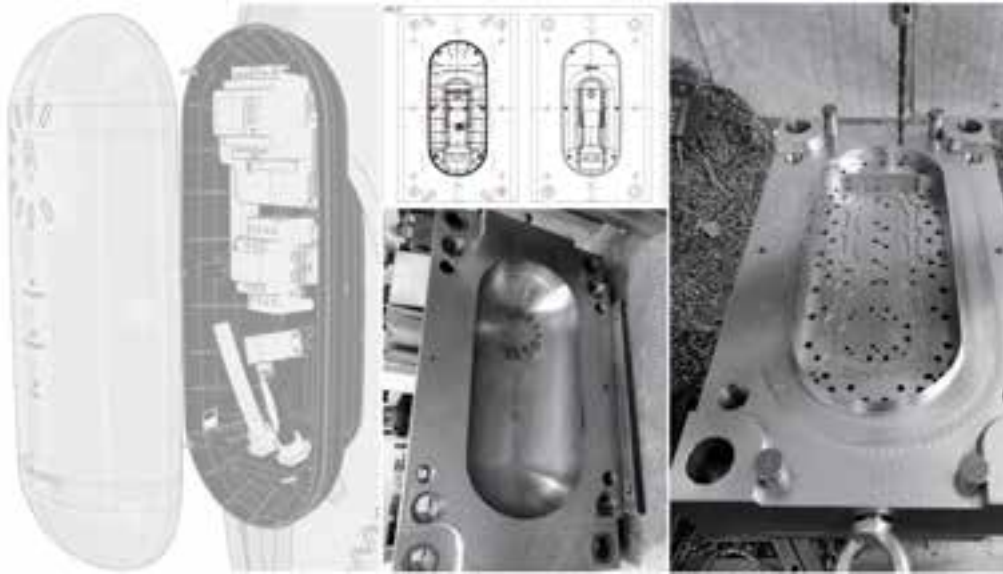
VIRTUAL X MATERIAL

Imagens geradas por inteligência artificial

Foto do produto

SÉRIE CHANFRO

breve



ELETROPOSTO INCHARGE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Incharge é um dispositivo de potência ampliada, destinado ao carregamento rápido de veículos elétricos ou híbridos. Pode ser instalado em postos, shoppings, comércio, condomínios e residência. Carregador AC de 7.4kW a 22kW. Duas opções de cores: Vermelho e cinza. Cabo de carregamento com 5 metros. Controle de acesso via cartão NFC ou aplicativo. Medidor de consumo de energia. Gerenciamento via conexão nas nuvens. Geração de relatórios. Garantia de 3 anos. Design e fabricação nacional.

FICHA TÉCNICA

Victor Colhado, Eduardo Pina, Alexandre Abdalla, Anderson Rodrigo de Souza, André Luiz da Silva, Filipa Pinto e Eduardo Foresti.

AUTORIA | ANO

Victor Colhado Atelier | 2020

CLIENTE

GRUPO SOLLUS





URNA ELETRÔNICA BRASILEIRA PARA VOTO IMPRESSO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consistiu no desenvolvimento de um sistema completo de votação para a adoção do voto impresso, incluindo design de experiência, de interface, estética e mecânica dos gabinetes, soluções de lacre e de segurança física de várias camadas contra intrusão, solução para repositório de votos (RVI) colapsável, solução mecânica para conexão do RVI com a impressora sem que seja possível fraudar a eleição inserindo votos posteriormente, soluções estruturais, de layout e de construção para redução de gastos logísticos e de manutenção.

FICHA TÉCNICA

Sistema de votação composto pelos módulos do eleitor e do mesário, bem como módulo de impressão, repositório de votos impressos (RVI), todos dotados de sistemas múltiplos de segurança contra intrusão, lacres contra violação, módulo de baterias substituível.

AUTORIA | ANO

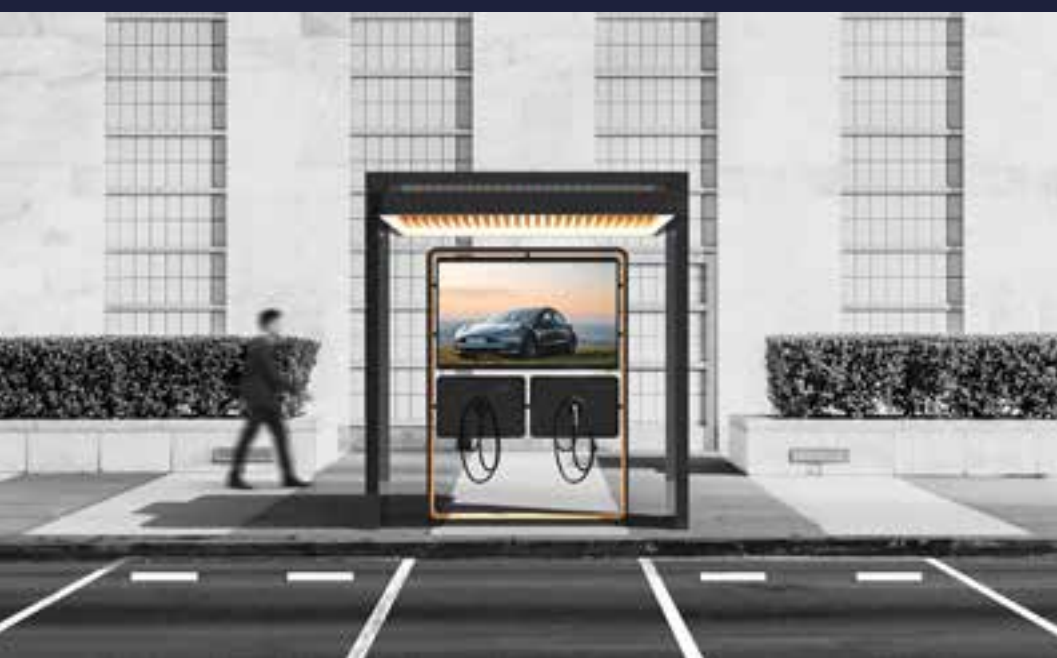
Chelles & Hayashi Design | 2019

CLIENTE

FIT/TSE

Conceito modular do sistema, permitindo substituição de componentes defeituosos durante a votação e também futuros upgrades.





DESIGN DE PRODUTO |
EQUIPAMENTO URBANO



TUPINAMBÁ DOCK STATION

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Colocamos a inovação a serviço da mobilidade junto à startup brasileira Tupinambá, em um projeto de CX e design de produto que viabilizou o desenvolvimento de uma rede de pontos de recarga de veículos elétricos no país. Com presença ainda tímida, porém relevante no contexto brasileiro, os veículos elétricos são uma alternativa de mobilidade na busca por um planeta mais sustentável. No entanto, a falta de infraestrutura de abastecimento é uma das maiores barreiras para a ampliação da frota elétrica. Na criação do projeto, unimos nossos times de Industrial e Experience Design para pensar em todos os pontos de contato do usuário com o serviço, para entregar uma família de equipamentos para recarga multimodal e adaptável para os diferentes hardwares disponíveis no mercado.

FICHA TÉCNICA

Questtonó

AUTORIA | ANO

Questtonó | 2020

CLIENTE

Tupinambá Energia



CITYLED

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A família de luminárias CityLed foi desenvolvida para atender grandes áreas, tais como ruas, avenidas, estradas e auto estradas, praças, parques, condomínios, estacionamentos, áreas industriais, galpões, docas, estacionamentos e aeroportos. O produto traz inovações: Eficácia luminosa de até 150 lúmens por Watt Resfriamento dos componentes com sistema de divisão de aletas e isolamento do driver. Versatilidade, o corpo do produto pode ser utilizado tanto com iluminação pública quanto projetor. Economia, a tampa inferior injetada foi substituída por vidro inteiriço reduzindo o custo de molde. Ajuste de ângulo bidirecional (+/-) para adequar em qualquer situação. O produto foi certificado em conformidade com a portaria n° 20 de fev. de 2017 do INMETRO.

FICHA TÉCNICA

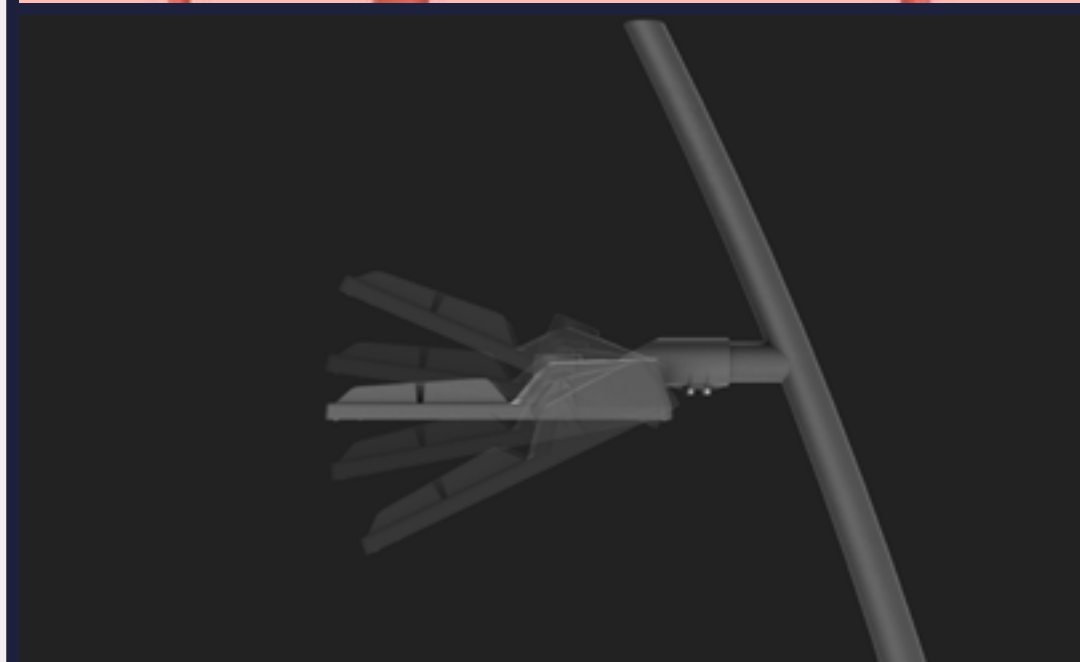
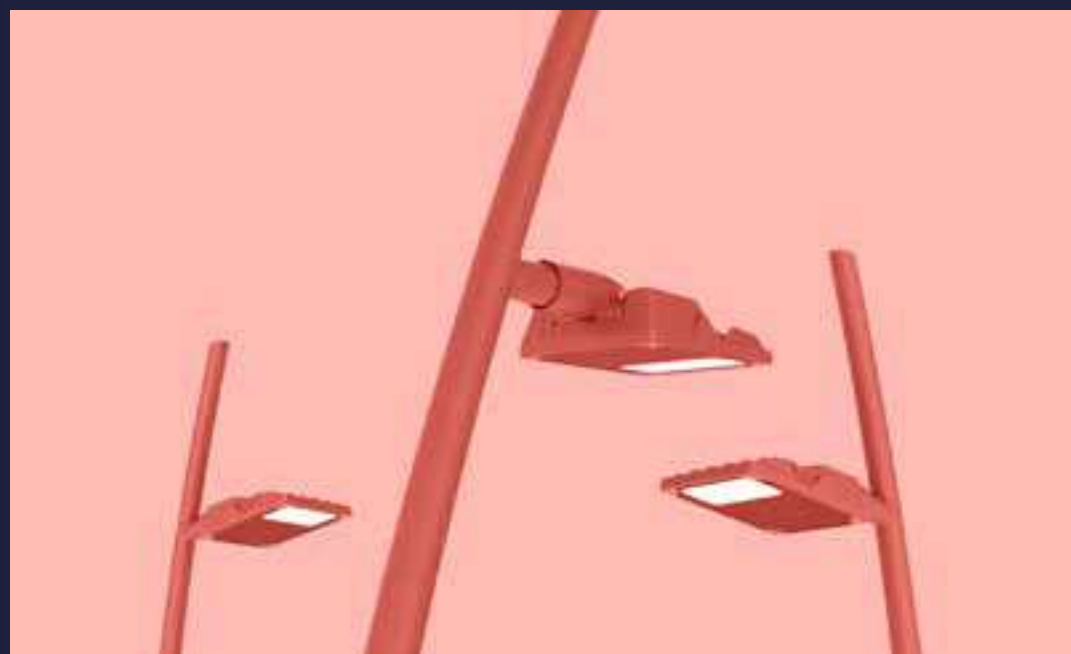
Fabiana Westphal, Riorgior R. Ranger, Robert R. Ranger, Filippo Centemero, Anderson Corsato, Marcello Centemero

AUTORIA | ANO

Amowa Design | 2019

CLIENTE

Novva Light





LUMINÁRIA NIDO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A luminária NIDO se divide entre luminária de mesa e luminária arandela fixada através de pinça a fim de facilitar a instalação em estações de trabalho. O direcionamento orbital do fecho de luz é proporcionado pela fixação da canopla por meio de ímã, possibilitando inclusive a sua fixação em outras peças metálicas. Seu design minimalista foi desenvolvido para atender espaços multifuncionais, de trabalho ou estar. Caracterizada pela base porta objetos, o modelo de mesa além de iluminar possui intuito de organizar. Produto bivolt, com fonte de luz constituída por módulo led 3W e 2700k, oferece 300lm de intensidade de luz.

FICHA TÉCNICA

Fabiano Galiotto

AUTORIA | ANO

Studio Luxion - por Fabiano Galiotto
| 2020

CLIENTE

Luxion Iluminação





U.F.O.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

com traços finos e desenho limpo, u.f.o. possui versões de mesa, piso e pendente, com excelente controle de ofuscamento, além de grande eficiência energética. pensada para interferir o mínimo possível em ambientes diversos, u.f.o. é ideal para projetos residenciais e corporativos. as versões de mesa e piso contam com sistema de orientação do disco em torno da haste, possibilitando o direcionamento do fecho luminoso. um touch dimmer controla de intensidade da luz em 3 níveis. já o pendente está disponível em três tamanhos e praticamente desaparece visto em perspectiva.

FICHA TÉCNICA

design: fernando prado desenvolvimento e produção: lumini

AUTORIA | ANO

fernando prado | 2019

CLIENTE

lumini





DESIGN DE PRODUTO |
MOBILIÁRIO



BALANÇO CARIRI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O estúdio Sérgio J Matos tem na sua proposta e principal característica trazer a identidade brasileira para as suas peças, e no Balanço Cariri não foi diferente. O alumínio se curva a identidade nordestina e a corda naval dá acabamento e cor ao produto.

FICHA TÉCNICA

Medidas: 1,10m largura x 1,05m profundidade x 0,75m altura Estrutura em alumínio revestida com corda naval

AUTORIA | ANO

Sérgio J Matos | 2019

CLIENTE

Lovato Móveis



BANCO CANIVETE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O banco Canivete foi desenvolvido a partir da palavra família, um mobiliário capaz de se adaptar a todos os tipos de famílias (quantidade de pessoas e estilos).

FICHA TÉCNICA

Dimensões: 6,80 x 0,42 x 0,50m
Materiais: mdf revestido com folha de carvalho, estrutura de ferro com pintura eletrostática e acabamentos em latão.

AUTORIA | ANO

Murilo Weitz | 2019

CLIENTE

Breton





DESIGN DE PRODUTO |
MOBILIÁRIO



CADEIRA EMI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Através da percepção criativa de narrar a harmonia de linhas que se encontram para dar sentido ao produto, nasce a cadeira Emi. Compreender seu propósito no ambiente e todos os fatores que a cercam, pautam suas linhas esbeltas onde encaixam-se naturalmente, denotando forma e função. Assento e encosto, usinados em blocos de madeira maciça, interpretam sutilmente flutuar, qualificando a conexão de valores para geração de sensações afetivas que revelam a intenção de chegar ao limite material. Nesta confluência entre tecnologia e marcenaria artesanal, concretiza-se a síntese de um desenho contemporâneo que imprime sua simplicidade distinta.

FICHA TÉCNICA

A cadeira Emi é um projeto autoral de Luan Del Savio, licenciada para a fabricante San German.

AUTORIA | ANO

Luan Del Savio | 2019

CLIENTE

San German





COLEÇÃO FALX

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fui convidado pela Moveis Tremarin para lançar sua primeira coleção assinada para recolocar a empresa no mercado nacional e internacional de alta decoração. A partir da cadeira FALX, desenvolvi o restante da linha, com foco nas melhores e mais sofisticadas lojas do país. Por se tratar de uma linha de produtos mais conceitual e específica, o valor percebido dos produtos é alto, embora o processo produtivo e as matérias primas sejam relativamente simples e de baixo custo. É uma linha de produtos onde o design e tecnologias de fabricação são o ponto mais alto. Pode ser utilizada também em áreas externas utilizando-se aço inox e madeiras apropriadas.

FICHA TÉCNICA

FERNANDO SÁ MOTTA e MÓVEIS TREMARIN

AUTORIA | ANO

FERNANDO SÁ MOTTA - FERNANDO MOTTA DESIGN | 2020

CLIENTE

MOVEIS TREMARIN





POLTRONA MOMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A poltrona Moma é um objeto de subversão de forma. Um manifesto de espírito artístico industrializado em uma peça com presença, significado e protagonismo. A simplicidade e fluidez das linhas que compõem o produto justificam a abstração dos estereótipos 'produto-poltrona'. Partes orgânicas se sobrepõem e estruturam a forma base da poltrona. Lúdica e com presença, é revestida em couro e seus ares transportam o usuário a buscar referências da infância enquanto desfruta do conforto e acolhimento que ela proporciona. É um objeto autêntico e concebido para oferecer uma experiência única.

FICHA TÉCNICA

DESIGNER: SAMUCA GERBER

AUTORIA | ANO

SAMUCA GERBER | 2020

CLIENTE

BRETON



SERTANEJO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Sertanejo é um móvel de assento baixo e espaldar bem inclinado. Costumamos nos referir a ele como uma poltrona, embora não seja uma poltrona em seu sentido usual. As suas principais características são o extremo conforto, a leveza, a simplicidade visual, o uso econômico de materiais e a ousadia formal

FICHA TÉCNICA

Altura total: 95 cm Largura: 46 cm Profundidade total: 79 cm Peso: 18,3 Kg

AUTORIA | ANO

Adalfan da Silva Bessa Filho | 2019

CLIENTE

+55 Design





CONECTOR MÔY

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Conector Môm é um produto pensado e desenvolvido para refletir a personalidade de cada cliente. Através do conector é possível unir painéis, criando móveis e estruturas, de maneira inovadora. Além disso os conectores podem ser reposicionados ou mesmo removidos sem danificar a superfície em que ele é instalado. O MÔY é como um LEGO®, permitindo que você construa seus próprios móveis e objetos. O conector fixa em ângulos de 90°, 105° e 150° dois painéis de espessuras entre 12mm e 18mm sem a necessidade de furar, cortar, colar ou parafusar a peça, facilitando o uso do mesmo material para diferentes móveis. Assista ao videocase.

FICHA TÉCNICA

Material: Poliamida 6 + pigmento / Parafuso e porca inox Processo: Injeção de plástico a quente Un. venda: Conjunto com 4 conectores + chave allen ou kit de móveis prontos. Cores disponíveis: Chumbo, Branco, Cinza, Bege, Verde
 Angulos disponíveis: 90°, 105° e 150°
 Dimensoes e perspectiva: <https://drive.google.com/file/d/1CsC6tgxb1IVF5>

AUTORIA | ANO

Bernardo Santana | 2020

CLIENTE

Bernardo Santana





ZERO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Zero é uma peça voltada para outdoor e em caráter de ineditismo, é modular, tem por princípio ser baixa e estar bem próxima ao solo, ela é uma peça que nós remete as ligações nossas com o entorno e nossas com os outros. A espreguiçadeira poderia ser independente, mas a intenção é fazer que exista a sua dependência da peça cilíndrica, que além de sustentá-la, também conecta-se a outro cilindro podendo acolher várias outras espreguiçadeiras.

FICHA TÉCNICA

O projeto se refere a um produto modular para área externa, tem uma linguagem e expressão inédita, foi idealizado por Roberta Banqueri em 2018 e executada em 2020 em colaboração com a +55 Design de Móveis, empresa que tem a curadoria da Clarissa Schneider e tem a filosofia de desenvolver e disseminar o design nacional de valor.

AUTORIA | ANO

Roberta Banqueri | 2020

CLIENTE

+55 Design de móveis



FUSION WHEEL
 MÓDULO 100 x 100 x 100



DESIGN DE PRODUTO |
 SAÚDE E BEM-ESTAR



FUSION WHEEL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Fusion Wheel foi criado para permitir que pessoas paraplégicas possam fortalecer os grupos musculares superiores em qualquer ambiente, seja em casa, no trabalho, em parques ou durante viagens. O resultado foi uma academia portátil e funcional completa mas com recursos simples e de alta sofisticação, ao alcance da demanda existente. O Fusion Wheel possui um vasto leque de posições para a prática de mais de 100 exercícios físicos para membros superiores e pode ser utilizado por qualquer pessoa, independente de seu nível de habilidade. As cargas nas séries de musculação contam com um sistema de tração composto por elásticos com capas protetoras, garantindo estabilidade e segurança ao usar o equipamento, além de polias e travas que são ajustadas de acordo com o exercício escolhido.

FICHA TÉCNICA

Escritório de design: DXID, Product Solution Through Design Brand owner: DXID, Product Solution Through Design Equipe: Rodrigo Dangelo, Guilherme Oliveira e Carlos Melo Jr. Fabricante: XULE, Ningbo Group

AUTORIA | ANO

DXID, Product Solution Through Design | 2020

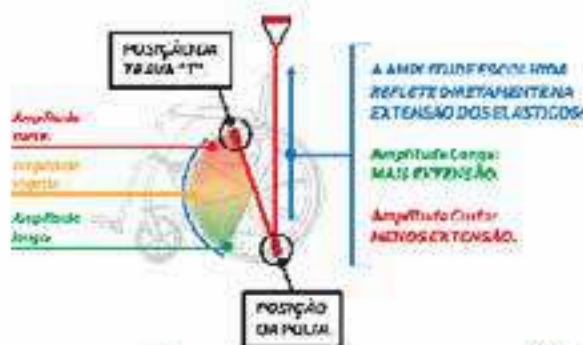
CLIENTE

DXID / Polishop

FUSION WHEEL
 MÓDULO 100 x 100 x 100



FUSION WHEEL
 MÓDULO 100 x 100 x 100





PHARMY

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Robô de navegação autônoma para logística hospitalar, realiza o transporte seguro e eficiente de medicamentos e descarte. Por automatizar o trabalho de distribuição, libera os profissionais de saúde para focar no que importa: o cuidado aos pacientes! Ao reduzir a circulação de pessoas no ambiente, evita a exposição às doenças pandêmicas e infecto contagiosas (COVID-19, H1N1, etc). Seu sistema produto-serviço permite acesso fácil e seguro do usuário ao robô e a interação é amigável e personalizada por meio do aplicativo. As unidades robóticas têm capacidade de mover-se em sincronia, trabalhando em rede. A plataforma robótica é impulsionada por motor elétrico que navega por conta própria por meio de recursos de navegação tais como Laser, Visão Computacional, Inteligência Artificial e IoT.

FICHA TÉCNICA

Design: Valkiria Pedri Fialkowski e Daniel Kroker. Imagens: Valkiria Pedri Fialkowski e Daniel Kroker. Engenharia e software: 33 Robotics.

AUTORIA | ANO

ARBO design | 2019

CLIENTE

33 Robotics



OPEN AIR



OPEN AIR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diante da pandemia da COVID-19 e a consequente alta na demanda por ventiladores pulmonares, decidimos colocar nosso know-how em tecnologia e design a serviço da sociedade. Foi assim que nasceu o Open Air, um suporte respiratório emergencial e transitório de baixo custo inspirado em um modelo open factory do MIT (Massachusetts Institute of Technology). Ele é construído com peças 3D fabricadas pela Empathy e montado com materiais acessíveis no mercado nacional, o que torna o aparelho mais barato e viabiliza o seu uso durante a escassez e/ou mediante o alto custo de ventiladores convencionais. O projeto como um todo mantém o elemento “ar” em evidência, no contexto da respiração mecânica, mimetizando a troca de ar e transmitindo a sensação de movimento.

FICHA TÉCNICA

Gabriel Lopes – Idealizador e CEO André Tritiack – IoT Manager Anie Lou Lima – Diretora de Novos Negócios Eduardo Moreno – Head de UX/UI Fabio Marin – Conteúdo Felipe Valente – Diretor de Conteúdo e Estratégia Giuliana Menezes – Gestora de Projetos Juliano Aguiar – UX/UI Designer Mike Câmara – Diretor de Criação Guilherme Tamburus – Fotografia

AUTORIA | ANO

EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

BE OPEN





ASTAN BIKE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

ASTAN bike é uma bicicleta com design inovador! As lâminas de madeira de reflorestamento escolhidas, Oiticica e Marfim, apresentam uma elasticidade maior, devido a fibra longa, o que faz suportar mais impactos na pedalada. Nos testes de laboratório, a ASTAN deu resultados de resistência maiores que bikes urbanas de alumínio, sendo parcialmente mais leve também. O projeto é único em seu formato e produção, pois é feito todo em CNC a laser, podendo também gravar seu próprio nome ou marca no quadro, tornando ainda mais exclusivo e com pertencimento o produto. A empresa GENOS consultoria ambiental, analisou a fabricação da ASTAN, e com aplicação do Circular Design Guide, confirmou-se que a ASTAN é 85% mais sustentável do que bikes de alumínio ou mesmo fibras de carbono.

FICHA TÉCNICA

- Guilherme Pella: Designer Industrial com 10 anos de experiência e fundador da RutzPell. - Nicolas Rutzen: Designer Industrial com 10 anos de experiência e cofundador da RutzPell.

AUTORIA | ANO

RutzPell | 2019

CLIENTE

ASTAN





BISÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Bisão é um pulverizador de sulco para o tratamento de semente no plantio. Esse implemento agrícola é acoplado ao trator ou à plantadeira e sua função é aplicar inoculantes, defensivos, micronutrientes, biológicos, entre outros, diretamente no sulco do plantio, de forma racional e uniforme. Seu principal diferencial em relação aos similares do mercado está em sua estética e na fixação do tanque de limpeza (tanque preto) ao tanque principal (tanque amarelo), que resulta em uma única forma, que faz referência ao animal que inspirou e dá nome ao produto, o Bisão.

FICHA TÉCNICA

Artur Tessaro Leal Antonio Genitori Neto Dante Luigi Zaniratto Fernando Casado Moreno Thiago Busato Mendonça

AUTORIA | ANO

Solúvel Design | 2019

CLIENTE

Pro Solus do Brasil



DESIGN DE PRODUTO |

TRANSPORTE



FIAT NOVA STRADA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Realização de um novo pick up para o brand Fiat com dois versões: Cabina curta e cabina dupla com novo interno e novo infotainment.

FICHA TÉCNICA

Automovel Pick Up Rodas Medida: 6" x 15" Pneus: 195/65 R15 Peso do veículo Em ordem de marcha: 1.078 kg Capacidade de carga: 720 kg Carga máxima rebocável (reboque sem freio): 400 kg Dimensões externas e capacidade Comprimento do veículo: 4.474 mm Largura do veículo: 1.732 mm Altura do veículo: 1.608 mm Distância entre-eixos: 2.737 mm

AUTORIA | ANO

FCA Design Center Latam | 2020

CLIENTE

FCA Latam



LEGEND LD7

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Legend LD7 estabelece um novo padrão de veículos recreativo de luxo, esse modelo oferece diferenciais para o mercado que só cresce em função da satisfação dos mais exigentes consumidores que buscam por funcionalidade aliada a beleza. Nosso objetivo era criar um Motorhome moderno capaz de responder à necessidade dos clientes que procuram versatilidade, autonomia e espaço. Em função disso, a cúpula do LD7 é um ponto fortíssimo, quebrando todos os conceitos nessa categoria de veículo recreativo, sendo o primeiro modelo Furgão no Brasil com esse grande diferencial, desenvolvido com soluções que só os motorhomes grandes nas versões chassis poderiam oferecer.

FICHA TÉCNICA

Leonidas José Fleith, Kai Wei Hsin, Osmar Zen, Ivete Evaristo Meier, Quézia Lima de Souza, Viviane Aparecida Carvalho Fleith, Tarcisio Alexandre de Oliveira e Marcos Felipe Todesco Oliari

AUTORIA | ANO

Grupo FUN – Motorhomes e Trailers
| 2019

CLIENTE

Grupo FUN – Motorhomes e Trailers





RESERVATÓRIO DE SEMENTES GRAZMEC

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no desenho dos reservatórios de sementes e de adubo para uma nova plantadeira, que visa simplificar e facilitar o trabalho das pessoas que utilizam esse produto no campo. O novo design focou em pontos relevantes para o melhor funcionamento desse implemento agrícola e no conforto dos usuários, que interagem com esses componentes antes, durante e depois de um plantio. A estética é um fator relevante e decisor de compra para o público-alvo. Assim, as linhas buscam inspiração na linguagem automotiva, trazendo uma sensação de performance e um destaque/protagonismo para os reservatórios entre as demais partes do implemento.

FICHA TÉCNICA

Matheus Pinto, Moises Hansen, Henrique Azevedo, Rodrigo Martins Costa, Equipe Grazmec

AUTORIA | ANO

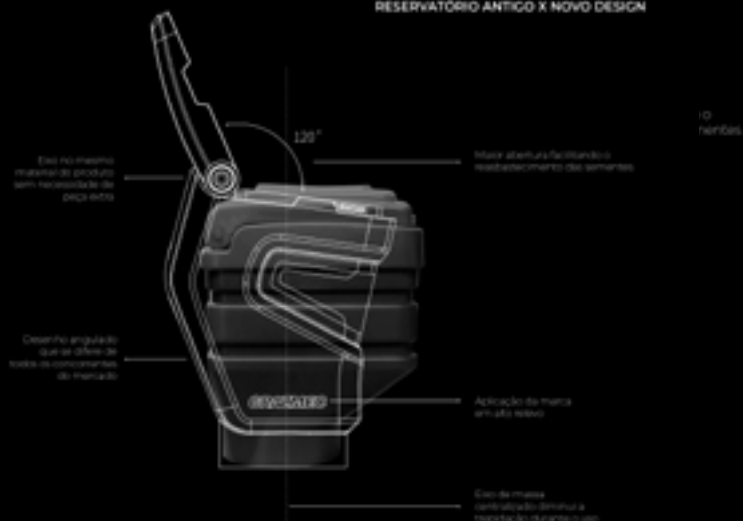
Valkiria Inteligência Criativa | 2019

CLIENTE

Grazmec



RESERVATÓRIO ANTIGO X NOVO DESIGN





W TUPAN - EM- BARCAÇÃO NÃO TRIPULADA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Coletar dados no ambiente marinho é difícil, caro e perigoso para vidas humanas, especialmente em operações distantes da costa. O W Tupan foi desenvolvido para ser uma pequena embarcação multi-propósito (com comprimento menor que 5 metros), capaz de realizar missões pré-programadas ou ser controlado remotamente - com uma equipe em terra firme acompanhando a operação, eliminando o risco de vida para uma possível tripulação embarcada. Passível de ser equipado com diversos sensores, o W Tupan pode realizar serviços de transporte de carga em ambiente offshore, monitorar a qualidade da água e detectar possíveis vazamentos de óleo no mar, realizar leituras batimétricas e oferecer serviços portuários de vigilância e segurança.

FICHA TÉCNICA

Rafael Coelho, Sylvain Joyeux, Higuél Norões, Gustavo Vieira, Antony Lemerer, Thiago Marinho, Camila Araújo, Eduardo Reis, Cléo Vaz, André Lima, Henrique Ferreira, Rafael Aguirre

AUTORIA | ANO

TideWise | 2020

CLIENTE

TideWise





ADEGA CACHO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Adega Cacho é um produto para quem aprecia vinhos e deseja guardá-los com estilo. Inspirada nos cachos de uva e nas esculturas neoconcretistas de Franz Weissmann, a adega cacho se apresenta com 2 tamanhos, que podem ser utilizados individualmente ou em conjunto, atendendo diferentes perfis de consumo. Trata-se de um utensílio doméstico muito versátil, que pode ser instalado na parede ou no teto, dando muita liberdade criativa para arquitetos e decoradores em projetos de interiores. Acreditamos que a adega cacho é um ótimo produto para pessoas que desejam montar uma adega bonita de maneira rápida, sem ocupar muito espaço.

FICHA TÉCNICA

Adega de chapa de aço com pintura eletrostática nas opções preto e ouro pálido. Apresenta-se em duas versões, para 6 e 11 garrafas respectivamente. a adega pequena possui 16cm de largura, 99 cm de altura e 9 cm de profundidade. Versão maior, possui 16cm de largura, 167 cm de altura e 9 cm de profundidade. Ela é modular e é fixada na parede.

AUTORIA | ANO

Choque design e arquitetura | 2019

CLIENTE

Moveis James



COLEÇÃO PHYL- LON

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Coleção Phyllon, da Inhotim Loja Design, foi produzida pela Moon Eyewear e batizada a partir do nome grego para “folha”, em um processo de naming desenvolvido pela Hardy Design. O projeto traduz em cores e formas a essência e a sensibilidade do olhar de Inhotim, com um design que remete à experiência no parque.

FICHA TÉCNICA

Curadoria: Kit Paz Parceria: Moon Eyewear Direção de Criação: Mariana Hardy Direção de Operações: Cynthia Massote Coordenação de criação: Pedro de Albergaria Gerência de projeto: Izabela Rodrigues Design: Bárbara Luppi

AUTORIA | ANO

Hardy Design | 2019

CLIENTE

Inhotim Loja Design



DESIGN DIGITAL





premiados design digital





ENERGISA JORNADA DE PAGAMENTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Parte dos brasileiros ainda vive uma realidade que não é totalmente integrada ao mundo digital – cerca de um quarto da população não tem acesso à internet, número que chega a mais de 50% em áreas rurais, distantes dos grandes centros urbanos. No entanto, essa parcela da sociedade deseja compreender e pertencer a esse universo. Olhando para isso, identificamos as motivações e expectativas que determinam a experiência do cliente (CX) da Energisa na realização do pagamento da conta de luz.

FICHA TÉCNICA

Questtonó

AUTORIA | ANO

Questtonó | 2019

CLIENTE

Energisa





DESIGN DIGITAL |
SERVIÇO DIGITAL



FACULDADE DES- COMPLICA — LMS PARA GRADUAÇÃO ONLINE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de criação, desenho e implementação do LMS (Learning Management System) próprio para os cursos de Graduação da Faculdade Descomplica. A Faculdade surge para romper com a categoria de ensino online e graduação a distância. Abusamos de tecnologia para reforçar a ponte entre o professor e o aluno, permitindo que o aprendizado aconteça a qualquer momento, respeitando o tempo e contexto real de cada pessoa. Nosso objetivo é impulsionar o aprendizado de nossos alunos para que eles sejam capazes de resolver problemas reais, desenvolver habilidades técnicas, sociais e emocionais para atuar imediatamente no mercado profissional, desde o dia 1 com a gente. O Descomplica passou por todo processo do MEC, sendo a faculdade mais rápida já credenciada e com a nota máxima, 5.

FICHA TÉCNICA

Victor Sahate — Diretor de Design, UX e Criação
Luiz Bordim — Gerente de Design e UX
Raphael Araújo — Designer de Produto/UX
Paola Sales — Head User Studies
Daniel Pedrino — Diretor de Produto
João Prado — Gerente de Produto
Filipe Yamamoto — Tech Lead

AUTORIA | ANO

Descomplica | 2020





BULE EXATA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Os Bules da linha Exata nasceram para se integrar a beleza da casa contemporânea. Seu design minimalista recria o mais clássico detalhe de um bule: o bico de servir projetado para fora do corpo. Este ícone agora deixa de ser prolongado e vira um detalhe mínimo do corpo, unido a um direcionador de fluxo e o corta gotas para um servir perfeito e preciso. O corpo nasce de uma gama de itens únicos criados a partir de dois cones invertidos com uma “red line” de apenas 2mm como assinatura da linha, que por duas vezes foi agraciada pelo IF Design Award. Já os detalhes em aço, como o toque sutil satinado do corpo e o patenteado infusor que dispensa sua remoção ao servir, entregam a experiência e a história de uma empresa centenária no uso do aço inox como sua principal matéria prima.

FICHA TÉCNICA

Gustavo Couto Giorgi

AUTORIA | ANO

Design Único | 2019

CLIENTE

Tramontina Farroupilha





TESOURA VAI E VEM

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste no desenho de uma nova tesoura, que segue as premissas do design universal e foi concebida para promover a criatividade. O produto foi desenvolvido com foco no seu público-alvo, crianças de 3 a 8 anos, e pessoas que encontram dificuldade no seu uso, como canhotos e pessoas com alguma restrição motora ou deficiência nas mãos. A intenção desse projeto foi facilitar a realização de uma tarefa que pode ser bem desafiadora para muitos: recortar. O design é intuitivo e a sua utilização requer movimentos mais simples e naturais, que exigem menos destreza e motricidade fina do usuário. O produto combina estética com usabilidade, transformando-o em uma solução diferente de outros modelos existentes, o que gerou um pedido de patente de invenção para a Faber-Castell Brasil.

FICHA TÉCNICA

Matheus Pinto, Moises Hansen, Henrique Azevedo, Bruna Dipp, Fábio Duarte, Leonardo Jost

AUTORIA | ANO

Valkiria Inteligência Criativa | 2019

CLIENTE

Faber-Castell





JEITO SICREDI DE SER | EXPERIÊN- CIA DE ONBOAR- DING

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto buscou redesenhar o Onboarding do Sicredi, experiência que visa apresentar conteúdos essenciais sobre a organização e aculturar o novo colaborador. A partir de um intenso diagnóstico e diversos momentos de cocriação, envolvendo as lideranças de Gestão de Pessoas e colaboradores de todo o Brasil, foi possível desenvolver um novo conceito e formato para integração, saindo de uma lógica passiva e linear das atividades para um modelo pró-ativo e distribuído, visando tornar os novos colaboradores protagonistas da sua jornada de integração.

FICHA TÉCNICA

Líderes do projeto:
Bruno Deos,
Guilherme Viegas
e Victoria Lacerda.

Equipe do projeto:
Bruna Grandi,
Debora Pires,
Gabriela Rodrigues,
Gabriel Bender,
Gabriel Jaques,
Matheus Freire,
Lia Dullius
e Ricardo Pierozan.

AUTORIA | ANO





KROTON EXPE- RIENCE – DESEM- PENHO HUMANI- ZADO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto Desempenho Humanizado buscou desenvolver uma nova forma de avaliação contínua de desempenho de consultores de atendimento, de forma a transformar o modelo binário de “folha de monitoria”, comumente conhecido em centrais de atendimento. É comum ver que monitores (os que realizam avaliação de ligações) são vistos como “vilões” pelos consultores de atendimento, assim como o modelo de avaliação não caminha em direção aos objetivos estratégicos da empresa. Neste projeto, entendemos que era preciso rever o serviço oferecido pelos monitores de atendimento, com o objetivo de torná-los parceiros dos consultores e, com isso, ter o time em conjunto como atuante no alcance de melhor atendimento aos candidatos das instituições de ensino.

FICHA TÉCNICA

Fabiano Leoni, Barbara Chiu, Thales Nogueira e Caio Abdalla

AUTORIA | ANO

Camaleoni | 2019

CLIENTE

Kroton





RALLY OUTBACK

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A satisfação do cliente é uma das prioridades na gestão dos restaurantes Outback. A sistemática de funcionamento dessa rede é fielmente padronizada. Para garantir melhorias constantes é necessário treinar a equipe e revisar os processos. Por mais que as pessoas trabalhem focadas em uma área, é importante que tenham consciência do todo. Frente ao lançamento de uma nova loja, surgiu o Rally Outback, uma experiência imersiva de preparação de equipes para o trabalho. Através do Design Estratégico, baseado em uma abordagem empática, com técnicas do storytelling, o treinamento tem como objetivo sensibilizar os Outbackers sobre o trabalho do colega e fortalecer o senso de coletividade, aprimorando a capacidade de resolução de problemas, engajando o time para conquistar melhores resultados.

FICHA TÉCNICA

Daniel Caminha, Aron Krause, Ismael Bertamoni, Ana Maria Copetti, Aline Cereja, Luisa Fleck, Larissa Lazzari, Felipe Grego, Richard Koubik, Maureen Craik, Juliana França

AUTORIA | ANO

ESTÚDIO NÔMADE | 2019

CLIENTE

OUTBACK



HUMANOLOGIA NA PRÁTICA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como melhorar a experiência no abastecimento? Foi essa a pergunta que norteou o desenvolvimento do projeto. Era preciso trazer a humanologia, conceito de comunicação criado pela Shell, para o dia a dia do atendimento. Após uma imersão na realidade dos postos, ficou claro o desafio: criar alternativas que fizessem sentido tanto os clientes quanto para o time que está na interface da experiência da marca. Para isso, empatia e leveza precisavam fazer parte da cultura organizacional. O projeto foi pilotado em três postos e ganhou vida através de um tom de voz com direcionamentos estratégicos – verbais e de postura, que estruturou o novo comportamento. Além uma série de ações para incentivar os times. O esforço trouxe resultados importantes: equipes mais engajadas e clientes mais satisfeitos.

FICHA TÉCNICA

Carolina Avari Daniel Soriano Everton Silva Ewerton Mokarzel Felipe Biondi Felipe Luz João Menezes Juliana Bezerra Karen Fontana Luísa Borges Marina Tavares Mateus Prado Natalia Melo Nicholas Dimitry Paula Basile Samuel Dornellas Thayná Alves Nayara Moia Douglas Renosto Fernanda Klebis Maria Bicalho Caroline Baldasso

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Shell



HU.MA. NO.LO.GIA

A TECNOLOGIA A SERVIÇO DO HUMANO.

Esse foi o conceito de comunicação desenvolvido pela Shell com o objetivo de realçar uma experiência que é muito mais e calorosa: a de abastecer os postos.

Foi tratar-se de um serviço que não traz benefícios tangíveis aos consumidores, o momento de abastecimento nunca foi percebido como agradável.

FOI PRECISO OLHAR DE PERTO:

16

ENTREVISTAS
INTERNAS

32

ENTREVISTAS
NO POSTO

27

SHADOWS COM
CONSUMIDORES

06

CONVERSAS
COM GERENTES

09

ENTREVISTAS COM
REVENDEDORES

10

POSTOS
VISITADOS

ANÁLISES:

- BENCHMARKS
- SOCIAL LISTENING
- TRENDS
- MATERIAIS INTERNOS DE TREINAMENTO
- CONCORRÊNCIA
- DESKTOP RESEARCH
- JORNADA DE EXPERIÊNCIA

UM NOVO JEITO DE SE PORTAR.

A expressão corporal passa mensagens. Então, pensamos também essa "língua" do corpo. O objetivo era passar, por meio da postura, uma sensação mais receptiva e informativa para quem chega no posto.

As ilustrações que trazem esses direcionamentos foram pensadas para traduzir, de forma clara, a anatomia corporal e as expressões faciais. Além de retratar a diversidade de pessoas.



DO QUE É COMPOSTO O CANTINHO



DESIGN DE SERVIÇO |
NOVOS SERVIÇOS



CANTINHO CUIDANDO DE TODOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Cantinho Cuidando de Todos é um espaço montado nas Unidades Básicas de Saúde (UBS), composto por diversos itens a serem utilizados por usuários e profissionais do SUS, visando ampliação do autocuidado e rastreamento de fatores de risco e doenças crônicas. A ambiência do espaço com banners, adesivagem, materiais didáticos, balança antropométrica e cadeira de auto-afirmação de pressão arterial - equipada com esfigmomanômetro eletrônico - estimula que os próprios usuários realizem procedimentos básicos para identificação/monitoramento de fatores de risco, e tenham + autonomia no controle da sua pressão, peso, IMC, e outros indicadores de saúde. O serviço independe de acompanhamento profissional, ao mesmo tempo que apoia a equipe da UBS a executar ações de rastreamento, prevenção, promoção.

FICHA TÉCNICA

TELLUS Ana Liria Souza Andrea Azambuja Beatriz Aquino Conrado Carrasco Germano Guimarães Isabela Tubero Lara Pessoa Luísa Vieira Marcella Nery Mariana Silveira Monica Dyna Patrícia Byington Rafaella Freitas Raiana Leite *FUNDAÇÃO NOVARTIS* Yara Baxter ASS. SAMARITANO Thais Junqueira *SMS-SP* Suely Miya Shirashi Rollemberg Albuquerque

AUTORIA | ANO

Instituto Tellus | 2019

CLIENTE

Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo | SMS-SP





GESTÃO DE SAÚDE PREDITIVA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Atualmente, a SantéCorp é uma empresa com foco na gestão de saúde de indústrias, diminuindo gastos com convênios médicos e acompanhando a condição de saúde dos colaboradores. O presente trabalho teve por objetivo mapear o comportamento dos colaboradores e desenhar um serviço de gestão de saúde que oferecesse qualidade de vida à população das grandes indústrias a longo prazo, adequando os cuidados médicos à realidade dessas pessoas - levando em consideração o poder aquisitivo, instrução digital, interesse pela saúde e rotina. O propósito do projeto é oferecer uma mudança de cultura de cuidado, propondo um acompanhamento prognóstico do indivíduo, de modo a orientá-lo sobre a própria saúde antes do adoecimento, oferecendo mais bem-estar à população das indústrias.

FICHA TÉCNICA

Designer de Serviços: Dandara Chaves
UI/UX: Fabrício Rocha Gestora de área:
Maria Carolina Barbosa Garcia

AUTORIA | ANO

ioasys | 2019

CLIENTE

SantéCorp





INOVA HC - HUB DE INOVAÇÃO HOSPITAL DAS CLÍNICAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

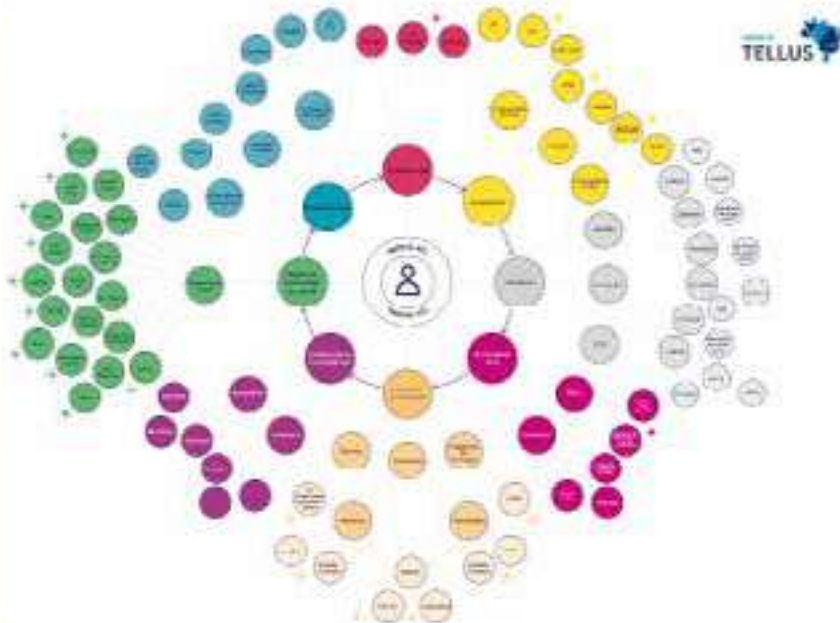
Criado pelo Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, o INOVA HC é o primeiro hub de inovação em saúde pública do Brasil e tem o objetivo de catalisar e incentivar a inovação dentro e fora do complexo HC. Situado no maior complexo hospitalar da América Latina, o hub tem um importante papel em impulsionar o ecossistema de inovação em saúde no Brasil contribuindo para a criação tanto de novos produtos, serviços e tecnologia, bem como para construção de novas políticas de inovação em saúde. Nesse sentido, o INOVA HC busca dar suporte às ideias e novas soluções aproximando as pessoas que estão mudando a saúde no Brasil. O HC deixa de ser um consumidor e passa a ser um catalisador em saúde.

FICHA TÉCNICA

TELLUS Germano Guimarães - Diretora Presidente
Rafaella Freitas - Diretora Raiana Leite - PMO
Suellen Carvalho - Líder do Projeto
Cybele Ozorio - Consultora
Fernando Esperandio - Consultor
Juliana Gonçalves - Consultora
INOVA HC Marco Bego - Diretor
Ivisen Lourenço - Gerente de Ecossistema de Inovação
Thiago Sakamoto - Gerente de Centro de Inovação

AUTORIA | ANO

GRUPO TELLUS | 2019



inova
iHC



In.cube HC

INCUBADOR DE INOVAÇÃO

In.pulse HC

IMPULSOR DE INOVAÇÃO

In.pacte HC

IMPACTADOR DE INOVAÇÃO



STIX: UM NOVO CONCEITO DE PROGRAMA DE FIDELIDADE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Stix é um novo programa de benefícios que define uma mudança de paradigma frente aos programas tradicionais de fidelidade, criando um modelo mais democrático, e fácil de usar, pois integra o serviço digital com a experiência física em lojas. O cliente, ao invés de esperar pelo acúmulo de milhares de pontos, pode usar seus pontos Stix no dia-dia-dia através de micro resgates. Stix nasceu como um modelo de negócio de coalização, no qual grandes marcas se unem para oferecer aos usuários diversas oportunidades de acúmulo e resgate de pontos, tendo o GPA e Raia Drogasil como sócios e o Itaú como um dos principais parceiros estratégicos. Concebemos, um serviço mais intuitivo, fácil de compreender e interagir e, principalmente, que permite uma maior frequência de uso.

FICHA TÉCNICA

Luiza Futuro, Tatiana Pilnik, Lígia Coimbra, Daniel Rocha, Stéphane Méheux, Renam Lopes

AUTORIA | ANO

Chazz | 2019

CLIENTE

Grupo Pão de Açúcar

O OBJETIVO FOI CRIAR UM NOVO CONCEITO DE PROGRAMA DE FIDELIDADE

Criamos um modelo mais intuitivo, fácil de compreender e interagir e, principalmente, que estimularia a frequência do uso.

- UMA PLATAFORMA CONECTADA**
Compre o dia a dia e use os pontos em pontos para usar e se beneficiar
- DINÂMICA**
O cliente acumula e utiliza em Stix que quer usar para pagar suas compras nas lojas
- UM ECOSISTEMA VIVO SUSTENTÁVEL E RETROALIMENTÁVEL**
- APROXIMA E FORTALECE A PARTIR DE NOVAS EXPERIÊNCIAS**

PROPOSTA DE VALOR ECOSISTEMA STIX

Em forma de um ecossistema vivo que se desenvolve, Stix é sustentável e permite que o projeto gere o aumento do volume de pontos, além de ampliar as oportunidades de resgate. Stix proporciona flexibilidade e combinação de resgate com itens físicos, no contexto das atividades do dia-a-dia. Tal reação é possível na conexão permanente das habilidades de consumo das pessoas, valorizando a presença das marcas líderes no mercado, através da integração de consumo, fortalecendo os vínculos dos clientes com os parceiros e demais entes.

PROPOSTA DE VALOR BENEFÍCIOS DE CONSTRUÇÃO DE VALOR

MEMBROS STIX	Converte meu consumo do dia a dia em novas compras	Mais oportunidades para eu comprar o que não é trivial, mas que desejo e pode ser importante pra mim.	Acelero meu acúmulo e amplio minhas possibilidades de resgate	Escolho o valor em Stix que quero usar e pagar minha compra ou transferir a um amigo
PARCEIRO STIX	Plataforma de fidelidade retroalimentável e sustentável	Catálogo de maior relevância para os clientes finais	Aproxima e fortalece os vínculos com os parceiros	Interface entre canais e gestão das ações de marketing entre os parceiros



ATHENA AGRO: RECONHECIMENTO INTELIGENTE DE PRAGAS NA PALMA DA SUA MÃO

A Athena tem a missão
de aproximar o produtor
e a tecnologia

para melhor produtividade
no campo em harmonia com
o meio ambiente.



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Feito para produtores rurais: este é o Athena Agro. Um aplicativo de reconhecimento de pragas do campo. O app utiliza a inteligência artificial da IBM, somada ao conhecimento de agrônomos para apresentar soluções rápidas e inteligentes. Sua missão é aproximar o produtor rural da tecnologia, para melhorar a produtividade no campo. Sendo assim, a Alpina desenvolveu o app desde a concepção da ideia, produção das telas e programação. Como o projeto é voltado para o produtor rural, a interface deve ser simples e intuitiva, isso foi possível através do design. Foram utilizadas estratégias de UI e UX, bem como o mapa da empatia, para entender a dor do usuário e então resolvê-la. Percebemos que muitos agricultores desejam ter a informação rápida e precisa, e isso é possível com o Athena Agro.

FICHA TÉCNICA

Manoela Machado: Designer
Fabrício Raimondi: Designer
Vitor Grenzel: Desenvolvedor
Vinicius Assumpção Silveira: Gestor de Projetos
Felipe Consalter: Desenvolvedor
Elias Zuchelli: Engenheiro Agrônomo
Nathan Martelli: Engenheiro Agrônomo





SUPR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Supr é um aplicativo que combina uma câmera inteligente com um fluxo de edição de vídeo otimizado para mobile. Nasce com o intuito de trazer maior facilidade para que as pessoas possam compartilhar suas histórias, experiências e opiniões. Isso é possível através de ferramentas como gravação de múltiplos clipes por vídeo, templates socialmente engajados e efeitos e filtros originais. Além de estimular a criatividade, o foco é gerar diversidade de vozes na criação de conteúdo. O consumo de vídeo no celular aumenta 100% a cada ano (Invisia) e o objetivo de Supr é contribuir em democratizar a criação de conteúdo audiovisual de alta qualidade, ajudando pessoas a contarem histórias incríveis de maneira descomplicada.

FICHA TÉCNICA

Ricardo e Fernando Whately - Co-CEOs Alex Rutman, Nataly Klajner e Michelly Sorge - Product Designers Marcos Cezion e Guilherme Lorenti - Visual Design Camilla Brugali - PO Luiz Whately - Film Director Tânia Jeong e Valentina Nunes - CX Victor Rocha - Growth Bernardo Alecrim e Wesley dos Santos - iOS Dev Paulo Magalhães - Shader Mike Santino - QA

AUTORIA | ANO

Filmr | 2020

CLIENTE

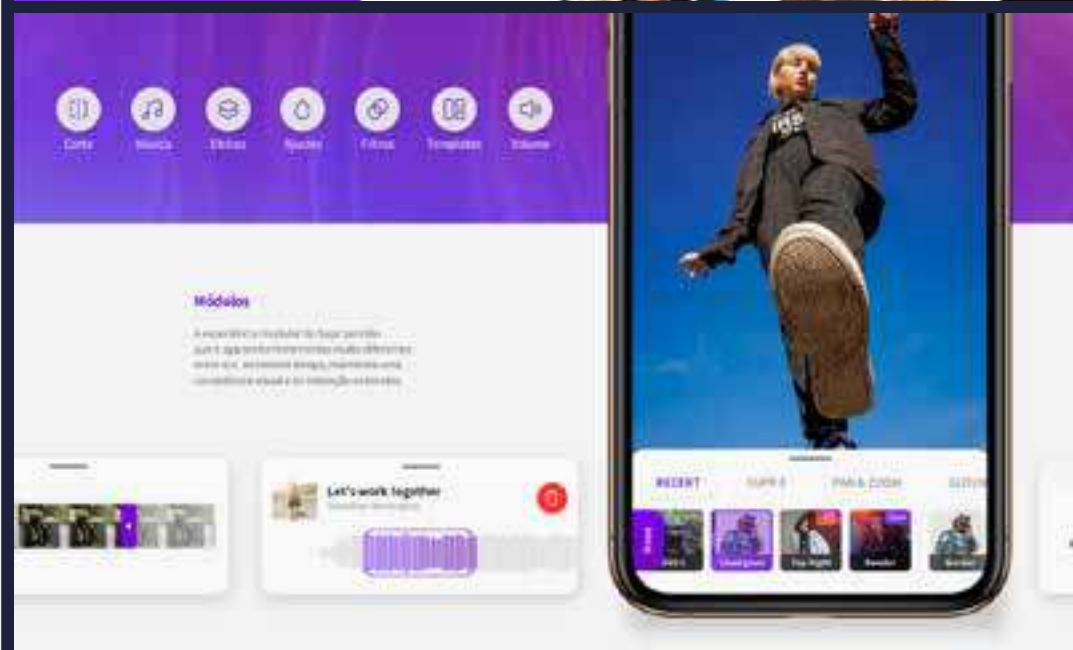
Filmr



Visão Geral
Supr é um aplicativo desenvolvido para facilitar a criação de conteúdo audiovisual de alta qualidade, ajudando pessoas a contarem histórias incríveis de maneira descomplicada.

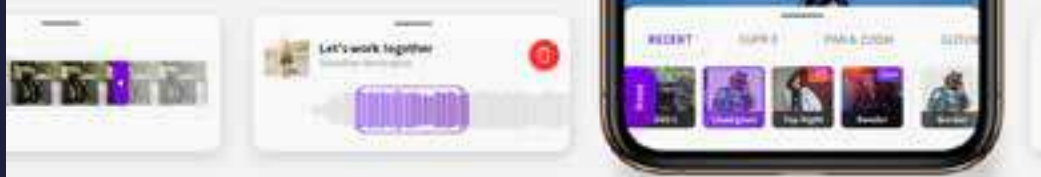


Multicam
Multicam é um recurso inovador que permite gravar vídeos em múltiplas câmeras simultaneamente, criando conteúdos mais dinâmicos e envolventes para o seu público.



- 1. Corte
- 2. Música
- 3. Efeitos
- 4. Speedy
- 5. Filtros
- 6. Templates
- 7. Compartilhe

Módulos
A experiência mobile do Supr permite que o usuário explore todos os recursos de forma intuitiva, acessando todos os recursos de forma simples e rápida.





FACULDADE DES- COMPLICA — LMS PARA GRADUAÇÃO ONLINE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto de criação, desenho e implementação do LMS (Learning Management System) próprio para os cursos de Graduação da Faculdade Descomplica. A Faculdade surge para romper com a categoria de ensino online e graduação a distância. Abusamos de tecnologia para reforçar a ponte entre o professor e o aluno, permitindo que o aprendizado aconteça a qualquer momento, respeitando o tempo e contexto real de cada pessoa. Nosso objetivo é impulsionar o aprendizado de nossos alunos para que eles sejam capazes de resolver problemas reais, desenvolver habilidades técnicas, sociais e emocionais para atuar imediatamente no mercado profissional, desde o dia 1 com a gente. O Descomplica passou por todo processo do MEC, sendo a faculdade mais rápida já credenciada e com a nota máxima, 5.

FICHA TÉCNICA

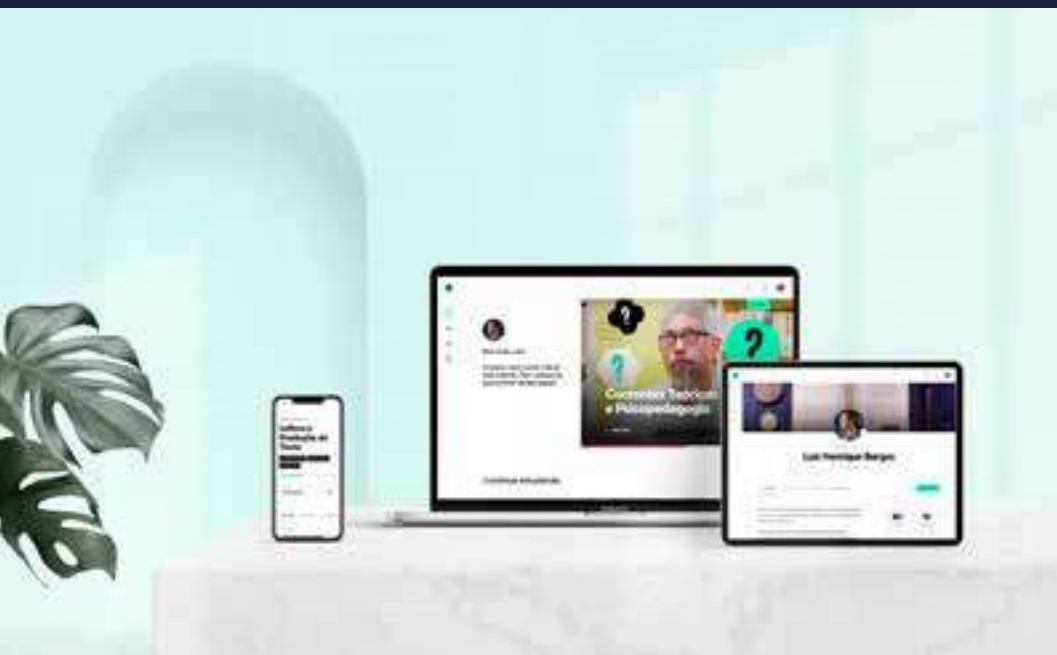
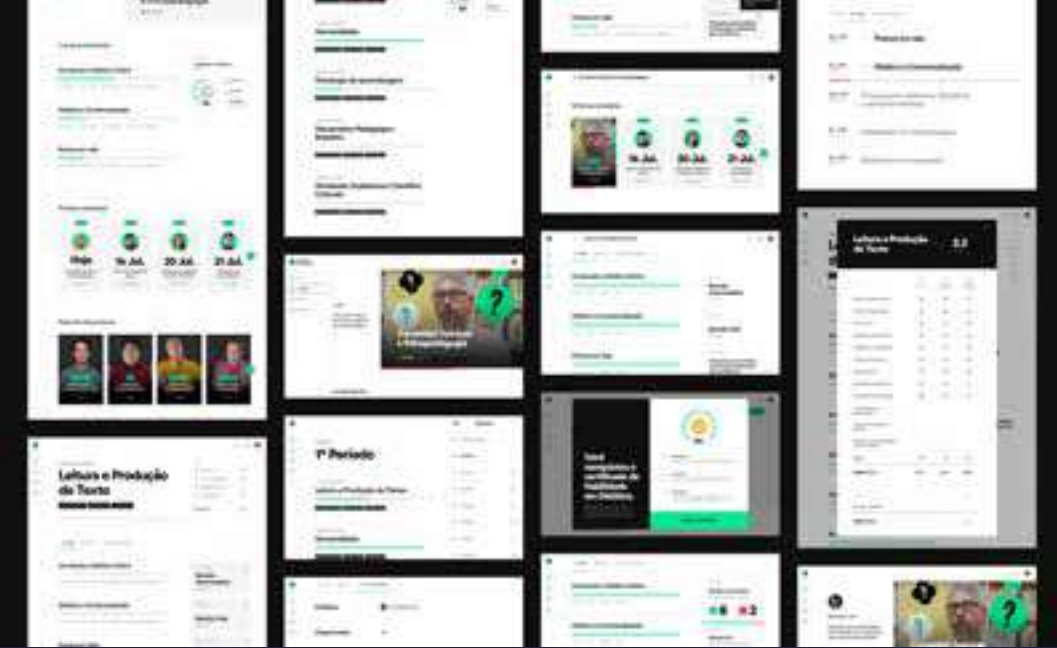
Victor Sahate — Diretor de Design, UX e Criação
Luiz Bordim — Gerente de Design e UX
Raphael Araújo — Designer de Produto/UX
Paola Sales — Head User Studies
Daniel Pedrino — Diretor de Produto
João Prado — Gerente de Produto
Filipe Yamamoto — Tech Lead

AUTORIA | ANO

Descomplica | 2020

CLIENTE

Descomplica





OESP MÚSICA PARA OS OLHOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um projeto da Talent Marcel em parceria com a Osesp - Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, que usa tecnologia para transformar clássicos da música em quadros, criando uma experiência sinestésica única. O designer Junior Magalhães junto ao engenheiro André Aureliano, foram responsáveis pela inovação tecnológica recriando a batuta da maestra com um hardware capaz de captar os dados dos movimentos feitos durante cada uma das peças da orquestra e através de código, o design de cada uma das obras de arte foi gerado para uma grande exposição da orquestra de São Paulo.

FICHA TÉCNICA

Título: Música para os Olhos
Designer: Junior Magalhães
Engenheiro Elétrico: André Aureliano Biagioni
Diretores de Criação: Sleyman Khodor e Rodrigo Lugato
Diretor de Criação e Interatividade: Marcello Droopy
Criação: Paula Keller Perego, Danilo Carvalho e Guilherme Serato
Produtora de Imagem: Santa Transmedia

AUTORIA | ANO

OESP | 2019

CLIENTE

Talent Marcel





DOMO DE PAPEL- LÃO ONDULADO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Depois do evento INOVA Klabin de 2018, que ocorreu em São Paulo – SP durante dois dias, o desafio era como transportar um grande evento, em uma versão compacta, a todas as unidades da Klabin pelo Brasil para que mais colaboradores tivessem a chance de serem incluídos. Coincidentemente, em 2019 a empresa completou 120 anos. Com isso, surgiu a ideia de contar sua história em um vídeo e apresentar a todos os colaboradores nessa versão itinerante do INOVA Klabin. Pensando em uma experiência imersiva em que os colaboradores pudessem vivenciar um pouco da história da empresa e imergir no evento, desenvolvemos um domo feito de papelão ondulado – material da própria Klabin – para que todos pudessem entrar e assistir aos dois vídeos produzidos, como em um cinema.

FICHA TÉCNICA

Gabriel Lopes – Idealizador e CEO
Giuliana Menezes – Gestora de Projetos
André Tritiack – IoT Manager
Vanuza Amarante – Designer de Produto
Fabio Marin – Produtor de Conteúdo

AUTORIA | ANO

EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

KLABIN



OPEN AIR



DESIGN DIGITAL |
PRODUTOS CONECTADOS (IOT)



OPEN AIR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diante da pandemia da COVID-19 e da alta demanda de ventiladores pulmonares, pensamos em como poderíamos ajudar com nosso conhecimento de tecnologia e design. Assim nasceu o projeto Open Air. Toda a identidade visual do projeto foi pensada para humanizá-lo e o torná-lo mais atraente e próximo. Nos inspiramos no símbolo da igualdade para que todos os elementos visuais transmitissem empatia e inspirassem as pessoas a se colocarem no lugar de quem sofre. O logo animado se mantém em movimento ritmado e com sound design de respiração, de maneira que as duas formas que o compõem trocam de lugar e se colocam uma no lugar da outra, trazendo a sensação de troca de ar. A simbologia vai muito além do nosso projeto, tomando proporções sociais, onde todos são convidados a praticar a empatia.

FICHA TÉCNICA

Gabriel Lopes – Idealizador e CEO André Tritiack – IoT Manager Anie Lou Lima – Diretora de Novos Negócios Eduardo Moreno – Head de UX/UI Fabio Marin – Produtor de Conteúdo Felipe Valente – Diretor de Conteúdo e Estratégia Juliana Menezes – Gestora de Projetos Juliano Aguiar – UX/UI Designer Mike Câmara – Diretor de Criação

AUTORIA | ANO

EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

BE OPEN



APRENDER DE- SIGN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O site do Aprender Design é um site de consulta sobre os cursos da escola e ao mesmo tempo um e-commerce. Depois de aprovado, o usuário pode fazer pagamento no mesmo ambiente em que já foi habituado no primeiro momento.

FICHA TÉCNICA

Design e desenvolvimento por Gláuber Sampaio. Conteúdo por Gláuber Sampaio e Gustavo Bittencourt.

AUTORIA | ANO

Gláuber Sampaio | 2020

CLIENTE

Aprender Design





VITRINE VIRTUAL NOVO RENAULT DUSTER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O novo Duster chegou para competir no segmento mais concorrido de um mercado em que o WhatsApp tem ganhado cada vez mais espaço na relação vendedor x cliente. Para ajudar a força de vendas a apresentar o veículo ao público mesmo antes da visita à concessionária, desenvolvemos uma ferramenta de vendas inovadora no segmento. Com a Vitrine Virtual, o vendedor tem acesso aos principais argumentos de venda do veículo por meio de conteúdos que podem ser facilmente compartilhados via WhatsApp, potencializando o diálogo com clientes e facilitando o processo de tomada de decisão online. O lançamento da plataforma coincidiu com o início da pandemia de COVID-19 no Brasil. Com as concessionárias fechadas, o uso da ferramenta se tornou ainda mais relevante, triplicando o volume de acessos.

FICHA TÉCNICA

Direção Comercial: Daniel Pires
Atendimento: Andreia Bogo
Direção de Criação: Monica Hansen
Coordenação de Design: Kim Pires
Designers: Kim Pires e Luisa Mazarotto
Redação: Luiza Coral
Gestão do Projeto: Bruno Damasceno, Wiver Marques
Desenvolvimento: Break Even

AUTORIA | ANO

DMSBOX | 2020

CLIENTE

Renault do Brasil

Vitrine de Vendas Renault



Acesse o site
pelo QR CODE
e navegue :)



Conhecedo o design

o veículo por meio de conteúdos mais
rápidos e curtos compartilhados



Comparativos

o vendedor acessa de forma fácil
e rápida um site com principais
argumentos de venda do novo Duster.





FACES OF ASSASSINATION WEBSITE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Durante o século 21, milhares de assassinatos políticos ocorreram em todo o mundo. Faces of Assassination presta homenagem àqueles que se posicionaram contra a injustiça e a corrupção e, por isso, pagaram com suas vidas. O projeto começou como um livro que reunia 50 perfis de mulheres e homens que foram assassinados por terem confrontado grupos criminosos. É o resultado de anos coletando informações sobre o impacto desses assassinatos em todo o mundo. O livro ficou tão impactante que o site surgiu como uma extensão natural, ampliando seu alcance, e com um novo conjunto de desafios.

FICHA TÉCNICA

Equipe Café.art.br: Leandro Amorim, Henrique Ilidio, Erlan Carvalho, Pedro Rodrigues, Mayara Teixeira, Luana Medeiros, Erico Rosa e Guilherme Lobo. Equipe GI-TOC: Mark Shaw, Tuesday Reitano, Mark Ronan, Claudio Landi, Paulina Rosol-Barrass e Ana Paula Oliveira.

AUTORIA | ANO

Café.art.br | 2020

CLIENTE

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



DESIGN EDITORIAL





premiados design editorial



2020



WILLIAM MORRIS – SOBRE AS AR- TES DO LIVRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Coletânea de textos e conferências feitas por William Morris, nos quais o multiartista inglês lista os fundamentos que norteavam aquilo que ele classificava como livro ideal.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2020

CLIENTE

Ateliê Editorial





O CASO TULÁIEV

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico para o romance político O caso Tuláiev, do escritor belga Victor Serge, editado pela Carambaia. O título se passa em plena União Soviética, de Josef Stálin, nos anos 1930 e tem como ponto de partida o assassinato do camarada Tuláiev, membro do Comitê Central do Partido Comunista. O projeto gráfico foi inspirado no construtivismo russo e na estética da escola soviética de arte, arquitetura e design Vkhutemas – instituída por Lênin em 1917 e fechada em 1930 pelo governo stalinista. Os módulos que abrem os capítulos se agrupam na capa, compondo a representação gráfica de um revólver, peça-chave do romance. O azul do papel evidencia o clima invernososo do livro, enquanto o pigmento metálico e o preto representam o contraste vigente na sociedade soviética pós-revolução.

FICHA TÉCNICA

Design: Luana Luna e Lucyano Palheta

AUTORIA | ANO

AOQUADRADO | 2019

CLIENTE

Carambaia



2001: UMA ODISSEIA NO ESPAÇO – EDIÇÃO HISTÓRICA – RICA DE 50 ANOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em parceria inédita entre a editora Aleph, o artista e ilustrador brasileiro João Ruas e o Estúdio Colletivo desenvolveram uma edição de aniversário de 50 anos para o icônico livro de Arthur C. Clarke, 2001: Uma Odisseia no Espaço. Financiada inteiramente pelo site de crowdfunding Catarse em 2018 e entregue em 2019, o projeto vai além do próprio livro e faz o leitor ser parte da saga espacial, experimentando literatura, arte, e ficção científica de um jeito único. A caixa histórica e comemorativa é acompanhada do livro feito no formato de monólito e de um osso - ambos elementos chaves da narrativa - ativando deste modo conexões entre o passado da obra, sua atualidade, e possibilidades de futuro.

FICHA TÉCNICA

Dir. de criação: João Ruas
Dir. de design: João Ruas e Marcelo Roncatti Proj.
Gráfico: Marcelo Roncatti, João Ruas, Roman Atamanczuk, Pedro Fracchetta e desenho editorial. Aleph: Luciana Fracchetta, Bárbara Prince e Andrea Bargamaschi 3D: Fernando Magalhães Prod. Gráfica: Silas Yamakami e Marcelo Roncatti Imp.: Leandro Arjonas - Gráfica Sta Marta

AUTORIA | ANO

Uma co-autoria entre João Ruas, Editora Aleph e Estúdio Colletivo. | 2019

CLIENTE

Editora Aleph





DESIGN EDITORIAL | REVISTAS



ÉPOCA: CAPAS 2019/2020



DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em 2018 a revista Época passou por uma reformulação editorial a fim de se adequar a uma realidade em que a notícia pulsa na internet e que produtos editoriais de mídia impressa passam a ser menos vendidos. Ela passa a apresentar a seus leitores matérias investigativas, artigos, grandes reportagens, literatura, um jornalismo crítico com pitadas de sarcasmo visto por ângulos menos óbvios. O projeto gráfico é um braço dessa reforma e insere uma linguagem refinada do design como uma característica elementar da publicação. A capa é a síntese desse projeto e o desafio é equilibrar a objetividade da informação e a poética do design em um curto espaço de tempo de produção. O leitor deve ser instigado por imagens fortes, nítidas e inteligentes que dialoguem com sua percepção.



FICHA TÉCNICA

Capista: Mateus Valadares Editor Chefe: Pedro Dias Leite Editor Executivo Visual: Alessandro Alvim Editores: Ana Clara Costa e Eduardo Salgado Editor de Arte: Mateus Valadares Editor de Fotografia: André Sarmento Projeto Gráfico Época: Claudia Warrak e Raul Loureiro

AUTORIA | ANO

Mateus Valadares | 2020

CLIENTE

Editora Globo



PORQUE EU ODEIO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Porque eu Odeio é uma antologia poética de Claude McKay (1889–1948). O livro reúne 24 poemas do escritor jamaicano, traduzidos pela primeira vez para o português. Negro, neto de escravos, imigrante em imparável nomadismo e bissexual, McKay flertou com um sentimento considerado pouco nobre para expor suas insatisfações com as questões raciais da América. O ódio é usado por ele como combustível para uma poética potente, que intersecciona, no plano da linguagem, os territórios da política e da subjetividade. Nesse sentido, o projeto gráfico buscou sublinhar estas características, repercutindo visualmente tanto os conflitos raciais testemunhados por McKay quanto os afetos vivenciados por ele neste contexto turbulento.

FICHA TÉCNICA

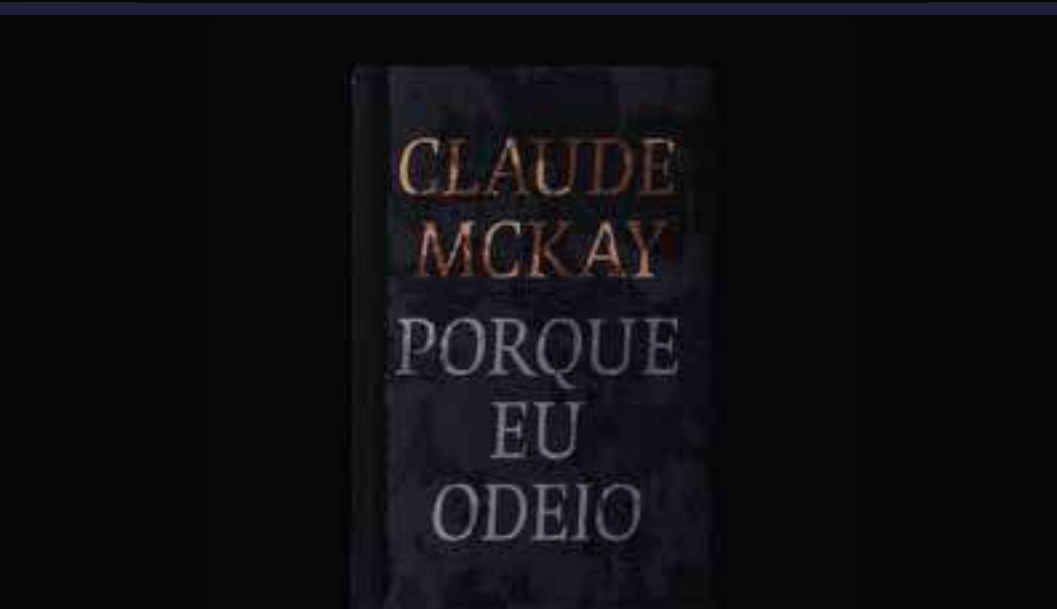
Projeto gráfico: Pablo Blanco e Maikon Nery
Edição: Felipe Melhado
Tradução e pesquisa: Felipe Melhado e Gabriel Daher
Impressão serigráfica: Thiego Gustavo (Estúdio Kiltz) e Pablo Blanco
Impressão offset: Herich de Camargo
Acabamento: Silvio Valduga
Assistência: Carolina Sanches, Edson Vieira e Thayara Costa

AUTORIA | ANO

Grafatório | 2019

CLIENTE

Grafatório Edições





SASA LELE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

SASA LELE é uma publicação coletiva sobre design e artes gráficas. A partir da questão “O que alimenta meu design?” cada um dos designers buscou refletir a respeito de suas motivações e inspirações ao projetar. Os resultados foram então apresentados em um editorial de 32 páginas, totalmente impresso em risografia e encadernado manualmente pelos próprios participantes.

FICHA TÉCNICA

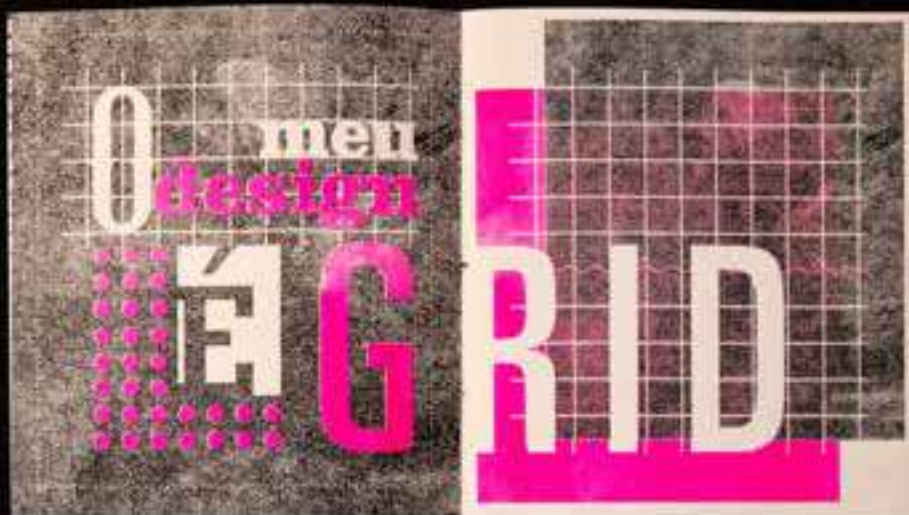
Design: Camile Santana; Diego Arnoud; Felipe Mayer; Gabriela Louise; Gabriela Vaz; Jéssica Menezes; Julia Silvestrow Bagno; Rafael Mesquita; Rafael Neder; Rafael Protzner; Thábada Paiva; Yasmin Ferreira. Impressão: Entrecampo

AUTORIA | ANO

Universidade FUMEC | 2019

CLIENTE

Autopublicação





SOBRE-POSIÇÕES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Sobre-posições é uma obra com ensaios e aquarelas de Marcos Beccari. O título já indica uma de suas principais particularidades: trata-se de uma sobreposição de texto e imagem na qual nenhum dos dois elementos deve ofuscar o outro. O projeto editorial acrescentou uma nova dimensão à ideia inicial de sobreposição, construindo a obra como um conjunto de elementos que se sobrepõem: aos 2 volumes principais (o livro e um conjunto de prints) são sobrepostos 2 pôsteres, que servem como sobrecapas. Os 2 volumes sobre-encapados, por fim, são unidos por uma cinta. Esse formato diferenciado, integrando diferentes volumes, foi particularmente adequado para o financiamento da obra por meio de uma campanha de crowdfunding no Catarse.

FICHA TÉCNICA

Título da obra: Sobre-posições Autor: Marcos Beccari Editora: Áspide Projeto gráfico: Marcos Beccari, Daniel B. Portugal e Rafaela Sarinho Tiragem: 600 exemplares Gráfica: Sholna Formato final: volume de 18 X 24 X 2 cm conteúdo: livro, prints e pôsteres/sobrecapas. Especificações técnicas: (1) Livro: capa PB em papel cartão 240g/m²; miolo PB em pap

AUTORIA | ANO

Áspide editora | 2019

CLIENTE

Áspide editora





PANDEMONIUM: PROCESSO DE CRIAÇÃO, EXPERI- MENTAÇÃO E ACA- SO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Pandemonium é uma tese de doutorado, apresentada em 2019 e que teve como objetivo compreender o processo criativo em design gráfico no qual o acaso e a experimentação estão inseridos. O projeto apresenta textos sobre o processo de criação em design gráfico e experimentos que demonstram na prática como o designer gráfico cria. www.pandemoniumtype.com

FICHA TÉCNICA

Projeto Gráfico: Leopoldo Leal Fotografia: Cristiane Inoue Formato fechado 230mm x 310mm 340 págs Tipografia Sanuk desenhada por Xavier Dupré Papéis Offset 120g/m²; Color Plus Marfin 80g/m² Color Plus Roma 80g/m² Impressão Ipsis Gráfica e Editora Capa dura em tecido jacquard em alta definição, produzido pela Liramax e colado manualmente

AUTORIA | ANO

Leopoldo Leal | 2019

CLIENTE

Universidade de São Paulo (FAUUSP)





CATÁLOGO 8º OLHAR DE CINE- MA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Olhar de Cinema - Festival Internacional de Curitiba é um festival de cinema independente que proporciona ao público experiências cinematográficas singulares. Através da curadoria de filmes inventivos, envolventes e temáticos, o evento fomenta a reflexão sobre linguagem, estética e história do cinema. O desenvolvimento do catálogo deveria transparecer em suas visualidades o olhar e posicionamento da classe artística sobre o momento histórico vivido: os ataques direcionados à cena da Arte e Educação e à extinção do Ministério da Cultura.

FICHA TÉCNICA

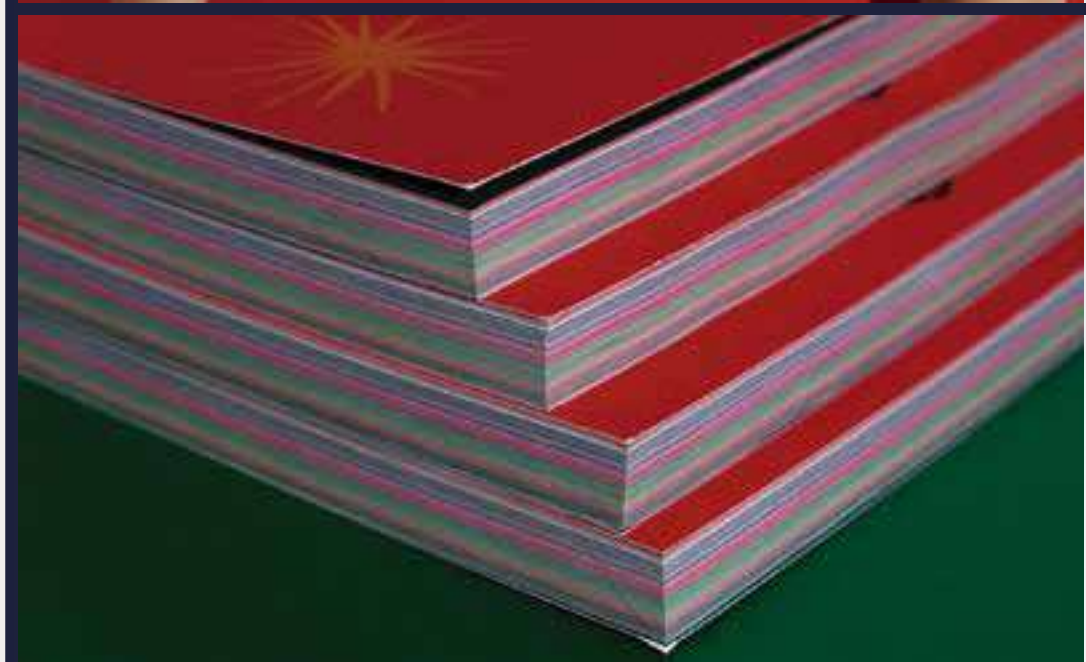
Direção Criativa: Eduardo Rosa & Gustavo Caboco. Gestão Criativa: Rafael Ancara. Design Editorial: Dora Suh & Felipe Lui. Design de informação: Rafael Ancara. Desenho: Eduardo Rosa & Gustavo Caboco. Animação: Carlon Hardt & Gustavo Caboco Foto: Fernanda Corrêa & Rafael Ancara. Gerência de projeto: Fernanda & Lucia Angélica.

AUTORIA | ANO

Pedro, Pastel & Besouro | 2019

CLIENTE

Festival Internacional de Cinema de Curitiba





ILUSTRÍSSIMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ilustrações para capa e internas do suplemento Ilustríssima (1º.dez.2019), do jornal Folha de S.Paulo. Textos de Laura Carvalho, sobre populismo de direita, de Paulo Hartung, Marcos Lisboa e Samuel Pessoa, sobre lulismo, e de Aloizio Mercadante e Tereza Campello em resposta ao último. As peças foram produzidas de modo a ilustrar individualmente cada artigo, mas também, ao se aproximar as páginas umas das outras, formar uma única ilustração, já que elementos gráficos de uma continuam na seguinte. A linguagem aponta afinidade entre os temas e continuidade entre as páginas e foi usada em edição posterior, em que foi publicada a réplica, dando sequência à série. A Ilustríssima aborda grandes temas do Brasil e do mundo, com ensaios e reportagens sobre arte, ciência, política, entre outros.

FICHA TÉCNICA

Capa e ilustrações: André Stefanini
Diagramação e Coordenação: Fernanda Giulietti
Fotos: Fernando Banzi

AUTORIA | ANO

André Stefanini e Fernanda Giulietti
| 2019

CLIENTE

Folha de S. Paulo





APENAS UM OLHAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Dedicado à paixão de transformar a decoração de mesas em arte, *Apenas um Olhar* é o primeiro livro da economista Fabienne Bezerra. Nele, a autora relembra o leitor da importância dos momentos de união vividos à mesa e o convida a viajar por atmosferas de cores e detalhes surpreendentes. O livro conta com mais de 300 fotos de 60 mesas montadas nos mais belos cenários do Rio de Janeiro e arredores. Entre as fotografias, citações de grandes nomes da literatura, como Fernando Pessoa e Clarice Lispector, foram inseridas de forma a complementar os cenários.

FICHA TÉCNICA

Projeto Gráfico: Priscila Bodin Diagramação: Priscila Bodin e Carolina de Ferran Fotografia: Bel Corção

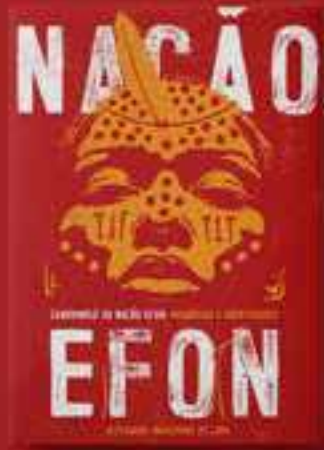
AUTORIA | ANO

MANCHA GRÁFICA | 2019

CLIENTE

Fabienne Bezerra





CANDOMBLÉ NAÇÃO E FON: MEMÓRIAS E IDENTIDADES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Candomblé Nação Efon: memórias e identidades é uma obra criada pelo escritor Alexandre Mantovani de Lima que ressalta a influência da Nação Efon e como a identidade do povo-de-santo é internalizada na vida de seus adeptos. O livro busca reconectar o universo afro religioso brasileiro com as suas comunidades de origem no continente africano, onde povos foram sequestrados, desumanizados e escravizados no Brasil. Efon é uma nação grande e com grandes orixás, em referência ao reino de Efon, onde atualmente é a Nigéria, e que se iniciou no Brasil e hoje está sendo resgatado por seus adeptos. Por esse motivo a capa precisava transmitir o poder do Efon e sua retomada, representados no rito de iniciação na Nação Efon, um processo de renascimento para os novos membros.

FICHA TÉCNICA

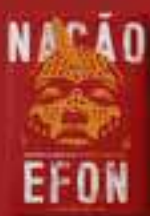
Estúdio: Arteleria Cliente: Alexandre Mantovani de Lima Diretora de Criação: Manoela Tourinho Diretor de Arte: Túlio Grandi Aprovação do Cliente: Alexandre Mantovani de Lima

AUTORIA | ANO

Arteleria | 2020

CLIENTE

Alexandre Mantovani de Lima





COLEÇÃO CLARICE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A obra de Clarice Lispector ganha uma edição especial em comemoração ao seu centenário. Todas as capas vêm com pinturas da própria autora, permitindo-a assim ilustrar sua própria obra literária. Seu nome é tratado como uma marca, com uma tipografia composta de forma elegante e moderna. Busca-se assim, portanto, celebrar Clarice de forma plural, mostrando um lado seu pouco celebrado, até então.

FICHA TÉCNICA

Victor Burton e Anderson Junqueira

AUTORIA | ANO

Victor Burton e Anderson Junqueira
| 2020

CLIENTE

Rocco





COLEÇÃO ROMEU DE AVELAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico para as novas edições dos livros de Romeu de Avelar. A coleção resgata e apresenta aos novos leitores, três obras raras do escritor alagoano, radicado no Rio de Janeiro. Há quase cem anos desde que foram publicados, alguns desses livros ainda eram desconhecidos pela maior parte do público. Com o relançamento, eles passaram a ocupar espaço nas livrarias locais.

FICHA TÉCNICA

Projeto gráfico e diagramação: Roger Ferraz
Revisão: Maria Luzimar Fernandes
Coordenação Editorial: Patrycia Monteiro
Editor de arte: Fernando Rizzotto

AUTORIA | ANO

Roger Ferraz | 2019

CLIENTE

Imprensa Oficial Graciliano Ramos



FACES OF ASSASSINATION – LIVRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A publicação relata a história e o legado de cinquenta pessoas, de diversas partes do planeta, que lutaram contra o crime organizado em suas localidades e acabaram pagando por isso com suas vidas. São rostos e vozes de pessoas inspiradoras, comprometidas em seus papéis a favor dos direitos humanos e da justiça social, que enfrentaram e desafiaram o poder, a autoridade e os interesses criminosos para libertar suas comunidades desta influência corrosiva. O livro faz parte da campanha #assassinationwitness e é fruto de uma pesquisa a respeito da estrutura do crime organizado ao redor do mundo, liderada pela Iniciativa Global Contra o Crime Organizado Transnacional, em Genebra.

FICHA TÉCNICA

Equipe Café.art.br: Leandro Amorim e Henrique Ilidio. Equipe Disarme Gráfico: Bruno Ventura, Daniel Ventura, Isadora Duarte e Sarah Horiuchi.

AUTORIA | ANO

Café.art.br e Disarme Gráfico | 2020

CLIENTE

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



GABURIERU NO JAPÃO



GABURIERU NO JAPÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Projeto gráfico para livro e pequeno guia de viagens sobre Tóquio. Gaburieru no Japão é uma narrativa ficcional que tira partido de vivências reais, experienciadas pelo autor e amigos próximos durante estadia no exterior.

FICHA TÉCNICA

Projeto gráfico: Maria T Morais e Mariana Misk
Direção de arte: Mariana Misk
Produção Gráfica: Joana Alves
Fotografia: Rafael Motta

AUTORIA | ANO

OESTE | 2019

CLIENTE

Editora Miguilim





LIVRO “BISELLI KATCHBORIAN ARQUITETOS”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O livro é um catalogue raisonné bilíngue da trajetória do escritório de arquitetura de Artur Katchborian e Mario Biselli. Com 32 anos de trajetória, Biselli Katchborian tem projetado em todas as escalas e temas: residências, edifícios públicos e privados, projetos comerciais e de serviços, escolas, centros esportivos e projetos urbanos. A publicação impressa reúne e apresenta graficamente os 45 projetos mais representativos desse período, organizados de modo não cronológico por critérios que mesclam tanto a tipologia e a escala projetual, quanto uma leitura subjetiva da gradação crescente da relevância do raciocínio tecnológico nos partidos arquitetônicos. O livro de 304 páginas é composto por artigos, memoriais descritivos, imagens, desenhos e diagramas das obras contempladas.

FICHA TÉCNICA

PROJETO GRÁFICO E CAPA Luciana Mattar ORGANIZAÇÃO, ESCRITA E EDIÇÃO DE TEXTOS Francesco Perrotta-Bosch COORDENAÇÃO EDITORIAL Acacia Lischewski e Alexandre DL Rabelo PRODUÇÃO GRÁFICA Gerson Tung FOTOGRAFIAS Nelson Kon, Rafael Salim, Mario Biselli, Ucha Aratangy e Vitor Zanatta ILUSTRAÇÃO CAPA Mario Biselli TRADUÇÃO PARA INGLÊS Renata Takatu

AUTORIA | ANO

Luciana Mattar (Serifa Projetos) | 2019

CLIENTE

Editora Acácia Cultural





MASSAO OHNO, EDITOR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

—
Livro que percorre as mais de três décadas de produção do lendário editor Massao Ohno.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2020

CLIENTE

Ateliê Editorial



O CONDE DE MONTE CRISTO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No romance, o marinheiro Edmond Dantés é preso injustamente, vítima de um complô. Anos depois, consegue escapar da prisão, enriquece e planeja uma vingança mirabolante. A galeria de personagens criada por Dumas faz um retrato fiel da França do século XIX, um mundo em transformação, em que passou a ser possível a mudança de posições sociais.

FICHA TÉCNICA

Design e ilustração de capa: Rafael Nobre
Formato: 16x23cm
Capa dura com lombada em tecido preto
Laminação fosca
Fita de cetim

AUTORIA | ANO

Rafael Nobre | 2020

CLIENTE

Zahar





SEMENTES MAL- DITAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Sementes Malditas é um livro de ficção científica e terror distópico de Anthony Burgess, autor renomado conhecido por “Laranja Mecânica”. Lançado numa nova edição brasileira pelo clube literário Escotilha, o projeto gráfico do livro visa entregar aos associados do clube uma edição em capa dura, exclusiva, de alta qualidade gráfica e editorial aos seus leitores.

FICHA TÉCNICA

Editora: Escotilha (selo da Novo Século) Autor: Anthony Burgess ISBN: 9788542813029 Gênero: ficção especulativa; distopia; ficção científica; terror; suspense Dimensões: 15,5 x 22,5cm Quantidade de páginas: 256 Encadernação: capa dura com fitilho Coordenação editorial/Edição de arte: Jacob Paes Ilustrações de capa e miolo: Paula Cruz

AUTORIA | ANO

Paula Cruz, Jacob Paes | 2019

CLIENTE

Editora Novo Século



SERPENTÁRIO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Serpentário é uma obra de suspense/terror escrita por Felipe Castilho. Tem uma narrativa que mistura diversas referências folclóricas com personagens marcados pelo trauma de infância. Na capa é usado um grafismo visceral e fluido, voltando para a temática do terror. A sugestão das criaturas na capa alimenta a imaginação do leitor e faz com que este complete as lacunas necessárias para se criar a tensão na história.

FICHA TÉCNICA

Lettering, ilustração e capa: Túlio Cerquize

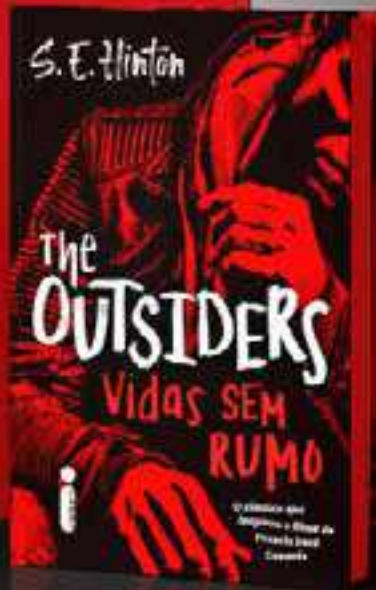
AUTORIA | ANO

Túlio Cerquize | 2019

CLIENTE

Intrínseca





THE OUTSIDERS – VIDAS SEM RUMO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

The Outsiders: Vidas sem rumo é um clássico da literatura jovem que transformou o gênero ao tratar, com complexidade e sensibilidade, uma juventude marginalizada em um cotidiano sombrio e violento. Publicado originalmente em 1967, logo se tornou um ícone da década. Por isso, como inspiração para o projeto gráfico, usou-se uma estética muito associada as publicações do período, caracterizada pelo uso da fotografia contrastada a ponto de se tornar quase uma ilustração. A tipografia urbana e os elementos gráficos trazem à tona a estética grunge, muito associada com a história. Além disso, o livro é impresso com capa dura, pintura trilateral, duas guardas diferentes e o primeiro caderno é impresso a 2 cores.

FICHA TÉCNICA

Projeto gráfico, diagramação, pesquisa iconográfica e tratamento de imagens:
Anderson Junqueira

AUTORIA | ANO

Anderson Junqueira | 2020

CLIENTE

Intrínseca





TODAS AS HISTÓRIAS DE TOM SAWYER E HUCKLEBERRY FINN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tom é um garoto esperto que vive com a tia, o irmão e a prima em um povoado às margens do rio Mississippi, durante o período escravocrata. No seu tempo livre, ele se junta a Huck e realiza as mais mirabolantes façanhas em busca de tesouros. Em As aventuras de Tom Sawyer, os dois amigos presenciaram um assassinato, cujo desenrolar mudará para sempre as suas vidas. Já em As aventuras de Huckleberry Finn, Huck embarca em uma viagem pelo rio Mississippi na companhia de Jim, um escravo fugitivo que encontra no garoto a única chance de sobreviver. Em As viagens de Tom Sawyer, a fome de aventuras de Tom e Huck extravasa os limites do Sul dos Estados Unidos e ganha o mundo.

FICHA TÉCNICA

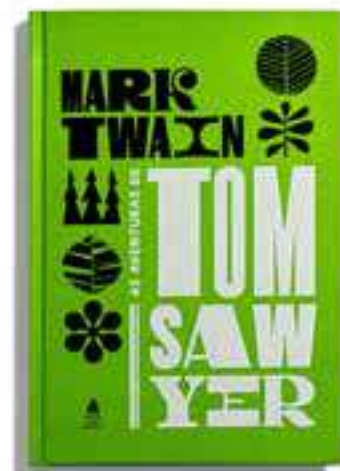
Design de capa: Rafael Nobre
 Formato: 16x23cm
 Capa em 2 cores / Pantone + preto (cmyk)
 Guarda em 2 cores / Pantone + preto (cmyk)
 Laminagem fosca
 Capa dura.

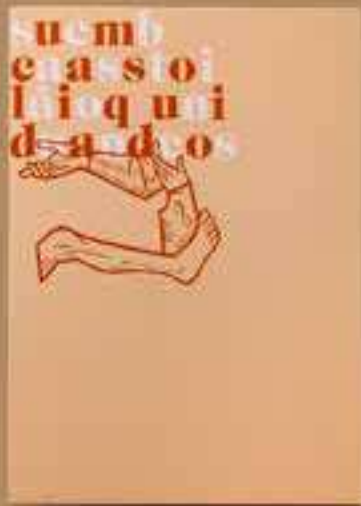
AUTORIA | ANO

Rafael Nobre | 2020

CLIENTE

Nova fronteira





DESIGN EDITORIAL |

LIVROS



UM CASO LIQUIDADO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Livro reunindo três textos inéditos do radical poeta/artista gráfico/editor mineiro Sebastião Nunes.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2019

CLIENTE

Lote 42



UMA NOVA CHAN- CE PARA O SR. DOUBLER

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Escolhido para ser o livro da caixa de Setembro de 2019, pelo clube de assinatura TAG Livros, “Uma nova chance para o Sr. Doubler” é um livro divertido que conta como um solitário e sistemático fazendeiro recomeça sua vida já na terceira idade. Por ser uma obra mais otimista, foram usados grafismos coloridos e divertidos, com colagens que remetem à personalidade do protagonista.

FICHA TÉCNICA

Imagens: iStock, Creative Commons
Capa: Túlio Cerquize

AUTORIA | ANO

Túlio Cerquize | 2019

CLIENTE

Harper Collins Brasil e TAG Livros





DESIGN EDITORIAL |

LIVROS



ARQUITETURAS CONTEMPORÂ- NEAS NO PARA- GUAI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto gráfico foi realizado pelos organizadores do livro o que possibilitou uma maior integração entre a concepção do design e a pesquisa crítica apresentada. Tivemos a preocupação de deixar aparente os elementos constitutivos do livro (papel, dobra e costura), revelando ao máximo sua estrutura, e remetendo a sensação tátil que a própria arquitetura paraguaia provoca. Os materiais escolhidos foram os mais comuns disponíveis no mercado, utilizados sem acabamentos e grandes refinamentos. A escolha do laranja neon aparece como a representação do barro – elemento importante do repertório construtivo guarani. Já a folha gráfica foi diagramada em seu tamanho original de modo a explorar a incidência das dobras na composição gráfica.

FICHA TÉCNICA

organizadores: André Stefanini, Ana David, Eduardo Verri, Guilherme Tanaka, Lauro Rocha, Lena Império, Maria Cau Levy, Pedro Beresin, Vitor Pena
coordenação editorial: Abilio Guerra, Fernanda Critelli
projeto gráfico: Maria Cau Levy, André Stefanini, Christian Salmeron e Ana David
Editora: Escola da Cidade e Romano Guerra

AUTORIA | ANO

GOMA OFICINA | 2020

CLIENTE

Unibes Cultural





BRASIL ZERO-ZERO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Brasil Zero — Zero” é constituído exclusivamente de materiais gráficos: uma coleção de santinhos e panfletos das campanhas eleitorais de 1982 e 1985, imagens coletadas de redes sociais durante a campanha presidencial de 2018, fotos de Brasília — plano piloto e periferia — tiradas no dia da votação do primeiro turno. Ao articular materiais gráficos de natureza tão distinta para contar uma única história, o livro apresenta não apenas uma inusitada estrutura, como também um desalentador retrato do país nas eleições de 2018. Aqui, o design não é paratexto, mas sim o efetivo narrador da história, realçando a ideia de que a cultura gráfica pode (e deve) se expandir para além de seus ambientes restritos, e ser utilizada como um potente elemento narrativo do mundo de ontem e de hoje.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2019

CLIENTE

Lote 42





DESIGN EDITORIAL |

LIVROS



IMPERTINENTES — 14 LIVROS DE GUSTAVO PIQUEI- RA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Capa de livro sobre a exposição homônima que aconteceu entre outubro de dezembro de 2019 na Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin, na USP, em São Paulo, reunindo 14 livros criados por Gustavo Piqueira produzidos entre 2012 e 2018 que, com diferentes graus de intensidade, procuraram borrar muitos dos limites existentes entre as categorias estabelecidas do livro impresso.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2019

CLIENTE

WMF Martins Fontes





LIVRO “CIA SÃO PAULO DE DANÇA 10 ANOS”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Desenho do livro comemorativo da “Cia São Paulo de Dança 10 Anos” contendo 420 páginas cujo conceito foi — Enfatizar que o tempo passa e as coisas se eternizam ou desaparecem...

FICHA TÉCNICA

TIPOLOGIA Trinité no 3 | Designer Bram de Does | The Enschedé Font Foundry | 1982 Absara | Designer Xavier Dupré | Publisher FontFont | 2005 FORMATO ABERTO | 430 x 270 mm FORMATO FECHADO | 215 x 270 mm NÚMERO DE PÁGINAS | 420 páginas CAPA Couché Fosco 150 g/m² GUARDAS Colorplus Mar del Plata 250 g/m² IMPRESSÃO 4 x o cores MIOLO Couché Fosco 150 g/m

AUTORIA | ANO

Nasha Gil | 2019

CLIENTE

São Paulo Cia de Dança





BELEZINHA - 100 MELHORES DO ANO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Publicação produzida pelo canal de conteúdo focado em beleza e bem-estar destacando os melhores produtos cosméticos de 2019.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho
Fotos: Alex Batista

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2020

CLIENTE

Belezinha.com.vc





DESIGN EDITORIAL |
REVISTAS



COMO RECOMEÇAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em maio de 2020, o Brasil chegava a 100.000 casos confirmados de coronavírus. A retomada da economia e das relações sociais começava a surgir como pauta. A reportagem de capa da revista Exame, há 53 anos a maior publicação de economia e negócios do Brasil, trouxe para discussão este novo momento, e o questionamento: por onde seguir? Como recomeçar?

FICHA TÉCNICA

Diretor de Redação: Lucas Amorim
Direção de Arte e Layout: Carolina Gehlen
Ilustração: Bernhard Lang/Getty Images

AUTORIA | ANO

EXAME | 2020

CLIENTE

Revista Exame



MULHERES CON- TRA A CRISE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A revista Exame é conhecida como uma das mais tradicionais publicações de negócios do país. Nos seus 53 anos de história, sua imagem sempre esteve atrelada a um universo predominantemente masculino, refletido tanto na presença de homens nas capas quanto na composição gráfica - chamadas grandes, uso de letras em bold, centralizadas e com cores frias ou neutras. A capa de junho da matéria “Mulheres contra a crise” é histórica para a marca. Trouxe, pela primeira vez, uma mulher negra sozinha em destaque na capa da publicação. A reportagem tem grande relevância, pois mostra a necessidade de discutir equidade de gênero, e intrinsecamente raça, temas urgentes e necessários para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

FICHA TÉCNICA

Diretor de Redação: Lucas Amorim
Direção de Arte e Layout: Carolina Gehlen
Fotografia: Germano Lüders
Tratamento: Leandro Fonseca

AUTORIA | ANO

Exame | 2020

CLIENTE

Revista Exame





DESIGN EDITORIAL |
REVISTAS



ÉPOCA VERÃO 2020

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A primeira edição da revista em 2020 decidiu dar um descanso ao jornalismo num período de notícias mornas e trazer uma novidade ao leitor da revista semanal. Época convidou 23 nomes de destaque da literatura nacional para escrever ficções, poemas e memórias sobre as férias de verão. Uma edição 100% literária. A revista foi desenhada com liberdade dentro da malha gráfica e códigos tipográficos da revista. Obras de arte, colagens, ilustrações e trabalho gráfico são tratados de forma poética de modo a traduzir algum elemento de cada conto. O passar de página ganha um ritmo visual orgânico com a variação tipográfica dos títulos que, somado a uma edição rica de imagens, traz um visual imprevisível ao leitor.

FICHA TÉCNICA

Direção de design: Mateus Valadares
Designer assistente: Gustavo Duarte do Amaral
Curadoria textos: Mateus Baldi
Editor Chefe: Pedro Dias Leite
Editor Executivo Visual: Alessandro Alvim
Editores: Ana Clara Costa e Eduardo Salgado
Projeto Gráfico Época (2018): Claudia Warrak e Raul Loureiro

AUTORIA | ANO

Mateus Valadares | 2019

CLIENTE

Editora Globo



DESIGN GRÁFICO





premiados design gráfico





COLLAB CATUAÍ 10 ANOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No ano em que completa 10 anos na cidade de Maringá PR, o shopping Catuaí nos convidou para ocupar com arte, os tapumes de espaços inutilizados em seu interior.

FICHA TÉCNICA

Autoria: Repertório Design Designers: Diego Silva, Lucas G. Cardoso, Thomas Cosin Imagens: Luan Caetano Produção gráfica e instalação: Rede Outdoor Aprovação: Mayara Lambiazzi

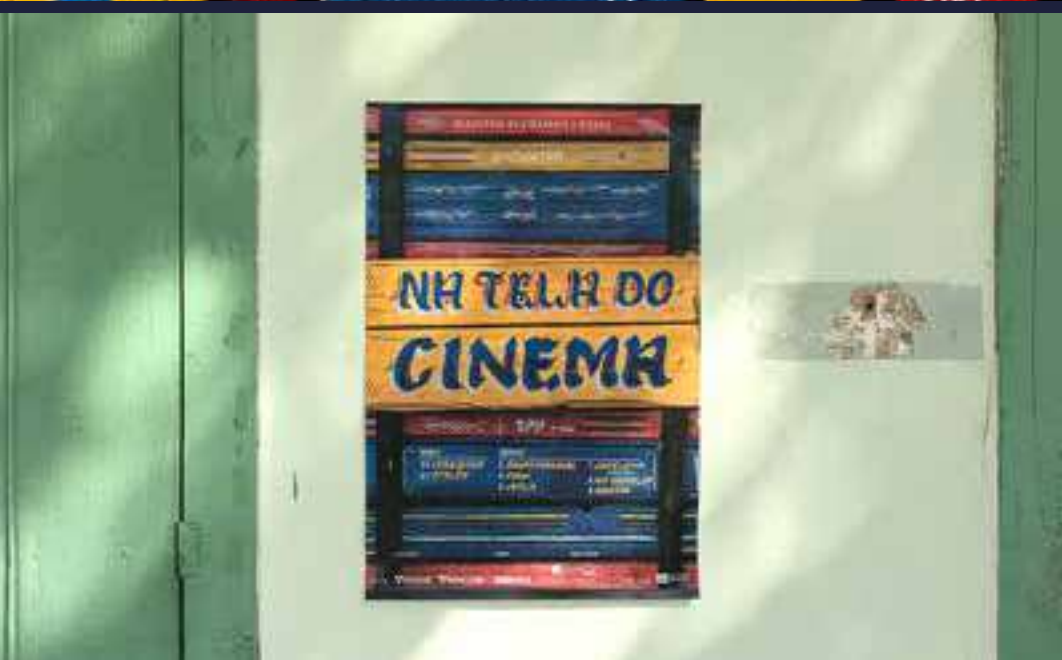
AUTORIA | ANO

Repertório Design | 2020

CLIENTE

Catuaí Shopping Maringá





DESIGN GRÁFICO |
CARTAZES



CARTAZ “NA TELA DO CINEMA”

DESCRIÇÃO DO PROJETO

“Na Tela do Cinema” é um projeto itinerante que percorre o interior do país valorizando as culturas locais e democratizando o acesso aos bens culturais através de exhibições cinematográficas ao ar livre. Sua quarta edição passou por oito cidades nas bacias dos rios Doce, Jequitinhonha e Mucuri, no interior de Minas Gerais, levando oficinas de fotografia e realizando pequenos documentários, exibidos durante as sessões. Com o mesmo propósito de resgatar tradições, convidamos o grande mestre fileiteiro Alvimar ‘Meméia’ para criar conosco o cartaz do projeto através da sua arte.

FICHA TÉCNICA

Designers: Gustavo Magno Marcelo
Dante Thomaz Lanna Neves Fileiteiro:
Alvimar “Meméia” Fotografia para produção do cartaz: Samuel Mendes Realização: Cinear Produções

AUTORIA | ANO

Coletivo Alpendre | 2019

CLIENTE

Cinear Produções



YBY FESTIVAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

YBY é o primeiro festival de música indígena contemporânea planejado e realizado por indígenas no Brasil. Realizado pela Rádio Yandê, e idealizado por Anápuáka Tupinambá Hã hã hã, o festival surge para reivindicar a ocupação do espaço artístico e cultural dos povos originários e evidenciar as tradições vivas como ferramenta de luta. Dentro do processo de identidade visual, traduzimos elementos da ancestralidade-presente, as vozes das águas (Y) e da terra (YVY). “YBY” nasce de sonhos dos povos indígenas brasileiros. O PP&B contribuiu com o desenvolvimento da marca, escolha de fonte e o pensamento das ilustrações para o YBY Festival de Música Indígena Contemporânea.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Anápuáka Tupinambá Hã hã hã e Gustavo Caboco Design: Dora Suh, Felipe Lui & Fernanda Corrêa. Desenho: Gustavo Caboco, Dora Suh, Eduardo Rosa, Felipe Lui, Fernanda Corrêa. Gerência de projeto: Lucia Angélica.

AUTORIA | ANO

Pedro, Pastel & Besouro, Anápuáka Tupinambá Hã hã hã & Renata Tupinambá | 2020

CLIENTE

YBY Festival

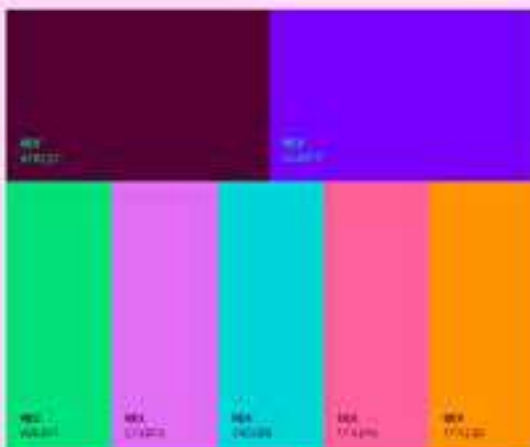


EXPERIENCE LAB

Xd Adobe XD



Xd Adobe XD
**EXPERIENCE
LAB**



**A meeting place
for students**
to explore the pursuit
of user experience design.

CALLING CODE REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
0123456789

CALLING CODE BOLD
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
0123456789



ADOBE EXPERIENCE LAB

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fui selecionado para participar do Adobe Creative Residency - Community Fund em 2020 e trabalhei na criação da identidade visual para o evento Adobe XD - Experience Lab, um espaço de encontros para alunos aprimorarem seus estudos em design de experiência do usuário. Lives streams voltadas para estudantes universitários que estão desenvolvendo seus conhecimentos e habilidades em design UX.

FICHA TÉCNICA

Will Nunes - Designer Gráfico

AUTORIA | ANO

Will Nunes Studio | 2020

CLIENTE

ADOBE



BRANDING FIAT – DESIGN DE MARCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Apesar de ser uma das marcas mais amadas e reconhecidas no Brasil, líder de vendas por 11 anos, vinha enfrentando um cenário com queda de vendas no mercado automobilístico e mudanças no comportamento do consumidor. Neste cenário, identificamos desafios, como reestabelecer relações próximas e de confiança entre a marca e seus públicos; ressignificar os vínculos emocionais que a FIAT construiu com o consumidor e voltar a ter uma comunicação que vai além de produto em si e compartilha sua visão de mundo. Resgatamos uma herança simbólica, mas com uma roupagem contemporânea e com possibilidades de aplicação da experiência à comunicação. Criamos um universo com atributos pop, urbano e democrático, compatível com uma marca ítalo-brasileira.

FICHA TÉCNICA

Ana Couto - CEO Danilo Cid - VP de Criação
 Filipe Ozelin - Diretor de Experiência
 Rodrigo Dorfman - Diretor de Criação
 Felipe Lemes - Diretor de Arte Fábio Lemos - Diretor de Arte
 Luiza Cortoni - Estratégia Gabriela Bueno - Estratégia
 Gabriel Ramos - Design Adilson Junior - Conteúdo
 Guilherme Gomes - Gestão de Projetos

AUTORIA | ANO

Ana Couto | 2020

CLIENTE

FIAT



BRASILIDADE

Athos Bulcão foi a grande inspiração para os grafismos, criando a partir de fragmentos de formatos de escudo. A tipografia é composta por duas fontes desenvolvidas por brasileiros. Com cores mais fortes e intensas, todos os elementos reforçam a nossa melhor brasilidade.



DESIGN GRÁFICO |
DESIGN DE MARCA - GRANDES EMPRESAS



REBRANDING CBF - MARCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

No projeto de rebranding da CBF, identificamos que a sua imagem precisava ser revitalizada, em todos os sentidos. Uma Marca desgastada, com percepções negativas e desconectada da sociedade e do seu público, especialmente de uma geração mais nova. Era necessário reconquistar a confiança das pessoas. Mapeamos e trabalhamos em cima dos seguintes desafios para o Design de Marca da organização. 1.Trabalhar a Marca para que ela responda às ambições de futuro da CBF e tenha maior performance no digital; 2.Melhorar a percepção da Marca CBF. Mostramos respeito à Marca e à história, trazendo o novo, sem abrir mão do passado. Mantivemos a forma do escudo, assim como a cruz no centro. As faixas ganharam movimento e se expandem para criar novas conexões, expressando a ginga e superação, dentro e fora de campo. Os grafismos são inspirados na obra do artista brasileiro Athos Bulcão, criados a partir de fragmentos do formato do nosso escudo. Nossas cores ganham mais força e intensidade, trazendo mais modernidade para a Marca nos meios digitais. A tipografia é composta por duas fontes desenvolvidas por brasileiros, o que reforça a nossa melhor brasilidade.

FICHA TÉCNICA

Ana Couto - CEO Danilo Cid - VP de Marca Gabriel Ramos - Design Rafael Torres - Design Lucas Rodrigues - Design



SILVEIRO ADVOGADOS - REDESE- NHO DE MARCA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A advocacia, assim como o mundo, está em profunda transformação. Pensando nisso, o Silveiro Advogados percebeu que era a hora de uma mudança profunda e de reinventar o próprio negócio. Para acompanhar o novo momento, fomos desafiados a repensar o posicionamento pretendido de marca e a identidade visual desse relevante escritório gaúcho com atuação internacional, fundado em 1956, reconhecido pela sua atuação full service premium e por ser destaque nos principais rankings nacionais e internacionais da advocacia. A partir de um novo escritório, de uma nova governança e de uma nova estratégia de negócio, criamos a sua nova identidade visual de marca, transmitindo a solidez, a história e a tradição herdada de seu fundador com um olhar atualizado e de vanguarda.

FICHA TÉCNICA

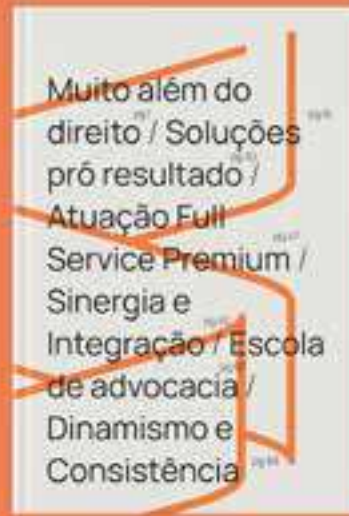
Matheus Pinto, Moises Hansen, Gabriel Kolton

AUTORIA | ANO

Valkiria Inteligência Criativa | 2020

CLIENTE

Silveiro Advogados





ARP

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Arp é o beach bar do Hotel Arpoador, localizado próximo à Pedra do Arpoador que separa as icônicas praias de Copacabana e Ipanema. O local faz parte da fachada da cidade há anos e foi completamente reformado em 2018, com cozinha comandada pela renomada chef Roberta Sudbrack. A identidade representa uma tensão constante entre o abstrato e o figurativo: uma linguagem visual geométrica e minimalista mas que também transporta o espectador à praia.

FICHA TÉCNICA

Studio: Anywhere Direção Criativa: Carlos Bocai & Julia B. Aguiar Fotografia: Leonardo Finoti, Samuel Antonini, Wendy Andrade

AUTORIA | ANO

Anywhere | 2019

CLIENTE

Grupo Arpoador



BAR DO MAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em tempo recorde precisávamos criar uma identidade para o “Bar do Mar”, o informal do restaurante “O Marmenino” (daí o nome “Bar do Mar”), três vezes eleito o melhor restaurante da cidade. O “Bar do Mar” traria pratos mais acessíveis com atendimento exclusivamente on-line, para atender a uma nova demanda criada pelo isolamento social. Comandados pelo Chef Léo Gonçalves, também eleito o melhor chef da cidade (estamos falando aqui de Fortaleza), as duas operações seguem os preceitos de uma culinária DOC (Denominação de Origem Cearense), um movimento de valorização da identidade e da cultura cearense a partir da gastronomia.

FICHA TÉCNICA

Allyson dos Reis | Direção Criativa,
Design Monike Oliveira | Gestão de projeto
Sidney Marcos | Design André Carvalho | Design

AUTORIA | ANO

Abracadabra | 2020

CLIENTE

o marmenino





BELEZINHA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Identidade visual para plataforma digital e canal de conteúdo focado em beleza e bem-estar.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2019

CLIENTE

Belezinha.com.vc



BRAFIKA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Existe uma África turística que resiste distante dos estereótipos racistas e para uma sociedade que não enxerga além do safári, isso é um afronto. Mais do que falar que existe uma África muito mais interessante, a Brafrika vem também para contar que existe #gente-pretacurtindoavida - como eles mesmo assinam - como uma fatia de mercado considerável e aponta o design como uma forma de se conectar com essas pessoas. E foi com essa premissa que o processo de identidade visual se desenvolveu. Era necessário um design atual, jovem, que absorvesse estéticas de afrofuturo para posicionar e fazer com que o negócio conversasse da forma mais afinada possível com seu público. O resultado foi uma marca levemente étnica, colorida, com possibilidade plurais que representa a delícia que é cair no mundo!

FICHA TÉCNICA

Diego Silva

AUTORIA | ANO

Diego Silva | 2019

CLIENTE

Brafrika



SOMAMOS
ANCESTRALIDADE
COM VIAGENS

BRAFRIKA

Diego Silva
2019

EL CHANCHO

DESIGN GRÁFICO |
DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS



EL CHANCHO – IDENTIDADE VI- SUAL

DESCRIÇÃO DO PROJETO

El Chanco é um restaurante, brasileiro, localizado em Fortaleza-CE, especializado em sanduíches, carnes e bebidas que surgiu da busca por uma cozinha informal, com uma comida de qualidade e preço justo. Após 5 anos, os sócios decidiram ter uma nova identidade visual mais adequada a sua posição no mercado. Além do visual, também sentimos a necessidade de entender melhor como a marca deveria falar e escrever. Para isso, desenvolvemos a identidade verbal, com o objetivo de posicionar a marca de maneira clara e diferenciada.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Regys Lima Design Gráfico; Regys Lima Ilustração: Robson Fernandez Redação: Weila Mesquita Fotografia: Gabriel Pacífico

AUTORIA | ANO

Holyc Design & Branding | 2019

CLIENTE

El Chanco





IDENTIDADE VISUAL - QUICKO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos procurados por uma gigante em infraestrutura com o objetivo de buscar oportunidades de negócios em suas concessionárias de rodovias, aeroportos e linhas de metrô para trazer inovações que impactassem de forma positiva a rotina dos seus mais de 4 milhões de usuários. Mapeamos a fundo a jornada funcional e emocional das pessoas, entendendo suas necessidades para desenvolver os pontos de melhoria na experiência e, conseqüentemente, encontrar oportunidades para desenhar um novo serviço. A partir desse estudo, criamos a Quicko, uma startup que coloca o usuário no centro da sua estratégia de negócio e já nasce com um propósito muito bem definido para conectar todas as iniciativas da empresa.

FICHA TÉCNICA

Design: Caio Campana, Felipe Takashi, Thiago Cruz, Daniel Lamare e Rodrigo Santos
Estratégia: Tatiana Garcia, Letícia Viotti, Sofia Speyer e Felipe Luna
Verbal: Marília Antunes, Mariana Shirai e Marina Finco
Parceiros: Ilustrações: Estúdio Passeio
Tipografia exclusiva: Estúdio Passeio e Ana Laydner
Motion: André Nagae

AUTORIA | ANO

iN - Consultoria de marcas | 2019

CLIENTE

Quicko

Quicko



01234
56789

Quicko Typeface



fluxo → fluxo
giro → giro
ultra → ultra

Mm Ii Jj



IDENTIDADE VI- SUAL COOPERQUI- VALE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Redesign do logo e criação da identidade visual da Cooperquivalê, uma cooperativa de produtos alimentícios advindos das comunidades Quilombolas do Vale do Ribeira. Com um grande trabalho e diagnóstico do Instituto Socioambiental (ISA), que articula com essas comunidades, houve um trabalho de reestruturação da cooperativa e do próprio ofício, e, como isso, houve a necessidade estratégica de recriar o logo e a identidade visual para alinhar a operação à comunicação da cooperativa.

FICHA TÉCNICA

Direção de criação e design: Felipe Augusto Design e ilustração Henrique Petrus Planejamento: Marina Bigardi

AUTORIA | ANO

Leste | 2019

CLIENTE

Cooperquivalê





IDENTIDADE VISUAL MORADA MEXICANA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Morada Mexicana é um restaurante de comidas típicas da culinária mexicana que tem como premissa o afeto nas relações, o frescor dos produtos e o cuidado no preparo. Em 2019 vive um momento de expansão e de reestruturação de seu posicionamento, tendo como o desafio a criação de uma comunicação que memorasse a simpatia e aconchego do espaço anterior, mas que também demonstrasse essa nova etapa de crescimento. Para isso, foi desenvolvido um novo posicionamento por meio da criação de peças gráficas como sinalização, embalagens, papelaria, cardápio, ambientação do espaço, peças promocionais e outras. Para além disso utilizamos de técnicas como a pintura, serigrafia, xilogravura e matérias como a madeira crua para ampliar a experiência sensorial do usuário e fortalecer os conceitos da marca.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Eduardo Ouvido
Design Gráfico: Eduardo Ouvido Xilogravuras e Pinturas: Gustavo Machado
Fotos: Rafael Motta

AUTORIA | ANO

Eduardo Ouvido & Gustavo Machado
| 2019

CLIENTE

Morada Mexicana





DESIGN GRÁFICO |
DESIGN DE MARCA - PEQUENAS E MÉDIAS



IDENTIDADE VISUAL PARA ELECTRA RAMEN BAR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Electra Ramen Bar é um restaurante e bar especializado em Ramen. Ramen (ou lámén) consiste basicamente em um rico caldo quente, macarrão e complementos e talvez seja o prato mais popular no Japão. É uma opção acessível, servida de maneira rápida e prática para pessoas de todas as idades e classes sociais.

FICHA TÉCNICA

Bernardo Presser e Luiz Pegoraro Jr – direção criativa, DNA de marca, naming e design
Lui Appratto – naming e design
Emanuella Wojcikiewicz – projeto arquitetônico

AUTORIA | ANO

FatFaceStudio | 2019

CLIENTE

Electra Ramen Bar



KELPI - COMIDA DE CACHORRO PRA CACHORRO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O mercado de Pets é um dos que mais cresce no Brasil, junto com a competitividade das marcas no setor. Nosso desafio com Kelpi foi criar uma marca de alimentação natural para cachorros, fazendo parte de uma transição cultural do setor.

FICHA TÉCNICA

Ciro Rocha, Laís Ribeiro, João Tiago Caramo e Gabriella Vieira

AUTORIA | ANO

Enredo | 2020

CLIENTE

Kelpi



Confluente.
que conflui. que se
une, que flui em
direção a (outro).
diz-se de ou cada
um de dois ou mais
cursos de água (esp.
rios) convergentes.

—————
—————
—————



MARCA CON- FLUENTES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Confluentes é uma iniciativa de filantropia que conecta pessoas e organizações que apoiam e realizam transformações no Brasil. Idealizada pelo Instituto Betty e Jacob Lafer, conta com um conselho de grandes organizações filantrópicas – como Instituto Ibirapitanga e Open Society – que seleciona ONGs para obter apoio financeiro dos “confluentes”, como são chamadas as pessoas que aderem à iniciativa. Além de contribuir com causas sociais relevantes (desigualdade, equidade racial, mulheres, LGBTI+ etc.) os confluentes recebem benefícios (encontros com intelectuais, visitas às ONGs). Trata-se de um formato inovador, atraindo pessoas comprometidas com a mudança, que compartilham o ideal de construir um país mais justo. Buscamos impulsionar a iniciativa por meio do design da marca.

FICHA TÉCNICA

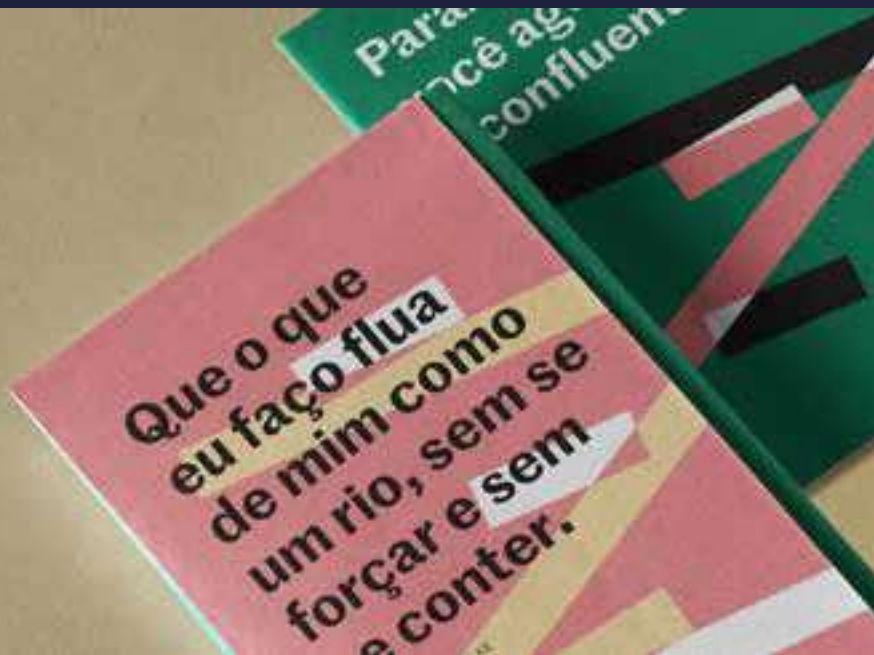
Carolina Avari Cristina Penz Daniel Soriano Gianluca Segato Isabella Piccirillo Ivan Pinheiro Rodrigo Alarcon Victoria Bevilacqua

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Instituto Betty e Jacob Lafer





TANGO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O fotógrafo Leonardo Braga buscava uma identidade que permitisse expandir seu alcance para direção de arte e vídeo e o destacasse de outras produtoras. Ele nos confiou a missão de dar forma à marca do seu estúdio, Tango, fugindo do design neutro e minimalista associado ao universo da fotografia. Construímos uma personalidade a partir da variação: o logo é apenas um dos elementos nos diversos selos que assinam as peças. Os ícones, inspirados no universo do skate e da música, e o contraste de estética manual e tipografia refinada refletem a disposição de ser diferente. O sistema, como o Tango, se adapta a aplicações mais ou menos sérias sem perder sua voz própria.

FICHA TÉCNICA

Design gráfico, ilustração e lettering
Flora de Carvalho, Dominique Kronemberger, Beatriz Batisteli / Passeio Fotografias Leonardo Braga / Tango Animações Romulo Pinheiro

AUTORIA | ANO

Passeio | 2020

CLIENTE

Tango

tango





UM MILKSHAKE
CHAMADO WANDA



UM MILKSHAKE CHAMADO WANDA REDESIGN

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Um Milkshake Chamado Wanda é um dos maiores podcasts de entretenimento no Brasil. Sendo um dos conteúdos mais acessados do PAPELPOP, aborda temas da cultura pop com muito humor. Em celebração a edição #300, desenvolvemos uma nova identidade visual que expressa a personalidade vibrante do podcast, ao mesmo tempo que honra e respeita a estética e símbolos da identidade antiga.

FICHA TÉCNICA

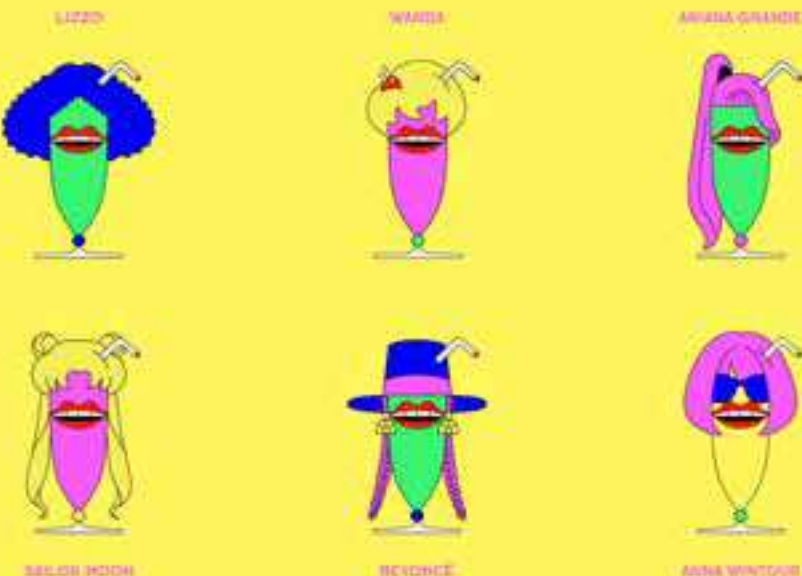
Direção de Arte, Ilustração e Design:
Jun Ionedá 3D: Felipe del Rio Gestão de Projeto: Maira Begalli

AUTORIA | ANO

Estúdio Barca | 2020

CLIENTE

Um Milkshake Chamado Wanda





VURGUESA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vurguesa é uma hamburgueria vegana operando por delivery em Buenos Aires, criada durante a pandemia da Covid-19 pelo mesmo idealizador do restaurante SACRO (<http://www.sacro.com.ar/>). Seu nome brinca com a junção das palavras “hamburguesa” (hambúrguer em espanhol) + “vegan”, criando também uma relação com a palavra “burguesa.” A partir desse contexto desenvolvemos um logotipo e sistema de identidade visual focado principalmente no ambiente digital, visto que o contexto da pandemia não possibilitava pontos de contato físicos além da embalagem de entrega.

FICHA TÉCNICA

Direção de Arte / Designer Sênior: Jun Ionedá Designers: Sofia Carvalho, Luisa Prat Fotografia: Mechi Fahs Benchmarking, tendências e storytelling: Gustavo Jreige Gestão de Projeto: Maira Begalli

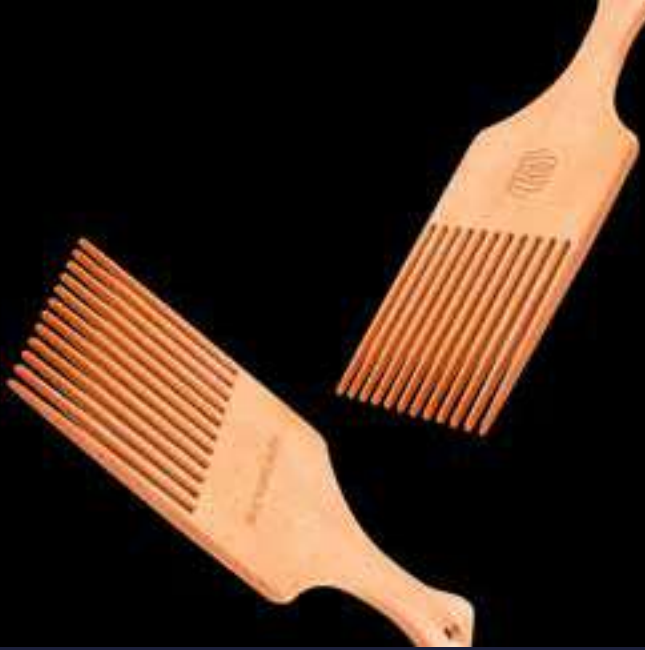
AUTORIA | ANO

Estúdio Barca | 2020

CLIENTE

Vurguesa





SHOWBLACK

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Carente de uma narrativa visual sólida, desenvolvemos para a Showblack um sistema de identidade visual completo. Procuramos criar formas de assinatura, elementos, cores e construções tipográficas que contribuíssem para um amplo universo de marca, com diferentes aplicações e possibilidades.

FICHA TÉCNICA

Autoria: Repertório Design Designers: Diego Silva, Lucas Betinardi, Thomas Cosin Ilustrações: João Victor Carneiro Imagens: Matheus Juvêncio Motion graphics: Fabio Carneiro Aprovação: Carlos Alberto Soares Jr.

AUTORIA | ANO

Repertório Design | 2019

CLIENTE

Showblack

SHOWBLACK

SHOWBLACK



SHOWBLACK



ART OF SELLING PERFUME

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A proposta da perfumaria da Avon é ter uma fragrância para cada pessoa, para que cada um tenha a liberdade de escolher a melhor expressão olfativa de si mesmo. Por isso, seu portfólio é extenso e diverso, tornando um desafio informar e capacitar as representantes sobre as várias fragrâncias da marca. Criar uma ferramenta que mostre os diferentes produtos, seus conceitos, suas embalagens e descrição de essências é fundamental para as consultoras se sintam informadas e confiantes para indicar o melhor perfume às suas clientes. Para chegar ao resultado que desejávamos, buscamos no próprio nome Avon um elemento-chave para o que criamos para este projeto.

FICHA TÉCNICA

Co-fundador: Marcio Mota; Diretora de Criação: Cris Inoue; Líder do projeto: Luca Bacchiocchi; Designer: Pedro Mattos; Verbal: Vivi Kano.

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Avon UK





DESIGN GRÁFICO |
GRÁFICA APLICADA



CAFETERIA FILMES – GRÁFICA APLICADA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Cafeteria Filmes Co. é uma produtora de vídeos com um “twist”. Assim como o nome já diz, eles amam o universo do café e levam muito dele como parte da sua personalidade. Não como um tema, mas como essência. São apaixonados por histórias e isso os leva para um universo de pessoas singulares. Desenvolvemos para esse projeto mais do que peças de design gráfico, trouxemos as produções de pessoas locais para vestir a Cafeteria Filmes de significado e história. Com isso, trabalhamos no reposicionamento e estratégia de marca, re-design da logo e identidade visual, site, embalagens, ilustrações e produtos.

FICHA TÉCNICA

Diretor Criativo Gabriel Macohin Branding/Design Gabriel Macohin/ Paulo Doi Vídeo/Motion design Cafeteria Filmes/ Paulo Doi Sound design e trilha Felipe Scalone Programação Programatório Fotos Ber Sardi Redação Simone Semprebon/ Paulo Doi Agradecimentos Cornelia Gamerschlag Elisa Fogo - Cerâmicas Barba's Couro

AUTORIA | ANO

Petrikór Design | 2020

CLIENTE

Cafeteria Filmes



CONCERTOS RE- NASCENTISTAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto “Concertos Renascentistas” constitui a criação da identidade visual da temporada 2019 da Orquestra Canção das Iluminuras. O objetivo da temporada foi realizar concertos que dessem maior visibilidade para a produção musical do período da renascença, época normalmente associada à sua incrível produção nas artes plásticas, mas pouco rememorada na música, com boa parte de seus principais compositores tendo poucas aparições na programação das orquestras tradicionais. A orquestra demandou a construção de uma identidade que remetesse ao período renascentista, porém, sem a utilização de referências diretas (como por exemplo, pinturas clássicas já conhecidas pelo público). Em resumo, era preciso referenciar a renascença através de uma linguagem atualizada e moderna.

FICHA TÉCNICA

Matheus Augusto Gomes Valentim,
Luísa Bacelar Resende, Pedro Henrique
Lopes Ribeiro

AUTORIA | ANO

Moscou Design | 2019

CLIENTE

Canção das Iluminuras





DESIGN GRÁFICO |
GRÁFICA APLICADA



PETRIKÓR – GRÁFICA APLICADA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Petrikór é um escritório de branding que ajuda empresas únicas a encontrar e expressar sua voz para as pessoas certas. A crença estruturante de todo o posicionamento de marca se dá na convicção de que por trás de cada empresa, marca e “público-alvo” existe apenas uma coisa: Pessoas. E nós acreditamos nelas. Nesse projeto, desenvolvemos posicionamento e estratégia de marca, naming, voz, logo, identidade visual e site.

FICHA TÉCNICA

Diretor Criativo Gabriel Macohin Branding/Naming/Design Gabriel Macohin/ Paulo Doi Motion design/ Vídeo Paulo Doi Programação Programatório Fotos Jota Oshiro Gráfica Universal Redação Simone Semprebon/ Paulo Doi/Gabriel Macohin

AUTORIA | ANO

Petrikór Design | 2019

CLIENTE

Petrikór Design



POCHETÃO RUN- NER APPROVED

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para o lançamento do NIKE REACT INFINITY RUN, fomos convidados a idealizar, desenvolver e produzir o seeding visando apresentar o novo tênis a influenciadores de mídias e atletas do país

FICHA TÉCNICA

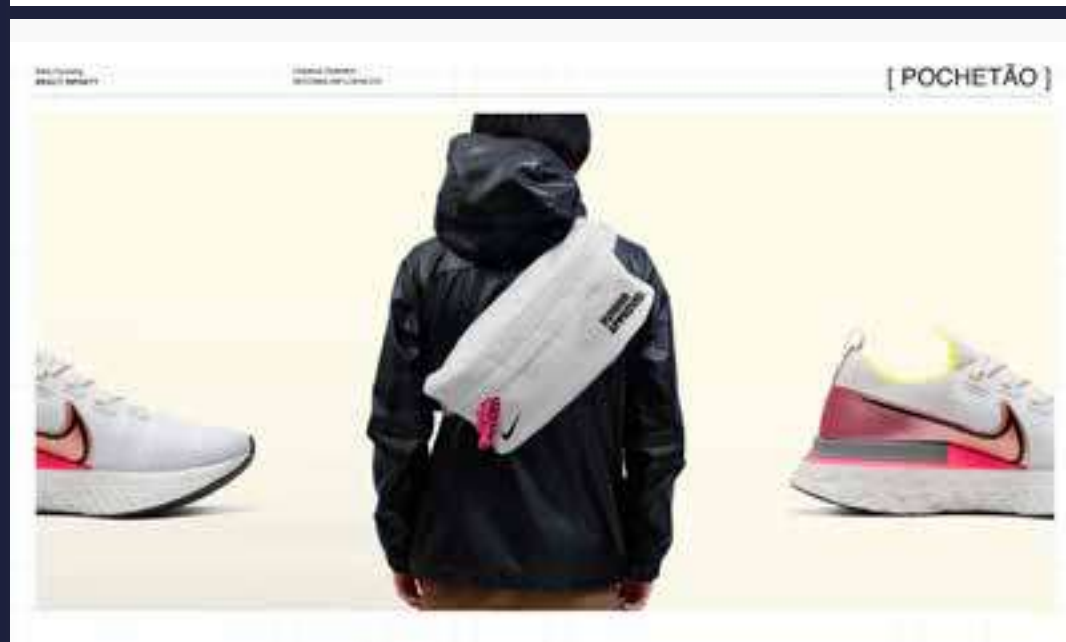
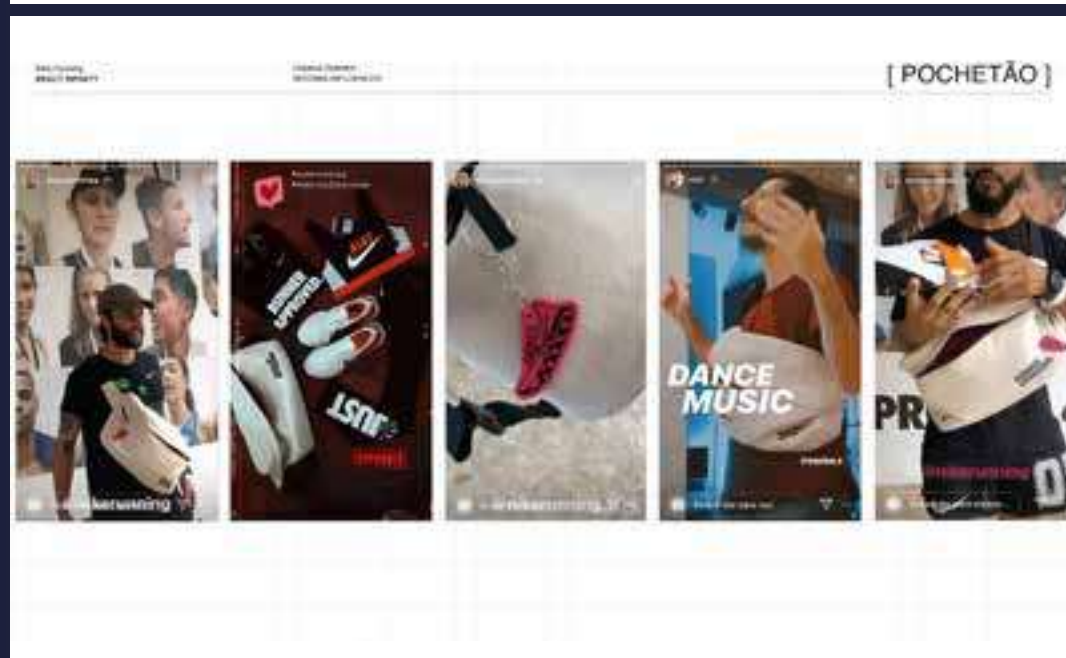
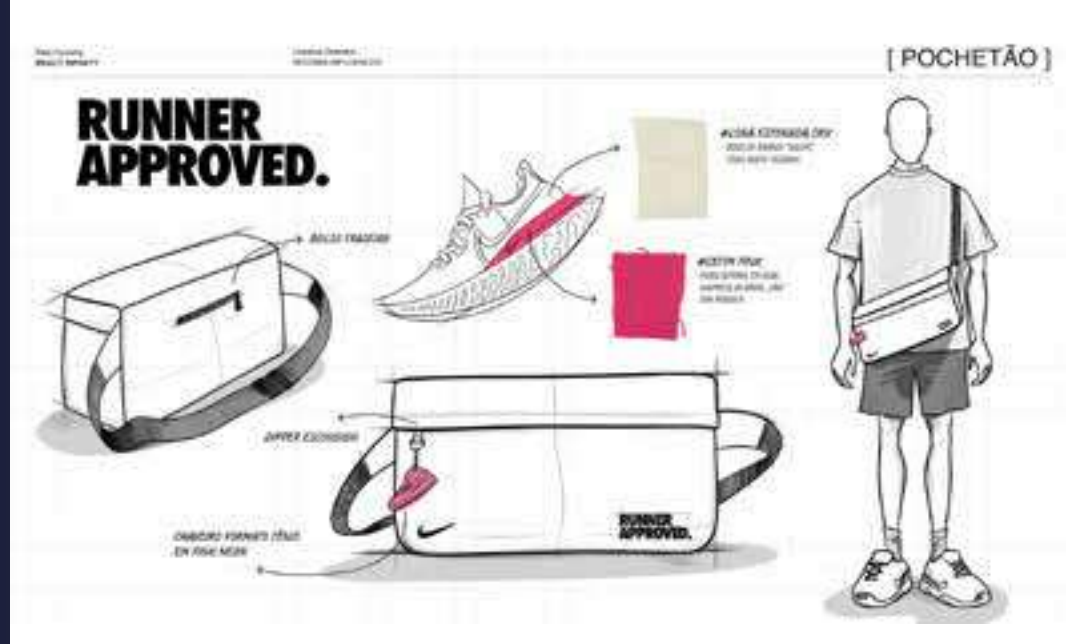
Diretor de criação: Daniel Araujo
Diretora de atendimento: Debora Chiofolo

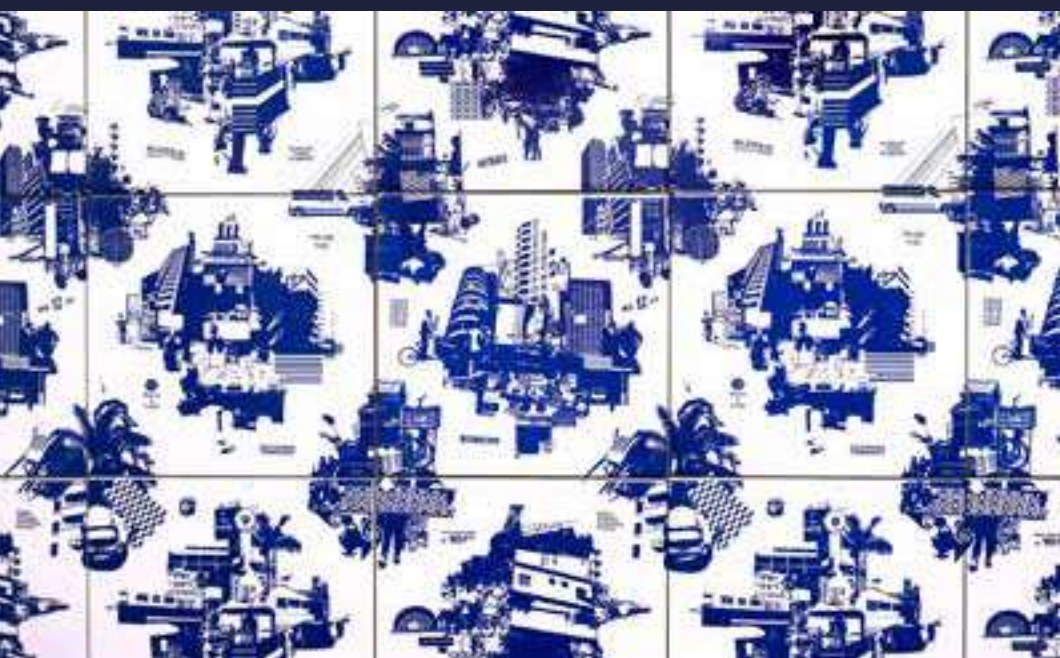
AUTORIA | ANO

Elefante Project | 2019

CLIENTE

Nike





PORCELANAS TRÂNSITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Série de produtos de porcelana — pratos, xícaras, canecas, azulejos e apoio para copos — trazendo uma leitura gráfica da São Paulo contemporânea que une passado e presente de uma cidade fragmentada e polifônica. Miragem às avessas, “Trânsitos” trafega no sentido inverso da imagem que, quanto mais próxima da vista, mais se desvanece. À certa distância, acredita-se estar diante de uma estampa que remete às padronagens dos antigos Toiles de Jouy, mas semelhança não dura muito tempo. Afinal, “Trânsitos” não busca mimetizar uma modulação clássica e recheá-la com temáticas atuais para, assim, despertar sedutores perfumes nostálgicos: o sintético, o esquemático, não se sustenta na São Paulo polifônica e fragmentada que oferece múltiplos percursos, sem nunca indicar com clareza onde exatamente ficam suas placas de entrada ou saída.

FICHA TÉCNICA

Design: Gustavo Piqueira e Samia Jacintho

AUTORIA | ANO

Casa Rex | 2019

CLIENTE

Casa Rex

DESIGN GRÁFICO

MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO

CHARCUTERIA SAGRADA FAMÍLIA



PRIMEIRA CHARCUTARIA
DE MINAS GERAIS
1911

TEMER GORDURA
EM NOSSAS TERRAS

SILVA COMEÇAMOS
OS ANOS PARA
PRODUZIR O
MEHOR PRODUTO

POR ISSO ESTAMPAMOS
NO SACO DAS NOSSAS
CARNES A CELEBRAÇÃO
DE NOSSA ORIGEM



CHARCUTERIA SAGRADA FAMÍLIA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação da nova identidade da Charcuteria Sagrada Família, a primeira de Minas Gerais. A inspiração veio do orgulho do cliente de ser regional, que usa o terroir norte mineiro para curar suas carnes. Celebramos o principal atributo do produto na nova linguagem da marca, que dá vida as texturas de gordura que realçam os sabores e as conectam com sua origem em forma de mapas.

FICHA TÉCNICA

Direção e design: Camilla Mattos e Carol Ohashi

AUTORIA | ANO

Camilla Mattos e Carol Ohashi | 2020

CLIENTE

Charcuteria Sagrada Família





DESIGN GRÁFICO |
MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



COCA-COLA FLAVORS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fortalecer a estratégia de sucesso de One Brand, por meio da inclusão de Coca-Cola Flavors sob seu guarda-chuva, lembrando aos nossos consumidores que Coca-Cola Flavors oferece uma outra forma deliciosa de saborear uma Coca nos momentos em que desejam algo novo e diferente. Desenvolvemos um novo Sistema de Identidade Visual focado em shopper marketing para fazer com que os consumidores de Coca-Cola reconsiderem Coca Flavors, aumentando o awareness, experimentação e recompra.

FICHA TÉCNICA

Dir. Criação: Ricardo Bezerra Executiva da Conta: Renata Costa Designer: Camila Moletta

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Coca-Cola



COCA-COLA WORLD WITHOUT WASTE

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados para criação da identidade da plataforma de sustentabilidade da The Coca-Cola Company para toda a América Latina. Lançada no México em peças de comunicação Out of Home, a campanha será desdobrada inicialmente em toda a América Latina, como parte da estratégia global de sustentabilidade da Coca-Cola Company.

FICHA TÉCNICA

Estrategista: Juliana Barreto Dir.
Criação: Ricardo Bezerra Executiva da Conta: Renata Costa Designers: Camila Dias, Julia Custódio Redator: Gustavo Feyer Fotografo: Martin Wonnacott

AUTORIA | ANO

Tátil | 2020

CLIENTE

Coca-Cola





DESIGN GRÁFICO |
MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



HISTÓRIA DA POESIA VISUAL BRASILEIRA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A exposição História da Poesia Visual Brasileira, realizada em 2019 no Sesc Bom Retiro, traçou um recorte panorâmico da produção da poesia de vanguarda brasileira. Foi criada uma identidade visual capaz de atrair e integrar o público heterogêneo do Sesc, demandas cada vez mais prementes do setor da economia criativa e das instituições culturais. A comunicação visual abrange o caráter múltiplo da mostra, composta de mais de 300 obras de 145 artistas do século XVII aos dias atuais, baseadas em práticas experimentais e diversos suportes e linguagens. O logotipo e um conjunto de obras emblemáticas são apresentados na estética de lambe-lambe, dialogando com as instâncias alternativas de produção e circulação das obras. Todas as fontes licenciadas para o projeto são brasileiras.

FICHA TÉCNICA

Design Gráfico: Raíza Bruscky
Exposição "História da Poesia Visual Brasileira" - Organização: Paulo Bruscky, Raíza Bruscky e Yuri Bruscky. Curadoria: Paulo Bruscky, Yuri Bruscky e Adolfo Montejo Navas. Produção: Oiya Projetos Culturais e Frida Projetos Culturais. Arquitetura: Anna Helena Villela. Fotografias: Raíza Bruscky e Brenda Amaral

AUTORIA | ANO

Raíza Bruscky | 2019





IDENTIDADE VISUAL - QUICKO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos procurados por uma gigante em infraestrutura com o objetivo de buscar oportunidades de negócios em suas concessionárias de rodovias, aeroportos e linhas de metrô para trazer inovações que impactassem de forma positiva a rotina dos seus mais de 4 milhões de usuários. Mapeamos a fundo a jornada funcional e emocional das pessoas, entendendo suas necessidades para desenvolver os pontos de melhoria na experiência e, conseqüentemente, encontrar oportunidades para desenhar um novo serviço. A partir desse estudo, criamos a Quicko, uma startup que coloca o usuário no centro da sua estratégia de negócio e já nasce com um propósito muito bem definido para conectar todas as iniciativas da empresa.

FICHA TÉCNICA

Design: Caio Campana, Felipe Takashi, Thiago Cruz, Daniel Lamare e Rodrigo Santos
Estratégia: Tatiana Garcia, Letícia Viotti, Sofia Speyer e Felipe Luna
Verbal: Marília Antunes, Mariana Shirai e Marina Finco
Parceiros: Ilustrações: Estúdio Passeio
Tipografia exclusiva: Estúdio Passeio e Ana Laydner
Motion: André Nagae

AUTORIA | ANO

iN - Consultoria de marcas | 2019

CLIENTE

Quicko

Quicko



01234
56789

Quicko Typeface



fluxo → fluxo
giro → giro
ultra → ultra

Mm Ii Jj

MOTI
MOTI



MOTI MOTI

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos procurados pelos fundadores da Moti Moti, empresa brasileira produtora de mochi ice cream, para repensar a identidade visual da marca. A linguagem que estava em circulação não favorecia a apresentação do produto - colorido, saboroso e com textura surpreendente. Assim, iniciamos um trabalho de estudo e imersão para conseguir traduzir todo o espírito de Moti Moti. Além disso, buscamos entender quais eram os principais pontos de contato com o consumidor para, dessa forma, entregar a solução ideal à comunicação do negócio, que estava começando um forte plano de expansão online e offline. Para esse rebranding, nos entregamos à surpresa de cada Moti Moti!

FICHA TÉCNICA

Co-fundador: Marcio Mota; Diretora de Criação: Cris Inoue; Líder do Projeto: Carol Ohashi; Designers: Jade Aiello e Letícia Zanfolim, Fotografia: Cris Inoue, Camila Mott e estúdio Ruído. Verbal: Andressa Trindade e Jana Fernandes

AUTORIA | ANO

Pharus Bright Design | 2019

CLIENTE

Gente Alimentos





NATURA EKOS ALMA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Fomos convidados pela Natura para desenvolver a linguagem do novo produto da sua perfumaria prestigie. A expectativa era imensa. O último lançamento nessa categoria pela Natura havia sido há 14 anos, com o “Perfume do Brasil”. Para isso, a marca lançou mão de todo seu poder de inovação, fazendo do novo produto, o perfume “Ekos Alma”, um dos destaques do ano em que a empresa completou 50 anos de história. O desafio da linguagem foi igualmente grande. Unir a atmosfera onírica consagrada pela alta perfumaria com a linguagem visceral de Natura Ekos. Era preciso descrever, em imagens, cores, textos e sons, a sensação provocada por uma fragrância que é uma verdadeira experiência olfativa: a união de cinco óleos essenciais que captam o lado mais profundo e espiritual da floresta amazônica.

FICHA TÉCNICA

Direção Criativa: Ricardo Bezerra, Beto Biscesto
Design: Camila Cannavale, Julia Liberati, Lucas Cobucci, Vinicius Tamajusuku
Estratégia: Amanda Gebara
Redação: Elen Campos
Atendimento: Ulliana Ferrari, Camila Leopoldo, Ana Giacosa, Paula Chagas
Produção: Valéria Forte

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura



almas





NATURA EKOS ES- SÊNCIAS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Perfumaria Natura construiu um forte posicionamento para a categoria: A CASA DE PERFUMARIA DO BRASIL. Por outro lado, Ekos é uma marca muito proprietária e autêntica, que carrega alguns dos seus mais importantes valores: sustentabilidade e comércio justo, além de toda a potência da biodiversidade amazônica aliada à grande tecnologia cosmética. Apesar de tudo isso, a perfumaria de Natura Ekos não se posicionava à altura de sua potência. Por isso, nosso desafio inicial foi traduzir o novo posicionamento da marca em expressões visuais, verbais e multissensoriais. Como traduzir a evolução da marca somada aos códigos de sofisticação da categoria, tratando de um assunto tão específico como a floresta Amazônica?

FICHA TÉCNICA

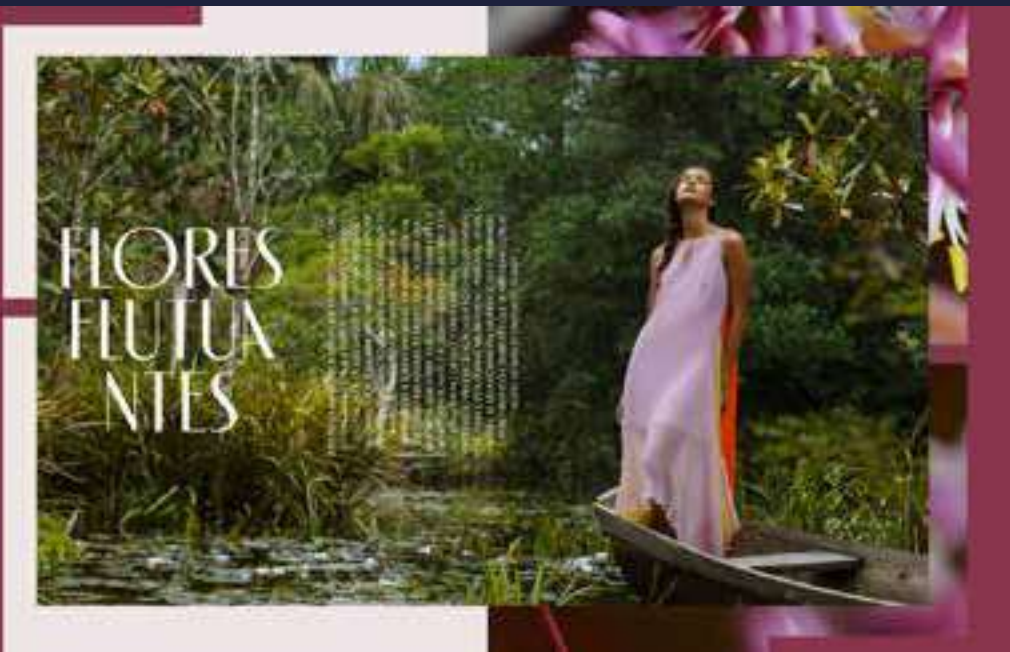
Direção Criativa: Ricardo Bezerra,
Beto Biscesto Design: Camila Cannavale, Julia Liberati, Lucas Cobucci, Vinicius Tamajusuku Atendimento: Ulliana Ferrari, Camila Leopoldo, Lucas Fontes, Paula Chagas Produção: Valeria Forte Fotografia: Glesson Paulino Tipografia: BlackLetra

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura





NATURA TEMPO DE RELAÇÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Como a Natura, uma marca reconhecida por cuidar das relações, pode celebrar o tempo de casa de sua rede de colaboradores, criando uma experiência que expresse o seu jeito de ser e ressoe com as pessoas?

FICHA TÉCNICA

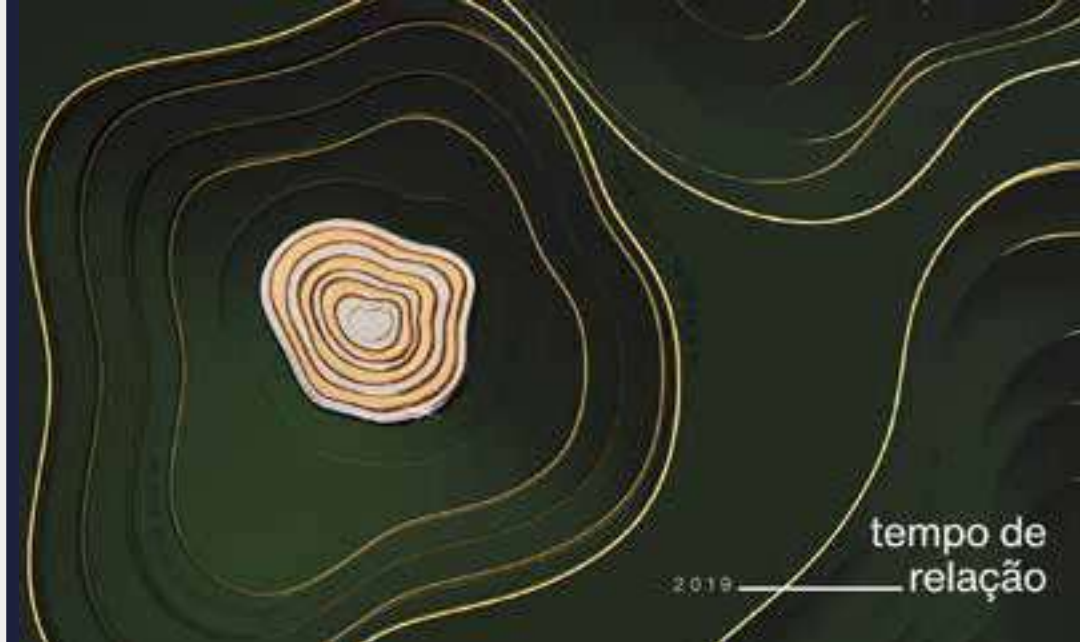
Ficha Técnica: Dir Criativa: Fred Gelli, Beto Biscesto Design: Julia Liberati, Vinicius Tamajusuku, Rodrigo Presotto, Stephanye Parraga, Tomás Miller, Lucas Cobucci Estratégia: Amanda Gebara Redação: Elen Campos Negócios: Ulliana Ferrari, Paula Chagas, Ana Giacosa Produção: Ana Mendes, Davi Marques, Emmanuel Zanoni, Poliana Castro, Valéria Forte

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Natura





OPEN AIR

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Diante da pandemia da COVID-19 e a consequente alta na demanda por ventiladores pulmonares, decidimos colocar nosso know-how em tecnologia e design a serviço da sociedade. O aparelho foi inspirado em um modelo open factory do MIT (Massachusetts Institute of Technology). Adaptado pela nossa equipe técnica e de design de acordo com apontamentos da nossa equipe médica, aprimoramos sua usabilidade para atender aos requisitos da ANVISA. Toda identidade visual foi criada com base na simbologia do vento, do ar e da igualdade, se transformando em um símbolo que se mantém em movimento ritmado e com sound design de respiração, de maneira que as duas formas que o compõem trocam de lugar e se colocam uma no lugar da outra, trazendo a sensação de troca de ar e de empatia, elemento principal do projeto.

FICHA TÉCNICA

Gabriel Lopes – Idealizador e CEO André Tritziack – IoT Manager Anie Lou Lima – Diretora de Novos Negócios Eduardo Moreno – Head de UX/UI Fabio Marin – Produtor de Conteúdo Felipe Valente – Diretor de Conteúdo e Estratégia Juliana Menezes – Gestora de Projetos Juliano Aguiar – UX/UI Designer Mike Câmara – Diretor de Criação

AUTORIA | ANO

EMPATHY COMPANY | 2020

CLIENTE

BE OPEN



PROJECT.ATO

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Project.ato é um projeto viabilizado por editais de incentivo a cultura, e que através de espetáculos, oficinas e vivências introduz a linguagem corporal dia a dia das pessoas ocupando toda a cidade com a dança. Recebemos o desafio de criar uma linguagem visual único e artesanal para identidade do projeto, e o ponto que mais nos questionou desde o início foi a inquietação sobre como representar de forma estática algo que fala tanto sobre movimento.

FICHA TÉCNICA

Autoria: Repertório Design Designers: Diego Silva, Thomas Cosin
Corpo: Alexandra Delgado, Ana Clara Poltronieri, Flávio Magalhães, Maria Glória Poltronieri
Imagens: Max Miranda (Fenda)
Aprovação: Maria Glória Poltronieri

AUTORIA | ANO

Repertório Design | 2019

CLIENTE

Project.ato





BEFORE

AFTER



REDESIGN EM- BALAGEM – LEITE PAULISTA

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Paulista nasceu em 1933, com o objetivo de produzir e colocar na mesa da família brasileira o leite da mais alta qualidade possível. Enquanto a qualidade dos produtos é reconhecida até hoje, a marca não transmitia a modernidade que a categoria exige e a tradição que possui. O desafio foi aumentar a percepção de valor através de uma identidade visual que pudesse trazer à vida o frescor e a pureza dos produtos, considerando a personalidade da marca: humana, simples e próxima. A solução trouxe iconicidade à vaca, símbolo da marca, inspirada em desenhos de embalagens do passado assim como o logotipo. O rótulo limpo reforça o frescor e a pureza do leite e sua origem de fazenda. A forma de apresentação dos ingredientes reafirma uma nova perspectiva, moderna, próxima e confiável.

FICHA TÉCNICA

Diretor de criação: Alexander Sugaí
Diretor de design: Widmarck Jesse
Gerente de conta: Mariela Basile Pro-
dução gráfica: Marcella Nishida Cliente:
Mariana Dutra

AUTORIA | ANO

Dragon Rouge | 2019

CLIENTE

Danone Brasil





DESIGN GRÁFICO |
MARCA DE PRODUTO OU SERVIÇO



TUDUM FESTIVAL NETFLIX

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Bem-vindos ao Tudum, o primeiro festival da Netflix. Um evento especialmente criado para o público young adult: multi possibilidades, multi interatividade, multi estímulos. E para apresentarmos a marca Tudum com tudo, criamos, mais do que apenas um festival, mas um lugar seguro para ser você mesmo, em que a coexistência é palavra-chave e a diversidade e a inclusão estão em tudo. Da programação à produção, convidamos as pessoas a vivenciarem pela primeira vez o universo Netflix de um jeito real, trazendo as séries e conteúdos cultuados pelo público de forma icônica e lúdica, através de ideias e ativações memoráveis. Um encontro que reuniu atrações nacionais e internacionais em 4 dias de experiência no prédio da Bienal de São Paulo.

FICHA TÉCNICA

Patricia Pinheiro Ulliana Ferrari Beto Biscoito Rico Gelli Ana Giacosa Valeria Forte Emmanuel Zanoni Thomas Miller Nathan Esteves Ingrid Taveira Amanda Gebara Elen Campos Paula Marchiori Vinicius Tamajusuku Cahuê Abatipietro Ana Mendes Stephanye Parraga David de Oliveira Marques Amanda Minto Rodrigo Presotto Luisa Simões Carla Garofalo

AUTORIA | ANO

Tátil | 2019

CLIENTE

Netflix



CAIXA DE CHÁS RELAXANTES

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Na Megalo acreditamos nas relações humanas e no crescimento que elas proporcionam, por isso bons relacionamentos vem sempre em primeiro lugar. Foi pensando nos parceiros que por algum motivo deixaram de trabalhar conosco que criamos o kit de Chás Relaxantes. A caixa contém 4 tipos diferentes de ervas, cada sachê associa as propriedades fitoterápicas do chá aos problemas que podem surgir durante um projeto com outras agências. O presente é uma provocação bem humorada, uma lembrança de que, se ainda trabalhássemos juntos, certas situações teriam sido evitadas. Queríamos um presente que causasse impacto e nos mantivesse na memória, então criamos um produto que reflete a maneira que desenvolvemos nossos projetos: com proximidade, bom humor e dedicação para pensar em cada detalhe.

FICHA TÉCNICA

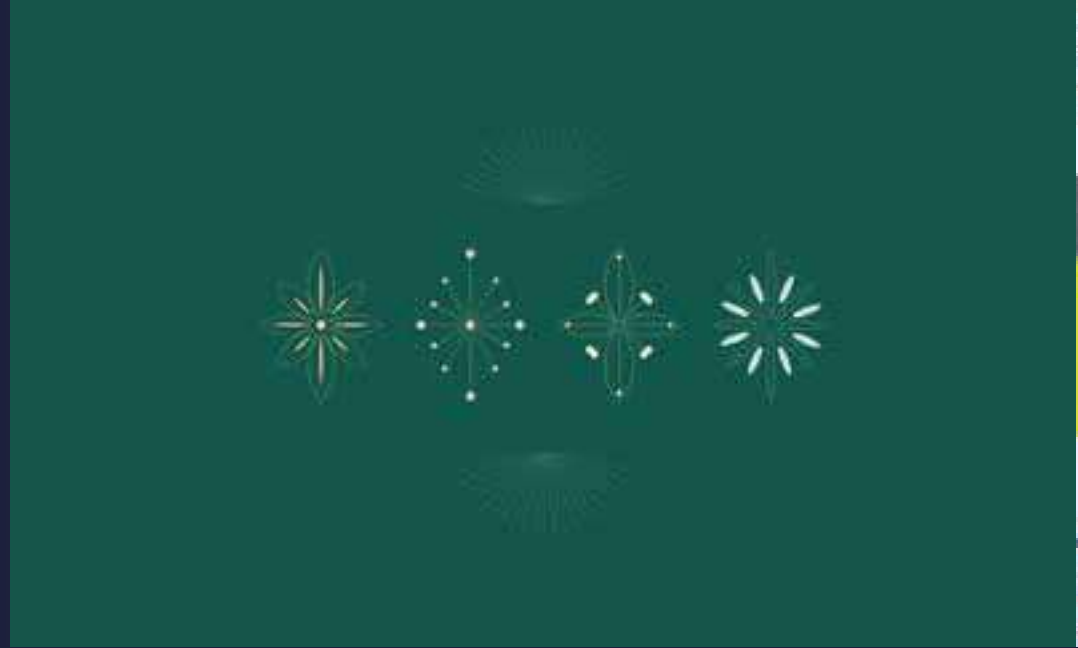
Direção de Criação: Samuel Oliveira e Rodrigo Deligi
Gerente de contas: Thais Laruccia
Design: Rafael Carozzi e Paula Fioretti

AUTORIA | ANO

Megalo | 2020

CLIENTE

Megalo





NÉKTAR DIN- GBATS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Para comemorar seus 15 anos, a Néktar Design criou uma fonte dingbats. Alinhada com sua essência, que tem como proposta aplicar o design vivo para nutrir marcas, foi criada uma família de ícones inspirados no universo Néktar, para acompanhar o ícone da abelha que faz parte da identidade. Letras viraram flores, frutas e animais que polinizam combinadas a elementos de design. O resultado foi um alfabeto totalmente relacionado à identidade da empresa que se transformou em recurso gráfico para posters, moleskines e materiais de autopromoção da marca.

FICHA TÉCNICA

Direção criativa: Paula Langie Type design: Ana Laydner, Estúdio Passeio Design e produção: Ana Cruz, Gabriel Hoch Jaques, Lua Borges, Thomas Guedes, Roberta Hentschke, Fabiana Silva, Paula Barreto Motion: Berro Motion Impressão: Comunicação Im-
pressa

AUTORIA | ANO

Néktar Design | 2019

CLIENTE

Néktar Design



tipografia



natureza



mel



design





CAFEZINHO DO BRASIL: FEITO DE JEITOS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Sucesso em 2016, quando foi lançado pela primeira vez no Brasil, o Cafezinho do Brasil voltou em 2019 como cápsula de Edição Limitada, e todos os assets da campanha de relançamento foram desenvolvidos, localmente, pela FutureBrand – incluindo os Materiais Promocionais de Ponto de Venda para 33 Boutiques (lojas próprias da Nespresso) e para diversas lojas parceiras de trade no Brasil. Nosso principal desafio foi dar vida ao conceito do Cafezinho do Brasil, sintetizado em sua tagline Feito de Jeitos, por meio do enxoval de peças, mostrando, estrategicamente, como o café está presente na vida dos brasileiros, ao lado das nossas diversas representações culturais.

FICHA TÉCNICA

César Hirata Cristina Penz Tomás Debeus Mateus Potumati Mateus Prado Alysson Nunes Carolina Brandileone Otávio Queiroga Beatriz Vilela Marcia Godoy Francisco Fernandes Daniel Soriano Everton Silva Daniel Yaginuma Roberto Junior Mariana Blessa Alan Munhoz

AUTORIA | ANO

FutureBrand São Paulo | 2019

CLIENTE

Nespresso





JACK O' BASTARD

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criar edições especiais para o Halloween virou uma tradição entre as cervejarias artesanais. E geralmente envolve abóbora, como se fosse uma boa ideia. Mas a Bastards tem um histórico de mandar um fod@-se para as tradições. O que deixa a brincadeira beeeem mais divertida. Foi neste cenário que nasceu a Jack O' Bastard, a primeira Phantom Ale do mundo. Uma cerveja que você não vê, não sente o cheiro e não bebe. Mas paga mesmo assim. Como toda cerveja Bastards, ganhou rótulo, campanha e produtos exclusivos. Mas quando alguém pedia no bar, tudo o que recebiam era um copo vazio. Mas isso tem motivo. Além de levar um copo como lembrança, quem entrava na brincadeira descobria que 100% do valor arrecadado com a venda da Phantom Ale foi destinado à ONG Solidaripatas, que ajuda cães abandonados.

FICHA TÉCNICA

Direção de Criação: Rodrigo Poersch
Head de Criação: Gean Santos & Rafael Pavelegini
Redação: Rafael Pavelegini
Direção de Arte: Thiago Benato
Ilustração: Thiago Benato
Design: Thiago Benato & Jordy Kuster
Filmes & Animação: Ambiência Produtora de Áudio
Fotos: Fernando Zaroni & Izadora Padilha

AUTORIA | ANO

SoWhat | 2019

CLIENTE

Bastards Brewery



FICHA TÉCNICA

Realização - ABEDESIGN

Parceiros - ABD | ABRE | ap:design | AsBea | Centro Brasil Design | prodesign>pr |

Arjowiggins | abstartups | Sutto Serigrafia

Patrocinador Oficial - École Intuit Lab

EQUIPE ABEDESIGN

Diretoria

Camila Tabacchi - Gerente Executiva

Larissa Denis Dallal - Gerente Executiva

Guilherme Marques - Marketing e Comunicação

Tainá Evaristo - Produção

PATROCÍNIO OFICIAL

École Intuit Lab

IDENTIDADE VISUAL

Miligrama