

# Os 50 trabalhos escolhidos

A pluralidade de conceitos e de produtos destaca a dinâmica brasileira e a qualidades dos designers

**D**as 1.391 produções inscritas, a 12ª Bienal Brasileira de Design Gráfico selecionou 500 para compor o refinado catálogo de 560 páginas do evento. Todos estarão detalhados também no site da bienal ([bienaladg.org.br](http://bienaladg.org.br)). Mas a curadoria optou por expor 50 peças na mostra da Caixa Cultural escolhidas pelos jurados. A premiação será amanhã no campus do ICSB Norte.



● Branding, marca e identidade visual da YOUSE, a plataforma de venda de seguros online da Caixa Seguradora, desenvolvidos pela agência Ana Couto Branding (RJ/SP).



● Capa do livro MAIS LEVE QUE O AR, com design de Daniel Justi (SP) e ilustrações de Camila Barrera Daza, para a Editora Lote 42. (É um dos cinco cases que serão apresentados na Conferência Design Gráfico Brasil 2017)



● Capa do livro O ANO DA LEBRE, de Angelo Allevaro Bottino (RJ), para a Editora Bertrand Brasil.



● Brinde corporativo de aniversário ALL YOU NEED IS AN APPLE, da BLABLU (PR), composto por uma caixinha — envolvida por uma pequena toalha colorida que brinca com títulos de canções dos Beatles — com duas maçãs do amor enviada para os clientes no dia do seu aniversário.



● Série de cartazes CHÁ COM CARTAS, do Estúdio Lampejo, utilizando a escrita de cartas anônimas e a arte postal combinando impressão, colagem de etiquetas adesivas e selos, e aplicação de carimbos diversos.



● Cartaz da SEMANA DE ARTE DE LONDRINA, do Estúdio Mero (PR).



● Cartaz para o documentário OSCAR NIEMEYER — A LUTA É LONGA, da Visorama (RJ).

● Redesenho da famosa série de livros infantojuvenis COLEÇÃO VAGA-LUME, pelo Laboratório Secreto (RJ), adotando uma estética pulp que valoriza as ilustrações originais da década de 1970, com um acabamento especial em verniz fluorescente que brilha no escuro como um vaga-lume.



● Cartazes MOTIM 2016, de Felipe Mello Honda e Leandro Mello Honda (DF), para divulgar o Mercado de Produção Independente, evento anual que ocorre em Brasília reunindo diversos produtores de zines, pôsteres, quadrinhos, moda etc.



● Cartazes colaborativos VOLUME ONE, de Henrique Eira (DF) e Aamina Ganser (EUA), reunindo 24 designers do California Institute of the Arts (Calarts), nos Estados Unidos. O projeto aborda o tema "transição" através de três cartazes de oito camadas, sendo cada uma projetada por um designer diferente. (É um dos cinco cases que serão apresentados na Conferência Design Gráfico Brasil 2017)



● Projeto de sinalização da Greco Design (MG), para o CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO MARCO ANTÔNIO VELLOSO DE ARAÚJO, desenvolvido com papelão reutilizado, suportes metálicos e impressão em vinil adesivo. (É um dos cinco cases que serão apresentados na Conferência Design Gráfico Brasil 2017)



● Projeto de design visual da CERIMÔNIA DE ABERTURA DOS JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016, pelo Radiográfico (RJ), abrangendo desde as imagens gráficas projetadas no chão do Maracanã e impressas na gigantesca construção cenográfica modular; até as estampas do figurino dos voluntários que guavam os atletas, passando pelas bicicletas dos jardineiros-ciclistas que traziam as delegações de cada país.



● Direção de arte editorial ANTIMATÉRIA, de Feu e Fernanda Didini (SP), para a revista Golleu, da Editora Globo.



● Catálogo OCO, de Luocana Facchini (SP), para a mostra retrospectiva do artista plástico Nelson Felix, na Pinacoteca do estado de São Paulo.



● FANZINES BAILES, de Danilo de Paulo (SP), resgatam um momento importante da história da comunidade negra de São Paulo, quando os bailes eram plataformas de afirmação e resistência, dando voz a cinco discotecários da cidade nas décadas de 1960 e 1970.



● DISCOBJETO MORRO DO CHAPÉU, da Goma Oficina (SP), para a banda Charlie e os Marretas: uma série limitada de 500 unidades numeradas da embalagem artesanal "discobjeto". Produzida em máquina a laser de corte, que se torna um quadrinho de parede e permite variações da capa utilizada.

**Dalstonist**  
*Surrey Type to Stellenbosch Bridge-Tier*  
**Kingsland Road**  
*Shoppers protect East London from looters*  
**Granjonésque**  
*MARCO VALLA, KEEL BECKIN & TOM JONES*  
**RUBENSHUIS**  
*Rua Artur de Azevedo, 32 - Apto. 04*



● Sistema de identidade visual olímpico da COCA-COLA, da Tátil Design de Ideias (RJ) e Cravo Ofício (SP). A assinatura será utilizada durante as edições do maior evento esportivo do mundo.



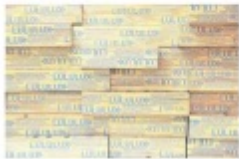
● Identidade visual do CAFÉ FAZENDA VENTURIM, da Balaio Design + Estratégia (ES).

● Embalagens para a CERVEJARIA BOHEMIA, do Coletivo Design (SP), contemplando diversos estilos clássicos de cerveja, com nomes, códigos de cores e ilustrações inspirados pela cidade fluminense de Petrópolis.



● Embalagens dos sucos NAKE, da BR/Bauen (GO), valorizando as cores das bebidas que preservam as características nutritivas de cada ingrediente por serem produzidas por meio do processo de prensagem a frio e não utilizar água, somente frutas e vegetais de alta qualidade.

● FAMÍLIA TIPOGRÁFICA FS BRABO, de Fernando Mello (SP/Reino Unido), desenvolvida para fins editoriais, mais especificamente para uso em obras de leitura contínua. O projeto foi premiado também na Sétima Bienal de Tipografia Latino-Americana Tipos Latinos, também exposta na Caixa Cultural Brasília no mesmo período da 12ª Bienal Brasileira de Design Gráfico.



● O projeto LULULUX, desenvolvido pela Casa Rex (SP/Londres), para a Editora Lote 42, questionando os limites das linguagens verbais e visuais, o fim dos livros impressos e mesmo da própria leitura. O livro é o formato, o conteúdo ou a combinação de todos os fatores? O projeto retira qualquer estrutura fixa, apresentando a narrativa de um livro por outros meios.



Um jogo de jantar, com 20 guardanapos, seis jogos americanos e oito portacopos, contém os 34 fragmentos da narrativa, criando inúmeras possibilidades de leitura, quebrando barreiras comumente postas entre narrativas visuais e escritas, e utilizando o design como um elemento transformador da experiência de leitura.

● Branding para o ESTUFA — ESTÚDIO DE DESIGN INHOTIM, da Hardy Design e Estufa (MG), para o estúdio de design de um dos mais relevantes acervos de arte contemporânea do mundo, localizado em meio a um jardim botânico que reúne espécies raras e de todos os continentes. O nome escolhido remete a um espaço de incubação, onde a energia criativa se renova e as ideias germinam.



● FAMÍLIA TIPOGRÁFICA TENEZ, da Plau (RJ), também selecionada para a Sétima Bienal de Tipografia Latino-Americana Tipos Latinos.



● O Livro MARIA & JOÃO, de Gabriel Nascimento (MG), apresenta uma releitura da tradicional história de João e Maria em 25 xilogravuras e gravuras em linóleo, em edição numerada, costurada e montada manualmente. Em uma narrativa sequencial gráfica sem palavras, o livro reconta uma história tradicional a partir de estudos recentes do campo da história e gênero, que reconsideram o papel da mulher na idade média e nos séculos posteriores.



● Identidade visual da CONFERÊNCIA ATYP 2015, de Crystian Cruz (SP/Austrália), para a primeira conferência anual da Association Typographique Internationale (ATypI) realizada no Hemisfério Sul. O conceito da identidade foi baseado como os estrangeiros pronunciam o som "ã", com o til vindo de um marco icônico da cidade: o Edifício Copan.

● Identidade visual da FLUPP — FESTA LITERÁRIA DAS PERIFÉRIAS 2016, pela TUUT (RJ).



● Livro OS SERTÕES — EDIÇÃO CRÍTICA, de Flávia Castanheira (SP), para a Ubu Editora.



● Identidade visual da MAKE B. AFRICANÍSSIMA, da Taste.ag (PR), para O Boticário, tendo como inspiração direta a África e a tribo dos Masai, grupo étnico seminômade localizado no Quênia e no norte da Tanzânia.



● Graphic novel RASGA-MORTALHAS, com roteiro de Diogo Bercito, desenhos de Pedro Vergani e projeto gráfico de Arthur Vergani, para a Zarabatana Books (SP).



● Livro-DVD PRELO: O ÁLBUM, de Rafael Neder, Raquel Pinheiro e Pedro Leirín (MG), em homenagem ao mestre tipógrafo mineiro Ademir Matias de Almeida, que explora a materialidade e a transformação do impresso tipográfico por meio de formato, (tipo) gravuras e acabamentos.



● Marca e identidade visual da Foresti Design (SP) para o CAATYBA, coletivo de paisagismo especializado em projetos e implementações de jardins verticais e tetos verdes. Usando apenas carimbos, os grafismos nunca são repetidos exatamente da mesma forma e cada elemento da papeleria é único, alinhando-se aos valores da empresa, que trabalha de uma forma próxima e artesanal e reflete o trabalho do paisagismo, em que nada se repete.



● LP RELICÁRIOS DE SÃO TOLOSA, de Carlos Bauer (PR), para a banda homônima.

● Pictogramas MINI RIO, de Fabio Lopez (RJ), homenageiam e apresentam visualmente o patrimônio cultural do Rio de Janeiro por meio de uma extensa coleção de pictogramas, ilustrações, padronagens, tipos exclusivos e aplicações derivadas divididos em atrações turísticas, cultura, cotidiano, natureza e problemas. O projeto foi premiado também na Sétima Bienal de Tipografia Latino-Americana Tipos Latinos.



● Postais de VITÓRIA PARA COLORIR, de Marina Cardoso (ES).



● Projeto U-2194: UMA EXPERIÊNCIA TIPOGRÁFICA, de Caio Grabalos, Eder Felix, Jéssica Breda, Juliana Menezes, Gustavo Campos, Guilherme Vieira e Thiago Guerreiro (SP). Trabalho acadêmico que analisa o processo de criação de tipos digitais, discutindo a relevância de projetos experimentais para a arte e o design, e estabelecendo um paralelo entre esses dois universos.



● Relatório CERÂMICAS DO BRASIL 2016, da ps.2 arquitetura + design (SP), para a Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica (Anfacer), explora em seu projeto gráfico uma das tendências do setor naquele ano: a produção de peças cerâmicas com relevo.



● Revista MÓ, projeto desenvolvido pela Casa Rex (SP/Londres), para a Editora Lote 42.

● Redesenho da revista GALILEU, por Rafael Quick, Fernanda Didini, Feu e Rodolfo França (SP), para a Editora Globo.



● Abertura da novela VELHO CHICO, da TV Globo (RJ).



● RASGOS, da Fermento (RJ), uma revista de fotografia que celebra a cena cultural na cidade de Curitiba, atuando também como instrumento de reinserção social para pessoas em situação de rua.



● Rótulos caligráficos CHURCH & STATE WINES — SIGNATURE SERIES, de Jackson Alves (PR), para a Church & States Wines (Canadá). (É um dos cinco cases que serão apresentados na Conferência Design Gráfico Brasil 2017)



● Uniforme de futebol #VAMOSMUDAROSNUMEROS, da New Design (MG), para o Cruzeiro Esporte Clube. No Dia Internacional da Mulher, os jogadores usaram camisas cujos números estamparam dados da realidade de milhões de mulheres brasileiras.



● Site AS JOIAS DO CABRAL, da Grama (RJ) e KMK Studio (Reino Unido), apresenta uma visualização de dados dinâmica de um dos episódios mais noticiados durante as investigações da Operação Lava-Jato: as joias compradas pelo ex-governador do Rio Sérgio Cabral, com dinheiro de propina.



● Portal GIZ, do Estúdio Mamelucos (SP/RJ), uma plataforma multimídia reunindo conteúdo online, revista impressa e espaço cultural, voltado para os setores de arquitetura, decoração e design.



● Marca do escritório de arquitetura paulistano ESTÚDIO BRA, da Casa Rex (SP/Londres).



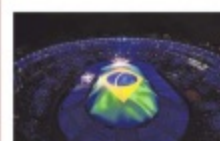
● Marca RIO450, da Crama Design Estratégico (RJ/SP), para a Comemoração dos 450 anos da Cidade do Rio de Janeiro.



● Medalhas dos JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016, da Diretoria de Marca do Rio 2016 (RJ). (É um dos cinco cases que serão apresentados na Conferência Design Gráfico Brasil 2017)



● Site CÂMARA TRANSPARENTE, do Caféart.br (RJ), para a FGV DAPP apresenta uma visualização interativa de dados.



● Projeções da cerimônia de encerramento dos JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016, de Batman Zavareze (RJ), para o Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.