

**QUERIDO**

**BRIEFING**

**SSSSH!**

**ARQUIVO**

**SECRETO**



# OLÁ, DESIGNER!

O ARQUIVO é um conjunto de arquivos (rs) feito para designers. Este é um PDF de briefings fictícios, e briefings fictícios me ajudaram e me ajudam MUITO.

Com eles, você pode estudar design aproveitando para testar coisas novas, experimentar estilos diferentes, quebrar suas próprias regras. E o melhor: pode construir portfólio com projetos que realmente mostram quem você é como designer.

Foi assim comigo. Agora é

**SUA VEZ!**

*Crie sem medo e transforme ideias em impacto!*



# FORNÊ

## SOBRE O PROJETO

Fornê é uma confeitaria pequena, que está nascendo e inicialmente irá atender apenas delivery. Mesmo no início, busca prezar pela qualidade.

## DESAFIO

Marca sem destaque na concorrência, redes sem consistência visual, ausência de materiais de vendas com credibilidade.

## OBJETIVO

Presença visual consistente no Instagram que gere reconhecimento imediato e mantenha boa avaliação no delivery.

## DIREÇÃO ESTÉTICA

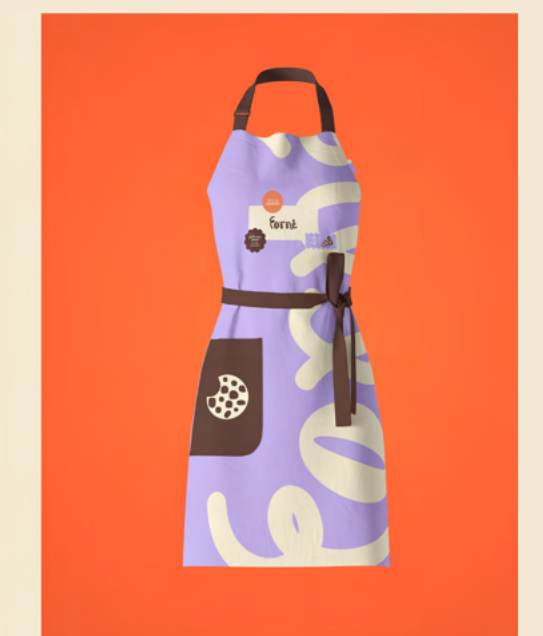
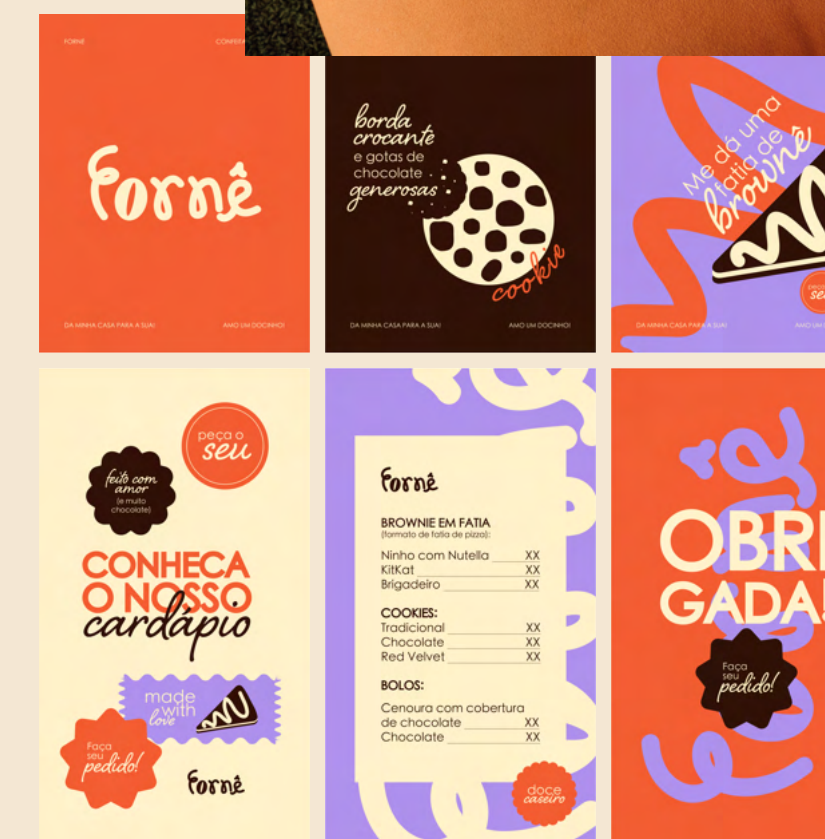
Maximalismo, cores chamativas, estética divertida e jovem. Evitar: corporativo, cores apagadas.

## PÚBLICO-ALVO

Jovens adultos que consomem delivery, valorizam estética e qualidade.

## ENTREGÁVEIS

- Identidade visual completa (logo e suas variações, paleta de cores, grafismos, etc)
- 3 posts para Instagram (feed e stories)
- Embalagens de delivery (caixas, sacos)
- Cardápio digital





## SOBRE O PROJETO

Pequeninho é um clube de assinatura de livros infantis focado em bebês de 0 a 2 anos. A curadoria é especializada em livros de alta qualidade, com ilustrações lindas e conteúdo adequado para a primeira infância. O diferencial está em entregar não só livros, mas experiências visuais encantadoras desde cedo

## DESAFIO

Mercado saturado de identidades pastéis e genéricas. A marca não reflete a qualidade e curadoria do que entrega.

## OBJETIVO

Identidade vibrante e sofisticada que quebre o padrão pastel, estimule bebês visualmente e transmita cuidado aos pais.

## DIREÇÃO ESTÉTICA

Cores saturadas, ilustração orgânica/autoral, design escandinavo colorido, formas arredondadas. Evitar: pastel, personagens genéricos, estética comercial.

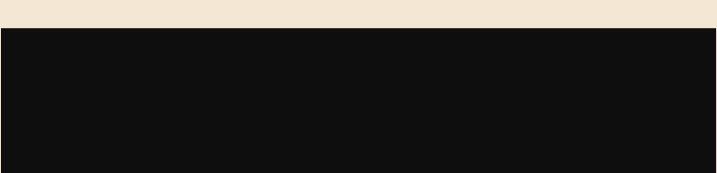
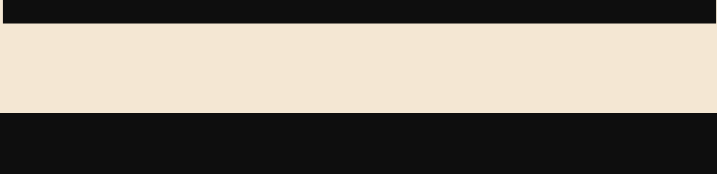
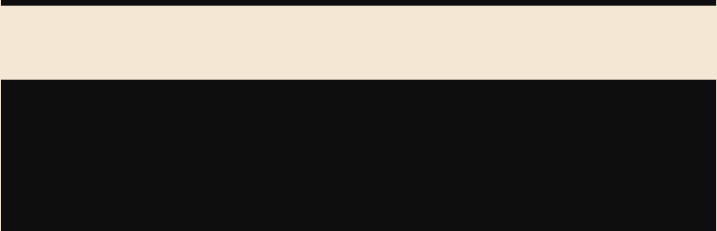
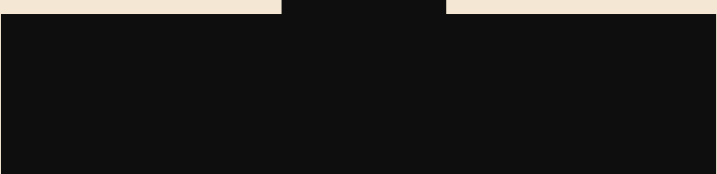
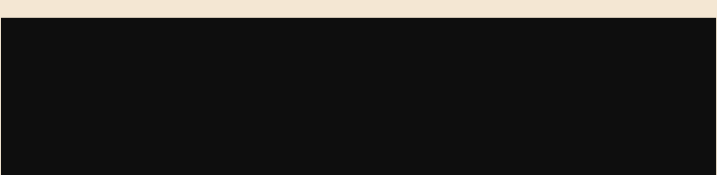
## PÚBLICO-ALVO

Pais 25–40 anos (classe A/B) que valorizam educação e qualidade para bebês de 0–2 anos.

## ENTREGÁVEIS

- Identidade visual completa
- Embalagem da caixa de assinatura
- Cartão de boas-vindas e tag do livro
- Templates de posts/stories para Instagram





### **SOBRE O PROJETO**

Ninho é um estúdio de móveis planejados especializado em criar ambientes acolhedores e funcionais. Mais do que marcenaria técnica, o foco está em transformar casas em refúgios, espaços que abraçam, que convidam a ficar. Cada projeto é pensado para unir funcionalidade com aquela sensação de "cheguei em casa".

### **DESAFIO**

Mercado dominado por estética fria e técnica. O estúdio precisa comunicar aconchego, não apenas funcionalidade.

### **OBJETIVO**

Identidade que transmita cozy vibes e se diferencie do clean corporativo, funcionando em showroom e redes sociais.

### **DIREÇÃO ESTÉTICA**

Terrosos e quentes (caramelo, terracota, verde musgo), texturas naturais, fotografia com luz natural. Evitar: minimalismo clínico, preto e branco, rústico de fazenda.

### **PÚBLICO-ALVO**

25–45 anos, classe A/B, que tratam a casa como refúgio e valorizam personalidade nos ambientes.

### **ENTREGÁVEIS**

- Identidade visual completa
- Apresentação de projetos (template)
- Perfil e destaques para Instagram
- Papelaria (cartão de visitas, envelope)



# BRAND

## SOBRE O PROJETO

Laura é um estúdio de cerâmica artesanal criado por duas amigas chamadas Laura que compartilham o amor por padrões gráficos e pintura manual. O nome une as duas (L + aura) e celebra a energia que cada peça carrega. Cada cerâmica é única, pintada à mão com designs vibrantes em preto e branco, de xadrez e bolinhas a flores e formas geométricas. O trabalho delas é sobre transformar objetos do dia a dia em pequenas obras de arte acessíveis e divertidas.

## DESAFIO

O mercado de cerâmica vai do minimalista ao rústico, a Laura é gráfica, maximalista e vibrante mesmo sendo **só preto e branco**.

## OBJETIVO

Identidade tão divertida e gráfica quanto as cerâmicas, celebrando a diversidade de padrões sem recair no elegante ou sério.

## DIREÇÃO ESTÉTICA

Preto e branco puro, padrões gráficos manuais (xadrez, bolinhas, flores), imperfeição intencional, estética op art anos 60/80. Evitar: elegância, minimalismo, rústico.

## PÚBLICO-ALVO

25–40 anos, valorizam design autoral, gostam de objetos statement. Presentes no Instagram, Pinterest e feiras de design.

## ENTREGÁVEIS

- Identidade visual completa com múltiplos padrões
- Tags e etiquetas de produto
- Papelaria (cartão, embrulho, adesivos)
- Templates para Instagram



# SOOLAR

## **SOBRE O PROJETO**

SOOLAR é uma clínica de estética facial especializada em limpeza de pele, design de sobrancelhas e cuidados dermatológicos. O nome é uma brincadeira com "sol" + "olhar", porque o sol não é vilão, é aliado quando você sabe cuidar da pele. A filosofia da clínica é desmistificar o medo do sol e ensinar as pessoas a terem uma relação saudável, consciente e prazerosa com a própria pele.

## **DESAFIO**

O mercado é clínico demais ou spa demais. A Soolar quer comunicar cuidado real, honesto e acolhedor, sem filtros.

## **OBJETIVO**

Identidade quente e inclusiva que desmistifique o medo do sol e crie identificação com quem tem inseguranças reais com a pele

## **DIREÇÃO ESTÉTICA**

Tons terrosos (marrom, bege, terracota), fotografia real de pele, tipografia delicada, editorial minimalista. Evitar: branco hospitalar, filtros, promessas milagrosas.

## **PÚBLICO-ALVO**

20–45 anos, classes B/C, que buscam entender e cuidar da pele, não apenas 'consertar'.

## **ENTREGÁVEIS**

- Identidade visual completa
- Sinalização interna da clínica
- Perfil e feed para Instagram
- Cartão de visitas e ficha de cliente



# BR A M A

## **SOBRE O PROJETO**

Amiar é uma cafeteria inspirada nos cat cafés japoneses, mas com propósito social. O nome brinca com "amar" e "miar", porque ali você faz as duas coisas ao mesmo tempo. A cafeteria abriga 12 gatos resgatados das ruas que vivem no espaço e interagem livremente com os visitantes. Além de consumir cafés e quitutes, os clientes podem pagar por experiências extras: brincar, alimentar ou simplesmente passar o dia com os gatinhos. É um lugar de acolhimento, tanto para os gatos quanto para quem precisa de um refúgio urbano cheio de gatinhos.

## **DESAFIO**

Cat cafés ainda são novidade no Brasil. Precisa comunicar uma experiência afetiva e consciente, não 'só uma cafeteria com gatos'.

## **OBJETIVO**

Identidade que comunique o conceito japonês com calor brasileiro, mostrando os gatos como protagonistas sem virar caricatura.

## **DIREÇÃO ESTÉTICA**

Ilustração minimalista de gatos, tipografia orgânica feita à mão. Evitar: cartoon americano.

## **PÚBLICO-ALVO**

20–40 anos, amantes de gatos, slow coffee e cultura japonesa. Valorizam propósito e bem-estaranimal.

## **ENTREGÁVEIS**

- Identidade visual completa
- Cardápio físico e digital
- Embalagens (copos, sacos, caixinhas)
- Banners e cartazes para a decoração do espaço



**EI, DESIGNER,  
AGORA UM  
DESAFIO!**

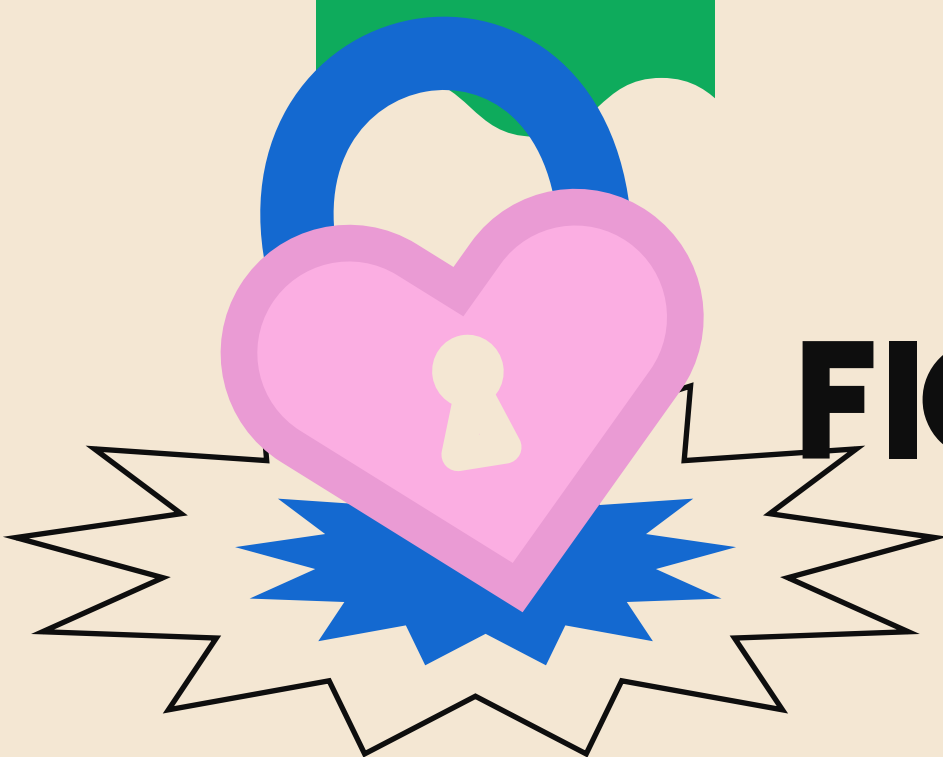
**VAMOS LÁ!**

## **YURI** – DESIGNER E CRIADORA DE CONTEÚDO

Yuri é designer gráfica especializada em identidade visual e branding, com forte presença digital. Mais do que criar marcas para clientes, ela compartilha seu processo, faz lives criando identidades visuais ao vivo, publica conteúdo educativo sobre design, mostra bastidores e se conecta com uma comunidade crescente de designers e entusiastas.

Apaixonada por tipografia, composições ousadas e pela combinação de verde escuro + laranja, Yuri chegou naquele ponto que todo designer conhece: consegue criar identidades incríveis para os clientes, mas a própria marca pessoal está abandonada. Chegou a hora de praticar o que prega.





## FICO MUITO FELIZ QUE VOCÊ TENHA ADQUIRIDO ESSE ARQUIVO DE BRIEFINGS FICTÍCIOS!

*Tenha ótimos estudos e crie um portfólio incrível com eles. Testa tudo que você sempre quis testar mas nunca teve coragem.*

Eu também vou criar as identidades visuais desses briefings e você pode me acompanhar para ver o processo no [@designbyhta](https://www.instagram.com/designbyhta) no Instagram.

Quando você finalizar um projeto do **ARQUIVO**, fique à vontade para compartilhar comigo e me marcar nas redes sociais. Eu vou curtir muito ver o que vocês criam!

# O B R I C A I F G A D A ! q u i n t o