GILNEI SILVA

ESPECIALISTA EM IDENTIDADES VISUAIS CORPORATIVAS

(51) 99135.2770
www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

Um pouco de história
HÁ 23 ANOS

1994
META
Office boy
Aprendiz

1996
GRUPO EDITORIAL SINOS
Assistente
e Arte-finalista

1999
TRAÇOS & IDEIAS
Design, publicidade
e web.

2003
OM'LODUCCA
Diretor de Arte
Designer

2005
DUETTO
Diretor de Arte
Designer

2005
SPR
Diretor de Arte
Designer

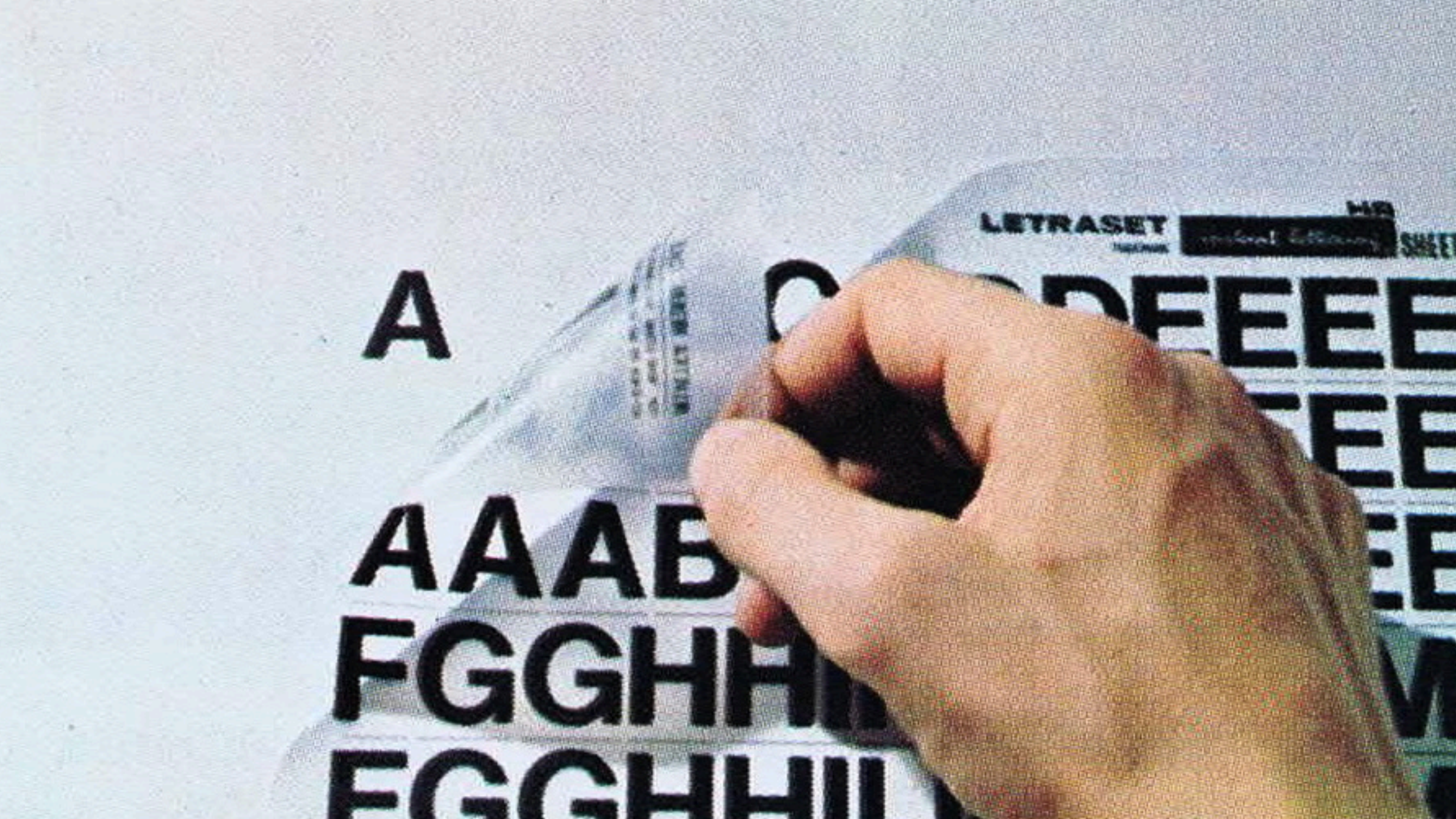
2010
MIX DESIGN RBA
Designer

2011
SPR DESIGN
Designer

2015
ESTÚDIO GILNEI SILVA
Estúdio especializado
em identidades visuais
corporativas

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com


Letr set
a


LETRASET
A
AAAB
FGGHH
FGGHHIJ

Um pouco de história
HÁ 23 ANOS

1994
META
Office boy
Aprendiz

1996
GRUPO EDITORIAL SINOS
Assistente
e Arte-finalista

1999
TRAÇOS & IDEIAS
Design, publicidade
e web.

2003
OM'LODUCCA
Diretor de Arte
Designer

2005
DUETTO
Diretor de Arte
Designer

2005
SPR
Diretor de Arte
Designer

2010
MIX DESIGN RBA
Designer

2011
SPR DESIGN
Designer

2015
ESTÚDIO GILNEI SILVA
Estúdio especializado
em identidades visuais
corporativas

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com



Gilnei Silva
1995, Grupo Editorial Sinos

Um pouco de história
HÁ 23 ANOS

1994
META
Office boy
Aprendiz

1996
GRUPO EDITORIAL SINOS
Assistente
e Arte-finalista

1999
TRAÇOS & IDEIAS
Design, publicidade
e web.

2003
OM'LODUCCA
Diretor de Arte
Designer

2005
DUETTO
Diretor de Arte
Designer

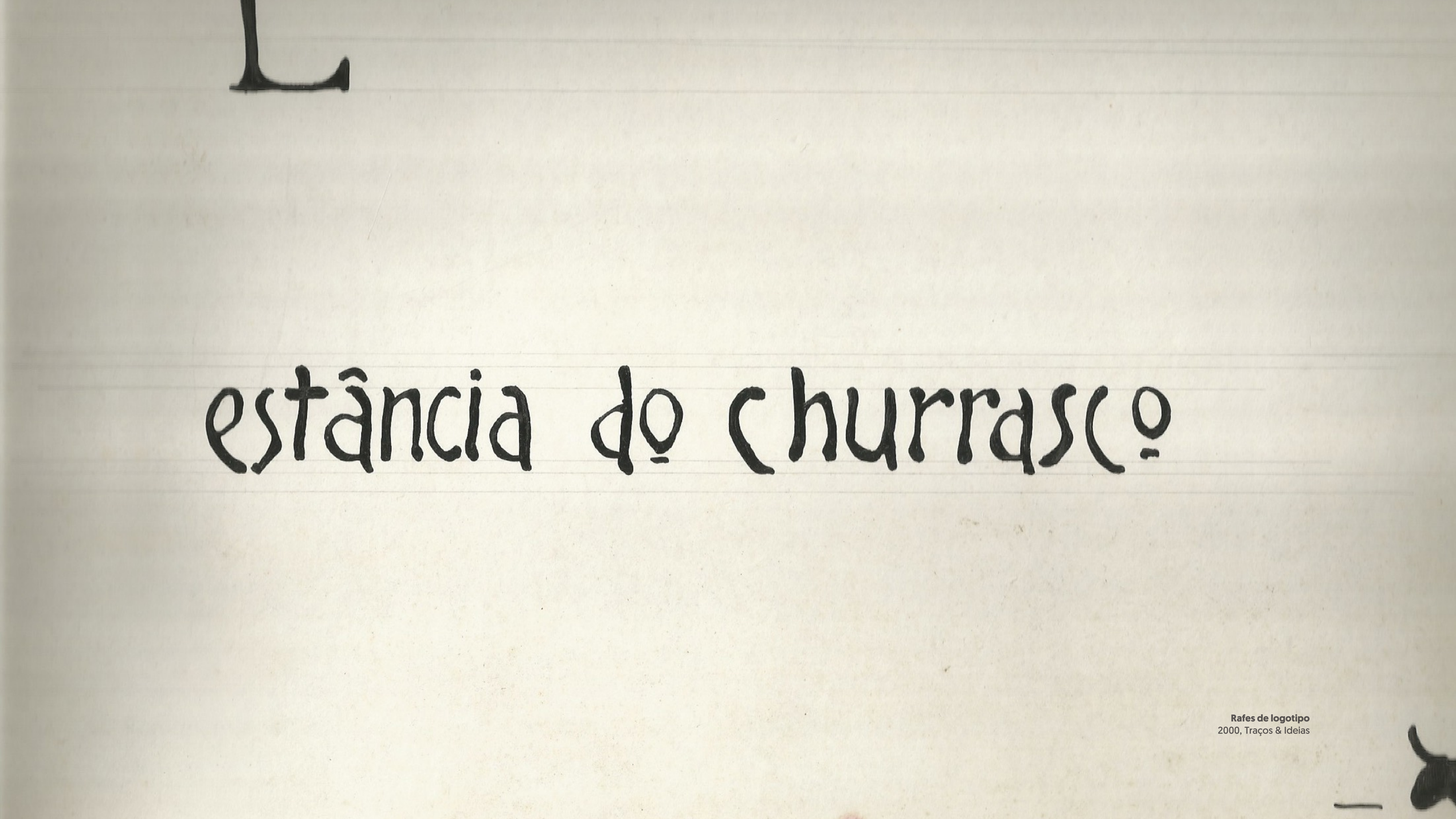
2005
SPR
Diretor de Arte
Designer

2010
MIX DESIGN RBA
Designer

2011
SPR DESIGN
Designer

2015
ESTÚDIO GILNEI SILVA
Estúdio especializado
em identidades visuais
corporativas

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com



Rafes de logotipo
2000, Traços & Ideias



Rafes de logotipo
2001, Traços & Ideias



Rafes de logotipo
2003, Traços & Ideias

Um pouco de história
HÁ 23 ANOS



1994
META
Office boy
Aprendiz

1996
GRUPO EDITORIAL SINOS
Assistente
e Arte-finalista

1999
TRAÇOS & IDEIAS
Design, publicidade
e web.

2003
OM'LODUCCA
Diretor de Arte
Designer

2005
DUETTO
Diretor de Arte
Designer

2005
SPR
Diretor de Arte
Designer

2010
MIX DESIGN RBA
Designer

2011
SPR DESIGN
Designer

2015
ESTÚDIO GILNEI SILVA
Estúdio especializado
em identidades visuais
corporativas

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

VOCÊ PRECISA DE TEMPO PARA ESCOLHER SUA EMPRESA DE DESIGN.

QUE TAL 20 ANOS?

Ao olhar para sua empresa ou produtos, o que as pessoas veem? Esta resposta tem que passar pelo design.

Então pense bem.

Pense que custos precisam ter limites, mas que talento nunca é demais.

Considere ter o design que oferece o refinamento do traço criado a mão, potencializado por técnicas digitais de ponta. E que traz ideias reforçadas por know-how acumulado em 20 anos de atuação em publicidade e design, com clientes de diferentes portes atendidos.

Bem-vindo a uma empresa que se ajusta de verdade à sua realidade financeira. E que para isso se flexibiliza, reunindo times específicos de profissionais a partir das necessidades de cada projeto. Sempre mantendo o cuidado e padrão de um trabalho autoral, sob responsabilidade direta, e com a assinatura, de Gilnei Silva.

O resultado disto tudo você verá, na prática, aqui. São vários cases desenvolvidos para organizações que buscavam identidades visuais com personalidade para se destacarem no mercado. E embalagens que se vendem por si mesmas onde estiverem.

Os 20 anos de experiência representados pelo estúdio Gilnei Silva estão à sua disposição. Aproveite.

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com



2017, Estúdio Gilnei Silva

DESIGN RECONHECIDO

idea BRASIL
o melhor do design brasileiro

Projeto Finalista

Identidade Visual
POSTOS FLEX

5° Prêmio bornancini

Projetos Premiados

Identidade Visual
PANCETTA

Design de Embalagem
MASSAS DUNDUN

6° bornancini VENCEDOR 2016

Projeto Premiado

Identidade Visual
VINERIA 9

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

Estúdio Gilnei Silva
APRESENTAÇÃO

DESIGNBOOK
ANDOF
DESIGNTHE
.COMYEAR
VOLUME THREE

DESIGNBOOK
ANDOF
DESIGNTHE
.COMYEAR
VOLUME SEVEN

PACK
AGE

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com



Design And Design - Book of the Year
Projetos publicados no livro Design And Design.

Tintas Colory
Design de embalagem conceitual.

Ibasa
Design de embalagem para produtos veterinários.



Package
Projetos publicados no livro de referências internacionais Package.

Tintas Colory
Design de embalagem conceitual.

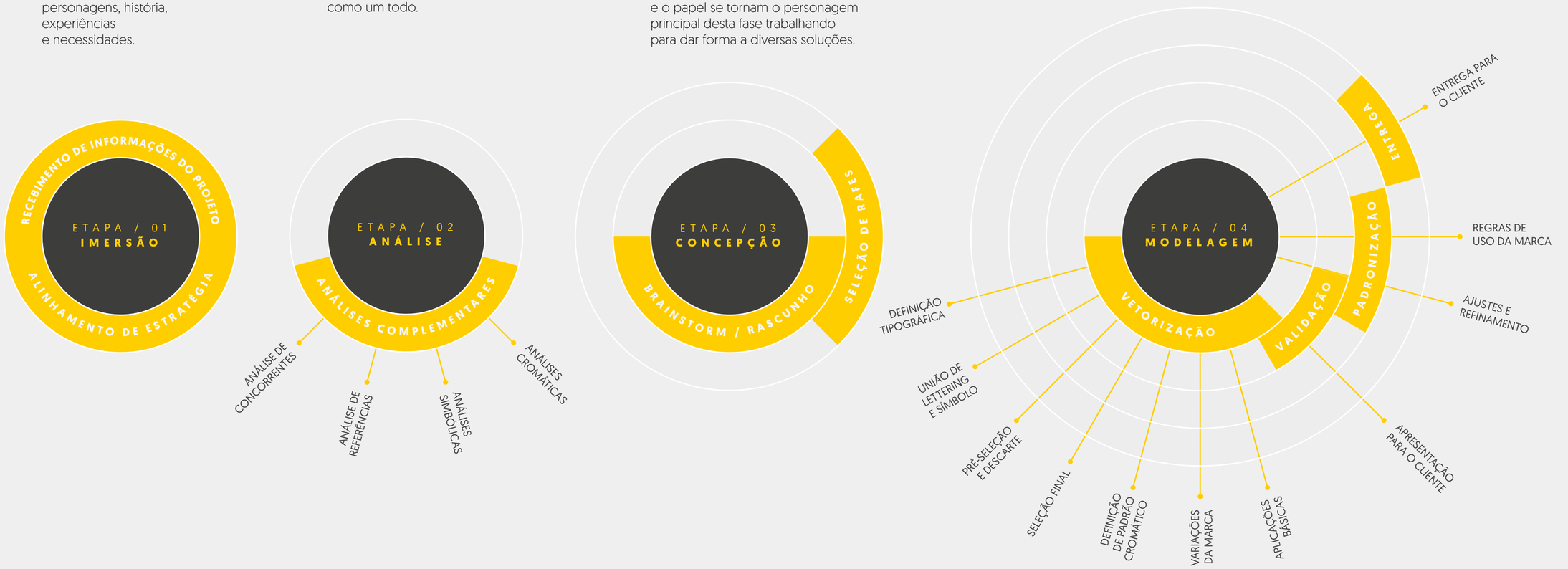
Identidade visual
PROCESSO

IMERSÃO
Entendimento
do panorama do
negócio ou projeto:
pontos críticos,
personagens, história,
experiências
e necessidades.

ANÁLISE
Após a imersão,
um mergulho em cada
ponto organizado para
entender o problema
como um todo.

CONCEPÇÃO
A fase de concepção
é a materialização das ideias
formadas em brainstorming,
mapas mentais e ideações. O lápis
e o papel se tornam o personagem
principal desta fase trabalhando
para dar forma a diversas soluções.

MODELAGEM
Na última fase, as ideias são filtradas para ganhar sua forma final,
testando sua aplicação nos mais variados meios e formatos.



www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

ALGUNS PROJETOS

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

GRUPO DCG
BRANDING COM IDENTIDADE VISUAL

A DCG, iniciais de Digital Commerce Group, é uma marca criada pela EZ Commerce. Seu objetivo não é nada modesto: se tornar um dos maiores grupos de ecommerce do Brasil. Do guarda-chuva da marca faz parte a própria EZ Commerce, focada em lojas virtuais de pequeno e médio porte; a CORE especializada em grandes operações; a Octopus, para gestão e inteligência no Mercado Livre e Marketplaces e, ainda, a Services - consultoria especializada em comércio eletrônico.

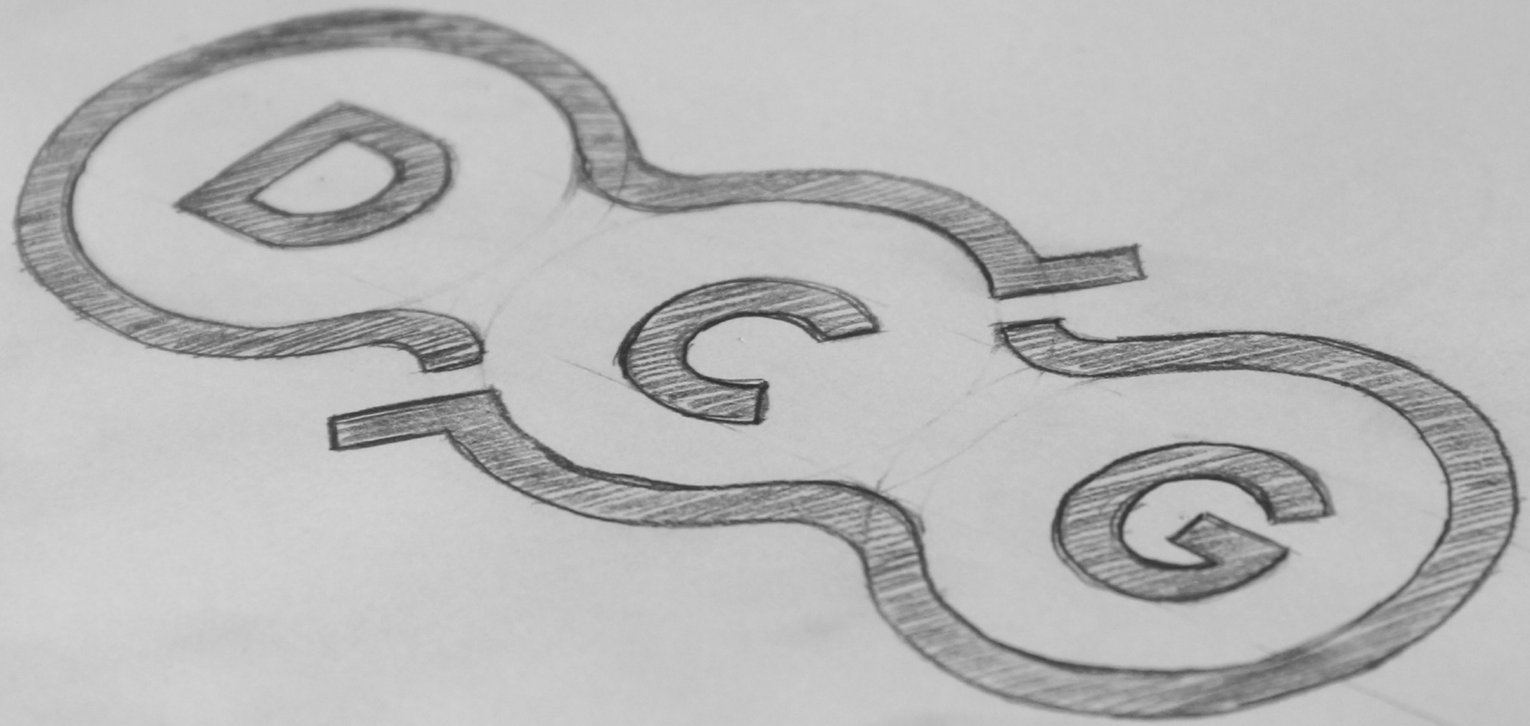
O estúdio Gilnei Silva foi chamado para encarar o desafio de recriar esta marca bem complexa. O trabalho iniciou antes da parte visual, com o projeto de branding para definir os orientadores, como o ideal e o propósito da marca, além da identidade conceitual e visual. Beleza é essencial, mas o projeto foi bem além, resultando numa marca forte e alinhada aos objetivos do negócio.

O design, como de costume, foi totalmente concebido à mão contribuindo para uma personalidade única do projeto que traz também cores abertas e vibrantes. Sempre pensadas a partir do sistema hexadecimal (cores para web) e adaptadas para a versões impressas.

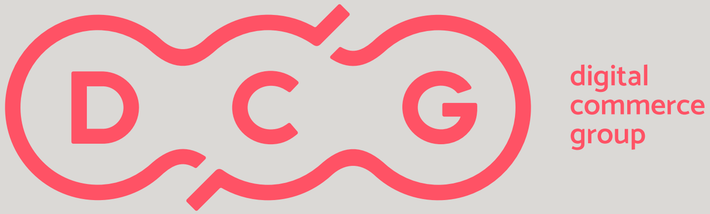
O resultado você mesmo confere a seguir:

Branding Strategist:Felipe Schmitt-Fleischer
Design: Gilnei Silva e Henrique Bittencourt
Direção de Design: Gilnei Silva

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com




DCG


D C G
digital
commerce
group


digital commerce group
Maurício Correa
Diretor Comercial
mauricio.correa@ezcommerce.com.br
Porto Alegre • RS
+55 51 3079-4040
Avenida Taquara, 335 - Petrópolis
São Paulo • SP
+55 51 3079-4040
Avenida Taquara, 335 - Petrópolis
www.dgc.com.br

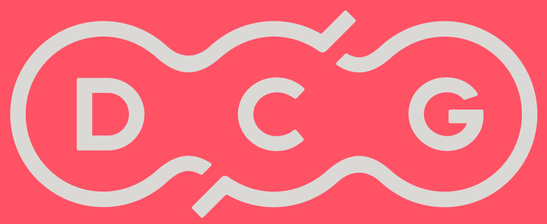

D C G


D C G


D C G


D C G


BELL
4:21 PM
100%
DCG
Se pode ser imaginado, pode ser criado.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean vitae quam consequat, faucibus quam vitae, pharetra turpis.
Queremos revolucionar



01

Hexadecimal:
#ff5353

Pantone®
191 C/U/M

R: 255
G: 83
B: 83

C: 0%
M: 85%
Y: 35%
K: 0%

02

Hexadecimal:
#dbd9d6

Pantone®
Cool Gray 1 C/U/M

R: 219
G: 217
B: 214

C: 12%
M: 12%
Y: 16%
K: 0%

03

Hexadecimal:
#1a8be1

Pantone®
2727 C/U/M

R: 26
G: 139
B: 225

C: 50%
M: 80%
Y: 0%
K: 0%

04

Hexadecimal:
#ffb401

Pantone®
7406 C/U/M

R: 255
G: 180
B: 1

C: 0%
M: 20%
Y: 100%
K: 0%

05

Hexadecimal:
#333d47

Pantone®
432 C/U/M

R: 51
G: 61
B: 71

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 90%

06

Hexadecimal:
#a4a9ad

Pantone®
429 C/U/M

R: 164
G: 169
B: 173

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 40%

A família de tipográfica escolhida para representar nossa marca será a Assistant.

Para textos corridos usaremos o peso light da mesma família. Como apoio podemos usar os pesos **bold para destaques**.

A fonte está disponível gratuitamente em **fonts.google.com**

DCG DIGITAL COMMERCE GROUP

Antes



Depois

SOLO
IDENTIDADE VISUAL

Para um estúdio de animação, design em movimento.

A Solo é feita por jovens criativos, autores de animações que encantam pela qualidade. No entanto, a identidade visual do estúdio não acompanhava a vibração vista em seu trabalho.

Para chegar no resultado projetado, foram usadas técnicas de projeção que traduziram vários conceitos da marca, antes não percebidos. Em sintonia com o negócio, o lettering foi totalmente redesenhado à mão. O resultado? Muita personalidade e uma certa inquietude. Cada elemento de apoio, mesmo os estáticos, evocam movimento. Assim fortalecem o principal produto da Solo, a animação.

Prioritariamente, a paleta cromática foi pensada para sua principal aplicação: a TV, partindo do RGB e, depois, derivada para a versão gráfica. Sua alta vibração também tem tudo a ver com a marca de um estúdio de animação.

Design: Gilnei Silva

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

SOLO


SOLO


SGLG


SOLO


SOLO
Campo Bom, 21 de março de 2016
Roteiro do nosso novo filme.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam a pretium sapien, sit amet ornare velit. Vivamus id maximus lectus. Praesent et tempus quam, id pharetra risus. Ut tempor tempus diam, a rutrum neque dictum id. Nam posuere in leo eros. Ut tempor tempus diam, a rutrum neque dictum id. Nam posuere gravida urna, a tincidunt libero semper eleifend. Donec ac ullamcorper turpis, vitae feugiat massa. In nec lorem libero. Vestibulum auctor ante ipsum, sit amet sodales sed augue mi. Ut ut libero ipsum. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In metus augue, mollis et odio vel, pretium congue augue. Praesent varius congue erat vel cursus. Sed vitae lacus ut ex iaculis ultrices nec quis metus. Vivamus imperdiet interdum pharetra.
Praesent eleifend congue tortor sed porta. Nunc aliquam dignissim iaculis. Pellentesque justo ipsum, vulputate at erat fermentum, imperdiet congue nibh. Nullam feugiat venenatis, justo quis volutpat. Nam ornare dui odio, id tincidunt odio iaculis ut. Etiam bibendum sem ut augue sodales, quis vestibulum arcu varius. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Phasellus eleifend mi eu felis malesuada, quis vestibulum arcu varius. Vivamus ultrices posuere neque. Nunc mollis elementum mauris sit amet tempus. Suspendisse interdum neque non nisl malesuada, et mollis justo varius. Sed ac placerat lacus.
Nullam id enim aliquet, rhoncus dolor sit amet, egestas risus. In venenatis nisi quis finibus maximus. Praesent sit amet metus dolor. Integer tincidunt leo enim, ut fringilla turpis varius at. Mauris imperdiet consequat sem ut dapibus. Pellentesque sed dui vel metus rutrum molestie. Quisque consectetur tincidunt ligula, eu tempor. Donec sed feugiat quam. Aliquam a est fringilla, commodo ligula nulla, eu tempor urna. Morbi at felis eros. Aliquam semper eros tortor, auctor non vestibulum nec. Sed ullamcorper rutrum urna, sit amet tempor tortor auctor non. Id sem sapien. Sed consequat interdum arcu ut euismod. Etiam ex orci, sodales eu molestie pretium, tincidunt ar arcu.
GUILHERME
Rohr
Produção e atendimento
contato@solo.vc
51 9282-0953
www.solo.vc - 51 3038-3333
Av. Carlos Strassburguer Filho, 5796
SOLO
GUILHERME
Rohr
Produção e atendimento
contato@solo.vc
51 9282-0953
www.solo.vc - 51 3038-3333
Av. Carlos Strassburguer Filho, 5796
SOLO
www.solo.vc - 51 3038-3333
Av. Carlos Strassburguer Filho, 5796
SOLO


SOLO


SOLO
SOLO
SOLO
SOLO
SOLO



antes



depois

BUONO CHEFF
IDENTIDADE VISUAL

A imagem do vapor, aquele que sobe das panelas quentes, entra pelo nariz e maravilha os sentidos. Esta foi a inspiração para a marca de um restaurante que se sobressai pelo ambiente acolhedor e o atendimento diferenciado. O resultado traz uma tipografia charmosa, aconchegante e com muita personalidade. Bom apetite.

Designer: Gilnei Silva
Estúdio: Gilnei Silva



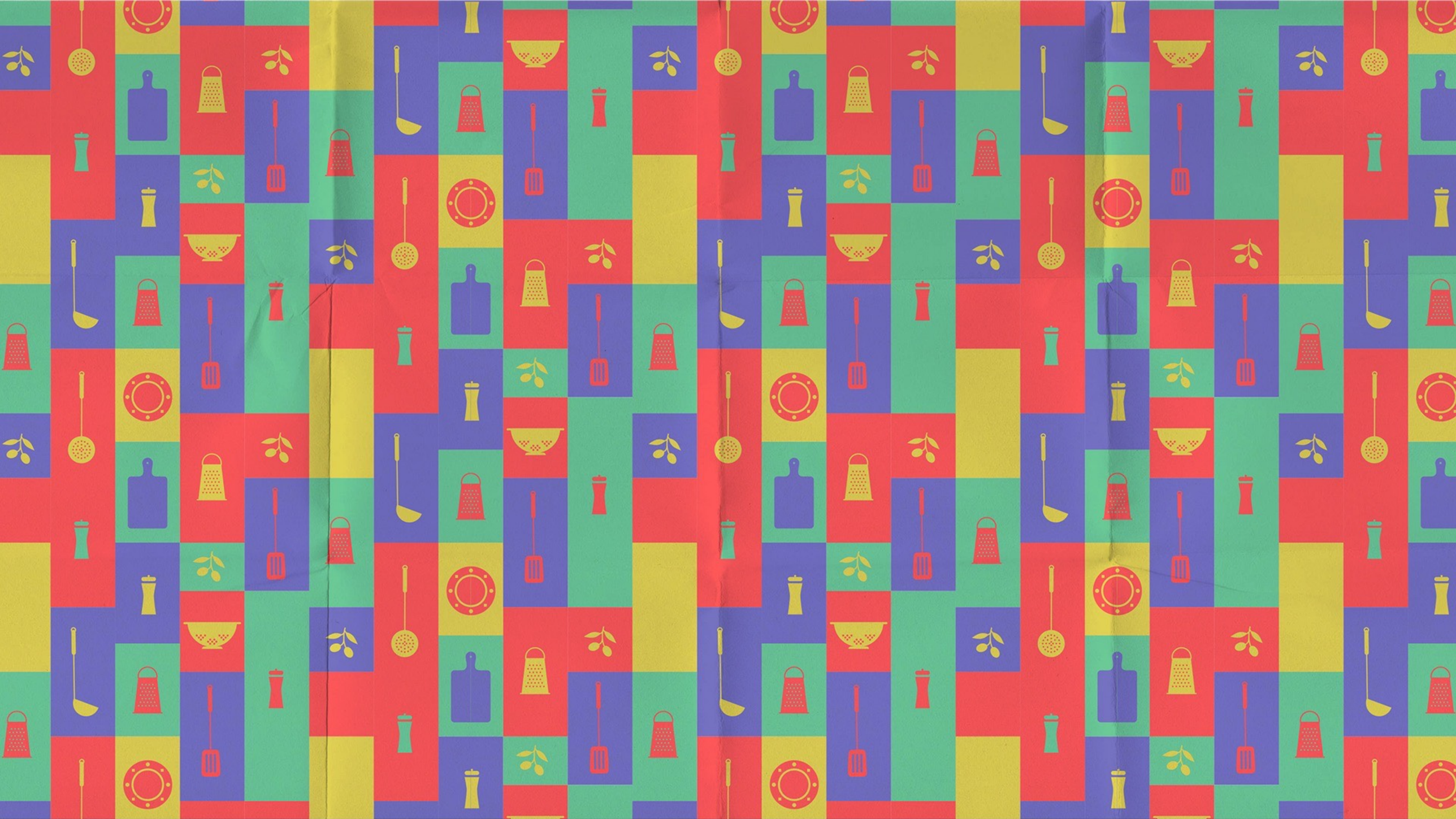

Buon Caffè



RESTAURANTE



RESTAURANTE




Buono Cheff
RESTAURANTE
Tomás Juchem : Cheff
(51) 9635-3203
tomas@buonocheff.com.br
www.buonocheff.com.br : (51) 3597.1543
Av. Gustavo Vetter, 225 - Campo Bom/RS


16 August, 2012 - NY
SIMPLE IDENTITY. BRANDING MOCK-UP VOL. 1.2


Buon Chef

Bistro Chef

VINERIA 9
IDENTIDADE VISUAL

Dizem que quanto mais antigo, melhor o vinho. Mas isso não vale para o design de uma empresa que comercializa estas bebidas via web. Este era o caso do Vineria 9 e seu site, o www.vineria9.com.br. Antes conhecida como Coisas da Serra, o negócio recebeu um novo nome e partiu para redefinições estratégicas. Daí nasceu a necessidade de criar outra identidade visual.

Dentro do trabalho de branding, foi escolhido para a marca o arquétipo “O Sábio”, modelo marcado pela especialização e conhecimento profundos em determinado assunto, e o compartilhamento com seus clientes.

Inspirado no conceito “enxergamos além do vinho” foi concebido o design da identidade visual, onde o número 9 é alterado pela refração em uma taça de vinho. As cores principais foram inspiradas na variedade dos principais tipos da bebida.

O resultado: em 2 meses com a nova identidade houve um aumento de 1180% das vendas.

Designer: Gilnei Silva
Estúdio: Gilnei Silva

bornancini VENCEDOR 2016

DESIGNBOOK ANDOF DESIGNTHE .COMYEAR
VOLUME NINE

www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com




VINERIA

VINERIA




SELEÇÃO VINERIA 9
VINERIA
BOLLA
VALPOLICELLA
CLASSICO
2009
Italia
CABERNET SAUVIGNON
Vindima 1988
VINHO FINO DE ORIGEM CONTROLADA
Appellation d'Origine
Vin Délimité de Qualité Supérieure
MIS EN BOUTEILLE PAR
Produce of Portugal


VINERIA
VINERIA
Brasil , Novo Hamburgo
10 de maio de 2015
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing.
Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.
It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).
The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham.
Wassim Awadallah
General Manager
VINERIA9.COM.BR
+55 54 3055.4433

Design com resultado:
em 2 meses houve um

AUMENTO DE 1180% NAS VENDAS





bornancini VENCEDOR
2016



(51) 99135.2770
www.gilneisilva.com
design@gilneisilva.com

facebook: @estudiogilneisilva
instagram: @estudiogilneisilva