

PORT FÓLIO

DESIGN DE CALÇADO & COMUNICAÇÃO



[Joana Raquel Dias. 26 anos.
diasdesignerjoana@gmail.com
933 351 191
Rua São Sebastião nº15]

Joana Raquel Dias. Natural de Santa Maria da Feira. Portuguesa. 26 anos. Tenho como objetivo aprender cada vez mais e crescer no domínio profissional e pessoal. Adquiro boa capacidade de trabalho em equipa e boa aptidão de comunicação. Sou bem disposta no trabalho e procuro sempre trabalhar num agradável e dinâmico ambiente.

Licenciada em Design pela universidade de Aveiro, com formações no âmbito do calçado tais como em Modelação e Re-Design. Possuo também formação em Direção de Cena e Produção. Apta em ferramentas de design, nomeadamente *Photoshop*, *Illustrator*, *Lightroom*, *Indesign*, *CorelDraw* e *CADcam Design*.

Sou hábil em trabalhos como designer de calçado, mas também no âmbito da comunicação, tais como produção de catálogos, *flyers*, sites, cartazes, *outdoors*

e todas as funções que impliquem o design de comunicação.

Participei em *MasterClasses* notadamente com o *Designer Kovi Levi*, e com a *Designer Amber Ambrose Auréle*. Fui constituinte de conferências a nível do Design, Marketing e Tecnologia tais como *Atualiza-te* e a *20th International Technical Footwear Congress*.

Tenho como experiência a produção e organização de eventos de moda, participação e vencedora do Concurso *Jovens Criadores'14* no âmbito do Design de Calçado e Membro fundador & dirigente associativa da associação jovem de empreendedorismo, *i9jovem*. Possuo também experiência como Designer de Calçado na empresa *Old Port Shoes*, onde executei o meu estágio curricular e um *workshop* em Design de Calçado de duas semanas na *Modainpelle Academy* em Milão.

01

PROJETOS DE CALÇADO

3

[projetos]

[CALÇADO] COLEÇÃO HOMEM

“Alicerçado a uma estética pura, simples, espontânea mas ao mesmo tempo arrojada e vigorosa, nasce a coleção “You Sock”. Uma coleção que abraça projetos intemporais apoiada na tendência “Purpose Full”, onde o retro é reinventado e modernizado. Firmada em elementos simples e linhas suaves, e no âmbito do naturalmente pensado, esta coleção lança-se com sapatilhas e derivados de *richelieu* com um estilo mais contemporâneo. Anuncia-se com uma paleta de cores reconfortantes, moderada para a estação de Outono e Inverno, mas com toques de cor e padrões intensos e dinâmicos, que remetem para a forte personalidade do público alvo.

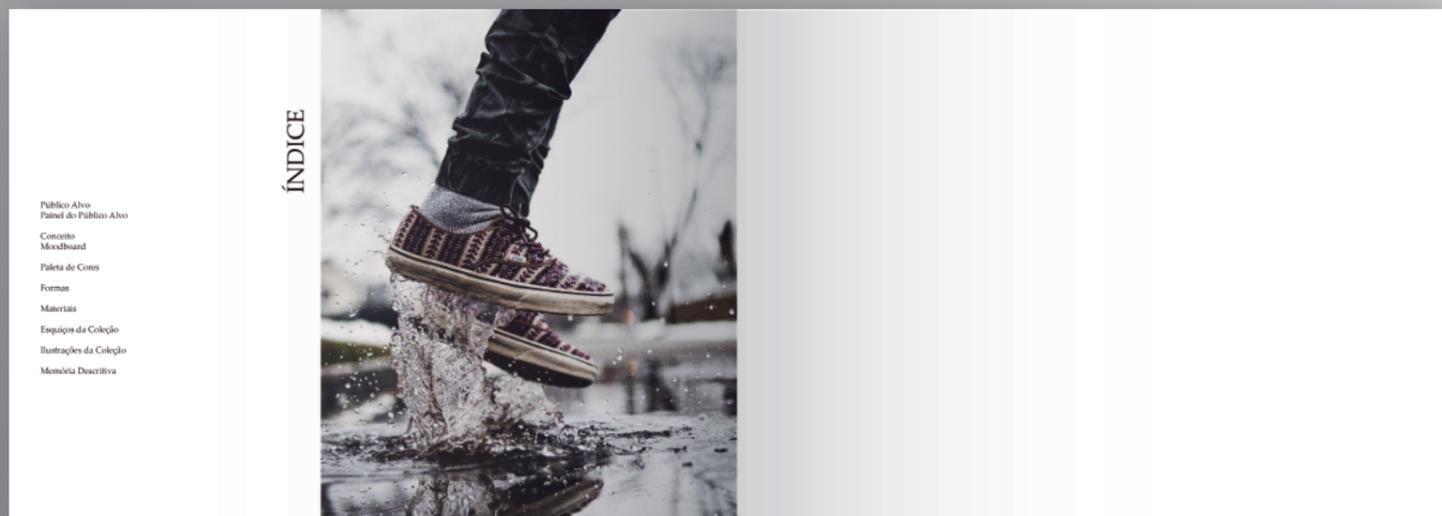
A Coleção manifesta-se também pelo o seu poder funcional e prático, determinado pela micro tendência “Heritage Utility”, com uma vertente adaptável e de “two-in-one”, desenvolve uma espécie de meia elástica integrada ao sapato/sapatilha com um sistema em velcro, onde o utilizador pode alterar e personalizar o seu próprio sapato, tornando-o em peças únicas e exclusivas para quem usa, modificando assim a meia que se articula ao sapato.

Este calçado será produzido com materiais duradouros e de boa qualidade, tornando assim estas peças num investimento para quem o compra.

Afirmamos então que a coleção revela-se com sapatos simples de cores básicas, mas destaca-se com os padrões e cores que a meia e os seus cordões apresentam evidenciando assim a irreverência e o arrojo do des preocupadamente pensado.”



17º CET Design de Calçado
Joana Raquel Dias
Processo Criativo



PÚBLICO ALVO

“Self-confidence is the best outfit, rock it and own it”

Tara Rice (2014)

Jovens adultos, com idades compreendidas entre os 27 e os 40 anos, com poder de compra. São homens que estão sempre apresentados, agradáveis, e têm um charme natural. Importam-se com a imagem, mas de uma maneira mais simples e espontânea, demonstrando o poder do olhar de um homem e o que o interior transmite. Estes homens estão atentos às tendências mas gostam de saber como lidar com elas, demarcando assim o seu estilo com um toque pessoal. Apresentam um estilo *pragm*, des preocupadamente pensado, e apostam em detalhes incomuns. São pessoas com um ar descontrado, mas que marcam pela personalidade forte que transmitem. Por norma, são pessoas bem dispostas, engraçadas e muito humildes. Encontramos estes homens na Europa meridional, no entanto eles estão sempre prontos a pôr uma mochila às costas, viajar e conhecer novas culturas.

"In a world full of trends, i want to remain a classic"

Iman

Alicerçado a uma estética pura, simples, espontânea mas ao mesmo tempo arrojada e vigorosa, nasce a coleção "You feel". Uma coleção que abraça projetos intemporais apoiada na tendência "Purvisc Full", onde o retro é reinventado e modernizado. Firmada em elementos simples e linhas suaves, e no âmbito do naturalmente pensado, esta coleção lança-se com sapatinhas e derivados de rúchies com um estilo mais contemporâneo. Anuncia-se com uma paleta de cores reconfortantes, moderada para a estação do Outono e Inverno, mas com toques de cor e padrões intensos e dinâmicos, que remetem para a forte personalidade do público alvo. A coleção mantém-se também pelo o seu poder funcional e prático, determinado pela micro tendência "Heritage Utility", com uma vertente adaptável e de "two-in-one", descreve uma espécie de meia elástica integrada ao sapato/sapatilha com um sistema em velcro, onde o utilizador pode alterar e personalizar o seu próprio sapato, tornando-o em peças únicas e exclusivas para quem usa, modificando assim a meia que se articula ao sapato. Este calçado será produzido com materiais duradouros e de boa qualidade, tornando assim estas peças num investimento para quem o compra. Afirmando então que a coleção revela-se com sapatos simples de cores básicas, mas destaca-se com os padrões e cores que a meia e os seus cordões apresentam evidenciando assim a irreverência e o arrojado do desprocuradamente pensado.

CONCEITO



"A classic with boldness"

Os modelos da coleção nasceram de bases simples onde denotamos que arriscamos mais na aplicação da meia ao sapato e não na confecção do sapato em si. A coleção é demarcada pela a aplicação de uma "meia" constituinte do sapato, onde apostamos mais no padrão e nas suas cores. Baseado na subtendência "Heritage Utility", com uma vertente adaptável e de "two-in-one", esta meia é removível em alguns modelos podendo o nosso público usar ou não, dependendo do seu gosto. Na sua criação, então, surgiu a ideia da criação de uma meia que não fosse possível a sua remoção, onde nos direccionamos mais para parte do nosso público que não tem medo de arriscar. Posto isto, nascem modelos com decotes acentuados, e aberturas não espectáveis onde seja possível se ver o padrão das meias tornando esta coleção mais irreverente, divertida e de forte personalidade.

MEMÓRIA DESCRITIVA



ILUSTRAÇÕES DA COLEÇÃO



MEMÓRIA DESCRITIVA
[A CLASSIC WITH BOLDNESS]

Os modelos da coleção nasceram de bases simples onde denotamos que arriscamos mais na aplicação da meia ao sapato e não na confecção do sapato em si.

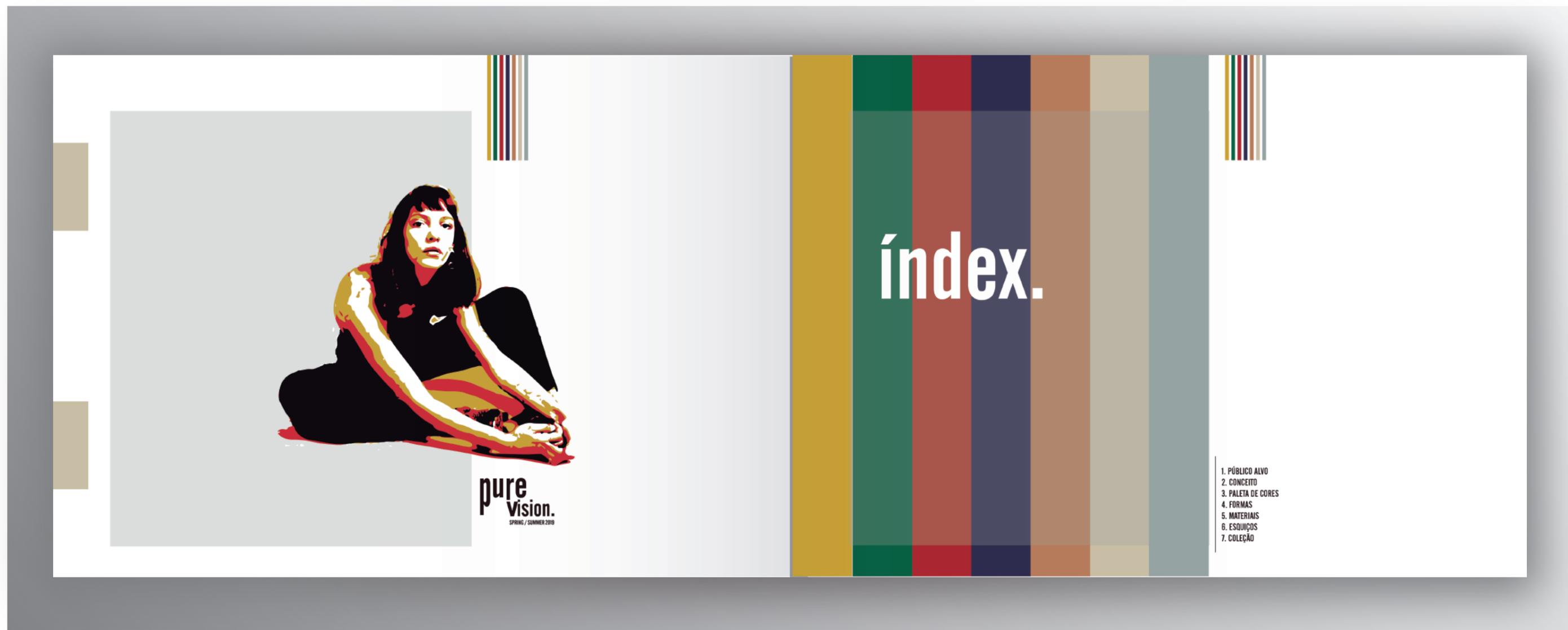
A coleção é demarcada pela a aplicação de uma "meia" constituinte do sapato, onde apostamos mais no padrão e nas suas cores.

Baseado na subtendência "Heritage Utility", com uma vertente adaptável e de "two-in-one", esta meia é removível em alguns modelos podendo o nosso público usar ou não, dependendo do seu gosto.

Na sua criação, então, surgiu a ideia da criação de uma meia que não fosse possível a sua remoção, onde nos direccionamos mais para parte do nosso público que não tem medo de arriscar. Posto isto, nascem modelos com decotes acentuados, e aberturas não espectáveis onde seja possível se ver o padrão das meias tornando esta coleção mais irreverente, divertida e de forte personalidade.

02

[CALÇADO]
COLEÇÃO
MULHER



2

"A MODA É A COMUNICAÇÃO VISUAL DO CORPO.
É SUPOSTADA POR UMA IDENTIDADE VISUAL E TEM A CAPACIDADE
DE TRANSMITIR A PERSONALIDADE DE UMA PESSOA."

Direcionada para uma mulher jovem adulta, de forte personalidade, sem medo de arriscar, nasce a Pure Vision. Uma coleção caracterizada por rogar, fazer a diferença e demarcar a autoexpressão, influenciada pela tendência "Creative Manifesto". Os clássicos são reinventados e renascem com detalhes e proporções estranhas e cores não expectáveis, motivados pela microtendência "Power Pose" onde são atualizados com um toque subversivo. Esta coleção de mulher para Primavera/Verão, apresenta uma paleta de cores destemida, legitimada a uma gama versátil tanto de tons militares como de tons neutros e suaves. Exibe-se numa ampla cadeia de tipos de calçado,

desde mules, a sandálias de salto raso e alto. Apresenta também derivados de rícheleu com um aspeto mais moderno e irreverente. Aponta para uma criação com materiais direcionados para a durabilidade e de boa maleabilidade, nomeadamente o nubuck, camurça de cabra, crust (anilina) e crute. As solas serão em couro ou em neólite, para uma aparência clássica e ao mesmo tempo de boa qualidade, onde os saltos se manifestam em madeira e injetados. Para impulsionar a tendência, e realçar a coleção, os sapatos apresentam sistemas de fecho simples, tais como as tiras em pele, cordões e o uso de elástico, onde deste modo, avivamos o calçado, chamando a atenção para as cores



MEMÓRIA DESCRITIVA
[COLOR POWERFUL WOMAN]

A coleção "Pure Vision" é baseada nas tendências "Creative Manifesto" e "Power Pose".

Consoante as referências visuais retiradas do moodboard a coleção apresenta cores vivas e irreverentes. Materiais de uma boa durabilidade, assim como, o nubuck, crute, crust (anilina) e camurça de cabra.

Nascem modelos simples, ergonômicos, suaves e elegantes, que se contrastam com cores vivas e com um poder abusivo para quem tem a ousadia de os usar.

Arriscar é uma das palavras chave dos modelos apresentados na coleção.

Os sistemas de fecho foram inspirados no "simples" mas arrojados ao nível do material em que se encontram, assim como nas cores em que se inserem.

Os saltos baixos e de tacão médio, inspirados na mulher versátil e variável às situações do dia a dia, mas sempre mantendo o sentido de moda e destacando-se na sociedade pela exuberância e segurança que transmitem

03

PROJETOS DE CALÇADO

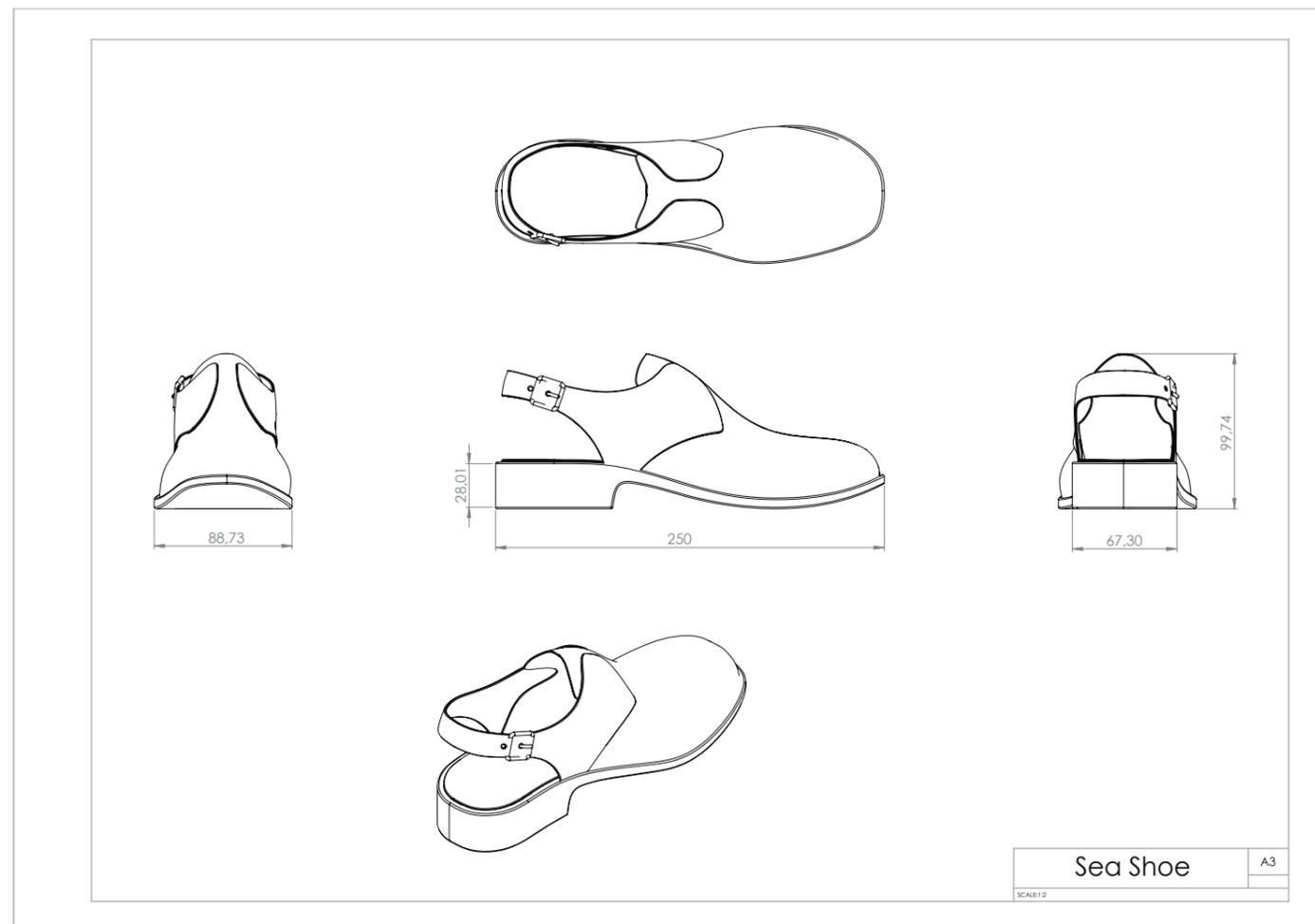
[CALÇADO]
CONCURSO
JOVENS CRIADORES



Concurso Jovens Criadores 2015, 1ª edição realizada pela Associação Empresarial de Santa Maria da Feira.

No âmbito deste desafio, concorri, ganhando o primeiro prémio no contexto do Design de Calçado. Após pesquisa na área, nasce o "Sea Shoe", um sapato projetado para a Primavera/Verão, direcionado para uma mulher despreocupada, serena mas com sentidos apurados para a moda.

Fundamentada no trabalho do *Designer Hudson*, procede uma visão futurista mas com toques *vintage* de onde parte toda a inspiração para esta peça. Este sapato é criado e alicerçado aos modelos de estilo *mocassins* e *derbis*, onde este renasce com uma abertura no contraforte de estilo sandália partindo de um sapato fechado e conglomerando ao futurismo.





04

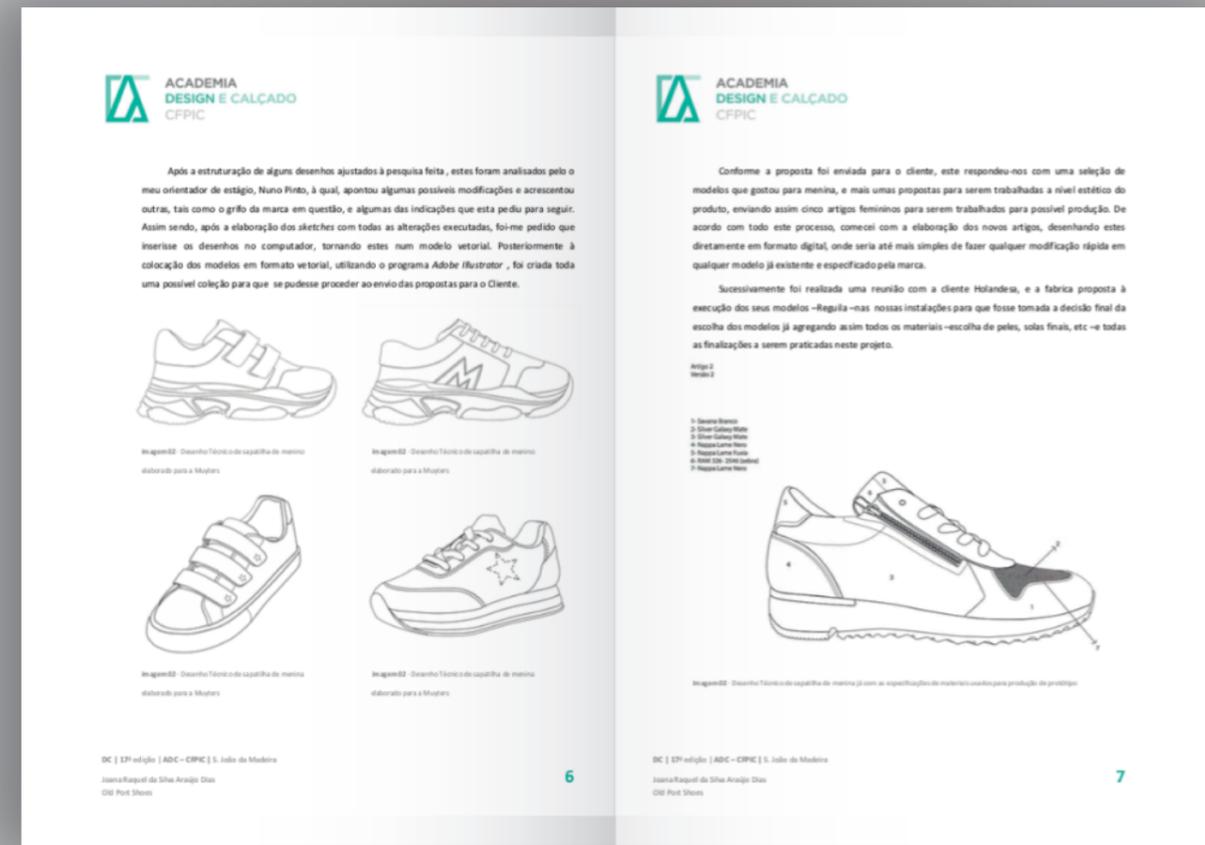
[CALÇADO]
ESTÁGIO
CURRÍCULAR

DESIGN DE CALÇADO
[ESTÁGIO CURRÍCULAR]

No âmbito do meu estágio curricular em Design de Calçado- no ateliê da *Old Port Shoes, Lda* - as atividades desenvolvidas foram relacionadas com todo o processo da execução de um modelo de calçado, desde o seu desenho ao controlo de qualidade.

Foi-me dada a oportunidade de criação de uma mini coleção- assim como o desenvolver de contactos- para uma marca holandesa -*Muyters*, que foi dos projetos mais gratificantes e aliantes que pude exercer como designer estagiária, pois os modelos seguiram mais tarde para venda.

Nesta prática em contexto de trabalho, fiz projetos ao nível criativo, assim como escolha de materiais, controlo de qualidade diretamente com as fábricas de produção, escolha de acessórios e/ou adereços para modelos, captura de modelos para colocação em base de dados e preenchimento de fichas técnicas e acompanhamento de protótipos em fase de produção.



[Imagens do dossiê de relatório de Estágio - Old Port Shoes, Lda]



Imagem 02 - Alguns desenhos técnicos elaborados para a marca Mylets.

Rematando todo o trabalho inerente nesta proposta, verificou-se uma mais valia em toda a metodologia do planeamento, tornando-me assim mais familiarizada com coleções e desenvolvimento de modelos para criança, pondo-me num papel de responsabilidade, impondo todo um processo de rapidez e coerência, no uso de ferramentas digitais para a sua execução, o uso do inglês para as reuniões estabelecidas, o estudo executado em mercados estrangeiros e toda a gestão de timing para a sua entrega.

2. CRIAÇÃO DE MODELOS DE CRIANÇA COM SOLA ESPECÍFICA;

Neste projeto, e ainda no seguimento do calçado, foi-me proposto a criação de modelos para criança - femininos e masculinos - dando-me apenas a sola usada para a sua confecção, e mais uma vez a marca Mylets como principal comprador dos modelos.

Em torno deste paradigma, iniciei uma pesquisa por marcas mais comerciais e de tendências direcionadas para o caminho da Mylets, -marcas estas mencionadas pelo meu orientador de estágio - onde após esta recolha de informação procedi ao desenvolvimento dos diferentes modelos com o uso da sola apontada.



Imagem 03 - Alguns dos desenhos técnicos elaborados com a sola N308.

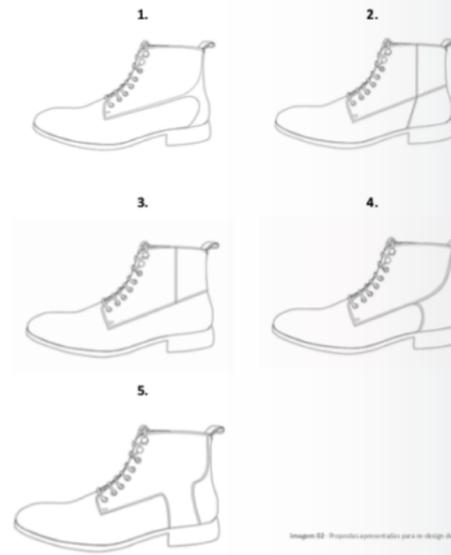


Imagem 04 - Propostas apresentadas para o design do boot.

4.2 COLOCAÇÃO DE SOLA EM MODELO JÁ EXISTENTE

Para estes projetos foram-me dadas as solas e e os modelos já existentes para a junção destes, com o objetivo da criação de um modelo diferente usando estas características.



Imagem 05 - Sola para modificação de modelo.

Imagem 06 - Modelo existente.



Imagem 07 - Modelo modificado.



Imagem 08 - Sola para modificação de modelo.

Imagem 09 - Modelo existente.



Imagem 10 - Modelo modificado.

4.3 CRIAÇÃO DE MODELOS PARA RESPECTIVAS GAMAS

Esta proposta consistiu no estudo feito nas gamas B e L, para a criação de mais modelos para a sua constituição, aglomerando assim características desta gama para novos modelos.



Imagem 11 - Modelos desenvolvidos para a gama B (gama de desportivos).



Imagem 12 - Modelos desenvolvidos para a gama B (gama de desportivos).

A execução deste projeto fez com que através da sua realização, conseguisse perceber que o design de calçado não consiste em apenas produzir algo novo, mas que o criar algo baseado em modelos que já existem é um recurso cada vez mais utilizado.

5. OUTROS: TRABALHOS DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE DOCUMENTAÇÃO ETC;

Estes pequenos trabalhos de administração, contribuíram imenso para a minha aprendizagem e especialmente para o ganho de experiência neste sentido.

As propostas foram referentes a atividades no que diz respeito à escolha de materiais para gamas de calçado, -onde existiu um contacto grande com tipos de peles e catálogos de materiais - execução de fotografias de estúdio para arquivo da Old Port Shoes, conferir referências e preços de encomendas, desenvolvimento de esboços para melhor percepção do modelo em plena fábrica, realização de controlos de qualidade -tanto em fábricas localizadas em São João da Madeira, Santa Maria da Feira como também Felgueiras. -e preenchimento de fichas técnicas de especificações de modelos por gamas.

Materiais		Cores	
Nome do Material	Referência	Nome da Cor	Referência
Peça de couro	10000000	Preto	000000
Peça de couro	10000000	Branco	100000
Peça de couro	10000000	Verde	008000
Peça de couro	10000000	Amarelo	FFD700



Nome	Material	Referência	Cor
Peça de couro	10000000	000000	Preto
Peça de couro	10000000	100000	Branco
Peça de couro	10000000	008000	Verde
Peça de couro	10000000	FFD700	Amarelo

Imagem 13 - Exemplo de ficha técnica preenchida.

15 [projetos]

05

PROJETOS COMUNICAÇÃO
E EDIÇÃO

[AGRICULTURA LUSITANA] PORTATÍL LAND ART



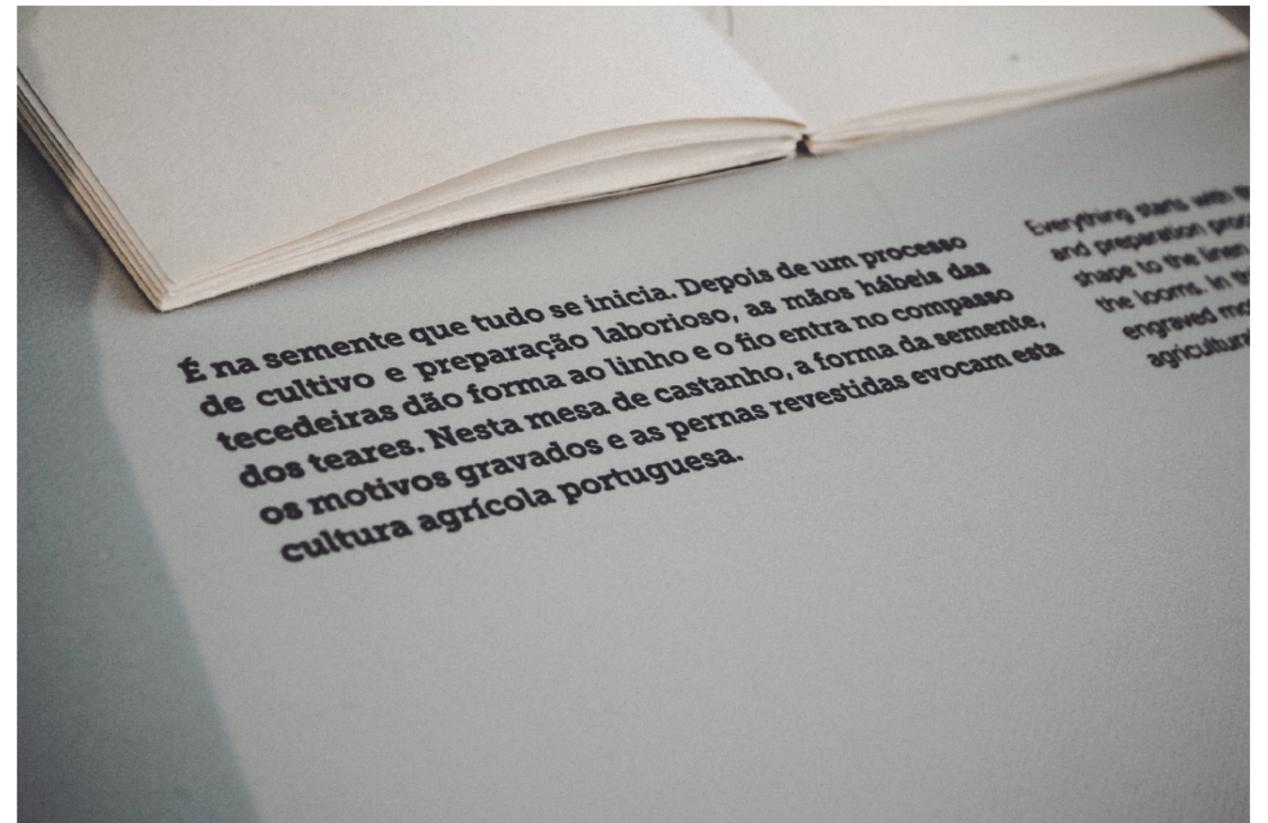
[Reinventar a cultura dos lugares com as pessoas que neles habitam é a linha de atuação das Adeias do Xisto para criar valor social e económico no território]

O projeto Agricultura Lusitana envolveu cerca de 150 pessoas, vindas de 9 escolas superiores de design nacionais, 22 ateliers de craft, e uma equipa de design, que foram convidados a imergirem na realidade das aldeias e a inspirarem-se no contexto dos lugares para, a partir daí, criarem objetos significantes da memória e da identidade cultural, dos valores do território e do espírito português.

A exposição 2015-18 apresenta também novos projetos que combinam conhecimento, atração de novos atores e mobilização comunitária na busca por novos caminhos de ligação à terra e de transformação dos lugares.

O nosso projeto foi a criação de uma horta portátil que surge como um convite para ligar as pessoas à terra, oferecendo a oportunidade de semear, ver crescer e por fim colher com as próprias mãos aquilo que consome. Sendo este um hábito vincado nos meios rurais, e nomeadamente nas Aldeias do Xisto, faz sentido recriar esta importante atividade do campo em ambiente citadino, tornando-a num hábito aprazível e potenciano o interesse pela preservação e valorização da agricultura. Um desafio para que continuemos a cultivar a nossa cultura.

Tendo como inspiração a natureza típica e as paisagens das Aldeias do Xisto, identificámos o projeto com socalcos da região, como forma de evocar e reforçar a sua beleza. Criámos uma estrutura simples, com três camadas de diferentes alturas onde se pode cultivar, de uma forma prática, vários tipos de especiarias. Este "jardim" de linhas simples e retas, tem uma vibração *clean* e moderna que é complementada e embelezada com a folhagem que cresce após o cultivo. O material utilizado - MDF - combina fibras de madeira, mesclando assim o rural com o urbano, o que reforça o nosso argumento.



[Exposição Agricultura Lusitana - Aldeias do Xisto, na Universidade de Aveiro-2015]



[Exposição Agricultura Lusitana - Aldeias do Xisto, na Universidade de Aveiro-2015]

06

PROJETOS COMUNICAÇÃO

[AZEITE LUÍSA PATO]
THEOS

Theōs

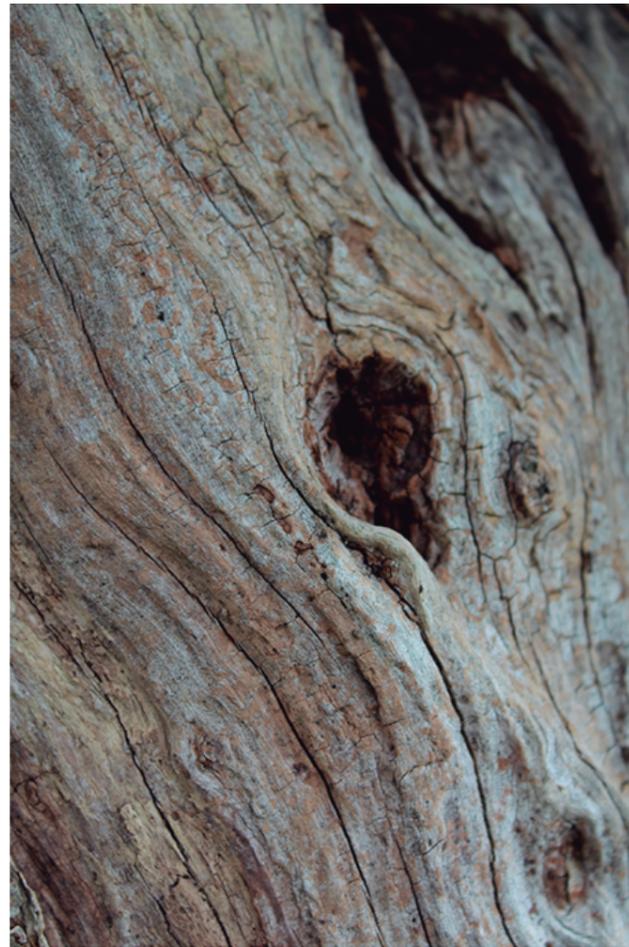
by Luísa Pato

[AZEITE LUÍSA PATO]
THEOS

O projeto “*THEÓS*”, nasce para a criação de uma nova imagem para a empresa de azeite “Quinta do Ribeirinho”, situada na Bairrada Portugal. Os requisitos para a nova imagem consistia em criar uma nova comunicação da garrafa de azeite, assim como melhorar o próprio desenho da garrafa.

Partimos do nosso conceito “Mitologia”, para chegarmos aos Deuses associados ao azeite. Com isto, pretendemos criar uma garrafa de excelência, direcionada para uma classe média alta e alta. Uma garrafa que se enquadra num estilo elegante e clássico, mas que não fuja ao tradicional e à história integrante deste tão apreciado “ouro líquido”.

Esta sublimidade será para venda direta, em casas características de um público focalizado.



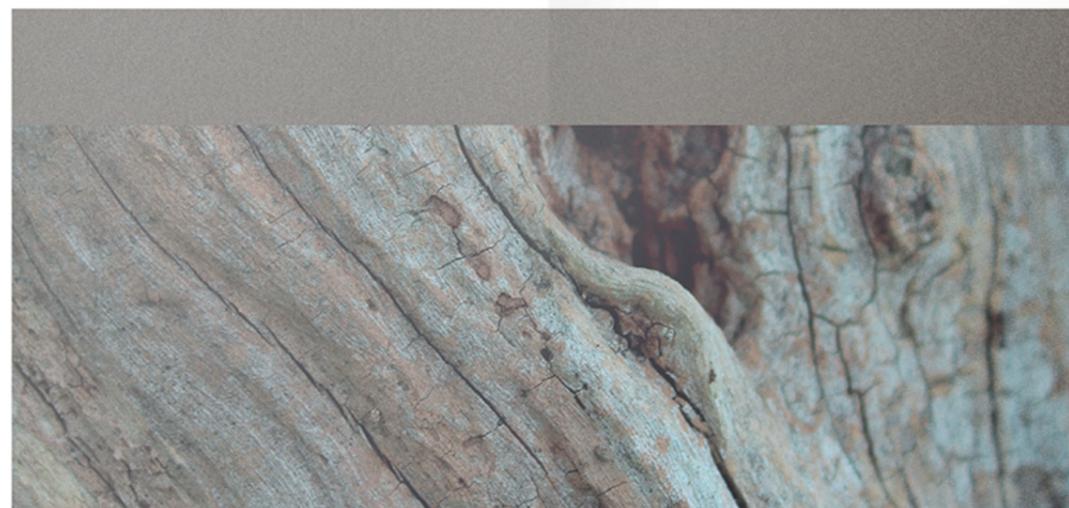
O nome da marca, “*THEÓS*”, consistiu por si só o logótipo desta marca de azeite.

“*Theós*” significa Deus em grego e a sua escolha como nome da marca está no facto da mitologia grega ser o conceito de inspiração da comunicação gráfica e embalagem da marca. A substituição do acento por uma figura, linha, procura remeter para a ideia de auréola, por sua vez, também associada aos deuses.



[Manual de normas - projeto "Theós"
Luísa Pato - Azeite]

[AZEITE LUÍSA PATO]
THEOS



Theos

by Luísa Pato

CONCEITO

Baseada na mitologia Grega, a primeira Oliveira surgiu devido a uma disputa entre a Deusa Atena e o Deus Poseidon (deus do mar). Com esta desavença o povo de Attica foi forçado a tomar um partido, onde a Deusa Atena foi eleita. A Oliveira, assim, passou a ser um símbolo forte, representando força, resistência, graciosidade e fertilidade.

A EMBALAGEM, MATERIAIS E DIMENSÕES

Embalagem de porcelana com tampa em madeira de espécie faia



[Excertos do manual de normas criado para a apresentação do projeto.]

A MARCA *THE BRAND*

Theós consiste num azeite de grande destaque pela sua produção artesanal em Portugal, na Bairrada. Este azeite extra virgem é produzido com a azeitona galega que provém de oliveiras centenárias absolutamente livres de produtos químicos.

Theós represent and olive oil well known by its craft production in Portugal, Bairrada. This extra virgin olive oil is produced with the galega olive that grows in centennial olive trees free of chemical products.

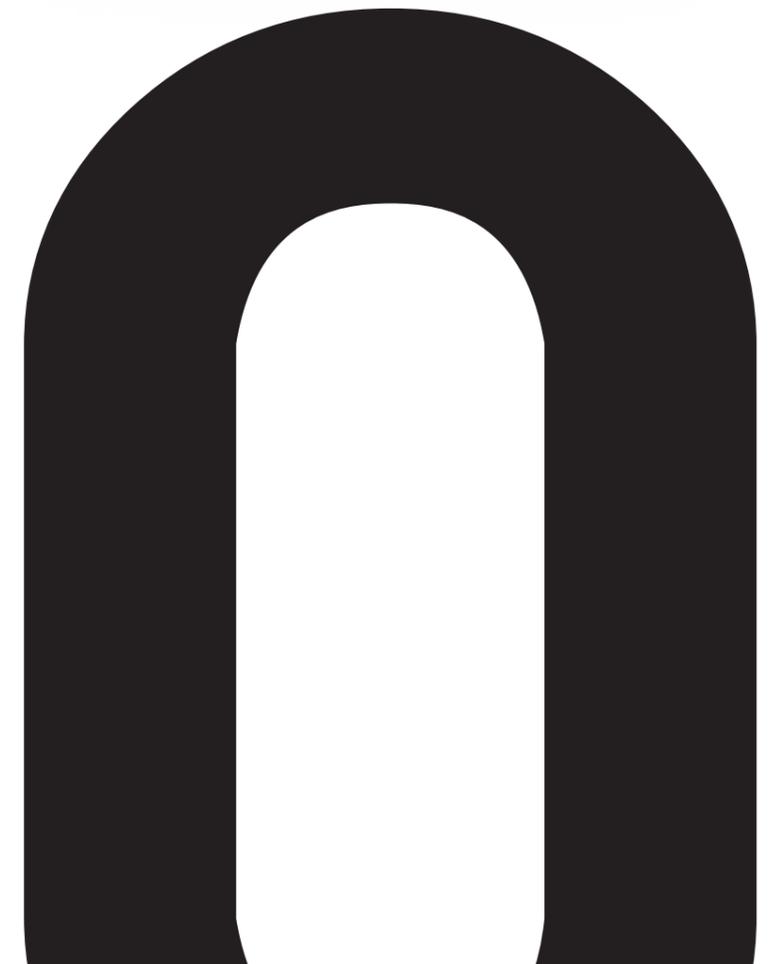
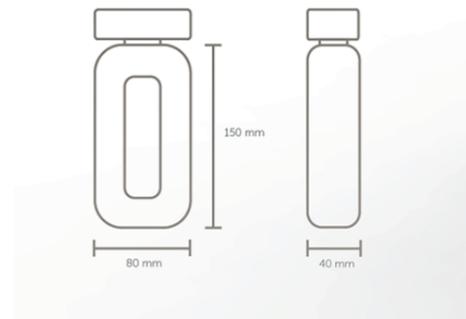
O azeite Theós possui uma acidez máxima de 0,1% e destaca-se por ser mais complexo em textura e sabor. A nível visual destaca-se a sua tonalidade dourada e apela aos nossos sentidos, no nosso olfacto, pela mistura de ervas e maçã verde bem como no paladar por um sabor fresco e frutado.

This olive oil has 0,1% of maximum acidity and stands out because of its unique texture and flavour. Visually the gold colour associated with the mixture of herbs and green apple really appeals to our senses.

NORMAS GRÁFICAS *GRAPHIC GUIDELINES*

Este manual disponibiliza os elementos e normas de utilização que permitem um uso correcto da identidade da marca. É também apresentada a recomendação de reprodução e comunicação visual da marca Theós.

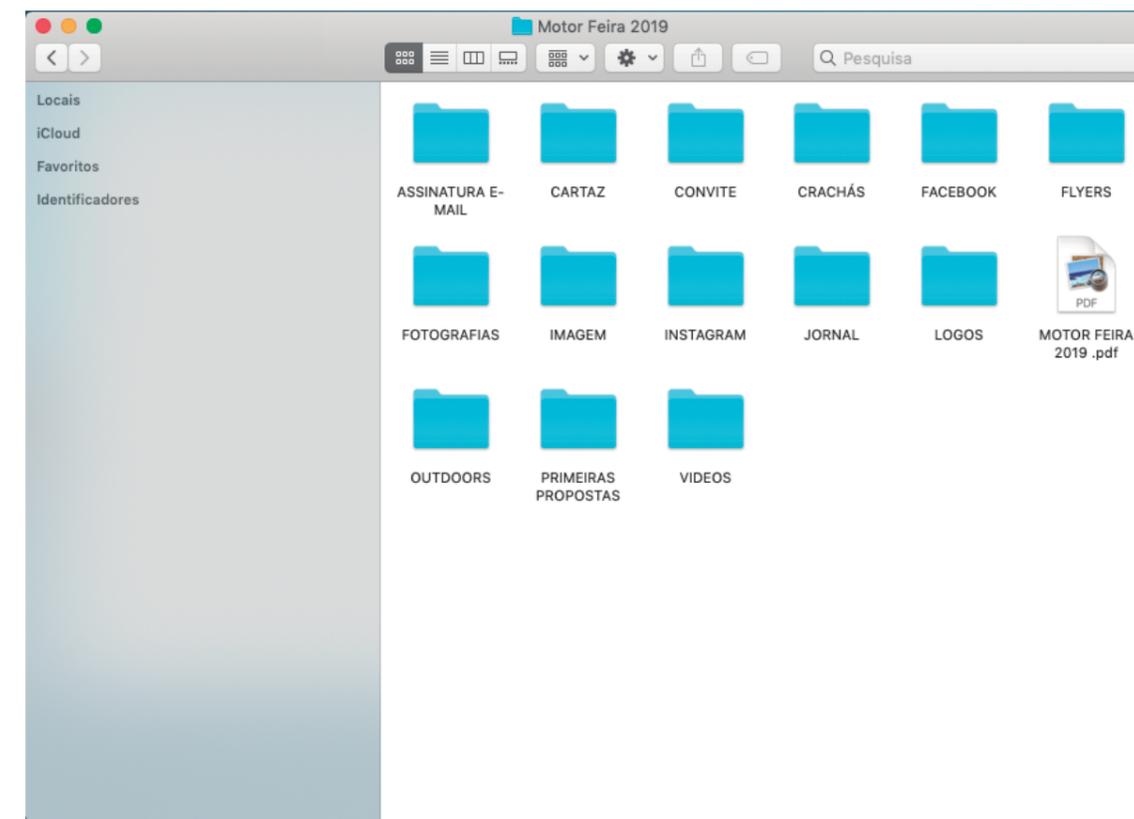
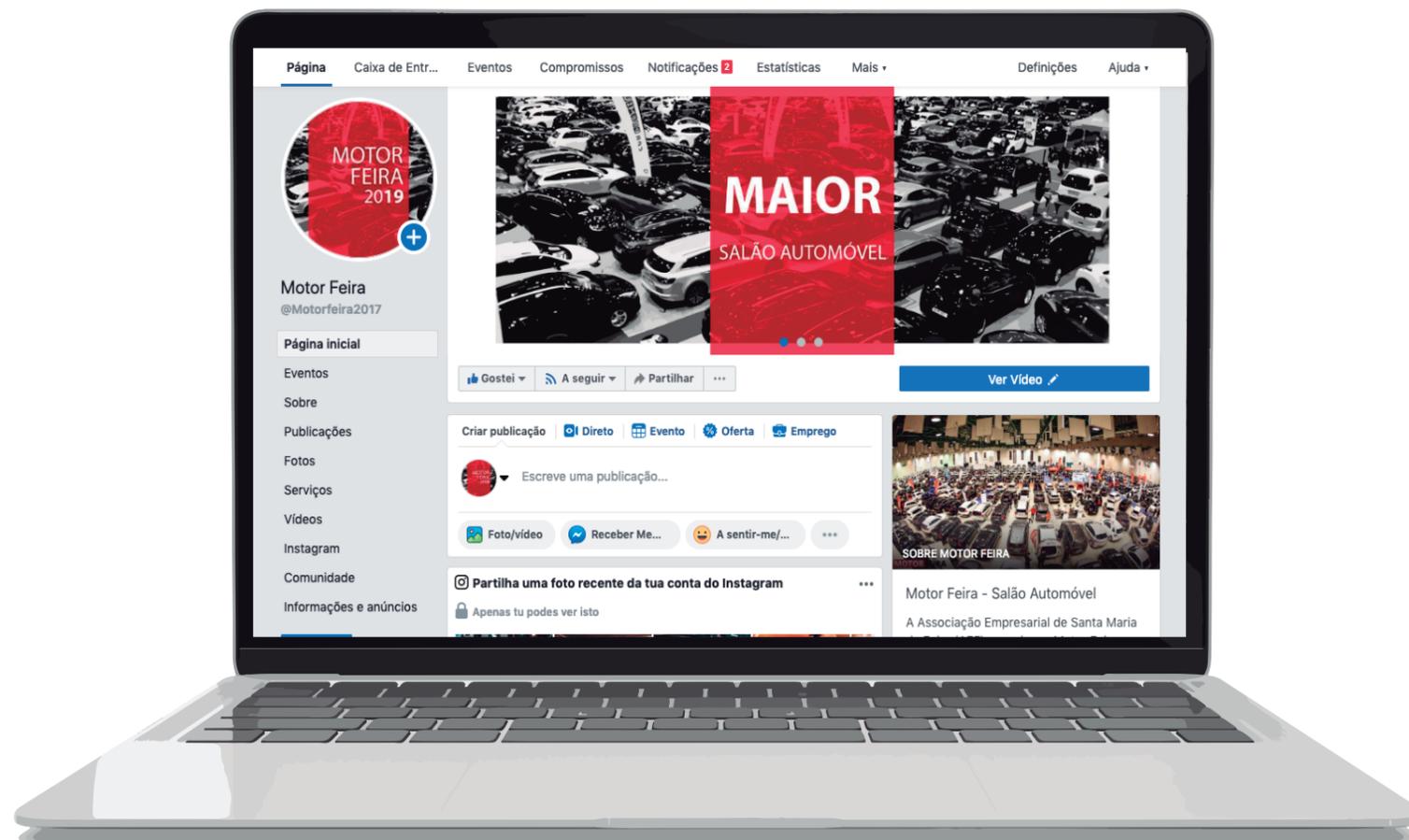
This Graphic guideline expose elements and graphic norms that allow a proper use of the brand identity.



25 [projetos]

07

MOTOR FEIRA 2019
produção e gestão de redes
sociais e criação de conteúdo



Com alguma experiência de produção de eventos, edição de imagem e criação de conteúdos, foi-me apresentada a proposta para produção do evento Motor Feira 2019, organizado pela AEF - Associação Empresarial de Santa Maria da Feira.

Na execução do mesmo, para além de todo o processo de logística inerente, foi necessária a aplicação de um plano estratégico para melhoria e gestão das redes sociais face ao que teria sido executado em anos anteriores. Posto isto, a criação de conteúdo antes, durante e pós o evento foi necessária.

Um projeto que envolveu as minhas capacidades de Design e Comunicação, assim como um pouco de Marketing, Produção & Gestão de eventos.





1,5 MILHÕES
EM VENDAS

Plano de Comunicação

Suporte	Publicações
OUTDOORS	10
RÁDIO Sintonia Feirense	1
JORNAL Jornal de Notícia, O Jogo	2
COMUNICAÇÃO ONLINE Facebook e Instagram	2



71 VIATURAS **1 VIATURA**
VENDIDAS VENDIDA
POR HORA





08

COMUNICAÇÃO POLIWORDS'20
produção de conteúdo gráfico
para identidade da marca.



[Moodboard para criação de site e identidade visual da marca]

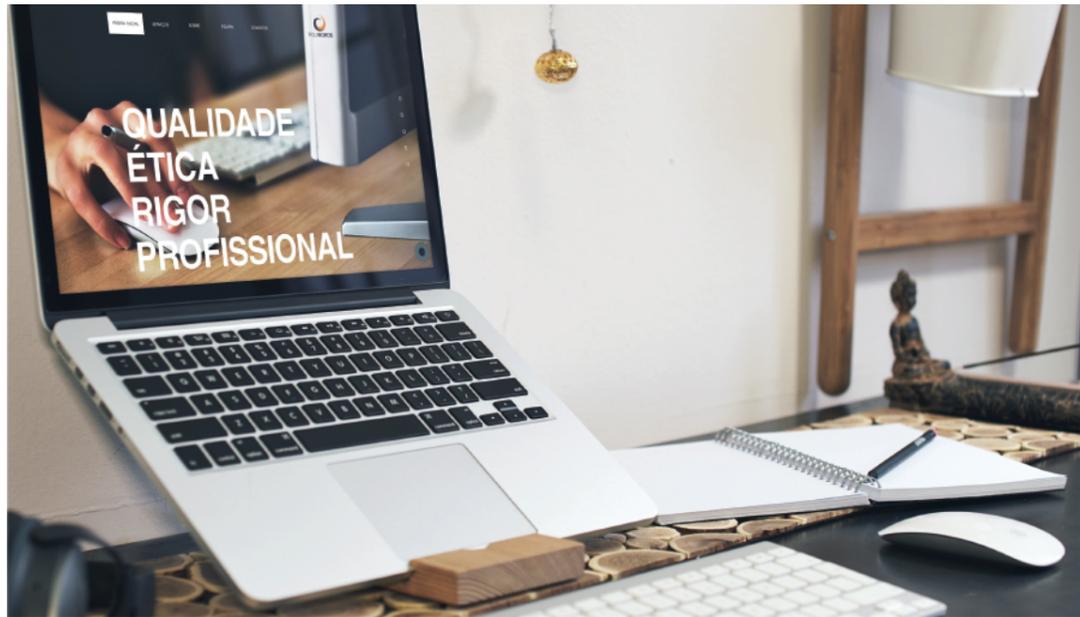


POLIWORDS

[Novo logótipo com identidade visual atualizada]

A Poliwords nasceu com o propósito de ser uma referência no mercado, procurando atender às necessidades únicas dos nossos clientes. Procuramos também fomentar um ambiente de segurança, valorização, estabilidade e bom ambiente de trabalho a quem conosco colabora.

Pretendemos potenciar as empresas e capacitá-las para melhor se posicionarem no mercado global, apoiando na sua apresentação e comunicação com o público ou outras empresas.



SERVIÇOS

01 / TRADUÇÃO

Sou um parágrafo. Clique aqui para editar e adicionar o seu próprio texto. É fácil! Basta clicar em "Editar Texto" ou clicar duas vezes sobre mim e você poderá adicionar o seu próprio conteúdo e trocar fontes. Arraste e posicione na página.

02 / ASSESSORIA

Sou um parágrafo. Clique aqui para editar e adicionar o seu próprio texto. É fácil! Basta clicar em "Editar Texto" ou clicar duas vezes sobre mim e você poderá adicionar o seu próprio conteúdo e trocar fontes. Arraste e posicione na página.

03 / DESIGN

Sou um parágrafo. Clique aqui para editar e adicionar o seu próprio texto. É fácil! Basta clicar em "Editar Texto" ou clicar duas vezes sobre mim e você poderá adicionar o seu próprio conteúdo e trocar fontes. Arraste e posicione na página.



[Novo cartão de visita com nova identidade visual]

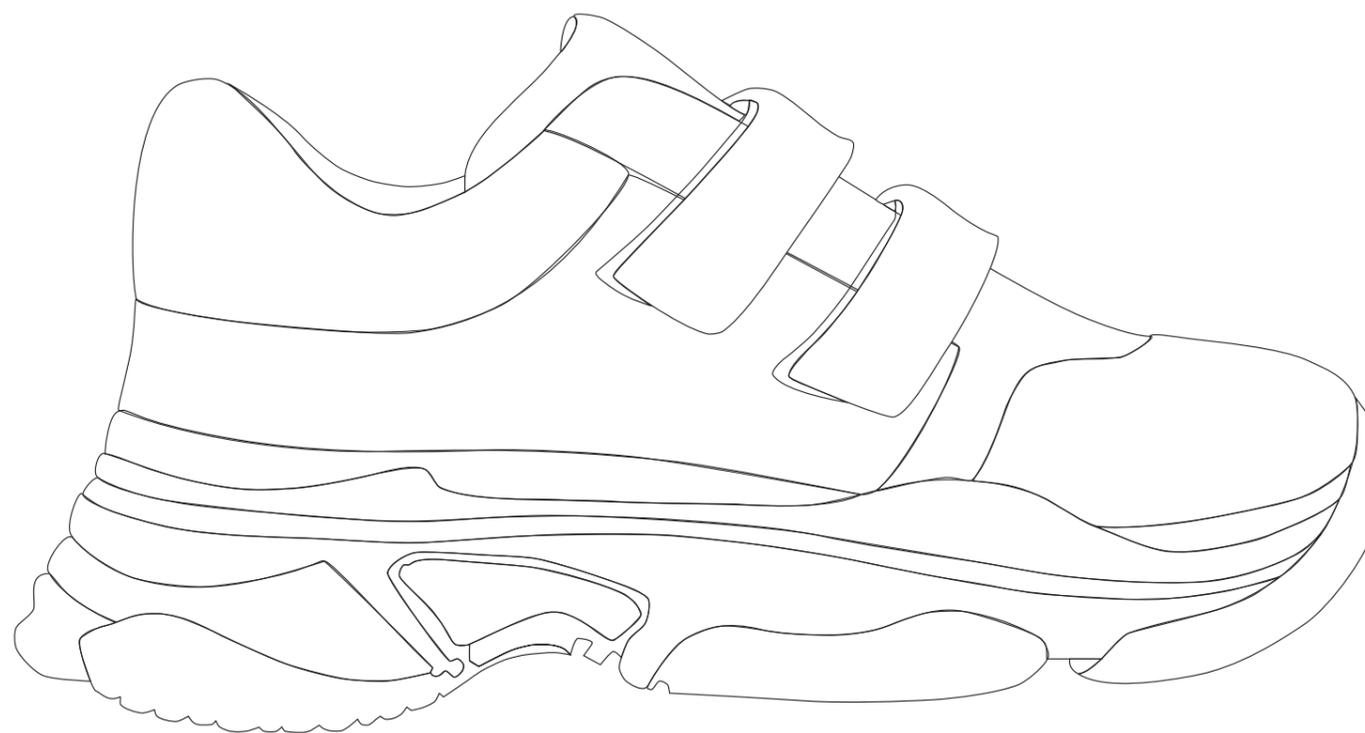
[Criação de site de acordo com a nova imagem da marca]

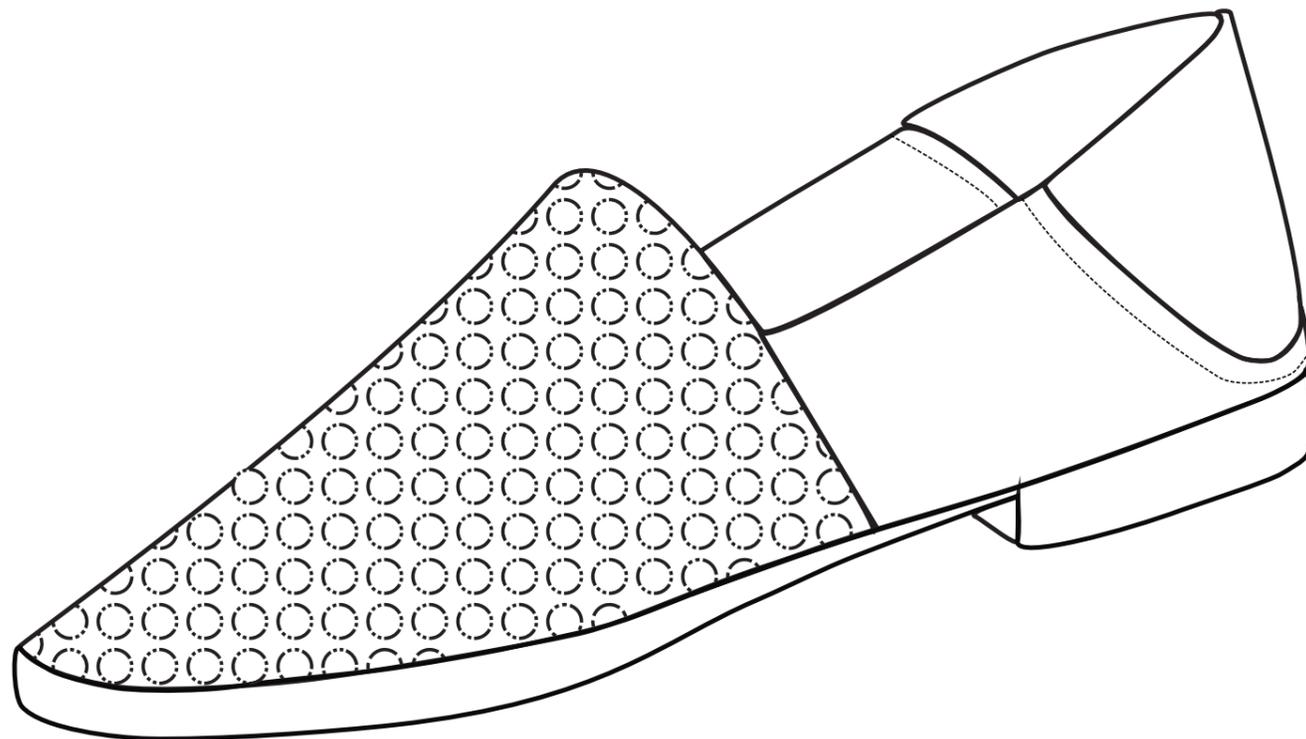
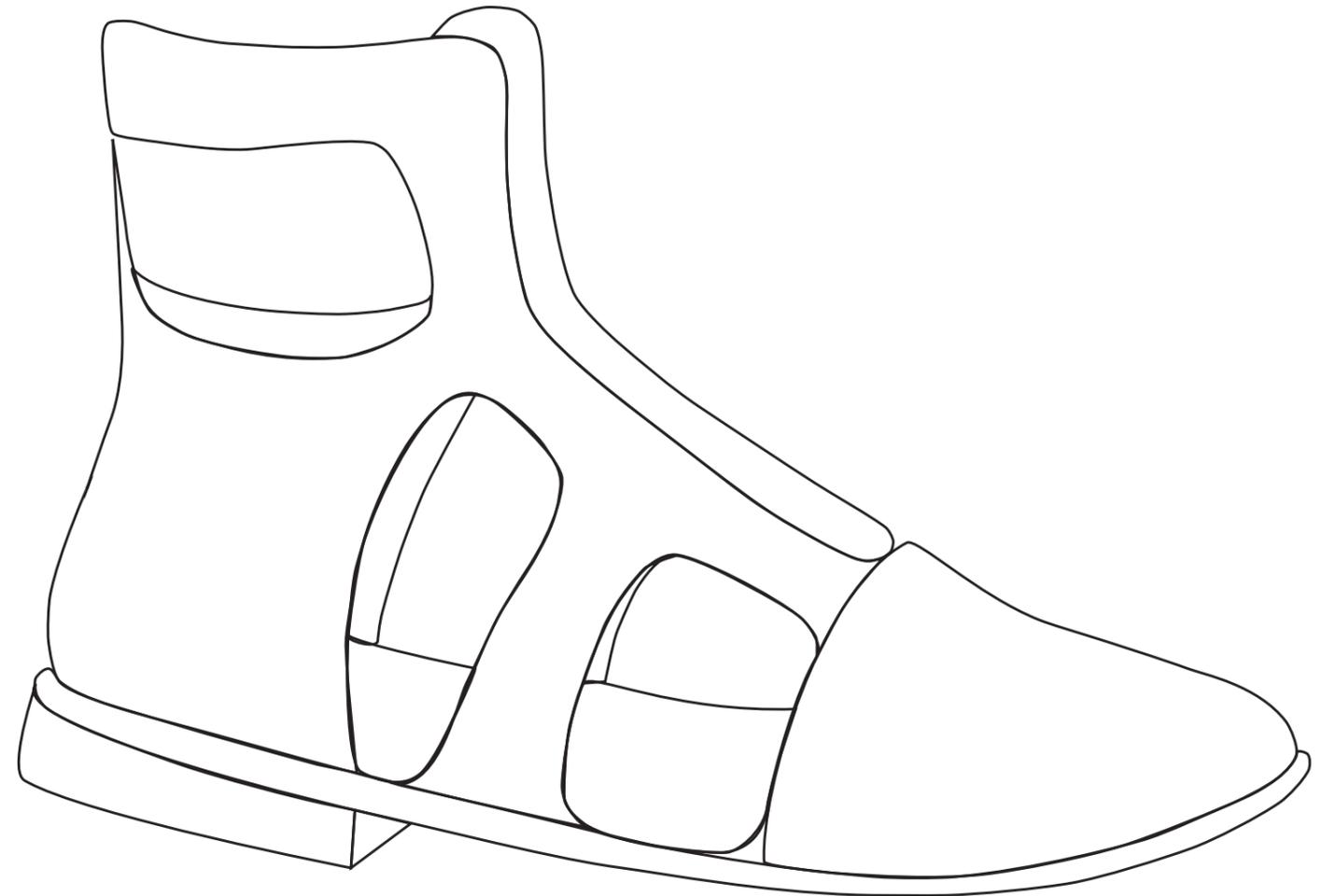
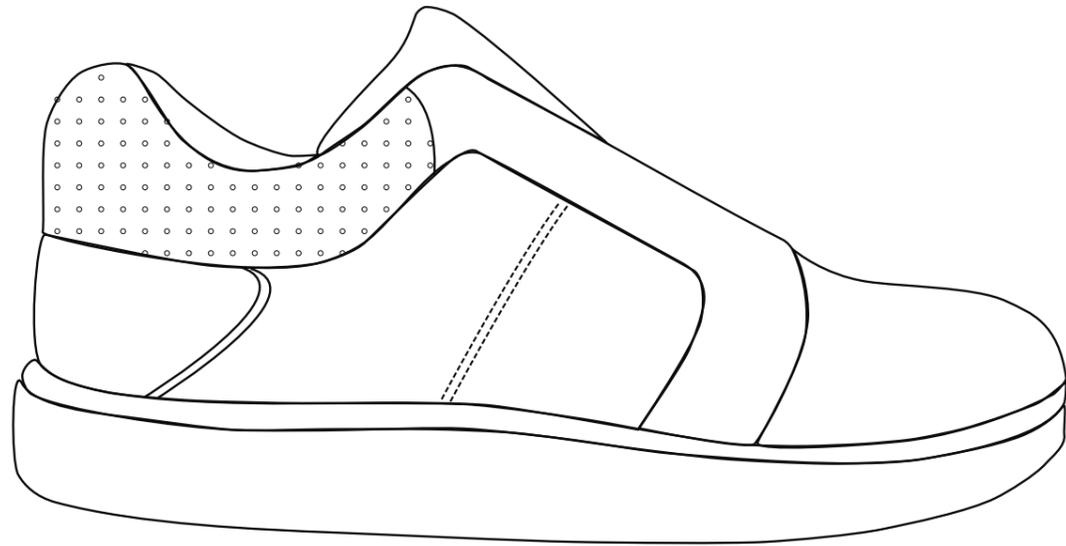
09

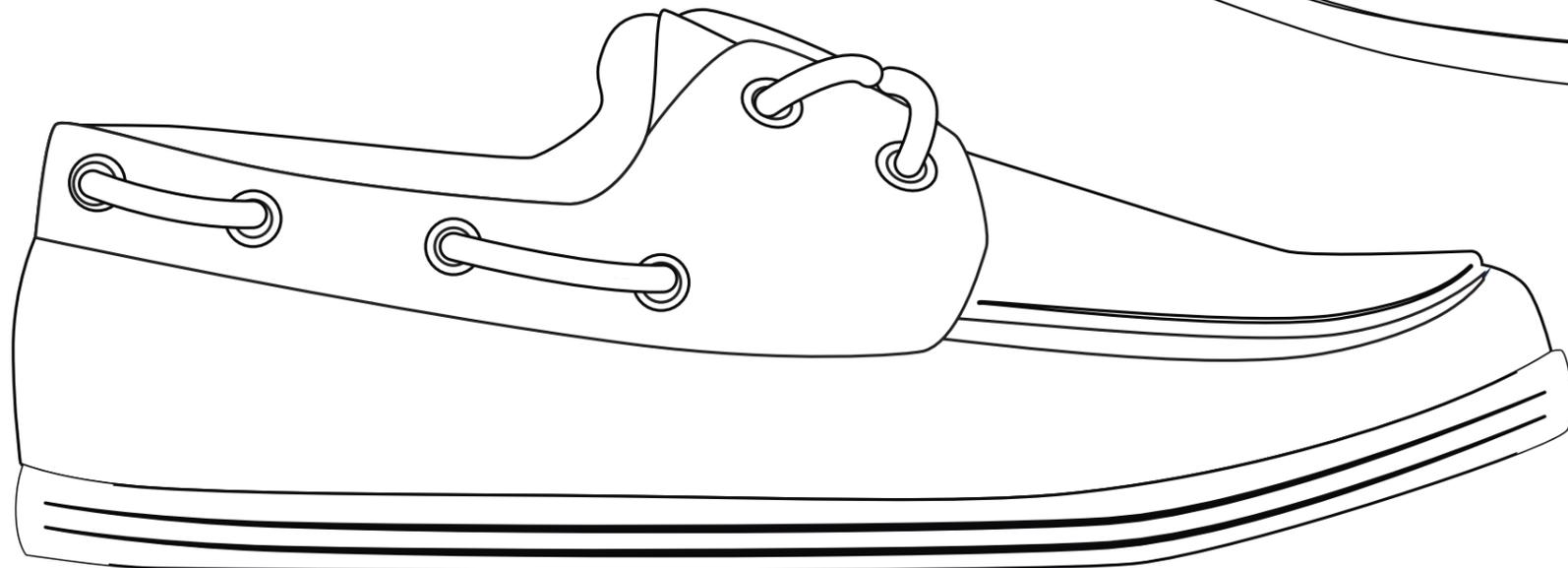
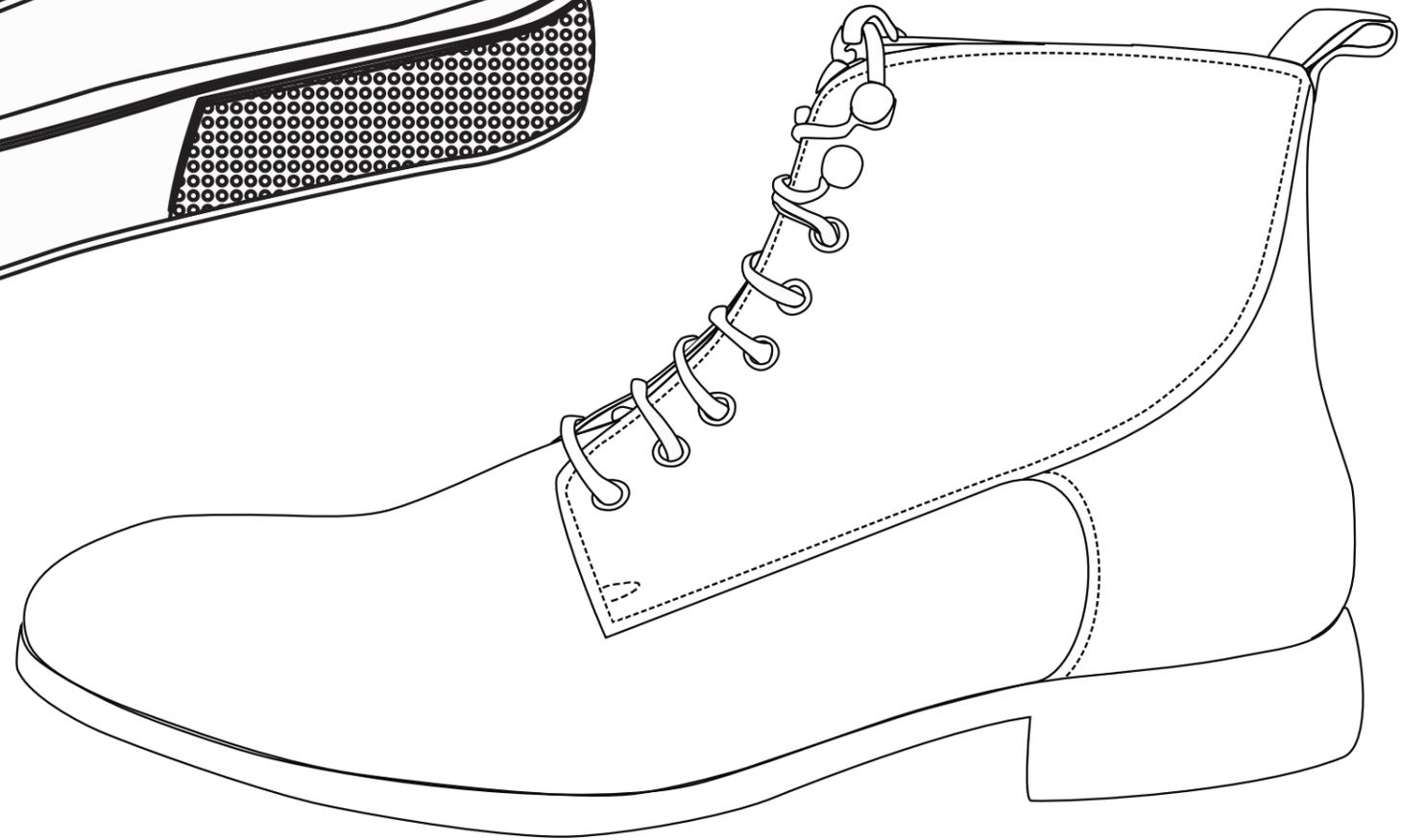
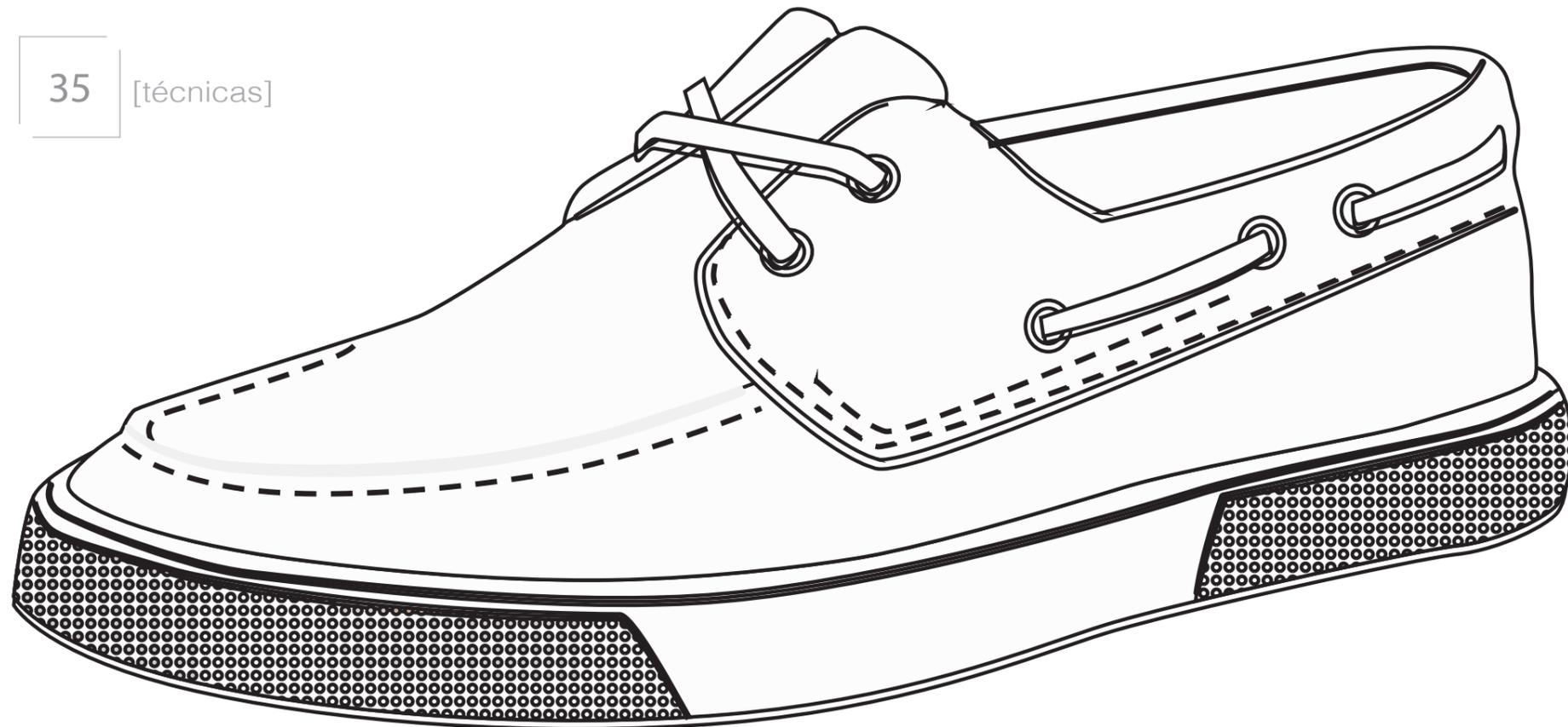
[DEMONSTRAÇÃO DE TÉCNICAS]

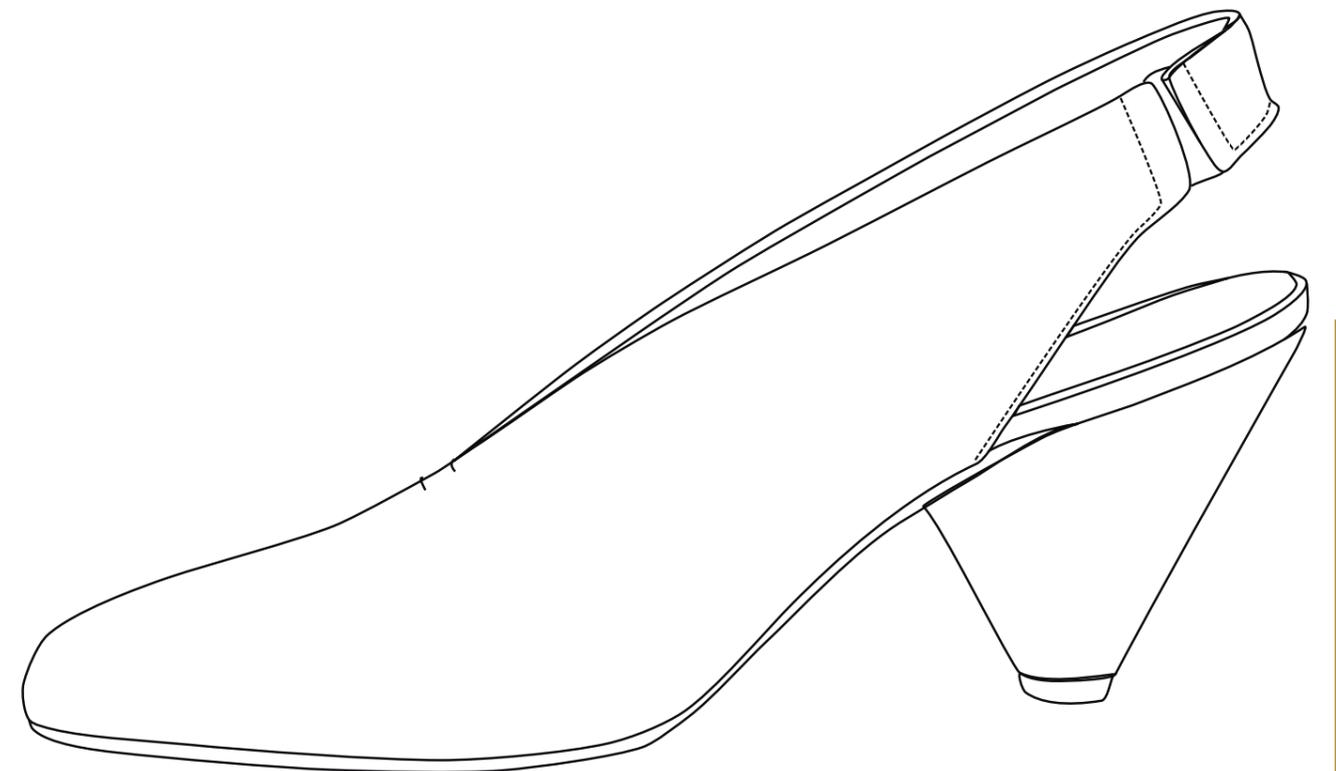
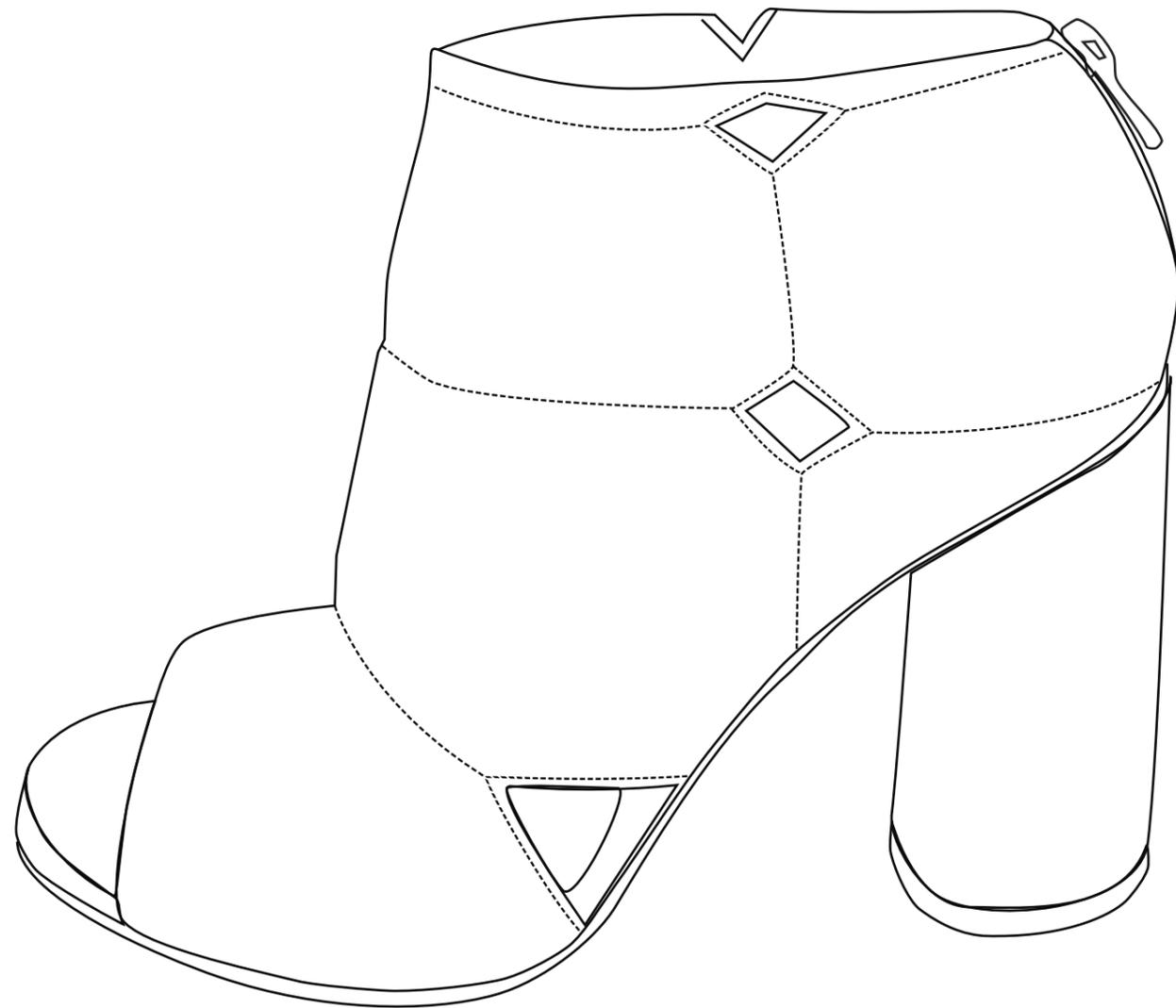
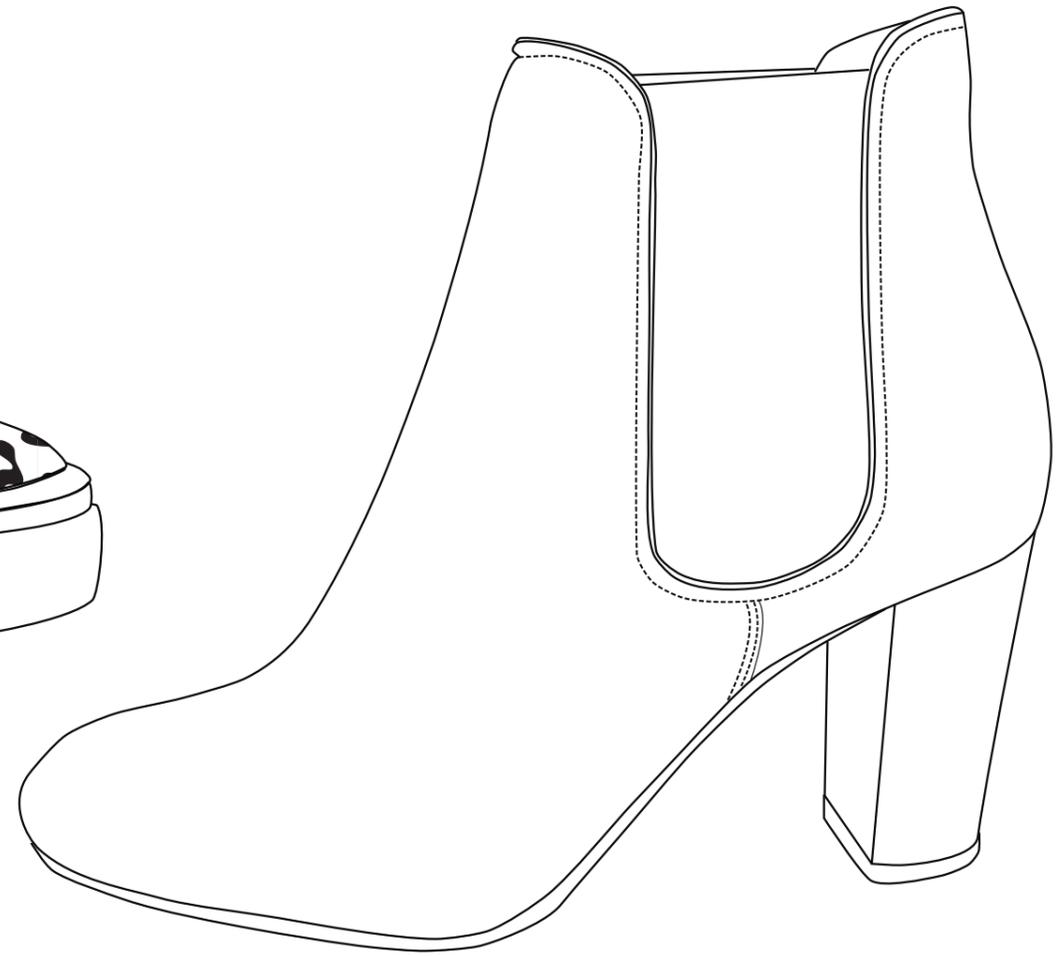
DESENHO VETORIAL

[Desenhos vetoriais de coleções e/ou modelos executados no programa- *illustrator*]









[DEMONSTRAÇÃO DE TÉCNICAS]
DESENHO MANUAL

[Desenhos feitos à mão com
utilização de materiais de desenho-
Grafite.]



[DEMONSTRAÇÃO DE TÉCNICAS]

DESENHO MANUAL

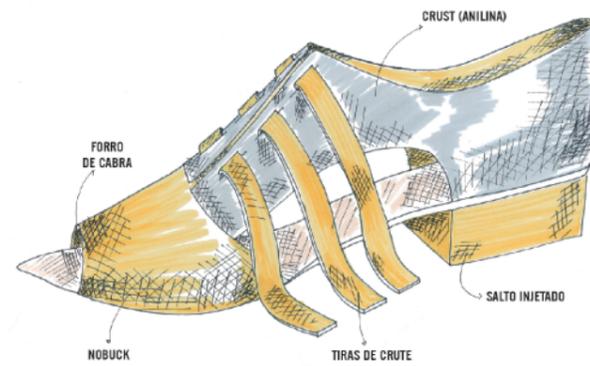
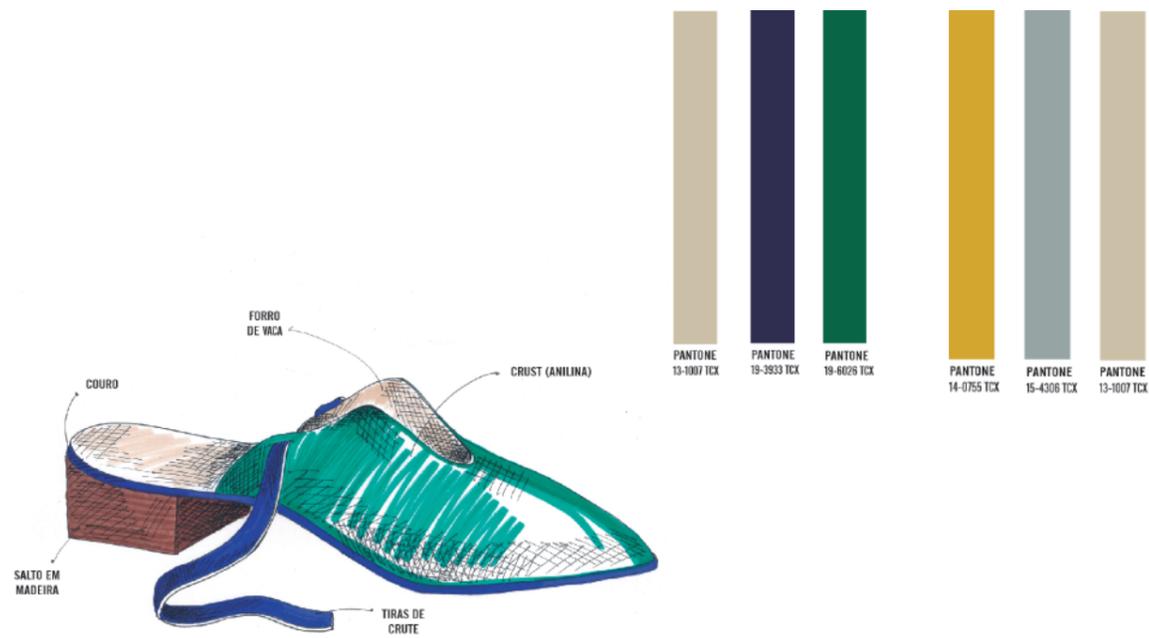
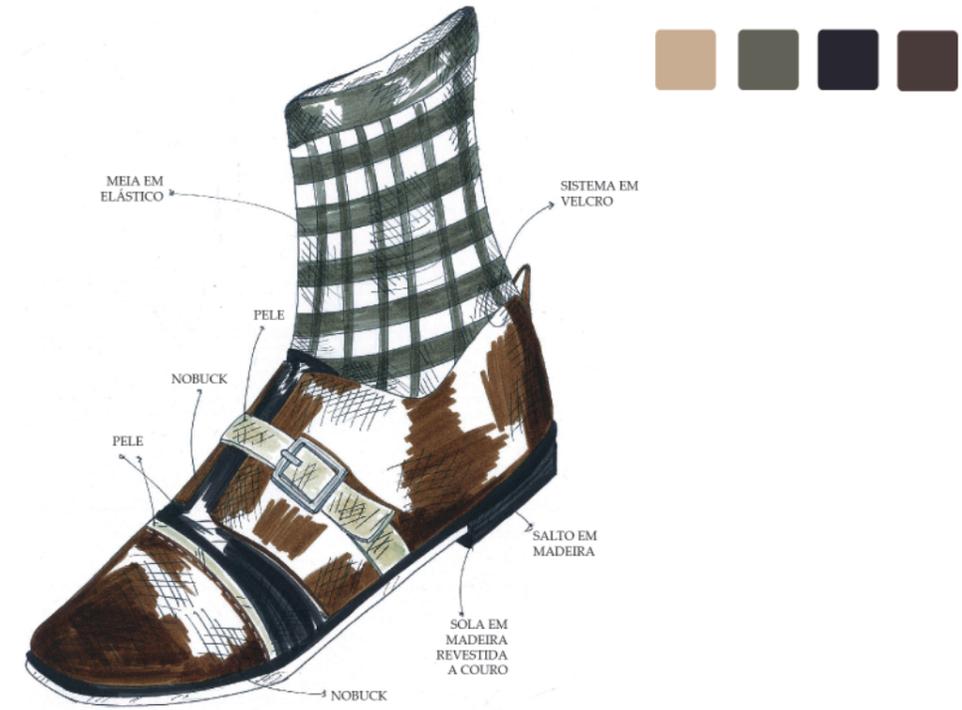
[Desenhos feitos à mão com utilização de materiais de desenho- Aguarela, lápis de cor, marcadores e canetas.]



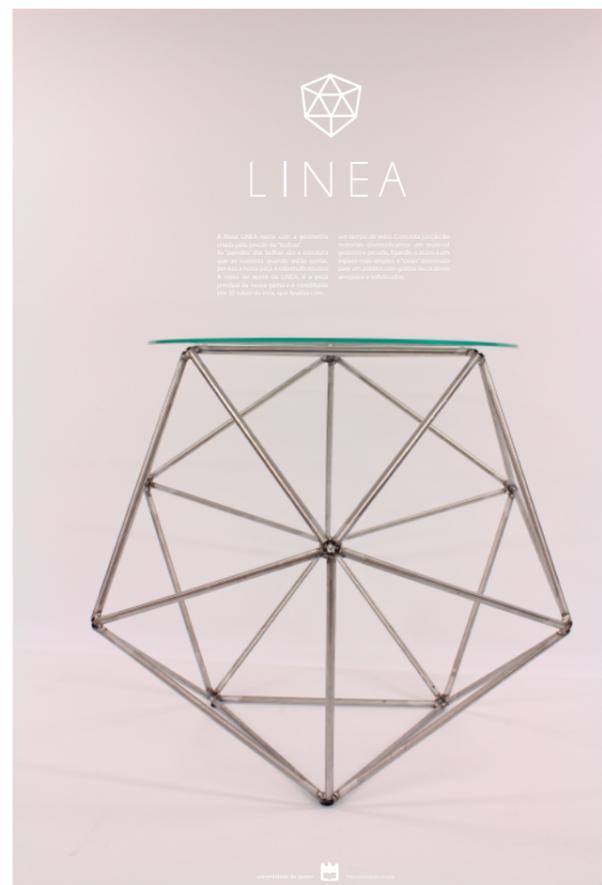
[DEMONSTRAÇÃO DE TÉCNICAS] [DESENHO MANUAL COM EDIÇÃO DIGITAL]

[Suportes criados com marcadores e canetas, trabalhados com os programas- *illustrator e photoshop*]

Lorem ipsum



[DEMONSTRAÇÃO DE TÉCNICAS] CRIAÇÃO DE SUPORTES DIGITAIS



[Suportes digitais criados com os programas: *illustrator*, *InDesign* e *Photoshop*]

JOANA RAQUEL DIAS

DIASDESIGNERJOANA@GMAIL.COM

933 351 191