

NOITE DOS MUSEUS. DE TUDO. E DE TODOS.

CONTEXTO

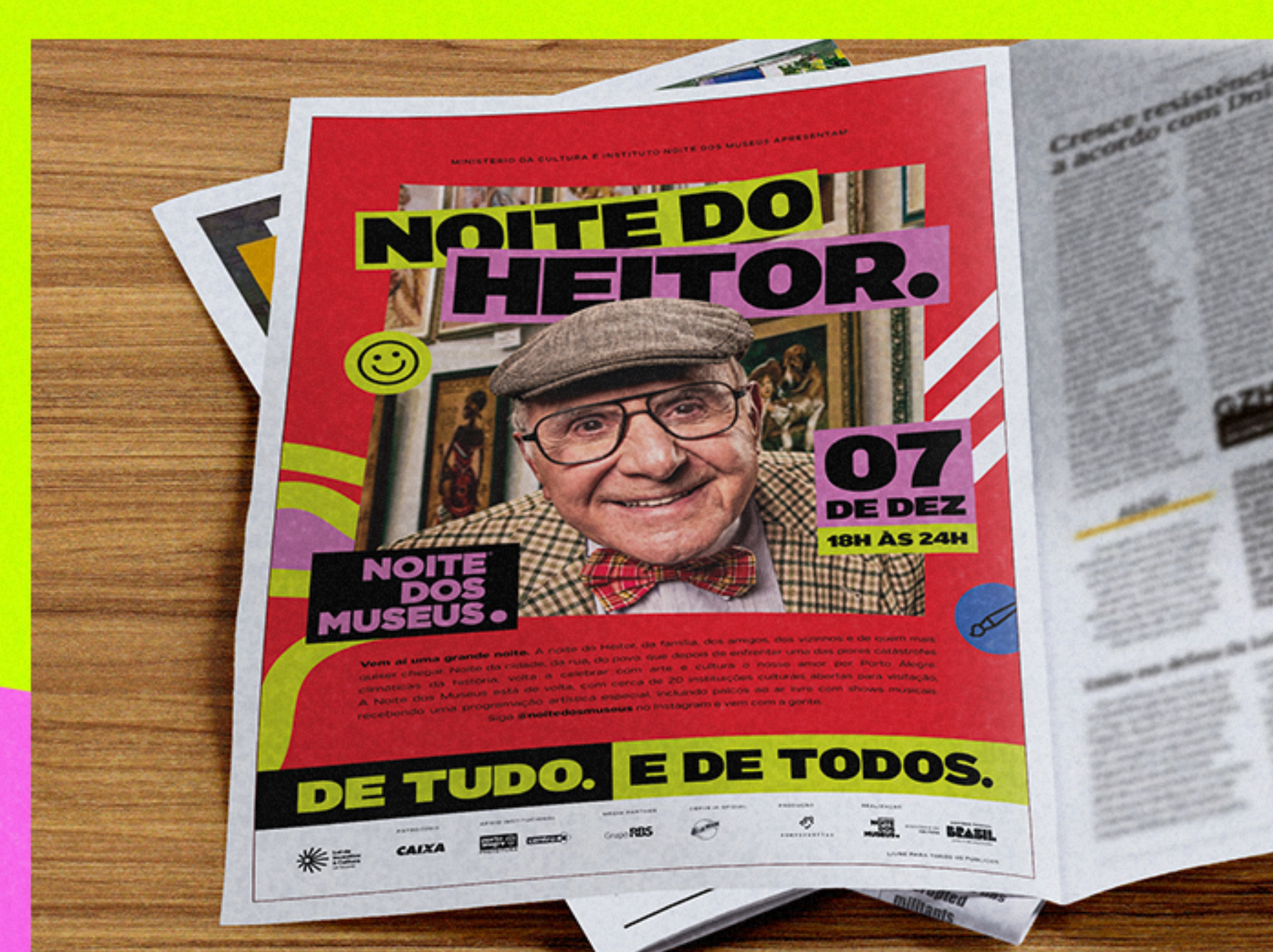
Em 2024, a Noite dos Museus consolidou-se como um dos maiores eventos culturais de Porto Alegre. Criado em 2016 para democratizar o acesso à arte e ocupar a cidade à noite, o evento ultrapassou os limites dos museus, ganhando ruas, praças e espaços públicos. A edição de 2024 reafirmou a vocação de pluralidade e pertencimento, reunindo mais de 25 instituições e 80 atrações simultâneas. Em um ano marcado por transformações urbanas e emocionais, a campanha se tornou também uma resposta afetiva à cidade. O conceito “De tudo. E de todos.” reforçou a ideia de que o evento pertence à cidade inteira – e a todos que a habitam.

SOLUÇÃO

A identidade visual foi desenvolvida com foco em pluralidade, acessibilidade e impacto urbano. Inspirada em festivais contemporâneos, a estética pop utiliza cores vibrantes, tipografia dinâmica e elementos gráficos que remetem à diversidade artística. O design foi aplicado em todos os pontos de contato – mídia impressa, digital, OOH, ativações e sinalização urbana. Também foi desdobrado em mapas, roteiros e line-ups, garantindo consistência e clareza. A assinatura “De tudo. E de todos.” tornou-se elemento central do sistema visual, reforçando o conceito de diversidade e pertencimento em cada peça.

RESULTADO

O design tornou-se parte da própria experiência do evento, reconhecido por sua originalidade e por traduzir o espírito da Noite dos Museus. A estética pop e inclusiva aproximou públicos diversos e ampliou o reconhecimento da marca em todas as frentes. A consistência visual consolidou o evento como um movimento cultural acessível, memorável e coletivo, sendo citado em matérias e publicações especializadas.



CLIQUE E ASSISTA
AO VIDEOCASE