

# PORTFOLIO

ÂNGELO  
OLIVEIRA

Graphic designer focused on visual identity, digital content, photography and 3D printing.

---

## 01

**EXPERIENCE****2023 - Atual****Designer Gráfico — Myface**

Criação de conteúdos para redes sociais e campanhas digitais.  
 Design, edição e produção de catálogos e materiais promocionais.  
 Fotografia de produto e edição de imagem focadas na comunicação de marcas premium.  
 Desenvolvimento de materiais gráficos internos e externos para múltiplos departamentos e parceiros.  
 Contribuição para a consistência e desenvolvimento da identidade visual da marca em diferentes plataformas.

**2022 - 2023****Freelancer**

Projetos privados de design para família, amigos e clientes. Ilustração, editorial, cartazes, entre outros.  
 Criação e desenvolvimento de trabalhos com impressão 3D.

**Guia turístico e motorista privado**

Apresentação e interpretação de conteúdos culturais e históricos junto de visitantes.  
 Garantia de um atendimento de excelência e acompanhamento personalizado aos turistas.  
 Desenvolvimento de competências de comunicação, organização e resolução de imprevistos.  
 Capacidade de comunicar, compreender e adaptar-se a diferentes línguas e culturas.

**2017 - 2020****Assistente de Suporte Técnico — NOS**

Prestação de suporte técnico e resolução de problemas para clientes.  
 Gestão da comunicação com clientes e resolução de incidentes.  
 Acompanhamento da integração e formação de novos colaboradores.

## 02

**EDUCATION****Current****Learn about 3D modeling**

Experience with complex and custom 3D projects.

**2025****Photography & Image Editing Course**

Instituto de produção cultural e imagem (IPCI)

**2019 - 2022****Bachelor's Degree in Communication Design**

Escola Superior de Artes e Design (ESAD).

## 03

**SKILLS****Software**

Adobe Photoshop  
 Adobe Illustrator  
 Adobe InDesign  
 Figma  
 After Effects  
 Lightroom

**Design**

Branding  
 Editorial Design  
 Social Media Design  
 Visual Communication

**Creative**

Photography  
 Photo Editing  
 Content Creation  
 3D Printing  
 Illustration

01

Branding e Identidade Visual

02

Packaging e Merchandising

03

Editorial

04

Ilustrações

05

Print

01

## Branding e Identidade Visual

# 01 projeto



## Hugo Monster 3D Print

Projeto Cliente

### Identidade visual

O desenvolvimento do logótipo Hugo Monster começou com uma fase de pesquisa dedicada a compreender a sua origem e significado. Rapidamente se percebeu que o projeto nasceu de uma ideia simples e genuína: a imaginação de uma criança que se divertia a criar e a brincar com monstros produzidos através de impressão 3D.

Foi essa espontaneidade e criatividade infantil que serviram de base para todo o processo criativo. A partir daí, foram exploradas diferentes soluções visuais, desde a escolha da paleta cromática aos detalhes gráficos que compõem a identidade da marca. O principal objetivo foi transmitir a alegria, a imaginação e o espírito lúdico que deram origem ao projeto, captando a felicidade e o encanto presentes no olhar de uma criança enquanto dá vida às suas próprias criações.



## 02 projeto



**HAY  
NIGHT**



**HAY  
NIGHT**

## Hay Night

Projeto Cliente

### Identidade visual

A Hay Night nasceu a partir de um evento realizado numa discoteca, direcionado para um público jovem e ligado à cultura da vida noturna. O principal objetivo deste projeto foi desenvolver uma identidade visual capaz de transmitir energia, diversão e modernidade, refletindo a essência do evento. O briefing do cliente pedia especificamente a criação do logótipo do evento, não contemplando o desenvolvimento de uma identidade visual completa.

# HAY NIGHT

GOOD  
VIBES  
GOOD  
TIMES



HAY  
NIGHT

# HAVE NIGHT



**HAY  
NIGHT**

# 02

## Packaging e Merchansing



## O lugar como valor simbólico.

projeto académico.

### Briefing

Objetos e suportes de merchandising referenciados com um local. Identificar a identidade e os valores expressos nos locais e reconhecer a capacidade de estes comunicarem valores expressivos. Criar objetos lúdico-utilitários para diferentes públicos e faixas etárias a partir da reinterpretação de símbolos locais, valorizando a diversidade de interpretações e expressões que podem adquirir.

### Identidade visual

O primeiro passo na elaboração do projeto foi a seleção da cidade, tendo elegido a cidade de Roterdão, uma cidade progressivamente mais moderna e futurista. A identidade criada baseou-se nas casas cubos, um dos pontos arquitetónicos mais conhecidos da cidade. Neste sentido, optou-se pela desconstrução da palavra "Rotterdam" ("-dam" significa barragem que existe no rio "Rotter-", um dos maiores rios da cidade).

# 02 Objeto

## Mealheiro

O objeto lúdico selecionado foi um mealheiro que apresenta uma forma cúbica com o objetivo de fazer referência às casas cubo de Roterdão, identidade visual escolhida. O objeto foi maquetizado e impresso numa impressora 3D. Este objeto pode ser utilizado para colocar e juntar vários tipos de moedas, sejam elas de coleção ou para poupança.



## 02 Objeto



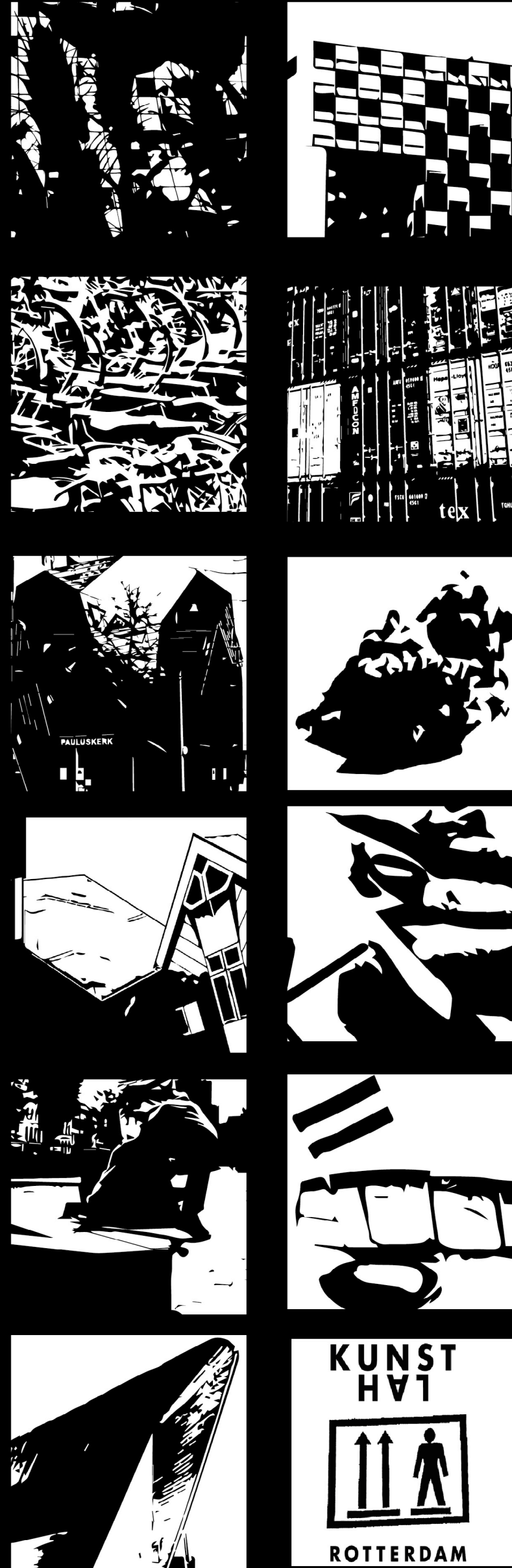
### Tote bag

O objeto de comunicação elegido foi a Tote Bag, que apresenta duas opções distintas. A primeira opção faz referência à identidade criada para a cidade de Roterdão, encontrando-se centrada na Tote Bag, já a segunda opção apresenta-se como mais complexa, uma vez que há uma divisão da identidade. De um lado da Tote Bag aparece a palavra "Rotter-" e do outro a palavra "-dam", todavia mantém-se a perspectiva cúbica que é característica da identidade visual criada.

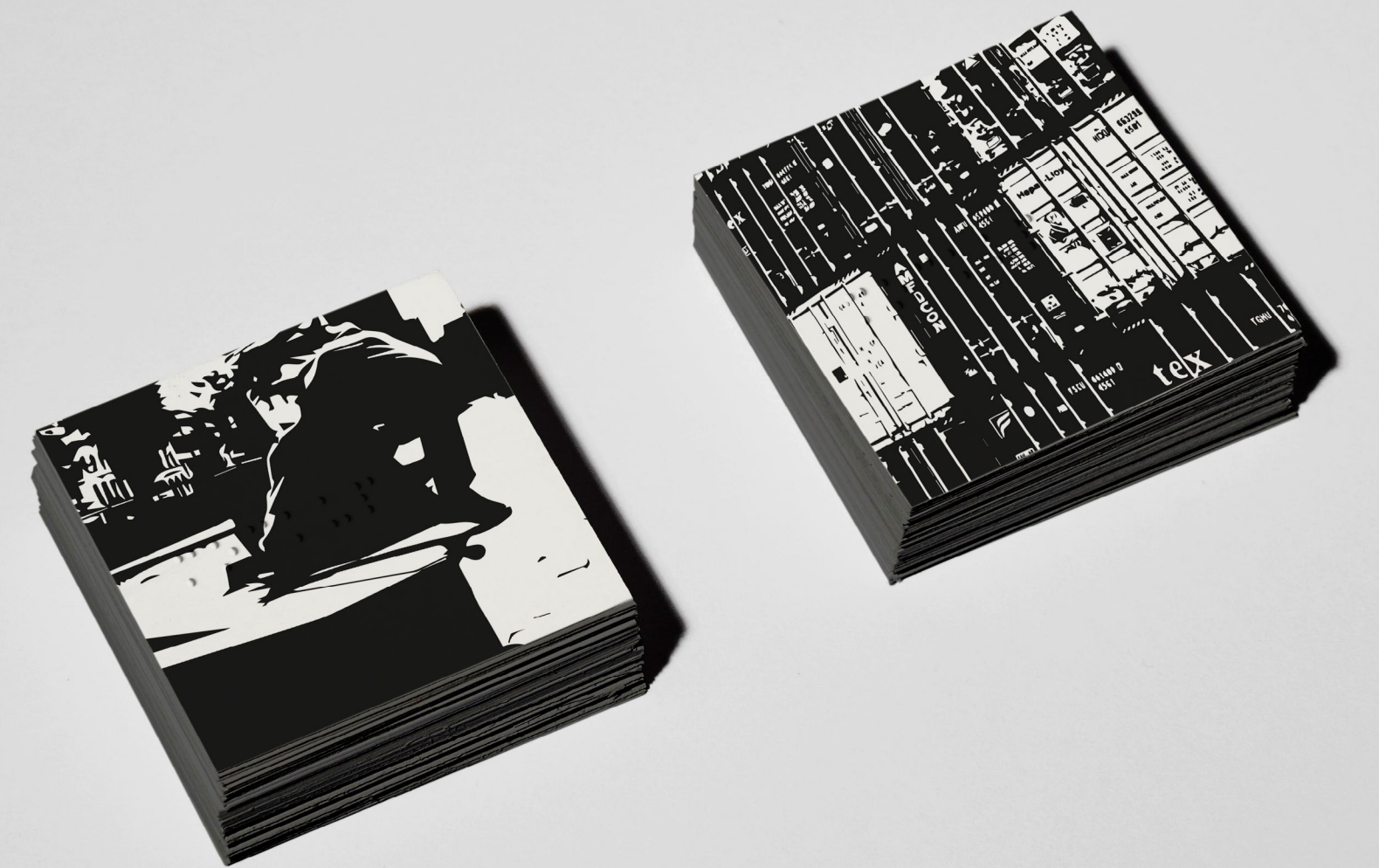
# 03 Objeto

## Jogo de Memória

O objeto de memória escolhido foi o jogo da memória, não só pela razão que o próprio nome indica, como também pelo facto de ser um dos jogos eleitos pela comunidade de Roterdão. O jogo foi criado com base em ilustrações que representam a cidade de Roterdão, incluindo monumentos e elementos identificativos da mesma, são exemplos o Museu Kunsthall, o “Herring”, as famosas batatas fritas e os skates.



# 03 Objeto



# 03

Editorial



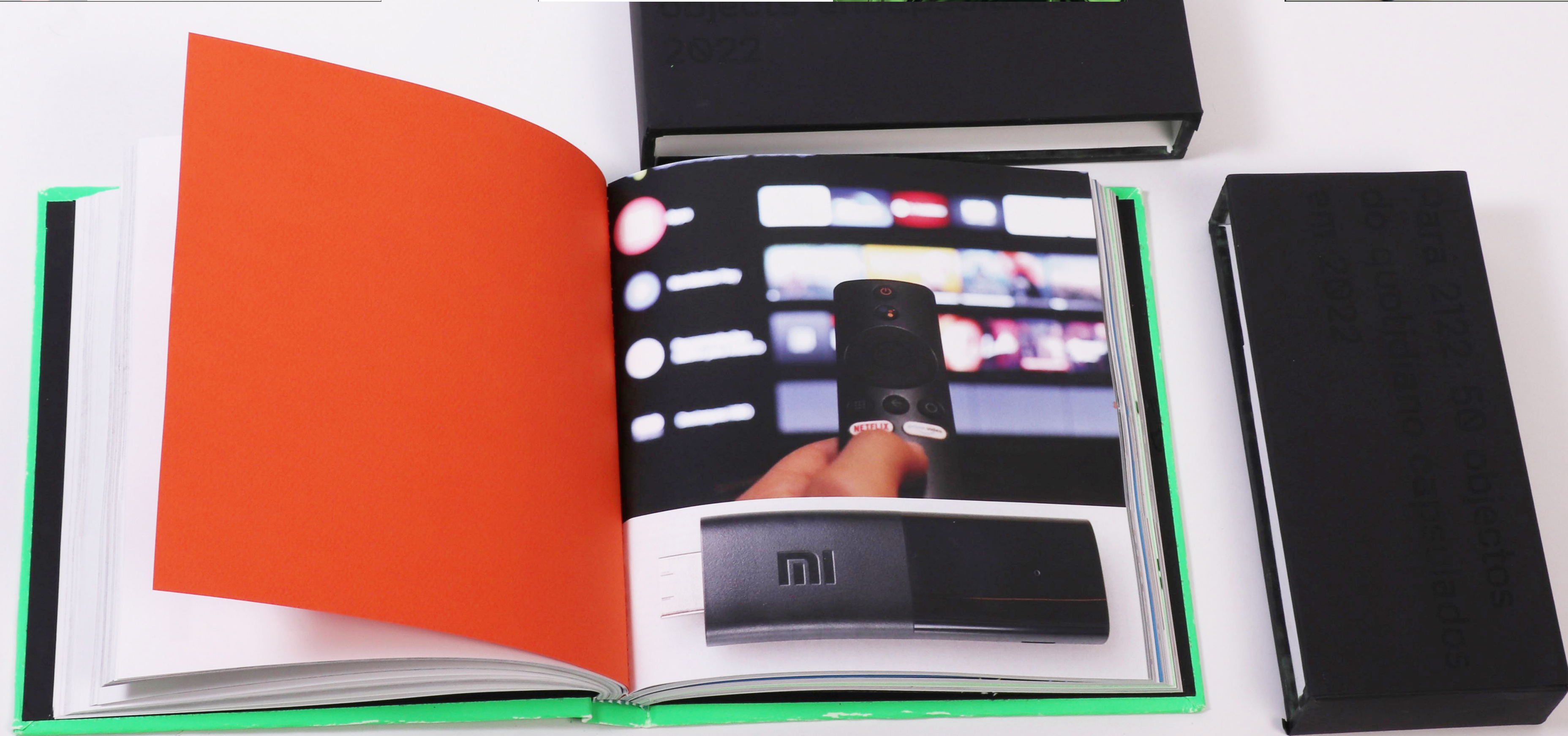
## para 2122: 50 objetos do quotidiano capsulados em 2022

projeto acadêmico.

### Briefing

Uma cápsula do tempo guarda uma seleção de objetos representativos de um determinado momento e destina-se à posteridade. Contém em si tanto uma reflexão sobre o tempo em que vivemos, como uma projeção para o futuro. Dezoito jovens, nascidos entre 1989 e 2001, estudantes de Design de Comunicação na ESAD Matosinhos, com diferentes nacionalidades – portuguesa, polaca, kosovar, luso-brasileira, selecionaram, fotografaram e escreveram sobre objetos do seu cotidiano visando uma observação futura sobre o nosso tempo. Surgiu assim uma coleção e um título para um projeto – “Para 2122: Cinquenta e Quatro Objetos do Quotidiano Capsulados em 2022”. Esta publicação é o resultado desse projeto e de um processo de colaboração, de partilha, de procura e de construção. Embora a língua que facilita a comunicação dentro deste coletivo seja a Inglesa, optou-se por cada um usar a sua língua nativa – polaco, albanês ou português –, assumindo esta escolha, a par de todas as outras que sustentam a construção deste objeto, como um testemunho para um futuro imaginado.





# 05

## Ilustrações





# 06

Printing

# Wim Wenders

Things can be changed



**Cineteatro Constantino Nery**

**06-17 jul 2021**

Com participação de Rui Tendinha  
Ter-Sab das 15h00 às 16h00

Ter 6	<b>The Goalkeeper's Fear Of The Penalty</b> 1972	Ter 13	<b>Paris, Texas</b> 1984
Qua 7	<b>Alice in the Cities</b> 1974	Qua 14	<b>Wings of Desire</b> 1987
Qui 8	<b>The Wrong Move</b> 1975	Qui 15	<b>Until the End of the World</b> 1991
Sex 9	<b>Kings of the Road</b> 1976	Sex 16	<b>Buena Vista Social Club</b> 1999
Sab 10	<b>The American Friend</b> 1977	Sab 17	<b>Pina</b> 2011

★ Heineken

# Wim Wenders

Things can be changed



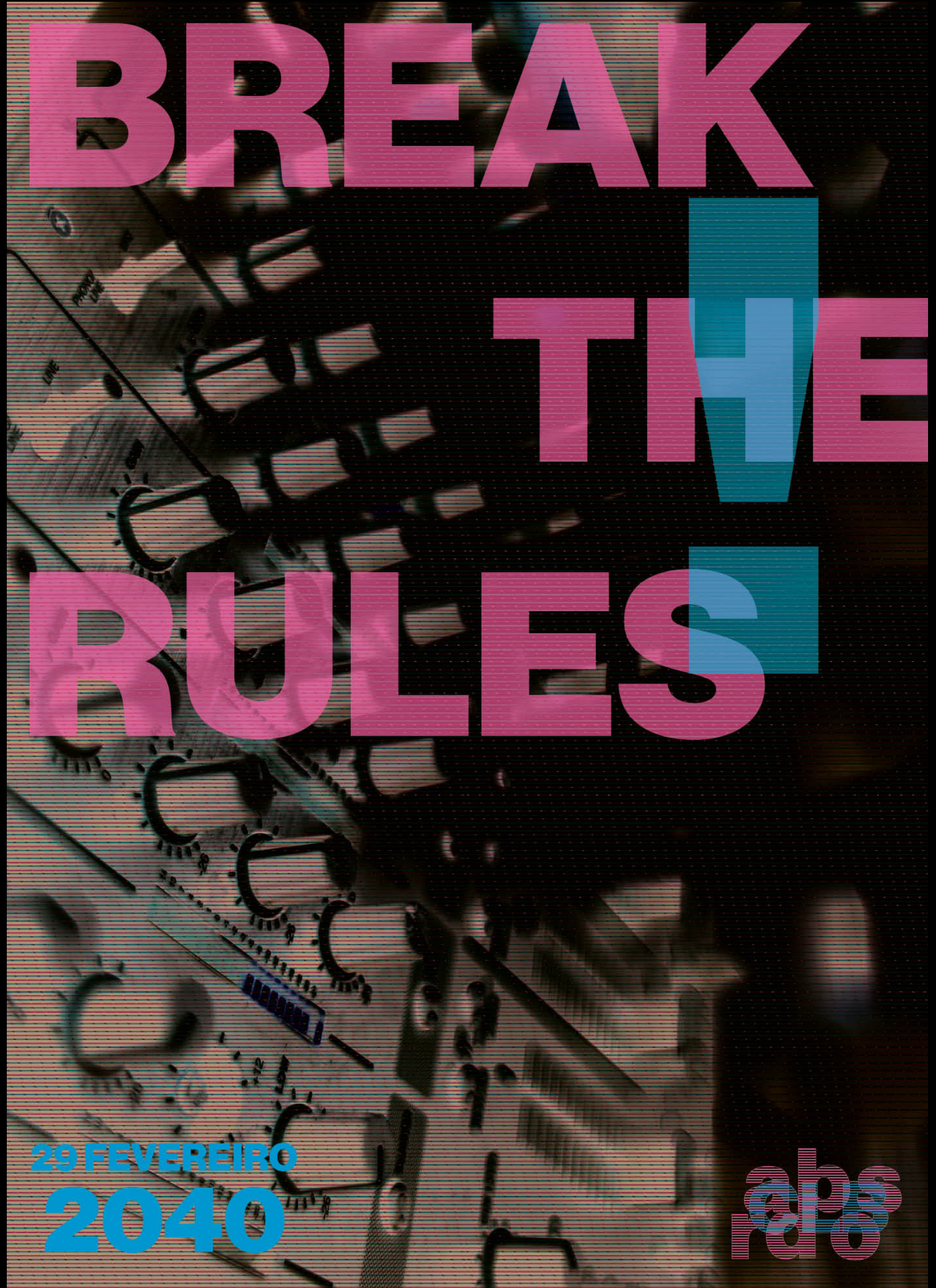
**Cineteatro Constantino Nery**

**06-17 jul 2021**

Com participação de Rui Tendinha  
Ter-Sab das 15h00 às 16h00

Ter 6	<b>The Goalkeeper's Fear Of The Penalty</b> 1972	Ter 13	<b>Paris, Texas</b> 1984
Qua 7	<b>Alice in the Cities</b> 1974	Qua 14	<b>Wings of Desire</b> 1987
Qui 8	<b>The Wrong Move</b> 1975	Qui 15	<b>Until the End of the World</b> 1991
Sex 9	<b>Kings of the Road</b> 1976	Sex 16	<b>Buena Vista Social Club</b> 1999
Sab 10	<b>The American Friend</b> 1977	Sab 17	<b>Pina</b> 2011





ABCDEF GHIJK LMNOP QRSTUVW XYZ  
 abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
Gosha Sans



1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Neue Montreal

G R P

Mondwest

A M N

Neue Machina

Telegraf

The Pangram Pangram Foundry was founded by designer Mathieu Desjardins almost 3 years ago. Compared to its peers, it gives free access to quality fonts to everyone for personal use. Licenses are available to purchase for commercial projects. The idea is to allow those who use fonts the most (mostly designers) to play and work with them in their entirety and at the time of a commercial project, let their client/employer purchase the commercial license. We really feel that our fonts should be shared, used and viewed by as much people as possible. That the typefaces we create should amplify ideas and make designs greater. Telegraf combines the forms of mid-century grotesks with rigid angles. As its weight increases, Telegraf's counters become more rectangular, to help with on-screen viewing at small sizes, and to increase impact at large sizes. Telegraf comes in 8 weights plus variable. Neue Montreal typeface was created to be your next champion font. Inspired by vintage Eastern European / Russian currents and trends, Gosha Sans is a strong & versatile Sans with great character.









# M performance M power

This was the first 3 series to introduce an M3 model. Introduced in March 1986 and developed by BMW's own in-house BMW M GmbH motorsport division, the M3 was powered by the BMW S14 four cylinder engine. This engine and chassis combination also resulted in the BMW Z1.

Available as a coupé and quickly followed by a convertible version, the M3 E30 was available until June 1991 and sold just under 18,000 models. The introduction of a front spoiler, rear apron and side sills improved aerodynamic efficiency, while a flat rear window, plastic bootlid and a glued in windscreen assisted with lower lift forces in the rear of the car and better straight line stability. It should be noted that while the M3 and regular E30 3-series models may look similar, in fact the M3 externally only shared the bonnet, roof panel and sunroof with the rest of the range. Internally the M3 was also quite different with the door inner panels being the only shared component.



# BMW E30 M3

BMW's own S14 engine powered the E30 M3. This engine was a four cylinder DOHC high-revving unit that initially provided 192bhp or 197bhp, depending on whether a catalytic converted was fitted.

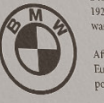
After the Ravaglia special edition production run ended, all European M3s received the same engine upgrades which boosted power output to 212bhp.

Getrag supplied their 265 designated 5 speed manual gear box. As European drivers were considered to be sportier than their American cousins, all European models were supplied with a close ratio box set in a dog leg pattern while North American M3s shipped with a standard shift pattern, a standard ratio box and overdrive on 5th. Both markets were equipped with a limited slip differential. - 220bhp - max speed of 250km/h (155mph).



## M performance M power

This was the first 3 series to introduce an M3 model. Introduced in March 1986 and developed by BMW's own in-house BMW M GmbH motorsport division, the M3 was powered by the BMW S14 four cylinder engine. This engine and chassis combination also resulted in the BMW Z1.



# BMW E30 M3

BMW's own S14 engine powered the E30 M3. This engine was a four cylinder DOHC high-revving unit that initially provided 192bhp or 197bhp, depending on whether a catalytic converted was fitted.

After the Ravaglia special edition production run ended, all European M3s received the same engine upgrades which boosted power output to 212bhp.

Getrag supplied their 265 designated 5 speed manual gear box. As European drivers were considered to be sportier than their American cousins, all European models were supplied with a close ratio box set in a dog leg pattern while North American M3s shipped with a standard shift pattern, a standard ratio box and overdrive on 5th. Both markets were equipped with a limited slip differential. - 220bhp - max speed of 250km/h (155mph).