

Estratégia e diretrizes

O raciocínio por trás da marca. Cada bloco traz um selo dizendo o que ele é (fato, pesquisa, derivação, hipótese ou proposta) e marcadores que levam à fonte. Pesquisa de 2026-10-17, nível padrão, com revisão cética.

01 Plataforma de marca	02 Diagnóstico e público	03 Arquitetura e nome	04 Conceito criativo
05 Voz e tom	06 Acessibilidade e idiomas	07 Implantação e governança	08 Fontes e metodologia

➤ [Voltar ao manual visual](#)

01 Plataforma de marca

Posicionamento, proposta de valor, ideia central, valores, personalidade e mensagens.

Plataforma

D · Derivado Posicionamento Para empresas que precisam de uma presença digital à altura do que são, e para times de design que avaliam um profissional, Kadu Veronez é o designer de interface que desenha a marca, a interface e o site e coloca tudo no ar, porque juntou publicidade, tráfego, desenvolvimento e infraestrutura na mesma carreira, com certificações Google Skillshop de anúncios, Mercado Ads e LinkedIn E06. Derivado de E03 E05 E06 E41 E43 E04 E07. cada parte tem fato: carreira desde 2017 E03 E05, código próprio em React, three.js e Next E41, infraestrutura VPS, DNS e Cloudflare E43, 24 sites no portfólio e 16 identidades E04 E07. "Imersivo" fica fora do posicionamento até haver casos publicados (co-6).	D · Derivado Proposta de valor Uma pessoa, da ideia ao produto no ar: direção visual, interface e site com código próprio, publicados, sem repasse entre fornecedores (a confirmar em pu-4). Derivado de E05 E41 E43 E31. nenhum independente lido declara marca + interface + site + publicação juntos (co-5, cartões 1 a 3); a stack própria está em E41 e a infraestrutura em E43
--	--

Assinatura

Transformando ideia em realidade.

Por quê: escolha do Kadu (2026-10-17), no lugar de "Do traço ao ar": resume o trabalho de levar a ideia até o produto publicado. O traço que acende continua como regra visual e de movimento (ce-1). Frase de uso comum: serve como assinatura, não como marca registrável

Personalidade

É preciso, calmo e exigente; não é frio, arrogante nem exibido. O efeito visual serve à leitura do trabalho.

Por quê: tom direto, técnico e premium escolhido na entrevista **E11**

Valores

Critério à mostra (cada decisão de design vem com o porquê); tempo do cliente (prazo e escopo escritos antes de começar); processo público (as etapas de trabalho explicadas no site); cuidado de produção (nada vai ao ar sem teste em celular, acessibilidade e segurança).

Por quê: transparência, organização e valorizar o tempo vêm dos pilares que o Kadu já declarava **E32**; "critério à mostra" e "cuidado de produção" são compromissos novos propostos, a confirmar com ele. Preço público não entra (proibição no contexto do cliente).

Princípios de experiência

1. O trabalho aparece no primeiro segundo. 2. Cada caso responde problema, papel, decisão, resultado. 3. O movimento orienta, nunca bloqueia. 4. O site fala a língua e a variante de quem visita.

Por quê: 1 e 2 vêm do que recrutadores e gestores pedem **E21 E22**; 4 vem da entrevista **E11**

Mensagens

Mensagem-mãe

Interface, sites e marca: transformando ideia em realidade.

Por quê: junta as três ofertas da entrevista **E11** com a ideia central

Pilar 1 · Interface com critério

Atua como UX/UI web designer **E05** e mantém um site de documentação de design system em Next e MDX **E41**. Falta caso de interface (app, dashboard) para o gestor de design: pendência aberta.

Pilar 2 · Sites que vão ao ar

Tem 24 sites no portfólio **E04** e cuida de servidor VPS, DNS e Cloudflare **E43**; quais estão no ar para cliente real será conferido antes de publicar números.

Pilar 3 · Marca que vira sistema

Apresenta 16 identidades com logo, mockups e ícones **E07**; a contagem inclui a própria marca e variantes Team Smart, então o número de clientes externos é menor e será conferido.

Assinatura escolhida

Transformando ideia em realidade. Descartadas: Do traço ao ar; Desenho e publico.

Por quê: decisão do Kadu em 2026-10-17; nenhuma das opções foi testada com público

Mensagem para recrutador

Interface com processo: de 3 a 5 casos que mostram problema, papel, decisões e resultado, e um currículo em texto a um clique.

Por quê: o que gestores e recrutadores pedem **E21 E22 E23**; a mensagem-mãe fala com o cliente, esta fala com quem contrata

02 Diagnóstico e público

O que a marca comunica hoje, quem disputa o mesmo espaço e para quem ela fala.

Auditoria dos pontos de contato

P · Pesquisa

Site atual

kaduveronez.com se apresenta como "Design • Dev Web • UX/UI • Marketing", lista 18 clientes e 24 sites, e não tem estudo de caso, resultado nem depoimento **E03 E04**. Ação: o site novo troca a lista por casos com problema, papel e resultado.

D · Derivado

Oferta desalinhada

O que o Kadu vende hoje (interface, sites imersivos, identidade de marca) divide espaço, no site atual, com tráfego, chatbots e servidores; a seção de identidades foi retirada (briefing \$1 e \$2) **E01 E03 E11**. Ação: tráfego e infraestrutura saem da vitrine e viram credencial.

Derivado de **E01 E03 E11**. leitura do cabeçalho e das seções do site atual frente ao pedido do Kadu

F · Fato

Acervo existe, mas como galeria

O Figma guarda 16 identidades num mesmo formato de apresentação e capturas de página inteira de sites de 2024 e 2025 **E07 E08**. Ação: escolher de 3 a 5 casos para aprofundar e manter o resto como arquivo navegável.

F · Fato

Uso antigo da paleta

Posts e thumbs antigos usam fundo petróleo, título pesado com palavra laranja e ilustração de banco de imagens **E09**. A logo escura sobre o petróleo #015351 fica em 2,05:1 e o laranja sobre o papel #FAFAFA em 2,48:1, abaixo do mínimo AA de 4,5:1; laranja sobre a tinta #06171E chega a 7,06:1 **E10**. Ação: preservar as seis cores, inverter a proporção (tinta domina, laranja vira faísca) e aposentar a ilustração de banco.

P · Pesquisa

Domínio de outra marca

kadu.pro hoje é o ecossistema de ferramentas "KADU" (QR Code, encurtador e calculadora) e não cita o Kadu Veronez **E12**; o portfólio vai morar em kv.kadu.pro. Ação: deixar explícito no topo e no rodapé quem é a pessoa por trás, e ligar as duas marcas só por um crédito discreto.

P · Pesquisa

Canal de conversão

A página de agendamento cal.com/kaduveronez/consulta existe **E13**; o LinkedIn recusou leitura automatizada e não foi auditado **E14**. Ação: agendar vira o botão principal; revisar o LinkedIn à mão (manchete e destaque) para bater com o site.

Concorrentes e referências

P · Pesquisa

Aparelho Studio

Estúdio de São Paulo e Rio que faz direção criativa, identidade e sites; ganhou Site of the Day no Awwwards em 19/01/2025 (Osklen) e Honorable Mention em 02/04/2026 **E16 E28**. Sem preço público; equipe, não pessoa.

P · Pesquisa

Madrepunk (Matheus Brandão)

Designer de Porto Alegre que vende "immersive digital identities" com stack ligada ao Framer e declara no Awwwards orçamento de US\$ 5.000 a 30.000 **E17 E18**.

P · Pesquisa

Vítor Orém

Designer e desenvolvedor Webflow com mais de 7 anos, foco em B2B, tecnologia e IA; promete sites "production-ready" e converte por chamada de 30 minutos no Calendly **E19 E20**. Não declara identidade de marca na oferta.

P · Pesquisa

Independentes de UI, site e marca

Perfis brasileiros lidos falam pouco de para quem e com que resultado: Luan Corrêa une UI e marca ("UI/UX Design • Brand Identity"), Filipe Fraga vende site em inglês, Guilherme Freitas faz UI de produto sem marca, Rodnei Cruz faz só identidade desde 2003 e atende por WhatsApp **E24 E25 E26 E27**.

D · Derivado

Lacuna

Na amostra lida, nenhum independente declara ao mesmo tempo marca, interface, site e publicação; ninguém publica preço em reais e só um agenda online [E16](#) [E17](#) [E19](#) [E24](#) [E27](#) [E31](#). Também não apareceu independente brasileiro com WebGL declarado e prêmio de destaque [E29](#): é lacuna de mercado que o Kadu ainda não ocupa (não tem prêmio).

Derivado de [E16](#) [E17](#) [E19](#) [E24](#) [E27](#) [E29](#) [E31](#). cruza o que cada concorrente declara com o que falta em todos

P · Pesquisa

Preço de mercado (indicativo)

Blogs de preço sem metodologia indicam site institucional de R\$ 3.000 a R\$ 15.000 com freelancer experiente, UI de R\$ 80 a R\$ 250 por hora e design system de R\$ 20.000 a R\$ 50.000 ou mais [E33](#) [E34](#). Não há preço público para animação ou site imersivo; a faixa achada de um imersivo brasileiro é autodeclarada em dólar [E17](#).

H · Hipótese a validar

Mapa de posicionamento

Eixos tirados da pesquisa: amplitude da entrega (só desenha → desenha, constrói e publica) × profundidade do site (template/no-code → código próprio com 3D e movimento). Aparelho: alta nos dois, estúdio, clientes de grife (inferência). Madrepunk: imersivo no Framer. Vitor Orém: constrói e publica em Webflow. Independentes de UI e marca: só desenham. Posição pretendida do Kadu: pessoa, código próprio (React, three.js, Next [E41](#)), entrega no ar; o nível imersivo ainda precisa de casos publicados que provem.

Como validar: Publicar kv.kadu.pro e mais 2 casos (Adegas e INTGOV) com a stack descrita; só então tratar a posição como derivação.

H · Hipótese a validar

Posição de preço

O Kadu fica acima da faixa de site institucional e perto da faixa de design system, por somar marca, interface, código próprio e publicação.

Como validar: Comparar os 5 últimos orçamentos fechados do Kadu com as faixas E33 e E34; definir um 'a partir de' público só depois disso.

Mapa de posicionamento

Eixos tirados da pesquisa. A posição do Kadu é pretendida: vira derivação quando os casos imersivos estiverem publicados.



Público

P · Pesquisa

Quem avalia em empresa grande

Em empresa grande a primeira triagem costuma ser de recrutador que nunca fez design **E23**, e quem revisa tem pouco tempo ("minutes, or even seconds") e escaneia **E21** **E22**. Não encontramos guia público de Google ou Meta sobre isso **E30**.

D · Derivado

PMEs e marcas pessoais

Pelos nomes listados, a carteira é de pequenas e médias empresas e profissionais (escritório de advocacia, drogaria, agronegócio, concursos, motorhomes, marcas pessoais) **E04** **E07** **E08**; o porte não foi confirmado.

Derivado de **E04** **E07** **E08**. porte inferido dos nomes e segmentos, não de dado do cliente

H · Hipótese a validar

Startups e agências

Startups e produtos digitais precisam de interface e design system com quem também implementa; agências precisam de execução white label de sites imersivos.

Como validar: Abrir 2 conversas com agências e 2 com fundadores pelo LinkedIn; medir interesse no white label. Aceite: 2 de 4 pedem proposta.

P · Pesquisa

O que o gestor quer ver

Como a solução nasceu, o processo com as iterações, a oportunidade que virou valor e de 3 a 5 casos detalhados, com o trabalho recente em primeiro lugar **E21** **E22**.

H · Hipótese a validar

Trabalho a fazer de uma PME

Quando a empresa sente que o site ou a marca parecem menores do que ela é, quer uma só pessoa que resolva marca, site e publicação, para não coordenar designer, programador e hospedagem separados.

Como validar: 5 conversas com clientes, pelo menos 3 sem laço pessoal (ex.: Rac, UniFarma, AgroScan, Degraus, INTGOV), com perguntas abertas: por que contrataram, o que estavam resolvendo, o que quase os fez desistir. Aceite: 3 de 5 mencionam espontaneamente não precisar coordenar fornecedores.

C · Proposta de marca

Quem não é o público

Quem procura site de template barato ou só gestão de tráfego. A vitrine não fala com eles.

Por quê: a entrevista tirou tráfego e automação da oferta **E11**

03 Arquitetura e nome

Uma marca só, com o K como símbolo e os serviços como descritores.

C · Proposta de marca

Marca única

Kadu Veronez é a marca; o K é o símbolo; serviços entram como descritores (Interface · Sites · Marca), nunca como submarcas.

Por quê: é marca pessoal; submarca dividiria a atenção que já é pequena

F · Fato

Grafia

Grafia: Kadu, com K. O nome civil aparece só no currículo do Figma **E05** e não será exibido sem confirmação do Kadu.

H · Hipótese a validar

Relação com KADU (produto)

Visitantes podem confundir o designer com o ecossistema de ferramentas KADU de kadu.pro **E12**.

Como validar: Mostrar a home a 5 pessoas e perguntar quem fez o site e o que ele vende. Aceite: 4 de 5 respondem Kadu Veronez, designer.

Proteção

Consultar o nome Kadu Veronez na base do INPI antes de registrar; classe a confirmar com profissional. A assinatura "Transformando ideia em realidade" é frase de uso comum e não se registra como marca. Não usar ® antes do registro concedido.

04 Conceito criativo

Três territórios explorados; um escolhido.

C · Proposta de marca

Território escolhido: Faísca

Campo escuro de tinta e petróleo, como uma sala de edição; o laranja aparece pouco e sempre no ponto de ação (o botão, o número, o momento em que o site "liga"). Movimento de traço que se desenha e acende.

Por quê: usa as seis cores sem mudar nenhuma **E02**, resolve o contraste **E10** e conversa com cinema, citado pelo próprio Kadu no site **E44** e pedido como "cinematográfico" na entrevista **E11**

C · Proposta de marca

Descartado: Laranja na mesa

Fotografia orgânica de frutas e tecido, como o moodboard original da paleta.

Por quê: puxa para gastronomia e lifestyle e enfraquece o lado tecnologia

C · Proposta de marca

Descartado: Terminal

Estética de código cru, monoespaçada.

Por quê: afasta PME e marca pessoal e reduz o lado identidade de marca

05 Voz e tom

Preciso, calmo, exigente. Primeira pessoa e frases que alguém pode checar.

D · Derivado

Posição de tom

Mais formal que casual, sério com leveza ocasional, respeitoso, técnico na decisão e simples na frase. Primeira pessoa do singular.

Derivado de **E11** **E23** **E27**. entrevista pediu direto, técnico e premium **E11**; o primeiro leitor pode ser um recrutador que não é designer **E23**; o contraexemplo do setor é o superlativo de venda **E27**

C · Proposta de marca

Diga / Evite

Diga (exemplos ilustrativos, não fatos): "Desenhei a interface e publiquei o site." Evite: "Soluções incríveis para o seu negócio." Diga: "Escolhi Varela Round porque ecoa as curvas da logo." Evite: "Design moderno e exclusivo."

Por quê: frases que alguém pode checar, frente ao padrão de superlativo observado **E27**

Diga / Evite

Exemplos ilustrativos de tom, não fatos sobre o trabalho.

Desenhei a interface e publiquei o site.

Soluções incríveis para o seu negócio.

Escolhi Varela Round porque ecoa as curvas da logo.

Design moderno e exclusivo.

Mostro a tela antes e depois, com o motivo de cada mudança.

Transformamos sua presença digital.

Atendo em português, em inglês intermediário e em espanhol básico.

Atendimento global em qualquer idioma.

Situações difíceis

Prazo vai atrasar

Diga o novo prazo, o motivo em uma frase e o que já está pronto. Nada de desculpa genérica.

Cliente pede algo fora do escopo

Confirme o que foi contratado, diga quanto o pedido muda prazo e valor, e deixe a decisão com ele.

Pedido de preço por mensagem

Explique que o valor depende do escopo e convide para a consulta de 30 minutos. Não mande tabela.

Crítica pública a um trabalho

Agradeça, responda no privado com uma proposta concreta de correção.

Descrições prontas

Bio curta

Designer de interface. Desenho a marca, a interface e o site, e coloco tudo no ar.

Copiar

Bio média

Designer de interface. Desenho a marca, a interface e o site, e coloco tudo no ar. Trabalho com publicidade desde 2017, escrevo o código dos sites que desenho e cuido da publicação: servidor, DNS e Cloudflare.

Copiar

Bio longa

Sou o Kadu Veronez, designer de interface. Desenho a marca, a interface e o site, e coloco tudo no ar. Comecei em publicidade em 2017, passei por tráfego pago, desenvolvimento web e infraestrutura, e hoje concentro esse repertório em interfaces e sites com código próprio. Atendo em português, em inglês intermediário e em espanhol básico. Para conversar sobre um projeto, agende em cal.com/kaduveronez/consulta.

Copiar

Manchete do LinkedIn

Designer de interface · interface, sites e marca · transformando ideia em realidade

Copiar

Glossário

Interface

tudo o que a pessoa vê e usa numa tela: site, app, sistema. Não "UI" no texto para cliente.

Site

não "website" nem "landing page" no texto para cliente.

Marca

nome, logo e sistema visual. Não "branding" no texto para cliente.

No ar

publicado, com domínio e HTTPS.

Caso

projeto contado com problema, papel, decisões e resultado.

Processo

as etapas do trabalho, do briefing à publicação, explicadas antes de começar.

06 Acessibilidade e idiomas

Checklist de acessibilidade e as regras das 12 variantes de idioma do site.

Acessibilidade

Contraste

Texto comum 4,5:1, texto grande 3:1. Pares aprovados no capítulo Cores do manual visual.

Movimento

Tudo respeita a preferência de movimento reduzido; animação contínua tem botão de pausa.

Texto alternativo

Bom: "Tela inicial do site da AgroScan no celular, com mapa de talhões". Ruim: "imagem do projeto".

Linguagem

Neutra e direta: "quem contrata", "a equipe"; sem jargão em inglês no texto para cliente.

Idiomas

P · Pesquisa

Códigos válidos

O Google só reconhece código de idioma ISO 639-1 com região ISO 3166-1 Alpha 2, não aceita região sozinha e ignora hreflang que não seja recíproco **E36**.

P · Pesquisa

Redirecionamento

A documentação do Google pede para evitar redirecionamento automático entre versões de idioma **E37**.

C · Proposta de marca

Regra do site

A raiz / responde 200 com o conteúdo padrão em inglês e um aviso discreto que sugere a variante do visitante (navegador e país); só redireciona quando há preferência salva por ele. As páginas /{variante}/ nunca redirecionam, o seletor fica sempre visível e o x-default aponta para a raiz.

Por quê: exceção mínima e assumida: atende ao pedido de detecção automática **E11** sem redirecionar quem não escolheu, como pede o Google **E37**

D · Derivado

Variante é conteúdo, não só tradução

Cada variante muda o que muda de verdade: voseo e vocabulário rioplatense em es-AR **E38**, ss no lugar de ß em de-CH **E39**, grafia pós-acordo de Portugal em pt-PT, colour e centre em en-GB.

Derivado de **E38** **E39**. mostrar essas diferenças é a peça de UX que o Kadu quer exibir **E11**

H · Hipótese a validar

Revisão nativa

Variante sem revisão nativa fica publicada só como prévia: sem entrada no hreflang, com noindex, e não aparece como sugestão automática até ser revisada.

Como validar: Um revisor nativo por variante; ao aprovar, a variante entra no hreflang e no seletor de sugestão. Começar pelas mais visitadas (md-2).

D · Derivado

Fluência declarada

Cada variante diz em quais idiomas o Kadu atende: português, inglês e espanhol (níveis que ele declara: inglês intermediário, espanhol básico) **E44**. O site em francês, italiano ou alemão é demonstração de experiência, não oferta de atendimento nesses idiomas.

Derivado de **E44** **E11**. evita que o recrutador entenda fluência que não existe

Tratamento por idioma

Tratamento coerente com a voz (mais formal que casual): você (pt-BR), você/o senhor evitado com frases impessoais (pt-PT), usted (es-ES e es-MX), vos só em microtextos de interface em es-AR, vous (fr), Sie (de), Lei evitado com impessoal (it).

Por quê: o voseo é informal **E38** e a voz pede formalidade moderada (vo-1); o vos fica restrito a botões e rótulos, onde soa natural na Argentina

Lista do projeto

Variantes do projeto: pt-BR, pt-PT, en-US, en-GB, es-ES, es-MX, es-AR, fr-FR, fr-CA, it-IT, de-DE, de-CH. Os 6 idiomas foram pedidos; as variantes são escolha do projeto.

Derivado de **E11** **E36**. cada código segue a regra do Google **E36**; a escolha das regiões cobre as diferenças mais visíveis de cada idioma

07 Implantação e governança

Plano por fases, medição sem meta inventada e regras de uso.

Fases

Fase 1	Fundação	manual, kit, tokens, logos e prompt para IA no ar	feito
Fase 2	Site	kv.kadu.pro com casos, currículo e 12 variantes de idioma	a fazer
Fase 3	Perfis	avatar, capa e manchete do Instagram e do LinkedIn; destaques	a fazer
Fase 4	Conteúdo	calendário de novembro e modelos de post e story	a fazer
Fase 5	Material antigo	posts com ilustração de banco e slides com preço saem dos destaques e do Figma de trabalho	a fazer

Medição

Agendamentos

Indicador: consultas marcadas no cal.com por mês. Linha de base: não existe; medir o primeiro mês depois do lançamento e só então fixar meta.

Por quê: sem base medida não há meta (regra do método)

Idiomas

Indicador: visitas e trocas manuais por variante de idioma (Vercel Web Analytics, sem cookie). Uso: decidir quais variantes merecem revisão nativa primeiro.

Por quê: a entrevista pediu 6 idiomas com variantes **E11**; as 12 variantes são escolha do projeto; medir mostra onde investir revisão

Recrutadores

Indicador: aberturas do currículo e contatos vindos do LinkedIn. Meta provisória: medir os dois primeiros meses.

Por quê: o site também é currículo **E11**

Normas e dados

C · Proposta de marca Setor Setor não regulado. Sem formulário próprio: agendamento no cal.com, analytics sem cookie. A preferência de idioma fica salva no navegador e o país vem do cabeçalho da Vercel; um aviso curto de privacidade cita cal.com, Vercel e a preferência de idioma. Por quê: reduz superfície de LGPD e de segurança; decisão de projeto	H · Hipótese a validar Uso de trabalhos de clientes Os clientes exibidos no site (casos e arquivo navegável) concordam em aparecer com print, logo ou número. Como validar: Pedir autorização por escrito a todo cliente exibido antes do lançamento. Curadoria antes, com o Kadu: clientes de tema sensível, marcas de terceiros, órgãos públicos e empresas do próprio Kadu (lista em projeto/validacao interna).
---	---

Governança

Responsável Kadu Veronez decide, produz e aprova. Não há outra pessoa no fluxo hoje.	Pedido de mudança Por cal.com/kaduveronez/consulta ou kaduveronez@gmail.com.
Material antigo Posts com ilustração de banco e slides com preço saem dos destaques e da pasta de trabalho na fase 5.	Fora do escopo Redirecionar kaduveronez.com, blog, cursos e loja.

08 Fontes e metodologia

43 evidências, 53 blocos. Pesquisa de nível padrão com quatro pesquisadores em paralelo e revisão cética independente, que reprovou a primeira versão; as 28 correções estão aplicadas.

Como ler os selos

F · Fato	Dado que o Kadu forneceu ou que está nos arquivos dele.
P · Pesquisa	Dado externo verificado, com link e data de acesso.
D · Derivado	Conclusão tirada de fatos e pesquisas, com o raciocínio à mostra.
H · Hipótese a validar	Plausível, ainda não verificado; tem plano de validação.
C · Proposta de marca	Escolha de marca, com o motivo.

O que ainda precisa de validação

H · Hipótese a validar

Mapa de posicionamento

Eixos tirados da pesquisa: amplitude da entrega (só desenha → desenha, constrói e publica) × profundidade do site (template/no-code → código próprio com 3D e movimento). Aparelho: alta nos dois, estúdio, clientes de grife (inferência). Madrepunk: imersivo no Framer. Vitor Orém: constrói e publica em Webflow. Independentes de UI e marca: só desenham. Posição pretendida do Kadu: pessoa, código próprio (React, three.js, Next **E41**), entrega no ar; o nível imersivo ainda precisa de casos publicados que provem.

Como validar: Publicar kv.kadu.pro e mais 2 casos (Adegas e INTGOV) com a stack descrita; só então tratar a posição como derivação.

H · Hipótese a validar

Trabalho a fazer de uma PME

Quando a empresa sente que o site ou a marca parecem menores do que ela é, quer uma só pessoa que resolva marca, site e publicação, para não coordenar designer, programador e hospedagem separados.

Como validar: 5 conversas com clientes, pelo menos 3 sem laço pessoal (ex.: Rac, UniFarma, AgroScan, Degraus, INTGOV), com perguntas abertas: por que contrataram, o que estavam resolvendo, o que quase os fez desistir. Aceite: 3 de 5 mencionam espontaneamente não precisar coordenar fornecedores.

H · Hipótese a validar

Relação com KADU (produto)

Visitantes podem confundir o designer com o ecossistema de ferramentas KADU de kadu.pro **E12**.

Como validar: Mostrar a home a 5 pessoas e perguntar quem fez o site e o que ele vende. Aceite: 4 de 5 respondem Kadu Veronez, designer.

H · Hipótese a validar

Revisão nativa

Variante sem revisão nativa fica publicada só como prévia: sem entrada no hreflang, com noindex, e não aparece como sugestão automática até ser revisada.

Como validar: Um revisor nativo por variante; ao aprovar, a variante entra no hreflang e no seletor de sugestão. Começar pelas mais visitadas (md-2).

H · Hipótese a validar

Posição de preço

O Kadu fica acima da faixa de site institucional e perto da faixa de design system, por somar marca, interface, código próprio e publicação.

Como validar: Comparar os 5 últimos orçamentos fechados do Kadu com as faixas E33 e E34; definir um 'a partir de' público só depois disso.

H · Hipótese a validar

Startups e agências

Startups e produtos digitais precisam de interface e design system com quem também implementa; agências precisam de execução white label de sites imersivos.

Como validar: Abrir 2 conversas com agências e 2 com fundadores pelo LinkedIn; medir interesse no white label. Aceite: 2 de 4 pedem proposta.

H · Hipótese a validar

Uso de trabalhos de clientes

Os clientes exibidos no site (casos e arquivo navegável) concordam em aparecer com print, logo ou número.

Como validar: Pedir autorização por escrito a todo cliente exibido antes do lançamento. Curadoria antes, com o Kadu: clientes de tema sensível, marcas de terceiros, órgãos públicos e empresas do próprio Kadu (lista em projeto/validacao interna).

Evidências

A E40 (salário de UX no Brasil) foi descartada na revisão por não sustentar nenhum bloco; a numeração foi mantida para não quebrar referências.

E01	F briefing do Kadu \$1 (pedido do Kadu no chat) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “ultimamente faz mais design de interface, sites bonitos e imersivos, e identidade de marca”
E02	F briefing do Kadu \$1 · acesso 2026-10-17 · confiança alta “recuperar a marca sem mudar logo nem paleta; mudar a forma de uso; hoje a marca só existe no Figma”
E03	P kaduveronez.com (site atual) · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Design • Dev Web • UX/UI • Marketing; publicidade desde 2017, desenvolvimento web desde 2020”
E04	P kaduveronez.com, seção Clientes e Portfólio · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “18 clientes listados e 24 sites no portfólio; sem depoimentos nem números de resultado”
E05	F Figma Logo Kadu Veronez, nó 536:2 (Currículo) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “UX/UI Web Designer Growth Specialist; marketing desde 2017, tráfego pago desde 2019, dedicação integral desde 2022”
E06	F Figma, nó 536:2 (Currículo), Educação e certificações · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Google Skillshop (Search, Display, Video, Shopping, Apps, Measurement), Mercado Ads Academy, LinkedIn Marketing Labs”
E07	F Figma, nó 95:614 (ID Visual) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “16 identidades apresentadas no mesmo formato: logo, mockups, ícones”
E08	F Figma, nó 95:615 (Sites) e capturas 527:* · acesso 2026-10-17 · confiança alta “capturas de página inteira de 2024 e de 2025 (Greengo, UniFarma, AgroScan, TopMEI, Israel Marcos)”
E09	F Figma, nós 100:2, 109:402, 135:17, 209:2 (posts, thumb, slides) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “fundo petróleo, título em grotesco pesado, palavra-chave laranja, ilustração vetorial de banco, CTA 'link da bio'; slides com preço”
E10	F tokens do design system + cálculo de contraste WCAG (etapa 0) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “tinta #06171E sobre petróleo #015351 = 2,05:1; laranja sobre branco = 2,48:1; laranja sobre tinta = 7,06:1”
E11	F entrevista inicial (rodadas 1 e 2) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “vender interface, sites imersivos e marca; agendar consulta; público amplo + big tech (site como currículo); cinematográfico; 6 idiomas com variantes regionais; tom direto, técnico, premium”
E12	P kadu.pro (apex do domínio do subdomínio novo) · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “KADU O ecossistema definitivo para criadores e devs; QR Code lançado, encurtador e calculadora em breve; não cita Kadu Veronez”
E13	P cal.com/kaduveronez/consulta · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “página de agendamento 'Consulta' de Kadu Veronez existe; duração e descrição não legíveis por leitura automatizada”
E14	P busca sem resultado · link · acesso 2026-10-17 · confiança baixa “LinkedIn recusa leitura automatizada (HTTP 999); não contornado”
E15	F GitHub kaduveronez (lista de repositórios, gh) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “repositórios recentes de clientes e produtos (angela-veronez, adegas-distribuidora, agroscan, intgov, tracker-flow, design-system-docs, kadu.pro)”
E16	P Awwwards · perfil Aparelho Studio · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Site of the Day: Osklen Digital Flagship (19/01/2025); Honorable Mention: Kunumi Institute (02/04/2026)”
E17	P Awwwards · perfil Matheus Brandão (Madrepunk) · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “faixa de orçamento declarada US\$ 5.000–30.000; No-code Honors em junho de 2026”
E18	P madrepunk.com · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “immersive digital identities for brands that defy the status quo”
E19	P vitororem.works · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “Stand out websites production-ready, not QA-ready; Webflow e GSAP; chamada de 30 min no Calendly”
E20	P Awwwards · perfil Vitor Orém · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Visual designer and Webflow developer with over 7 years of experience; 1 Honorable Mention”
E21	P Figma Blog · Korin Harris (recrutadora da Figma) · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “limited time to review portfolios (minutes, or even seconds); how you came up with the solution”
E22	P Nielsen Norman Group · UX Design Portfolios (survey com 204 responsáveis por contratação) · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “I want to see the messy process; recomenda 3 a 5 estudos de caso; portfólio é escaneado”

E23	P Nielsen Norman Group · UX hiring insights (entrevista com recrutador) · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Ofentimes, you're being evaluated by a recruiter who's never done design before”
E24	P Dribbble · Luan Corrêa · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “UI/UX Design • Brand Identity; sem preço; sem agenda”
E25	P Dribbble · Filipe Fraga · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “An outdated website doesn't just look bad — it costs you opportunities”
E26	P Dribbble · Guilherme Freitas · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “UI/UX Designer with over 5 years of experience creating digital products”
E27	P rodneicruz.com · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “Design Eficaz para Impulsionar o Sucesso do Seu Negócio; orçamento sob consulta; contato por WhatsApp”
E28	P aparelho.studio · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “identidade visual, sites e e-commerce, editorial; sem preço listado”
E29	P busca sem resultado · link · acesso 2026-10-17 · confiança baixa “não encontrei designer independente brasileiro com WebGL declarado como serviço e Site of the Day comprovado (Awwwards, buscas)”
E30	P busca sem resultado · link · acesso 2026-10-17 · confiança baixa “não encontrei guia oficial de Google Design ou Meta Design sobre avaliação de portfólio”
E31	P contagem na amostra lida (cartões 1 a 3) · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “na amostra de 8 profissionais BR lidos, nenhum publica preço em reais; só 1 tem agendamento online (E19)”
E32	P kaduveronez.com · seção Pilares · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Pilares: empatia, organização, transparência, confiança, valorizar o tempo”
E33	P InfinitePay · Quanto custa criar um site · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “site institucional R\$ 3.000 a R\$ 15.000 com freelancer experiente; até R\$ 18.000 em agência”
E34	P FreelaSemCrise · Quanto cobrar UI design · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “Cobrança por hora: R\$ 80–R\$ 250/h; design system R\$ 20.000 a R\$ 50.000+”
E35	P FreelaSemCrise · Quanto cobrar identidade visual · link · acesso 2026-10-17 · confiança baixa “identidade completa com manual R\$ 4.000 a R\$ 8.000”
E36	P Google Search Central · Localized versions of your page · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Only language codes listed in ISO 639-1 and region codes listed in ISO 3166-1 Alpha 2 are supported; If two pages don't both point to each other, the tags will be ignored”
E37	P Google Search Central · Managing multi-regional and multilingual sites · link · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Avoid automatically redirecting users from one language version of a site to a different language version”
E38	P RAE · Diccionario panhispánico de dudas, voseo · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “o voseo americano implica acercamiento y familiaridad; vos é a forma informal na Argentina, Paraguai e parte do Uruguai”
E39	P Wikipedia · ß (regra §25 E2) · link · acesso 2026-10-17 · confiança media “In der Schweiz kann man immer ss schreiben”
E41	F GitHub kaduveronez (gh api: linguagens e package.json, 2026-10-17) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “intgov: React + three + @react-three/fiber + lenis + framer-motion; adegas-distribuidora: HTML/JS + lenis; design-system-docs: Next 16 + MDX; kadu.pro: Next 16; tracker-flow: TypeScript + PL/pgSQL”
E42	F chat do Kadu (2026-10-17), mensagem de referências · acesso 2026-10-17 · confiança alta “recentemente fiz esse site imersivo adegas.kadu.pro; estou trabalhando no da OAB-DF com linhas interativas de fundo”
E43	F briefing do Kadu §4 (currículo no Figma, Habilidades técnicas) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “Infraestrutura: servidores VPS, configuração de DNS, Cloudflare; Desenvolvimento: WordPress avançado, Elementor Pro”
E44	F briefing do Kadu §2 (site atual, Idiomas e Sobre) · acesso 2026-10-17 · confiança alta “português avançado, inglês intermediário, espanhol básico; apaixonado por cinema, tecnologia e design”

