



# Vítor Tavares

Designer · Teacher · Creative Director · Researcher

//~

ciência vitae → [cienciavitae.pt/portal/en/0610-278B-C14C](https://cienciavitae.pt/portal/en/0610-278B-C14C)

orcid → [orcid.org/0000-0001-9646-7040](https://orcid.org/0000-0001-9646-7040)

//~

work/portfolio → [305design.pt](https://305design.pt)

linkedin → [linkedin.com/in/305vitortavares](https://linkedin.com/in/305vitortavares)

## Bionote //~ pt

**Vítor Tavares** é licenciado em Design de Comunicação (2000) e mestre em Arte e Multimédia (2008) pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Na mesma Faculdade, frequentou o doutoramento em Arte e Design (tendo concluído unidades curriculares). Em 2022, realizou provas públicas no Instituto Politécnico da Maia, onde obteve o Título de Especialista em Audiovisuais e Produção dos Media (com especialização em design gráfico, arte multimédia e audiovisuais). Com 16 anos de experiência profissional em Agências de Publicidade/Comunicação (trabalhou com marcas/clientes nacionais e internacionais de relevância, entre os quais Toyota, BMW, Lexus, Mini, Metro do Porto, SIC TV, GE Money, APCOR, Beira Douro Cafés, Grupo Salvador Caetano, Essência do Vinho Porto, Timberland, AEG Portuguesa, APN, Rádio Popular, Continental Pneus, Molaflex, IDIS, NEWSCHOOL, Clickfiel, AE2O, Judas Group, etc). Durante vários anos, enquanto Designer de Comunicação e Produtor fotográfico, geriu e coordenou o estúdio de fotografia da agência CAETSU Advertising. É o fundador e criador da 305DESIGN®, atualmente celebra 26 anos de atividade profissional. No seu percurso profissional e académico no contexto atual, concilia o cargo de Diretor Criativo no Instituto Técnico de Inovação com a docência no ensino superior (função que exerce desde 2009).

A sua experiência pedagógica no ensino superior, de 16 anos, incidem essencialmente nas áreas disciplinares do Design de Comunicação/gráfico, Design Editorial, Branding, Tipografia, Metodologias e Processos Criativos em Design, Design Thinking, Web Design, Laboratório de Arte Digital, Edição de Imagem Digital, Publicidade, Produção de Vídeo, Edição de Vídeo Digital, Arte Multimédia, Criatividade, Inovação e News Media.

Há vários anos que defende a seguinte premissa: "as boas ideias não caem do céu".

A sua vasta experiência no mercado de trabalho (desde ano 2000) constitui um ativo fundamental, visando sempre enriquecer a equipa colaborava de trabalho com um profundo conhecimento do setor, ao mesmo tempo que oferece uma perspetiva externa valiosa para avaliar e inovar práticas de comunicação visual. Porém, o seu olhar externo e experiente garante uma compreensão clara do poder transformador da Inteligência Artificial, permitindo tirar verdadeiro partido destas novas e emergentes tecnologias para otimizar resultados e afinar processos criativos operacionais. A integração destas inovações tecnológicas digitais em estratégias de comunicação visual conduz a soluções, não só mais eficientes e dinâmicas, como também mais alinhadas com as tendências atuais do mercado. O seu compromisso em manter-se na vanguarda das tecnologias digitais bem como na inovação de metodologias educativas no ensino superior é evidente pela sua participação em programas de formação, nomeadamente o "Professional Development Training Program on Demola Co-Creation Facilitation", "Generative Artificial Intelligence in Education", e "Pedagogical Innovation in Higher Education-Best Practices".

Atualmente é membro da equipa/comissão organizadora da DESIGN COMMIT'26 - 2ª Conferência Internacional sobre Design e Indústria 2026. É também membro do Conselho Editorial do Jornal da Academia de Artes de Kyiv, Ucrânia (convite de Alina Yakymchuk, 2 de abril de 2026).

Os seus interesses de investigação centram-se sobretudo na criatividade, inovação e educação, o que se comprova através de publicações académicas como "A Relevância e Pertinência da Criatividade e da Inovação no Desenho de Processos Criativos" e "O Génio da Lâmpada Mágica ou Génio Colaborativo? Reflexão sobre o Uso da Inteligência Artificial Generativa no Processo de Ensino-Aprendizagem em Design de Comunicação". Apresentou em conferências nacionais e internacionais vários artigos científicos, como único autor, o artigo científico intitulado "Thinking vs. Creating. Handmade vs digital (AI), good practices for generating new ideas in communication design, multimedia or audiovisual projects" na Conferência de Inovação Pedagógica do Porto (P.PIC), decorreu no Instituto Superior de Engenharia do Porto, em julho de 2025. Como segundo autor, apresentou o artigo científico com indexação Scopus intitulado "The impact of social media on the reputation of Delta and Starbucks Coffee Brands" no Congresso Internacional 2025 (4ª Edição) no ISPGAYA. Como primeiro autor, apresentou o artigo científico com indexação Scopus e WoS intitulado "The Implications of Generative AI on the co-creation process in design and in the production of audiovisual materials" na DIGICOM'25 (9ª Conferência Internacional sobre Design e Comunicação Digital), organizada pela Escola Superior de Design do IPCA e pelo ID+ (Research Institute for Design Media and Culture).

Mais recentemente, apresentou dois artigos científicos com indexação intitulados "Education in design and generative AI: A kind of 'Pandora's box' in the context of creative teaching" e "Branding on the Portuguese Way of Santiago: The Case Study of the São Teotónio Hostel" (como 1º e 2º autor respectivamente) na Conferência Internacional - DESIGN COMMIT'26 (25-27 março) na capital verde europeia, cidade de Guimarães, Portugal.

É membro da Comissão Científica e Coordenador de Design de Comunicação do 2º Simpósio em Design de Produto e Serviços, da Escola de Arquitectura, Arte e Design da Universidade do Minho, que vai decorrer no dia 29 de abril de 2026, no Campus de Couros - Instituto de Design de Guimarães (IDEGUI).

//~



**305DESIGN**®

*vitor tavares*  
(vitor tavares)

