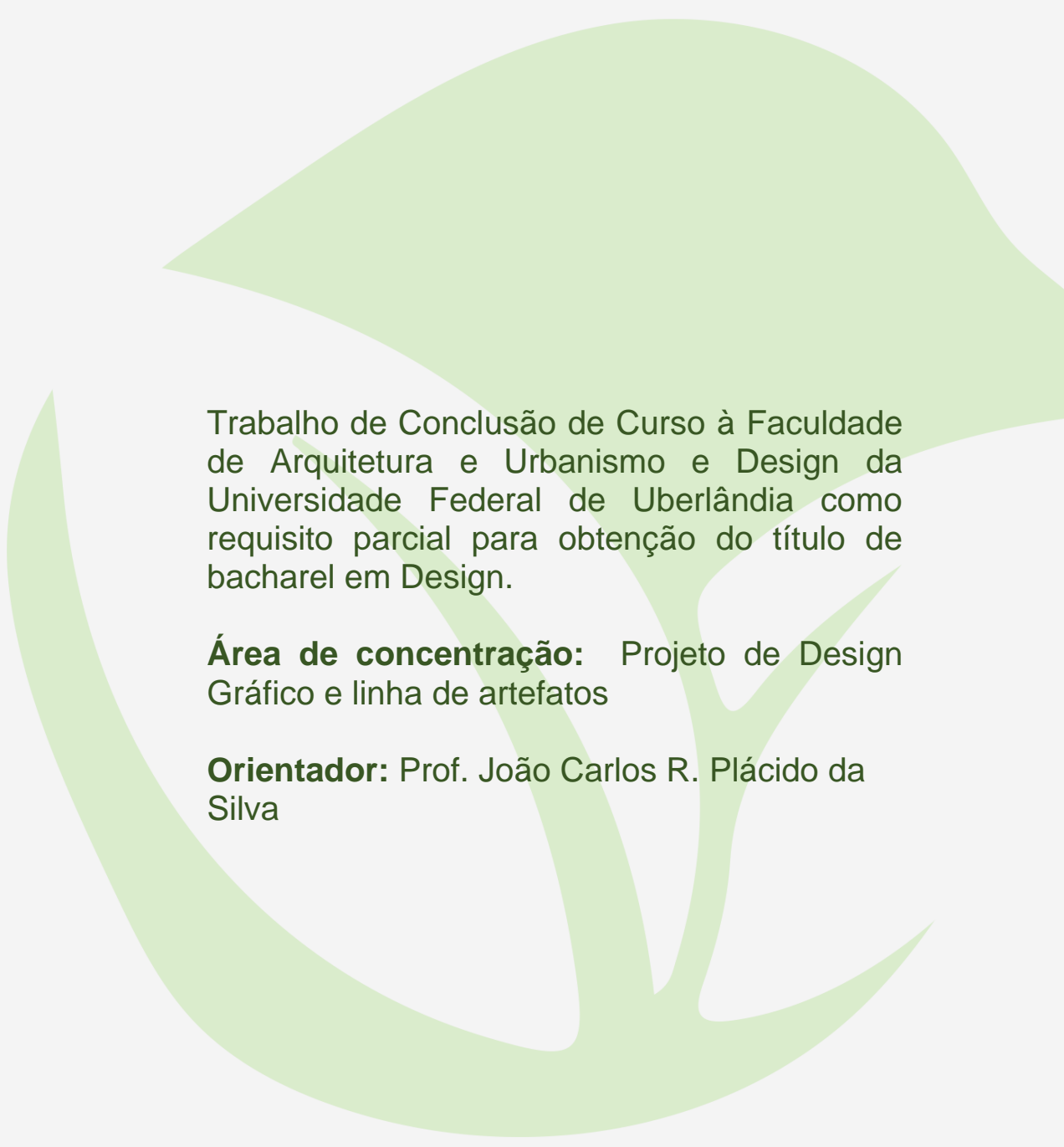


**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN**

**MIRILAYNE NUNES SABINO RIBEIRO**

**O DESIGN ALIADO À SUSTENTABILIDADE NO DESENVOLVIMENTO  
DE UMA MARCA GRÁFICA ATUANTE NO MERCADO DE PAPELARIAS  
PERSONALIZADAS**

**Uberlândia  
2023**



Trabalho de Conclusão de Curso à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

**Área de concentração:** Projeto de Design Gráfico e linha de artefatos

**Orientador:** Prof. João Carlos R. Plácido da Silva

the circle  
the circle  
the circle  
the circle



## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me mantido na trilha certa durante este projeto de pesquisa com persistência e forças para chegar até o final.

Agradeço aos meus pais Miria e Gilvan por todo o esforço e dedicação investido na minha educação.

Agradeço ao meu marido Diogo que sempre esteve ao meu lado durante o meu percurso acadêmico.

Sou grata à minha família e amigos pelo apoio que sempre me deram durante esta caminhada.

Agradeço pela confiança depositada na minha proposta de projeto pelo meu professor orientador João Plácido. Obrigada por me manter motivada durante todo o processo.

Também quero agradecer à Universidade Federal de Uberlândia e a todos os professores do meu curso pela elevada qualidade do ensino oferecido.

## RESUMO

Mesmo diante da ascensão das tecnologias ainda hoje o Brasil se destaca como segundo maior produtor e o maior exportador de papéis do mundo. Estes materiais muitas das vezes são alvos de descarte em um curto período de tempo, desempenhando uma função específica e retornando ao meio ambiente sem a possibilidade de uma reabilitação. O presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de aliar a produção gráfica com a sustentabilidade, contribuindo para um fim que beneficia o meio ambiente destes. Através da parceria com a microempresa Criart Produções, atuante no mercado de papelarias para eventos sociais e corporativos na cidade de Uberlândia-MG e região, a intenção do projeto é desenvolver o redesign da marca da empresa e implementar uma produção gráfica utilizando papelaria sustentável. Para isso, foi realizada uma pesquisa direcionada a um público de usuários específico afim de fundamentar e levantar dados que justifiquem a eficácia da intenção do projeto. A partir dos dados alcançados foi confirmada carência do público-alvo em relação à acessibilidade dos materiais estudados e um interesse em torno do tema. Com isso, através dos refiles e retalhos de papel oferecidos pela empresa parceira, foi possível realizar a produção do papel semente, material utilizado exclusivamente na linha sustentável criada e implementada para a Criart Produções e também na aplicação da papelaria da empresa. Além disso, também foi feito todo o redesign da marca de forma a reposicionar sua imagem. Esses resultados são contribuições do design que possibilitam que a empresa assuma uma posição de destaque e se torne competitiva no mercado.

**Palavras-chaves:** Papelarias personalizadas, sustentabilidade, papel sustentável, linha sustentável, meio ambiente, responsabilidade ambiental, design, design gráfico

## ABSTRACT

Even in the face of the rise of technologies, Brazil still stands out today as the second largest producer and the largest exporter of paper in the world. These materials are often discarded in a short period of time, performing a specific function and returning to the environment without the possibility of rehabilitation. The present work was developed with the objective of combining graphic production with sustainability, contributing to an end that benefits the environment of these materials. Through a partnership with the micro-enterprise Criart Produções, active in the stationery market for social and corporate events in the city of Uberlândia-MG and region, the intention of the project is to develop the redesign of the company's brand and implement a graphic production using sustainable stationery. For this, a survey was carried out aimed at a specific audience of users in order to substantiate and collect data that justify the effectiveness of the intention of the project. From the obtained data, it was confirmed the lack of the target audience in relation to the accessibility of the studied materials and an interest around the theme. As a result, through trimmings and scraps of paper offered by the partner company, it was possible to produce seed paper, a material used exclusively in the sustainable line created and implemented for Criart Produções. In addition, the whole brand was redesigned in order to reposition its image. Design contributions that enable the company to assume a prominent position and make it competitive in the market.

**Keywords:** Personalized stationery, sustainability, sustainable paper, sustainable line, environment, environmental responsibility, design, graphic design

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>2 OBJETIVOS.....</b>  | <b>11</b> |
| 2.1 Objetivo geral.....  | 11        |
| 2.2 Objetivo Específico.....   | 11        |
| <b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>                                      | <b>11</b> |
| 3.1 A reciclagem no mundo empresarial.....                               | 11        |
| 3.2 Funcionalidade do papel.....   | 12        |
| 3.3 Reciclagem do papel.....   | 14        |
| 3.4 Os três R's da sustentabilidade: Reduzir, reutilizar e reciclar..... | 14        |
| 3.5 Papel sustentável.....   | 15        |
| <b>4 PESQUISA DE CAMPO.....</b>  | <b>16</b> |
| 4.1 Pesquisa sobre o segmento.....                                       | 16        |
| <b>5 Desenvolvimento.....</b>  | <b>25</b> |
| 5.1 Briefing.....  | 25        |
| 5.1.1 Objetivo.....  | 26        |
| 5.1.2 Sobre a Criart Produções .....                                     | 26        |
| 5.2 Redesign da marca .....  | 27        |
| 5.2.1 Identificação.....   | 27        |
| 5.2.2 Posicionamento da marca.....                                       | 27        |
| 5.2.3 Visão de mercado e expectativa do público-alvo.....                | 27        |
| 5.2.4 Natureza do projeto.....   | 27        |
| 5.2.5 Público-Alvo.....  | 28        |
| 5.2.6 Posicionamento de mercado.....                                     | 28        |
| 5.2.7 Objetivos do negócio e estratégias de design.....                  | 28        |
| 5.2.8 Concorrentes .....   | 28        |
| 5.2.9 Logotipos da marca.....  | 30        |
| 5.2.10 Conceito da nova identidade visual.....                           | 31        |
| 5.2.11 Moodboard.....  | 32        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.2.12 Estudo de cor e tipografia.....   | 32        |
| 5.2.13 Estudo de naming .....  | 33        |
| 5.2.14 Geração de alternativas.....  | 33        |
| 5.2.15 Etapa de refinamento.....   | 35        |
| 5.2.16 Proposta final.....   | 35        |
| 5.2.17 Evolução da marca.....  | 37        |
| 5.3 Linha sustentável Crie&Recicle.....  | 37        |
| 5.3.1 Qualidades que a empresa pretende passar com a nova marca e a<br>implementação da linha sustentável..... | 39        |
| 5.3.2 Principais diferenciais a serem explorados.....  | 39        |
| 5.3.3 Público Alvo.....  | 39        |
| 5.3.4 Análise de similares.....  | 39        |
| 5.3.5 Requisitos .....   | 41        |
| 5.3.6 Desenvolvimento do conceito.....   | 41        |
| 5.4 Produção do papel semente.....   | 42        |
| 5.4.1 Etapas do processo de confecção.....   | 42        |
| 5.4.2 Etapas de testes e experimentos.....   | 43        |
| 5.4.3 Escolha das sementes.....  | 46        |
| 5.4.4 Resultado do processo.....   | 46        |
| <b>6 RESULTADOS .....</b>  | <b>47</b> |
| 6.1 Papelaria da linha Crie&Recicle .....  | 48        |
| 6.1.1 Persona.....   | 48        |
| 6.1.2 Briefing .....   | 49        |
| 6.1.3 Moodboard.....   | 49        |
| 6.1.4 Identidade visual do evento.....   | 50        |
| 6.2 Papelaria básica Criart.....   | 51        |
| 6.3 Papelaria de divulgação Crie&Recicle.....  | 52        |
| <b>7 NOTAS CONCLUSIVAS.....</b>  | <b>53</b> |
| <b>8 REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>54</b> |
| <b>9 ANEXO.....</b>  | <b>56</b> |



## 1 INTRODUÇÃO

No setor de papel e celulose, o Brasil, por ter grande destaque e potencial agrícola, garante intenso aproveitamento na sua produção e exportação, se destacando como segundo maior produtor e o maior exportador do mundo. De acordo com o relatório da Indústria Brasileira de Árvores (IBA), 70% de toda a produção é destinada ao mercado chinês, europeu e estadunidense. No ano de 2019, atingiu a marca de R\$ 86,6 bilhões, o que representa 1,3% do PIB nacional e 6,9% do PIB industrial, comprovando sua enorme grande importância econômica para o país. (RELATÓRIO, 2020)

Por se tratar de um produto de origem natural, grande parte dos resíduos são reutilizáveis e os que não são, destinam-se a aterros industriais conforme regulamentação vigente. Porém, ainda assim, o descarte do papel pelo consumidor final causa impactos ao meio ambiente e na vida das pessoas.

Há anos o termo “Sustentabilidade” é explorado nas suas mais diversas nuances. E no mundo empresarial conseguir aproximar a responsabilidade a ambiental e social, juntamente, com a econômica, aos propósitos do empreendimento, traz a segurança da sobrevivência no mercado atual marcado pela competitividade.

Manobras legislativas vem sendo implantadas no Brasil afim de levar empresas a adequarem os seus processos ao mundo sustentável. Além respeitar as leis impostas, os empresários conseguiram enxergar oportunidade de maiores ganhos com a busca de alternativas sustentáveis, se destacando como diferencial atuante neste mercado pouco explorado. Além disso, é possível prever a redução de gastos com insumos e

o desenvolvimento de novos métodos de produção que utilizam recursos secundários entregando um produto final de igual qualidade ao já oferecido. (SUSTENTABILIDADE, 2022)

Explorando o nicho específico da produção gráfica voltada a papelarias para eventos sociais e corporativos, é possível perceber grande demanda e procura. As festividades hoje são muito corriqueiras e com elas uma gama de possibilidades de personalização são oferecidas através do uso do papel. Prova disso é que, segundo dados da Associação Brasileira de Eventos (Abrafesta), o mercado de festas movimentou R\$ 17 bilhões no Brasil em 2017, sendo que o Sudeste representa 51% dos gastos (R\$ 8,8 bilhões), seguido pelo Nordeste (R\$ 3,1 bi), Sul (R\$ 3 bi), Centro-Oeste (R\$ 1,3 bi) e Norte (R\$ 1 bilhão). (O MERCADO, 2017)

Através desta procura é importante considerar que a produção deste material no pós-evento apresenta grande evasão, fazendo dele útil apenas naquele caso pontual e sendo alvo de descarte em um curto período.

O presente projeto tem como foco aliar a produção gráfica com a sustentabilidade, fazendo com que a personalização procurada por muitos esteja associada também a uma finalidade a mais do que apenas tornar singular e customizado, contribuindo para um término que beneficia o meio ambiente.

Através da parceria com uma empresa atuante no mercado de papelarias personalizadas exclusivamente focada para eventos na cidade de Uberlândia-MG, será possível implementar a produção sustentável que hoje ainda é tão pouco conhecida e explorada pelo mercado.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

Através da parceria com a microempresa Criart Produções, atuante no mercado de papelerias para eventos sociais e corporativos na cidade de Uberlândia-MG e região, o objetivo do projeto é desenvolver o redesign da marca da empresa e implementar uma produção gráfica utilizando papelaria sustentável neste segmento.

### **2.2 Objetivo específico**

- Levantar fundamentação teórica acerca dos temas relacionados;
- Compreender o ciclo de vida do material gráfico, em específico a papelaria empresarial;
- Levantar e registrar os materiais reciclados já existentes para esse suporte;
- Desenvolver redesign da marca gráfica da empresa;
- Aplicar o novo design ao material mais sustentável;
- Produzir os papéis onde será aplicado a papelaria.

## **3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **3.1 A Reciclagem no mundo empresarial**

Em 1970, preocupados com questões ambientais e procurando ressaltar a necessidade de preservá-lo, surge a palavra recycle (re = repetir cycle – ciclo), dando origem a palavra no vocabulário português: reciclar.

Para Grippi (2006), a reciclagem é o resultado de uma série de atividades através das quais os materiais que se tornariam lixo ou estão no lixo, são desviados, sendo coletados, separados e processados para serem usados como matéria-prima na manufatura de outros bens, feitos anteriormente apenas com matéria-prima virgem. (GRIPPI, 2006)

São considerados os seguintes fatores que fundamentam a reciclagem: preservar os recursos naturais, minimizar a poluição, diminuir a quantidade de lixo dos aterros e também contribuir na geração de empregos.

De acordo com a Federação e Centro das Indústrias do Estado de São Paulo - FIESP (2004), a melhoria na relação da empresa com o meio ambiente é capaz de otimizar a produtividade dos recursos utilizados, implicando em benefícios diretos para a empresa, o processo industrial e o produto, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1: Benefícios causados pela melhoria na relação entre a empresa e o meio ambiente.

| <b>Benefícios para a empresa</b>   | <b>Benefícios para o processo produtivo</b>   | <b>Benefícios para o produto</b>  |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• melhoria da imagem da empresa;</li> <li>• manutenção dos atuais e conquista de novos nichos de mercado;</li> <li>• redução do risco de desastres ambientais;</li> <li>• adição do valor com a eliminação ou minimização dos resíduos;</li> <li>• menor incidência de custos com multas e processos judiciais; e</li> <li>• maior diálogo com os órgãos de controle e fiscalização.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• economias de matéria-prima e insumos, resultantes do processamento mais eficiente e da sua substituição, reutilização e reciclagem;</li> <li>• aumento dos rendimentos do processo produtivo;</li> <li>• redução das paralisações, por meio de maior cuidado na monitoração e manutenção;</li> <li>• melhor utilização dos subprodutos;</li> <li>• conversão dos desperdícios em forma de valor;</li> <li>• menor consumo de água e energia durante o processo;</li> <li>• economia, em razão de um ambiente de trabalho mais seguro; e</li> <li>• eliminação ou redução do custo de atividades envolvidas nas descargas ou no manuseio, transporte e descarte de resíduos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• mais qualidade e uniformidade;</li> <li>• redução dos custos (por exemplo, com a substituição de materiais);</li> <li>• redução nos custos de embalagens;</li> <li>• utilização mais eficiente dos recursos;</li> <li>• aumento da segurança;</li> <li>• redução do custo líquido do descarte pelo cliente; e</li> <li>• maior valor de revenda e de sucata do produto.</li> </ul> |

Fonte: Cartilha de indicadores de desempenho ambiental na indústria – FIESP (2004).

### 3.2 Funcionalidade do papel

O papel, mesmo hoje, no auge da era digital, ainda é o material mais usado para registrar as informações do dia a dia, mesmo havendo outras formas e matérias que possibilitam esses registros. Contrariando as expectativas, o consumo de papel nas últimas décadas ainda é considerável principalmente nas indústrias e nos escritórios.

Por ser um material orgânico e biodegradável o papel leva de 3 a 6 meses para se decompor, podendo chegar a 100 anos em aterros com pouco humidade.

A produção de papel é geradora de resíduos. Os constantes aumentos na demanda da produção implicam a geração diária de grande quantidade de resíduos, em função dos diferentes processos tecnológicos e da qualidade das aparas de papel, constituindo uma preocupação ambiental (MORO; GONÇALVES, 1995).

De acordo com Bellia (1996), a reciclagem de papel leva a uma redução de energia para a produção de papel e celulose da ordem de 23% a 74%, redução da poluição do ar de 74%, redução na poluição da água em torno de 35% e redução do uso de água em 58%, afirmando a importância da utilização da reciclagem na indústria de papel e celulose para minimizar os impactos no meio ambiente. (BELLIA 1996)

No quadro 2 abaixo, é possível observar os tipos de papel indicados para a reciclagem:

Quadro 2: Materiais Recicláveis e Não-Recicláveis- Instituto GEA

| <b>PODE RECICLAR</b>   | <b>NÃO PODE RECICLAR</b>  |
|--|---|
| Caixas de papelão<br>Jornal<br>Revistas<br>Impressos em geral<br>Fotocópias<br>Rascunhos<br>Envelopes<br>Papéis timbrados<br>Cartões<br>Papel de fax | Papéis sanitários<br>Papéis plastificados<br>Papéis metalizados<br>Papéis parafinados<br>Copos descartáveis de papel<br>Papel carbono<br>Fotografias<br>Fitas adesivas<br>Etiquetas adesivas<br>Papel vegetal |

Fonte: Instituto GEA - Ética e Meio Ambiente

### **3.3 Reciclagem do papel**

A reciclagem do papel, nos últimos anos, vem ganhando grande espaço e nada mais é que o seu reuso quando o mesmo não pode desempenhar mais a sua funcionalidade de origem. Para que seja possível o alcance desta reciclagem, é necessário que o papel esteja livre de impurezas.

O processo de reciclagem é feito através de um processo. É preciso moer, molhar, tingir e secar o papel. É possível considerar que este setor é um dos que mais polui levando em conta que para a sua produção é necessário o uso de fibras naturais, exigindo o uso de demasiada energia além de emitir no ar e água poluentes tóxicos.

Segundo Marodin e Moraes (2004), é através da reciclagem, que o lixo passa a ser visto sob outro viés, não mais em estado de término, mas sim como um meio para o início de um novo ciclo, possibilitando a preservação do meio ambiente, a participação consciente e a transformação de hábitos (MARODIN E MORAIS, 2004).

### **3.4 Os três R's da sustentabilidade: Reduzir, Reutilizar e Reciclar**

O conceito explorado através da política dos 3 R's da sustentabilidade é que para a sua maior eficácia, é preciso ser aplicada nesta ordem necessariamente: reduzir ao máximo o consumo, reutilizar produtos o máximo de vezes possível e por fim, quando não tiver mais outro meio partir para a reciclagem, considerando que já não existe vida útil. (RAMOS, NAIARA, 2018)

Desta forma, é possível obter retornos favoráveis nos seus mais diversos aspectos, sejam eles sustentáveis e econômicos, as principais ações deste conceito são:

- **Reduzir:** Limitando o consumo de bens e serviços, é possível diminuir a produção de resíduos e também a de desperdícios. Inclui-se nesta redução tanto a utilização de produtos, quanto o racionamento de recursos naturais, refletindo na diminuição dos danos causados pela poluição.

O grande objetivo é a aquisição de bens e serviços ponderando se a sua adesão se faz uma real necessidade, dando força ao consumo consciente.

- **Reutilizar:** Com o hábito de consumo desenfreado, onde a utilização dos produtos e serviços são indicados a desfrutados apenas uma vez e depois fadado ao descarte, o conceito de reutilizar se estabelece para contrariar esta prática. A ideia é atribuir mais tempo de uso e prolongar a vida útil do produto, reduzindo drasticamente o descarte de bens de consumo e consequente poluição do meio ambiente.

- **Reciclar:** O último dos 3 R's da sustentabilidade é o "R" mais conhecido e aplicado em nosso dia a dia, a reciclagem, envolve o processamento de materiais por meio de sua transformação física ou química, geralmente em forma de matéria-prima para produção de novos produtos e bens de consumo. A reciclagem é um processo que também faz parte da economia circular, um modelo de desenvolvimento sustentável que visa reintegrar todo e qualquer material à cadeia de produção e consumo.

### 3.5 Papel sustentável

Com a era digital, hoje foi possível ver a substituição do uso das folhas de papel em algumas áreas. Porém, ele ainda é um produto indispensável para embalagens, cartões de visita, crachás, convites, etiquetas de roupas, entre tantos outros. (DIAS, MARIANA, 2019)

Vale lembrar que o papel é extraído da madeira, fazendo uso significativo da extração desta matéria-prima através das árvores e contribui também para a poluição

do meio ambiente, visto que no seu processo de fabricação, muitas vezes são utilizados produtos químicos que contaminam o solo e a água.

Outro ponto é que, na maioria das vezes, os papéis são utilizados apenas uma vez e depois disso são alvos de descarte sem a oportunidade de passar por reciclagem. Com isso, afim de procurar meios que ajude a diminuir este impacto, já é falado no mercado de forma bem discreta e imatura o uso do papel semente, onde a sua intenção é prolongar a vida útil dos papéis que após o seu uso seriam desconsiderados. Trazendo solução para o pós-consumo e reduzindo a agressão do homem ao meio ambiente.

O Papel Semente é um produto desenvolvido artesanalmente. Durante seu processo de fabricação o Papel Semente recebe sementes diversas, permitindo que dele germinem flores, verduras, condimentos, chás e plantas. Este papel especial pode ser utilizado na confecção de brindes e produtos ecológicos, tais como: envelopes, caixas, embalagens, cartões, crachás, convites, tags para confecções de roupas, brindes ecológicos, etc.

Traz, em si próprio, uma solução pós-consumo, reduzindo a agressão do homem ao meio ambiente. Ao invés de jogá-lo no lixo após sua utilização, ele deve ser molhado e plantado em terra fértil. Além disso, essa ação possibilita a geração de renda para diversas comunidades em situação crítica de pobreza.

## **4 PESQUISA DE CAMPO**

### **4.1 Pesquisa sobre o segmento**

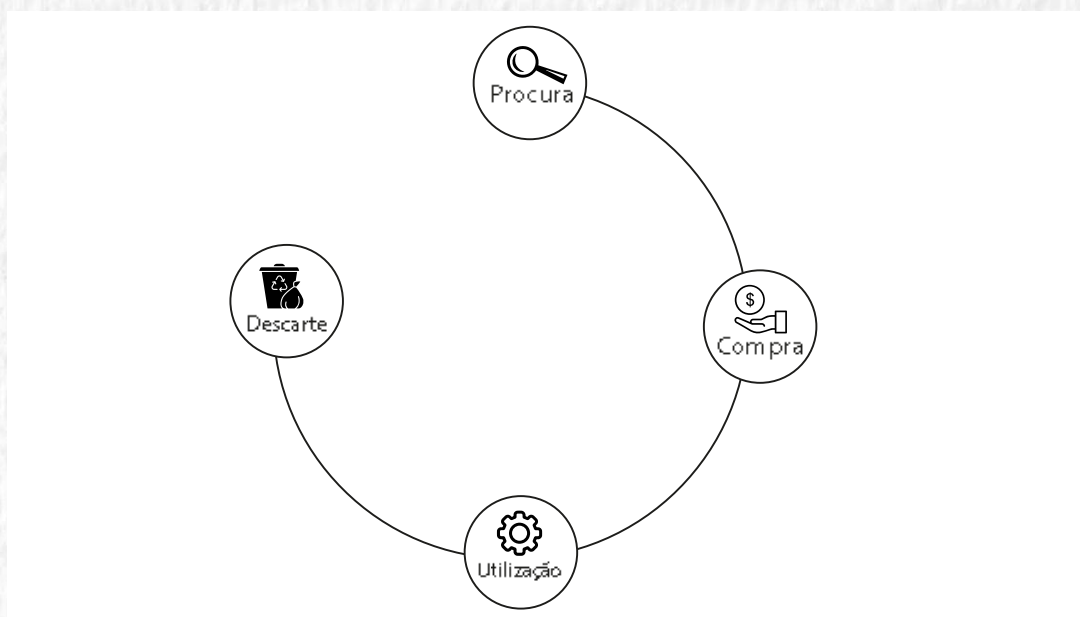
Este projeto tem por finalidade desenvolver um método de produção que garanta uma solução que pode ser aplicada na prática. Ao observar o ciclo de vida das



papelarias personalizadas confeccionadas para o setor de eventos, é possível notar que da produção ao descarte é um processo muito rápido e sem nenhum retorno benéfico para quem o adquire. São produtos que desempenham sua função naquele caso pontual e após já não detém de muita serventia.

No mercado, quando se negocia este tipo específico de papelaria, o pretexto dos consumidores é de que não possuem a intenção de realizar um alto investimento justamente por que após realizado o evento, todo este material irá para o lixo, sem nenhum retorno e ainda prejudicando o meio ambiente.

Esquema 1: Ciclo de Vida Papelarias Personalizadas



Fonte: A Autora

Com a ascensão das tecnologias houve mais um agravamento. Para os convites, por exemplo, o que antes era comunicado apenas por meio do papel, hoje pode ser

levado ao endereçamento de forma rápida, prática e sustentável através dos aplicativos sociais.

Diante disso, pensar em meios para modificar o pensamento do consumidor, agregando valor a este produto é importante para este nicho da produção gráfica se reafirmar no mercado. Analisando o ciclo de vida acima e constatando uma duração tão curta, leva o usuário a não se sentir estimulado pela compra. Por isso, meios para tornar este ciclo mais duráveis apoiados no conceito da sustentabilidade, pode trazer benefícios para a empresa com relação a sua imagem e despertar o interesse do cliente.

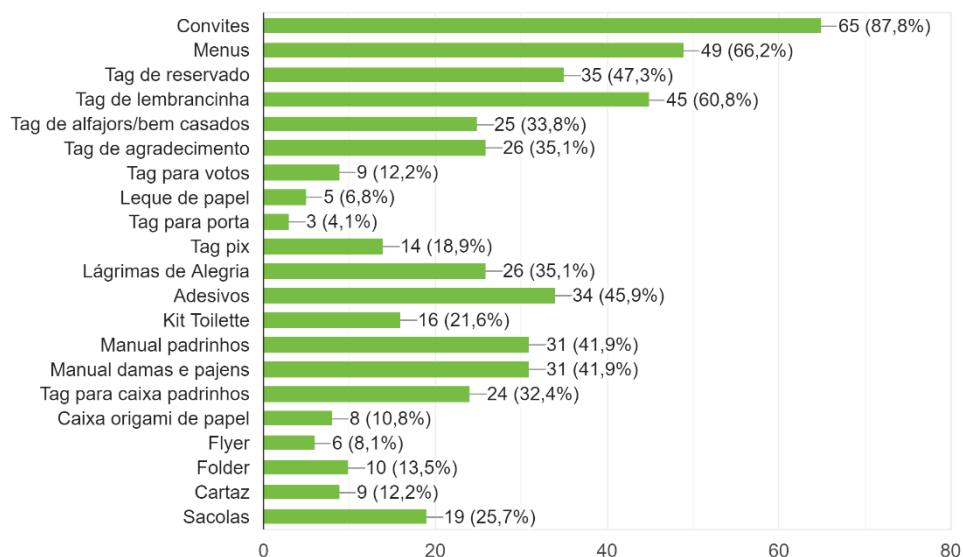
A fim de fundamentar estas percepções, foi realizado uma pesquisa na intenção de buscar no mercado a visão dos consumidores desta linha de produtos, considerando desde a papelaria que se destaca por maior adesão ao motivo pelo qual hoje produtos sustentáveis nesse nicho ainda é tão pouco explorado. A pesquisa contou com a participação de 74 pessoas que já organizaram ou estão organizando eventos e que fizeram ou que pretendem fazer uso do material aqui mencionado.

Dentre as inúmeras possibilidades nesse nicho de papelarias e mesmo com as redes sociais as substituindo, ainda sim, de acordo com a pesquisa, a papelaria mais consumida são os convites com 87%, seguido dos Menus com 66%.

### Gráfico 1: Papelarias mais usadas em eventos

Para o evento que organizou ou que hipoteticamente um dia pretende organizar liste abaixo as papelarias que você usou/vai usar em seu evento:

74 respostas



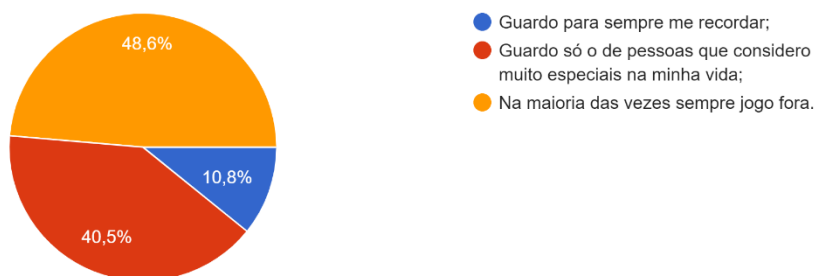
Fonte: A Autora

Quando a pergunta foi direcionada ao destino das papelarias após o seu uso 48% das pessoas manifestaram que na maioria das vezes descartam o material e 40% alegaram guardar apenas o de pessoas que consideram muito especiais.

Gráfico 2: Destino papelarias no pós-evento

Quando você recebe um convite para determinado evento, depois de ter passado a data da festa, qual o destino desta papelaria?

74 respostas



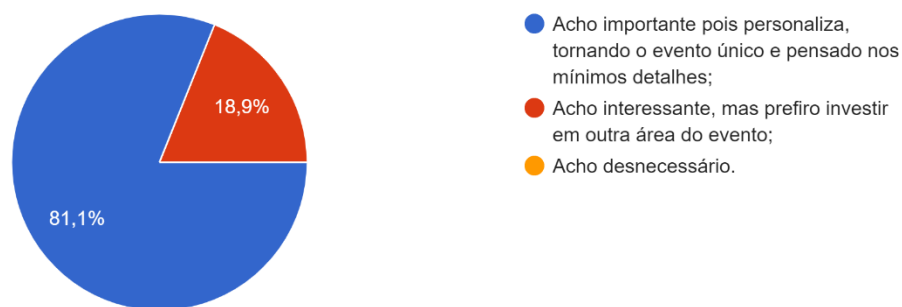
Fonte: A autora

Considerando a adesão e procura dos consumidores sobre as papelarias personalizadas, a pesquisa mostrou que 81% das pessoas acham importante por tornar o evento único e pensado nos mínimos detalhes.

Gráfico 3: Adesão e procura de papelarias personalizadas

Ao organizar um evento, qual a sua opinião sobre o uso das papelarias personalizadas (convites, manuais, tags, menus, catálogos e etc)?

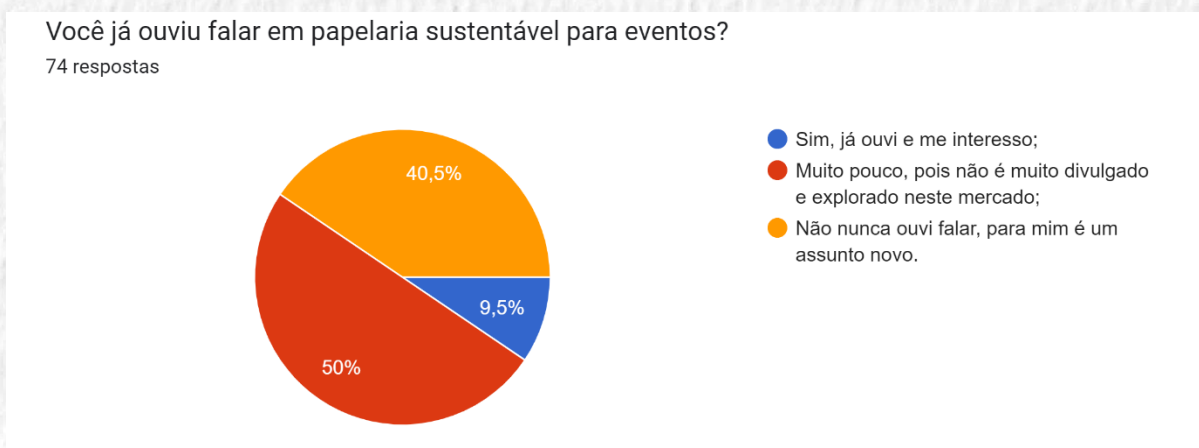
74 respostas



Fonte: A autora

Quando o assunto abordado é o conhecimento sobre papelaria personalizada sustentável, 40% das pessoas entrevistadas nunca ouviram falar sobre e 50% conhecem, mas alegam que não é uma área muito explorada no mercado. Em outra pergunta, sobre ter acesso a informações de alternativas de papéis sustentáveis, 85% das pessoas dizem não saber do assunto, mas que possuem interesse em colocá-lo em prática em seu dia a dia.

Gráfico 3: Conhecimento sobre papelarias sustentáveis



Fonte: A autora

Gráfico 4: Conhecimento sobre alternativas de papéis sustentáveis



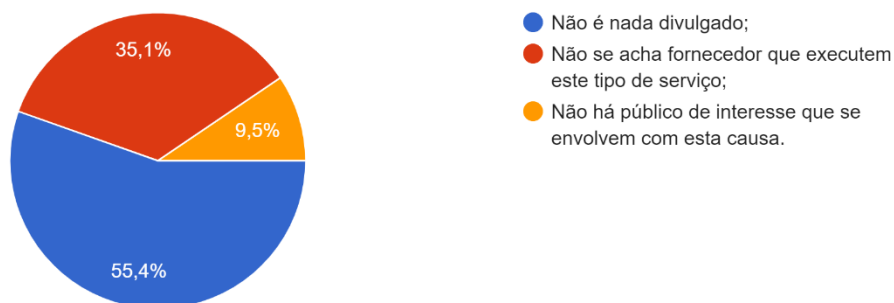
Fonte A autora

Ao perguntar sobre o motivo do desconhecimento dessas alternativas sustentáveis e sobre fornecedores que desempenham este tipo de serviço o resultado aponta que 55% das pessoas acham que não é muito divulgada esta alternativa e 35% das pessoas relatam não encontrar fornecedores que executem esta linha sustentável.

Gráfico 5: Motivo do desconhecimento de alternativas sustentáveis

Você acha que as pessoas conhecem tão pouco as alternativas de desenvolver papelarias sustentáveis por quê:

74 respostas



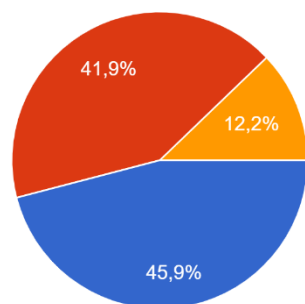
Fonte: A autora

Em outra pergunta, direcionada ao interesse e adesão desses materiais sustentáveis 45% das pessoas dizem ter interesse em aderir e outros 41% dizem ter interesse desde que achem fornecedores no mercado que desenvolva este tipo de serviço.

Gráfico 6: Interesse e adesão de papelarias sustentáveis

No lugar de um anfitrião de um evento, se você tivesse a oportunidade de tornar sua comemoração mais sustentável através da escolha de suas papelarias:

74 respostas



- Você faria, pois acha muito importante causas ecológicas e que impactem cada vez menos o ambiente;
- Você faria, desde que fosse fácil achar fornecedor que trabalhe desta forma;
- Você faria, desde que fosse congruente com o estilo e expectativas do evento;
- Você não faria, pois prefere as papelarias convencionais já comercializadas.

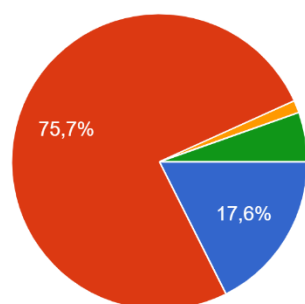
Fonte: A autora

E por fim, quando foi mencionado na pesquisa sobre a preocupação do consumir com o retorno das papelarias para eventos no meio ambiente no pós-festa, 75% das pessoas dizem se preocupar, porém, não conseguem ter acesso a empresas que forneçam este serviço.

Gráfico 7: Engajamento dos consumidores com o retorno das papelarias no meio ambiente

Você como anfitrião de um evento, se preocuparia com o retorno dessa papelarias no meio ambiente no pós-festa?

74 respostas



- Sim, sempre estou engajado(a) procurando por soluções sustentáveis;
- Sim, se caso eu tiver acesso a empresas que forneçam o serviço através da papelaria sustentável;
- Não, pois prefiro os papéis tradicionais que já são utilizados;
- Não, quase nunca me lembro de causas como essas.

Fonte: A autora

A pesquisa reafirma as percepções antes argumentadas sobre o ciclo de vida das papelarias. A partir disso foi possível realizar o mapa da jornada do usuário, permitindo entender o que o consumidor pensa e sente para tomar suas decisões.

Esquema 2: Mapa da Jornada do Usuário



Fonte: A Autora

Também através da pesquisa, é possível compreender que grande parte dos entrevistados não conhecem ou já relacionaram de forma superficial sobre papelarias sustentáveis. É importante considerar também que através deste estudo foi possível identificar que esta é uma área pouco explorada pelos profissionais da produção gráfica. Muitos dos participantes contrapuseram a dificuldade de encontrar fornecedores atuantes nesta causa em específico. Prova disso é o quadro abaixo que constata sobre o engajamento das gráficas voltado ao assunto de sustentabilidade em Uberlândia-MG a partir de uma pesquisa consultiva, levando em conta as gráficas mais indicadas pelos consumidores de papelarias personalizadas.



Quadro 3: Engajamento das Gráficas voltadas à sustentabilidade de Uberlândia-MG

| <b>Empresa:</b>                             | <b>Linha Sustentável:</b> | <b>Linha Sustentável por encomenda:</b> |
|---|---------------------------|---|
| Criart Produções                            | Não                       | Não                                     |
| Gráfica Sidygraph<br>Convites               | Não                       | Não                                     |
| Invicta Convites                            | Não                       | Não                                     |
| Convitha Convites de<br>Casamento           | Não                       | Não                                     |
| Andrea Guimarães<br>Convites Personalizados | Sim                       | Sim                                     |
| Konvites Express –<br>convites e impressos  | Não                       | Não                                     |
| Le Lis Conviteria                           | Não                       | Não                                     |
| Genius Convites                             | Não                       | Não                                     |

Fonte: A Autora

Desta forma, é de grande valia reconhecer que existe um vasto campo de atuação ainda não muito explorado no mercado de papelerias personalizados para eventos sob o viés da sustentabilidade.

## 5 DESENVOLVIMENTO

### 5.1 Briefing

Desenvolvimento de nova marca gráfica aplicado a uma linha de produtos sustentáveis.

- Parceiro: Criart Produções
- Produto: Marca gráfica e linha de papelerias personalizadas sustentáveis.

### 5.1.1 Objetivo

O objetivo do projeto é trabalhar no redesign da marca gráfica e desenvolver uma linha de papelerias personalizadas sustentáveis a partir de retalhos de papel de outros pedidos feitos pela empresa parceira. Considerando tornar a experiência com a papeleria singular e única, sempre levando em conta o conceito da personalização, será utilizado para esta linha o papel semente, onde o usuário, após se ver prestes a realizar o descarte do produto, poderá ao invés disso, plantá-lo, dando vida àquele material.

### 5.1.2 Sobre a Criart Produções

Atuante no setor de eventos desde 2014 em Uberlândia, a Criart Produções começou oferecendo o serviço de Papeleria. Especializada em convites de eventos sociais, já contribuiu para a primeira impressão do evento de muitos noivos e debutantes. Em 2015, a empresa aumentou sua área de atuação trazendo para seu portfólio os serviços de Cerimonial e Assessoria de eventos sociais e corporativos e Decoração. Sempre prezando pelo bom atendimento e fazendo dos sonhos dos seus clientes uma grande realização.

Figura 1: Logotipo da empresa Criart Produções



Fonte: Criart Produções

## 5.2 Redesign da Marca

### 5.2.1 Identificação

- Criart Produções
- Significado: Oriundo da palavra CRIAR: Criar algo novo; imaginar algo que se efetiva como algo real;
- Sinônimos: compor, conceber, imaginar.

### 5.2.2 Posicionamento da marca

A marca se posiciona no mercado proporcionando ao consumidor final três nichos distintos de produtos e serviços inserido no setor de eventos: Papelaria personalizada, Projetos de decoração para eventos e assessoria e cerimonial.

### 5.2.3 Visão de mercado e expectativa do público – Alvo

Observando o comportamento dos consumidores, é possível entender uma automática segregação da marca em dois polos:

- **Criart:** Produção de Papelerias Personalizadas
- **Mirilayne Nunes:** Assessora e decoradora de Eventos

Assim, se torna nítido que o nome Criart hoje está mais associado aos serviços de papelerias em relação aos demais serviços.

### 5.2.4 Natureza do projeto

Considerando o comportamento dos consumidores, a intenção do projeto é trabalhar do redesign da marca Criart, de forma a reposicionar sua imagem no mercado, deixando vinculado à marca apenas a produção e prestação de serviços das confecções das papelerias personalizadas.

### **5.2.5 Público-alvo**

**Sexo:** Majoritariamente mulheres;

**Idade:** De 18 anos a 35 anos;

**Classe social:** Classe média para mais;

**Escolaridade:** Ensino superior completo.

### **5.2.6 Posicionamento de mercado**

- Marca: A marca traz em sua essência o desejo de entregar além de simples papelarias, mas sim proporcionar ao cliente um mergulho na real necessidade que lhe trouxe, desenvolvendo projetos únicos e personalizados, entregando a ele identificação e afeição.

- Imagem Corporativa: Se revelar referência na área atuante, usando como aliados a criatividade, a sensibilidade, a observação, o senso estético, a ousadia e a atenção aos detalhes.

### **5.2.7 Objetivos do negócio e estratégias de design**

- Resultados visados pelo projeto: Criação de toda identidade visual, fazendo dela o cartão postal da marca. Tendo em vista que a empresa atua em um campo específico do design gráfico, a partir de sua identidade, o cliente terá acesso a partir deste primeiro contato com o design afetivo;

- Atividades de design: Desenvolvimento da identidade visual da marca, incluindo logotipo à papelarias.

### **5.2.8 Concorrentes**

- Através da análise de concorrentes foi possível perceber que existem muitas marcas

atuam na mesma área, reforçando a importância de agregar identificação e valor afetivo para o cliente;

- Através da Análise SWOT é possível traçar um planejamento estratégico para identificar forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças levando em conta a concorrência de negócios similares.

Quadro 4: Análise SWOT

| Pontos Fortes   | Pontos Fracos          |
|---|------------------------|
| Análise Interna   | <b>Análise Interna</b> |
| - <b>Atribuição afetiva ao serviço;</b><br>- <b>Particularidade do processo criativo de cada processo;</b><br>- <b>Custo benefício.</b> | - Equipe reduzida.     |

| Oportunidades  | Ameaças  |
|--|--|
| Análise Externa  | <b>Análise Externa</b>                               |
| - <b>Parcerias;</b><br>- <b>Capacitação;</b><br>- <b>Estratégia de branding.</b> | - Concorrência com menores valores e menores prazos. |

Fonte: A Autora

### 5.2.9 Logotipos da marca

Figura 2: Logotipo da empresa 2014



Fonte: Facebook Criart

Figura 3: Logotipo da empresa 2019

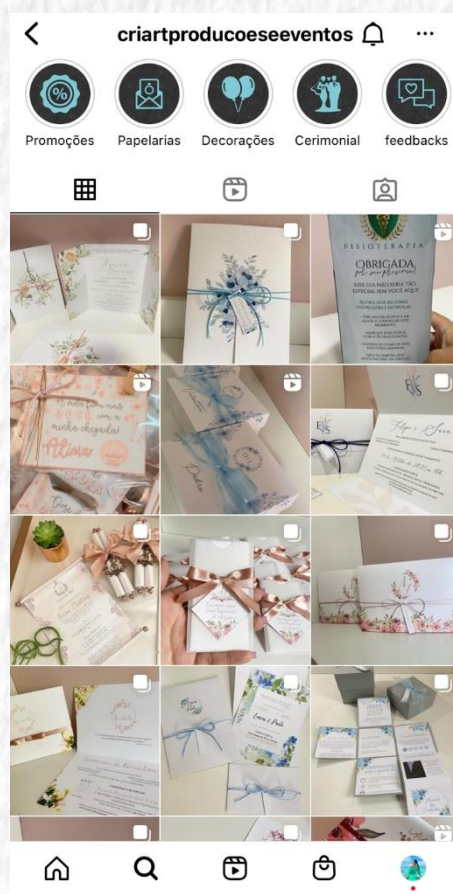


Fonte: Facebook Criart

### 5.2.10 Conceito da nova identidade visual

Observando as redes sociais da empresa, é possível perceber que os produtos comercializados pela marca são delicados, femininos e afetuosos. Desta forma, a intenção do projeto é desenvolver o redesign da marca tirando o peso da cor preta antes utilizada, fazendo uso de tons alegres, porém leves. Um aspecto visual simples, sem excessos e moderno também é levado em conta. Porém, sempre transparecendo o carisma e afetividade da marca, explorando experiências visuais que retratem um aspecto alegre, doce e meigo.

Figura 4: Produtos comercializados pela Criart



Fonte: Instagram Criart

### 5.2.11. Moodboard

Figura 5: Moodboard



Fonte: A Autora

### 5.2.12 Estudo de cor e tipografia

- Paleta de cores: alegre, doce, delicada e meiga, justamente para trabalhar o carisma e afetividade da marca;
- Tipografia: Sem excessos, simples, moderno mas ao mesmo tempo delicado.



### 5.2.13 Estudo de naming

O naming e assinatura utilizado pela empresa assim que foi fundada era Criart – A criatividade no papel. Em 2016, quando a empresa passou a trabalhar em outros ramos do setor de eventos e os mesmos foram inseridos como prestações de serviços da empresa, o naming e assinatura passou a ser Criart Produções – A sua felicidade começa aqui.

Figura 6: Naming

- Naming

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>CRIART</b>    | <b>PRODUÇÕES</b>                                  |
| Naming principal | Inserido após passar a prestar os demais serviços |
- Slogan

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <i>A criatividade no papel</i> | <i>A sua felicidade começa aqui</i>                   |
| Primeiro Slogan                | Substituição após passar a prestar os demais serviços |

Fonte: A Autora

Agora, com o reposicionamento da marca no mercado, foi considerado a volta do naming e assinatura anterior: Criart – A criatividade no papel

### 5.2.14 Geração de alternativas

Foram geradas três alternativas considerando a paleta de cores e tipografia definida através do estudo preliminar realizado. Para o símbolo, contrariando o logo pela marca utilizado, que faz uso da lâmpada de forma figurativa, foi pensado de forma mais abstrata e não tão ilustrada.

Figura 7: Alternativa 1



Fonte: A Autora

Figura 8: Alternativa 2



Fonte: A Autora

Figura 9: Alternativa 3



Fonte: A Autora

#### **5.2.15 Etapa de refinamento**

Para o logotipo foi considerado fazer uma mescla entre a alternativa 1 e alternativa 3. Onde o símbolo faz composição com o logotipo. A paleta de cor continuou sendo a mesma e o plano de fundo foi substituído pela textura de papel com nuances acinzentadas. Para acentuar a integração da letra C que faz composição com o símbolo e com o tipo, foi utilizado um degradê do amarelo para o rosa.

#### **5.2.16 Proposta final**

Tendo em vista a ideia preliminar de trazer um aspecto visual alegre, doce, delicado e meigo, mas ao mesmo tempo moderno e sem excessos, foi considerado uso da fonte Miracle regular como tipografia principal. Uma fonte sem serifa, porém com acabamento refinado, oferecendo a delicadeza e feminilidade almejada. Para fonte complementar, foi utilizado a Century Gothic regular, que também é sem serifa e com acabamentos retos. Estas escolhas possibilitaram a simplificar o logotipo e a evidenciar o que é essencial.

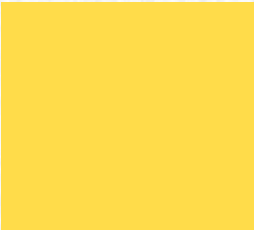
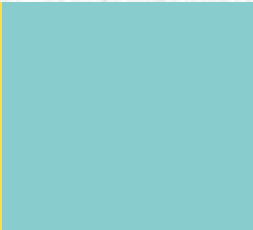
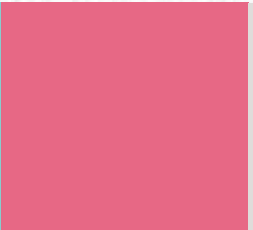
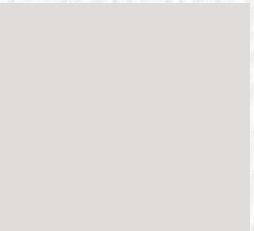
O símbolo tipográfico, fazendo parte do próprio logotipo, reforça a condição simplista estimada, difundindo-o com a letra “C” da palavra e fazendo mensura à lâmpada já utilizada no logotipo anterior. Podendo ser também utilizada separadamente.

Figura 10: Proposta Final Logotipo Criart



Fonte: A Autora

- Paleta de Cores:

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| CMYK: 2 11 78 0<br>RGB: 255 220 74<br>HEX:#FFDC4A                                   | CMYK: 50 0 23 0<br>RGB: 136 204 206<br>HEX: #88CCCE                                 | CMYK: 4 71 28 0<br>RGB: 231 104 133<br>HEX: #E76885                                  | CMYK: 15 13 13 0<br>RGB: 223 223 210<br>HEX:#DFDCDA                                   |

### 5.2.17 Evolução da marca

Figura 11: Logotipos 2014, 2019 e 2023 respectivamente



Fonte: A Autora

### 5.3 Linha sustentável Crie&Recycle

Para a linha sustentável aplicada na organização, foi criada uma identidade visual com tons amenos e suaves. A tipografia utilizada na SIV da empresa foi mantida e no

símbolo a figura de duas folhas foi inserida para fazer alusão ao tema abordado pela linha. O nome, Crie&Recicle, foi elaborado considerando o naming da Criart através da palavra crie. E a palavra recicle, vem de recomençar o ciclo, fazendo total sentido ao considerar as premissas do uso do papel semente.

Figura 12: Logotipo Linha Sustentável



Fonte: A Autora

- Paletas de cores:



CMYK: 0 39 20 0  
RGB: 246 180 183  
HEX: #F6B4B7

CMYK: 45 0 55 0  
RGB: 156 204 144  
HEX: #9CCC90

CMYK: 37 29 29 8  
RGB: 165 164 164  
HEX: #A5A4A4

CMYK: 15 13 13 0  
RGB: 223 223 210  
HEX: #DFDCDA

### **5.3.1 Qualidades que a empresa pretende passar com a nova marca e a implementação da linha sustentável**

Com a implementação da linha sustentável a empresa enxergou a oportunidade de se colocar no mercado assegurando uma imagem responsável e confiável, prezando pela exploração do conceito da sustentabilidade, reutilização, qualidade e inovação.

### **5.3.2 Principais diferenciais a serem explorados**

Colocando em prática esta nova linha, será possível posicionar de forma positiva a imagem da empresa por estar engajada e preocupada com causas sustentáveis. Poderá ser explorado também a fidelização dos clientes que procuram por este serviço e não conseguem encontrar com facilidade no mercado e também será chance de tornar mais conhecido alternativas de papéis sustentáveis através do papel semente.

### **5.3.3 Público alvo**

Clientes da empresa que sejam engajados em causas sociais sustentáveis.

### **5.3.4 Análise de similares**

Percebe-se grande dificuldade de buscar por similares que atuam neste mercado de papelarias personalizadas e que fazem uso de papel reciclado. Na maioria das vezes são empresas que já estão voltadas ao universo sustentável. Um exemplo é a empresa Ecologic Brindes Sustentáveis que oferece ao consumidor o convite no papel semente conforme ilustra a figura 13 abaixo.

Figura 13: Convite em papel semente da empresa Ecologic Brindes Sustentáveis



Fonte: Site Ecologic Brindes Sustentáveis

Outro similar é a empresa Papel e Estilo que entre as suas opções de linha de convites, também oferece ao seu cliente sua linha sustentável como mostra a figura 14.

Figura 14: Convite em papel semente da empresa Papel e Estilo



Fonte: Site Papel e Estilo



### **5.3.5 Requisitos**

O projeto tem o objetivo de instaurar na empresa parceira uma linha de papelaria personalizada sustentável, afim de alcançar o objetivo principal do projeto: contribuir para um fim ecologicamente correto dos materiais em papel que possuem uma estreita vida útil, dando oportunidade a estes materiais de retornarem de forma efetiva e contribuinte para o mercado consumidor. Para isso, esta linha cumprirá alguns requisitos para torná-la efetiva:

- A linha contará com o uso exclusivo de papéis reciclados, seja ele através de retalhos da empresa parceira ou até mesmo de outras papelarias produzidas anteriormente;
- A linha terá o objetivo de atribuir sentido no pós-uso do material;
- A linha carregará em sua essência a importância da reciclagem para o meio ambiente;
- A linha usará meios de acabamentos sustentáveis em toda variedade das papelarias;

### **5.3.6 Desenvolvimento de conceito**

Pensando em colaborar para um fim sustentável na grande demanda de produção das papelarias personalizadas para eventos e atribuir este conceito de forma inovadora no mercado de Uberlândia e região, o projeto possibilita que a empresa parceira ofereça ao seu consumidor, um meio de personalizar o seu evento sem agredir a natureza. A linha sustentável desenvolvida, se apresentará no mercado de forma a contribuir para o meio ambiente depois de desempenhar o seu objetivo principal, e além disso, através do papel semente, será possível garantir ao público-alvo uma interatividade com o produto prezando por tornar pessoal e singular aquela experiência, reafirmando os preceitos do conceito de personalização que é explorado pela empresa.

## **5.4 Produção do Papel Semente**

### **5.4.1 Etapas do processo de confecção**

A confecção do papel semente foi realizada em nove etapas manuais:

1. Fragmentação e molhagem: Os retalhos de papéis são fragmentados e colocados de molho de um dia para o outro submersos em água;
2. Trituração: Os retalhos já molhados são triturados através de um liquidificador dando origem a poupa;
3. Preparo da mistura: Em um recipiente na medida de 61 centímetros de diâmetro, 31 centímetros de altura e que acomoda 80L, são colocados cerca de 20 L de água, 50ml de cola branca e a poupa a gosto. É preciso mexer bem;
4. Molde: Depois disso, uma moldura telada é submersa no recipiente com a mistura e levantada de forma a permitir o recuo da água;
5. Absorção de água: A polpa moldada é prensada entre a tela e um tecido seco através de uma espoja e ao absorver a água, possibilita a transferência da polpa para o tecido sem que haja nenhuma avaria;
6. Aplicação da semente: Com a polpa já transferida para o tecido são colocadas as sementes de forma mais homogênea possível;
7. Sanduíche: Depois de aplicado a semente, outro papel reciclado que passou pelo mesmo processo e já seco é aplicado sobre a polpa ainda molhada e prensada com a esponja, fazendo um sanduíche: papel reciclado/semente/papel reciclado;
8. Secagem: O papel é colocado para secagem e demora cerca de 12 horas a sua secagem completa;
9. Refile e acabamento: Após, os papéis são refilados e estão prontos para uso.

Esquema 3: Etapas do processo



Fonte: A Autora

#### 5.4.2 Etapas de testes e experimentos

Durante o processo, foi possível observar que a escolha do tecido em que a polpa era transferida para secagem e a tela utilizada para moldá-la impactava diretamente em sua textura.

Figura 15: Textura do papel reciclado



Fonte: A Autora

Na primeira remessa de papéis confeccionados, devido aos relevos da moldura e do tecido utilizados, o papel ficou com uma textura mais áspera, que foge um pouco da delicadeza esperada das papelarias para eventos.

Com isso, foram realizados alguns testes, para melhorar este aspecto. Então, a tela da moldura foi substituída pelo voal, um tecido leve e fino, que possibilita o recuo da água, mas por ter seus poros entrelinhas mais fechados o papel recebe uma textura mais delicada.

Figura 16: Molduras para confecção do papel semente



Fonte: A Autora

O tecido da secagem também foi modificado. Em um primeiro momento, foi testado o uso do voal, porém, por ser um tecido muito fino e sem absorção de água a transferência não era bem sucedida. Desta forma, foi observado que para a transferência era necessário um tecido que absorvesse água, assim, a polpa se adere a superfície mais úmida, efetivando de forma eficaz o deslocamento da polpa entre a moldura e o tecido. Por fim, foi escolhido o tecido Brim leve 100% algodão.

Figura 17: Tecido de secagem Brim 100% Algodão



Fonte: A Autora

### **5.4.3 Escolha das sementes**

Foram selecionadas para teste as sementes de margarida, camomila e hortelã. Em um primeiro momento, as três sementes foram plantadas em terra fértil para análise de tempo de germinação, umidade e temperatura. Das três sementes a que germinou mais rápido (4 dias) e que se adaptou melhor às condições climáticas do ambiente foi a margarida.

Na aplicação do papel semente na polpa ainda molhada, a semente que melhor se adaptou também foi a de margarida. As demais mancharam o papel e deixaram a superfície com grande relevo.

### **5.4.4 Resultado do processo**

O processo possibilitou a confecção do papel semente com aproximadamente 200g. Por ser um material feito de forma artesanal não é possível precisar com exatidão a sua espessura.

Após realizado o devido acabamento, o papel foi submetido a testes de impressão. A impressora utilizada para teste foi a Epson L3150, jato de tinta. Nos testes, o papel se comportou melhor ao passar pela impressora, cerca de sete dias após a sua confecção. Nesta altura ele já está bem enxuto, passando pelos rolagens sem embarçar. O papel semente recebeu bem a tinta proporcionando grande qualidade de impressão.

Figura 18: Teste de impressão papel semente



Fonte: A Autora

Foram realizados testes de germinação, através do plantio do papel semente. Os fragmentos de papel foram colocados 1 cm abaixo de uma terra fértil, em seguida, agitado e monitorado até a sua germinação. Após 5 dias as sementes germinaram.

Figura 19: Plantio do papel semente



Fonte: A Autora

## 6 RESULTADOS

O papel semente produzido foi utilizado para desenvolver os produtos da linha sustentável Crie&Recycle e também na papelaria da empresa Criart:

- Papelarias da Linha Crie&Recicle: Convites, Convite individuais, Manual padrinhos, Tag reservado, Menu, Tag Bem casado, Leque e Tag de agradecimento;
- Papelarias básica Criart: Cartão de visitas e Papel timbrado;
- Papelaria divulgação linha Crie&Recicle: Flyer de divulgação linha sustentável, embalagem para brinde (mini vaso) e tag.

## **6.1 Papelarias da Linha Crie&Recicle**

Para a criação do exemplar da linha Crie&Recicle, foi considerada a pesquisa levantada neste projeto. Assim, foi possível determinar uma persona e considerar um perfil para os possíveis consumidores interessados no produto.

### **6.1.1 Persona**

- Mara Rúbia e Adriano, 26 e 28 anos;
- Dados Principais: Noivos há oito meses, estão organizando seu casamento em Uberlândia-MG e estão à procura de um fornecedor que ofereça o serviço de papelarias para eventos com material sustentável. Mara trabalha como fisioterapeuta e Adriano atua no mercado imobiliário da região;
- Hábitos: Apesar da rotina agitada, Mara e Adriano faz questão de sempre se manterem o mais presente possível da família e prezam muito por momentos a dois;
- Estilo de vida: Buscam sempre se atualizarem sobre saúde e bem estar. Estão sempre antenados a causas socioambientais e se preocupam bastante com o que consomem;
- Hobbies: Gostam de sempre estar perto da natureza, viajar para lugares que possibilitem a interação com o meio ambiente. Se interessam por esportes ao ar livre, como trilha e ciclismo;



- Comportamento de compra: São muito atentos às marcas que se preocupam no retorno dos seus produtos ao meio ambiente, sempre dando preferência a elas. Sempre procuram reutilizar de várias maneiras possíveis os produtos que consomem de forma a descartarem quando de fato já não tem outro meio;
- Perfil do casal: São sentimentalistas e românticos, porém minimalistas e discretos.

### 6.1.2 Briefing

- Nome dos noivos: Mara Rúbia e Adriano;
- Preferência de cores: Rose e Verde Menta;
- Referência de formas: Folhagens e flores delicadas;
- Referência de tipografia: Fontes manuscritas que se assemelhem a assinatura;
- Tipo de Papel: Papel Semente;
- Adjetivos atribuídos: Romântico, delicado, clean e sem excessos.

### 6.1.3 Moodboard

Figura 20: Moodbord



Fonte: A Autora

#### 6.1.4 Identidade visual do evento

Baseado nas referências visuais que foram oferecidas pelo moodboard foi possível criar uma identidade visual para o evento e aplicá-la na linha sustentável Crie&Recicle através do papel semente produzido.

Figura 21: Monograma Mara Rúbia e Adriano



Fonte: A Autora

Figura 22: Papelarias



Fonte: A Autora

## 6.2 Papeleria básica Criart

Com o papel semente produzido também foi possível confeccionar o papel timbrado e o cartão de visitas da Criart.

Figura 23: Cartão de visitas



Fonte: A Autora

Figura 24: Papel timbrado



Fonte: A Autora

### 6.3 Papeleria de divulgação Crie&Recycle

Para divulgar a linha sustentável Crie&Recycle da empresa Criart, através do papel semente, também foram elaboradas papelerias que possibilitem que o público alvo conheça e interaja com o produto de forma preliminar a compra.

Figura 25: Flyer de divulgação linha sustentável



Fonte: A Autora

Figura 26: Embalagem para brinde e tag



Fonte: A Autora

## 7 NOTAS CONCLUSIVAS

Mesmo com a ascensão da tecnologia nos dias de hoje o papel ainda tem o seu espaço nas suas mais diversas formas. No nicho de papelarias para eventos, a presença do papel ainda é forte. Sua funcionalidade é desempenhada em poucas horas e após isso todo material é descartado. Por isso já é possível notar um engajamento tímido deste setor diante da reciclagem e sustentabilidade.

Alternativas sustentáveis já são uma realidade, porém, muito pouco divulgada e conhecida pelos consumidores finais. Fazendo com que muitas das vezes os mesmos se rendam a soluções tecnológicas como alternativa sustentável. Entretanto, quando se fala em papelarias que podem trazer um benéfico retorno ao meio ambiente, é possível observar uma certa curiosidade entre os interessados. Muitos relatam inclusive que caso tenham acesso ao material, o tornaria presente nas atividades de seu cotidiano.

Para as empresas, se posicionar de forma sustentável e a favor do meio ambiente é de extrema valia. Além de favorecer a sua imagem por estar comprometida em causas ambientais, consegue estreitar o relacionamento com os consumidores que são atentos a essas causas e que hoje não conseguem alcançar fornecedores que oferecem este tipo de produto ou serviço.

Diante disso, é possível concluir que ao proporcionar interação entre a empresa parceira e a sustentabilidade através de manobras desempenhadas por meio do design, a coloca a frente no mercado, impacta positivamente em sua imagem por estar atenta as necessidades ambientais e proporciona uma ampliação do público que antes não conseguia ter acesso com facilidade a este tipo de material, contribuindo no fortalecimento e crescimento da marca.

## 8 REFERENCIAS

BELLIA, Vitor. **Introdução à economia do meio ambiente**. Brasília, D. F. : IBAMA, 1996, 261 p. 4ª Edição. Artmed Editora. Porto Alegre, 2007.

DIAS, Mariana. **Mesmo na era digital, algumas papelarias ainda fazem sucesso em BH**. Revista Encontro. Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <<https://www.Revistaencontro.com.br/canal/revista/2019/10/mesmo-na-era-digital-algumas-papelarias-ainda-fazem-sucesso-em-bh.html>>

GRIGOLETTO, I. C. B.: **Reaproveitar E Reciclar O Papel**: Proposta De Conscientização Da Preservação Ambiental. In: Monografias Ambientais, 2012, UFSM. Disponível em:<<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs2.2.2/index.php/remoa/article/download/4616/2989>>. Acesso em: 12 de janeiro 2023

GRIPPI, S. **Lixo, reciclagem e sua história**: Guia para as prefeituras brasileiras. p. 362, ed. Rio de Janeiro, 2006.

MARODIN, V. S, MORAIS, G. A. **Educação Ambiental com os temas geradores lixo e água e a confecção de papel reciclável artesanal**. Anais do 2º Congresso Brasileiro de Extensão Universitária. Belo Horizonte. UEMS. Disponível em: [www.ufmg.br/congrent/educa/](http://www.ufmg.br/congrent/educa/). Acesso em 17 de dezembro 2022.

**O MERCADO DE EVENTOS**: indicadores sobre a oferta e a demanda. Abrafesta, São Paulo, Abril de 2017. Disponível em: ,<<https://abrafesta.com.br/wp-content/uploads/2022/03/Wedding-Concept-Pesquisa-Consolidada.pdf>> Acesso em: 10 de novembro 2022.

PADOVANI, Mirela. **“Vamos pôr no papel?”** – O setor de papel e celulose em pauta. Revista Fórum Brasil, Campinas, 2019. Disponível em:

<<https://revistafbga.com.br/vamos-por-no-papel-o-setor-de-papel-e-celulose-empauta/>>. Acesso em: 12 de janeiro 2023.

Ramos Naiara. OLIVEIRA FILHO, R. A. D. **APLICAÇÃO DOS 3R'S DA SUSTENTABILIDADE E SEUS BENEFÍCIOS AMBIENTAIS E ECONOMICOS.** Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, ano MMXVIII, Nº. 000134, 08/10/2018. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/aplicacao-dos-3rs-da-sustentabilidade-e-seus-beneficios-ambientais-e-economico> Acessado em: 17/01/2023.

**RELATÓRIO ANUAL.** IBÁ Indústria brasileira de árvores, São Paulo, 26 de outubro de 2020. Disponível em: <<https://iba.org/datafiles/publicacoes/relatorios/relatorio-iba-2020.pdf>> Acesso em: 12 de janeiro 2023.

ROSA, B.N; MORAES, G.G.: **A importância da reciclagem do papel na melhoria da qualidade do meio ambiente.** Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP, 25., 2005, Porto Alegre-RS. Anais. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2005\\_Enegep1004\\_1116.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2005_Enegep1004_1116.pdf)>. Acesso em: 05 de dezembro 2022

**SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL:** o que é, importância e desafios. Equipe TOVS, São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://www.totvs.com/blog/negocios/sustentabilidade-empresarial/>> Acesso em: 17 de janeiro de 2023

WALDMAN, Maurício. **Reciclagem, preservação ambiental e o papel dos catadores no Brasil.** João Pessoa, 03 de Outubro de 2016. Disponível em: <[http://www.mw.pro.br/mw/eco\\_reciclagem\\_preservacao\\_ambiental\\_e\\_o\\_papel\\_dos\\_catadores\\_no\\_brasil.pdf](http://www.mw.pro.br/mw/eco_reciclagem_preservacao_ambiental_e_o_papel_dos_catadores_no_brasil.pdf)>. Acesso em: 17 de dezembro 2022.

## 9 ANEXO

Manual da Marca:



### Sumário

#### 3. Sobre a marca

#### 4. Conceito Criado para o Branding

#### 5. Identidade Visual

- 5. Versão Oficial
- 6. Logotipo e Símbolo Tipográfico
- 7. Versões Monocromáticas e Meio Tom
- 8. Versão Negativa
- 9. Usos indevidos
- 10. Assinatura Completa
- 10. Assinatura Fragmentada

- 11. Símbolo
- 12. Cores
- 13. Família Tipográfica
- 14. Desenho Técnico
- 15. Área de Proteção
- 15. Redução
- 16. Grid de Proteção

#### 17. Sugestão de Aplicação

- 17. Papelarias Básicas
- 19. Uniformes
- 20. Brindes e Itens de Papelarias



## Sobre a Marca

Criart é uma empresa atuante no ramo de papelerias personalizadas que preza pela experiência afetiva e singular em seus produtos. Traz em sua essência o desejo de entregar além de simples papelerias, mas sim proporcionar ao cliente um mergulho na real necessidade que lhe trouxe, desenvolvendo projetos únicos e personalizados, entregando a ele identificação e afeição.



03



## Conceito Criado para o Branding

Através de pesquisas realizadas foi possível identificar a necessidade de um novo posicionamento de mercado para a marca. Desta forma, o redesign foi conceituado considerando um aspecto visual simples, sem excessos e moderno, porém, sempre transparecendo o carisma e afetividade da marca, explorando experiências visuais que retratem um aspecto alegre, doce, delicado e meigo.



04



## Identidade Visual

### - Versão Oficial

Esta é a versão oficial da marca onde é possível observar o padrão de cores utilizados (amarelo, rosa e azul), sendo obrigatoriamente inserida em um fundo branco ou no fundo com a textura de papel escolhida.



Plano de fundo branco



Plano de fundo textura de papel



## Identidade Visual

### - Logotipo e Símbolo Tipográfico

O logotipo trás a proposta de se apresentar como alegre, doce, delicado e meigo. A fonte sem serifa, porém com o contraste entre linhas finas e grossas, ajuda a acentuar a procura visual do conceito refinado desejado.

O novo símbolo propõe a ideia da lâmpada anteriormente usada de forma mais abstrata e menos ilustrativa.

O plano de fundo mais claro, permite a sensação de simplicidade e leveza procurada.



## Identidade Visual

### - Versões Monocromáticas e Meio Tom

- Quando houver impossibilidade de se utilizar a marca nos padrões oficiais, deve-se adotar suas versões monocromáticas preta, rosa, azul ou em escala de cinza.

**Criart**  
a criatividade no papel

**Criart**  
a criatividade no papel

**Criart**  
a criatividade no papel

**Criart**  
a criatividade no papel



## Identidade Visual

### - Versão Negativa

- Quando não for possível utilizar a marca na versão oficial ou nas opções monocromáticas, utilizar a versão negativa que consiste em um logotipo branco aplicado a qualquer plano de fundo em cores contrastantes.



## Identidade Visual

### - Usos Indevidos

- Para que ocorra a preservação da Identidade Visual da marca, qualquer versão fora dos padrões oficiais são considerados inadequados. Aqui são apresentadas algumas exemplificações:



## Identidade Visual

### - Assinatura Completa



### - Assinatura Fragmentada



## Identidade Visual

### - Símbolo

O símbolo poderá ser usado separadamente do logotipo, posicionado em 90° ou inclinado para a direita.



## Identidade Visual

### - Cores

As cores definidas para o SIV têm a intenção de expressar alegria, delicadeza, meiguice e doçura. O amarelo representa o ponto forte mais citado pela marca: criatividade. O azul turquesa e o rosa, permite a experiência visual alegre e delicada almejada.



CMYK: 2 11 78 0  
RGB: 255 220 74  
HEX: #FFDC4A

CMYK: 50 0 23 0  
RGB: 136 204 206  
HEX: #88CCCE

CMYK: 4 71 28 0  
RGB: 231 104 133  
HEX: #E76885

CMYK: 15 13 13 0  
RGB: 223 223 210  
HEX: #DFDCDA



## Identidade Visual

### - Família Tipográfica

A família tipográfica escolhida para o desenvolvimento de toda identidade visual foi a de forma sem serifa.

Para o logotipo a fonte definida já era pré-existente nomeada como **Miracle**. A mesma não sofreu modificação estrutural.

Para a assinatura a fonte selecionada foi a **Century Gothic**. E para informações gerais em qualquer material pertencente à identidade visual, a fonte decidida também será a mesma.

Miracle:

|               |               |                   |
|---------------|---------------|-------------------|
| A B C D E F   | a b c d e f   | 0 1 2 3 4         |
| G H I J K L M | g h i j k l m | 5 6 7 8 9         |
| N O P Q R S   | n o p q r s   | . : ; ' " " "     |
| T U V W X Y Z | t u v w x y z | ( ? ! ) + - * / = |

Century Gothic:

|               |               |                   |
|---------------|---------------|-------------------|
| A B C D E F   | a b c d e f   | 0 1 2 3 4         |
| G H I J K L M | g h i j k l m | 5 6 7 8 9         |
| N O P Q R S   | n o p q r s   | . : ; ' " " "     |
| T U V W X Y Z | t u v w x y z | ( ? ! ) + - * / = |



## Identidade Visual

### - Desenho Técnico

Para uso adequado do logotipo nas mais diversas aplicações, deve-se seguir as proporções oficiais apresentadas abaixo:



## Identidade Visual

### - Área de Proteção

O campo de proteção deve ser obedecido de modo que nenhum outro elemento gráfico seja inserido em uma área mínima de 7,5mm.



### - Redução

Afim de preservar a legibilidade do logotipo o limite de redução estipulado é de 6,5cm ou 170,08 pixels por sua proporção.



## Identidade Visual

### - Grid de Proteção

A marca deve ser reproduzida respeitando o alinhamento, dimensão e posição dos elementos presentes do grid.



## Sugestão de Aplicação | Papelarias Básicas



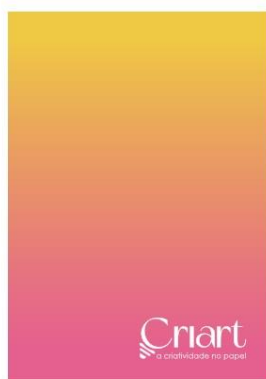
Papel Timbrado



Cartão de Visitas



## Sugestão de Aplicação | Papelarias Básicas



Envelopes





## Sugestão de Aplicação | Brindes e Itens de Papelarias



20

## Sugestão de Aplicação | Uniformes



19

Universidade Federal de Uberlândia  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design – FAUeD  
TCC – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Professor Orientador:** João Plácido

**Discente:** Mirilayne Nunes Sabino

**Matrícula:** 11911DIT043

Uberlândia – MG, Jan/2023



**Criart**  
a criatividade no papel

