

**Etec – Escola de Ensino Técnico**  
**Etec Carapicuíba**  
**Comunicação Visual**

**Beatriz Cerqueira da Silva**  
**Bruna Vitoria Sabino**  
**Carolina Oliveira Foltran**  
**Gabriel França**  
**Luana Maria dos Santos Costa**

**DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL DA PAPELARIA**  
**EUCALYPTUS**

**Carapicuíba**  
**2021**

**Beatriz Cerqueira da Silva**  
**Bruna Vitoria Sabino**  
**Carolina Oliveira Foltran**  
**Gabriel França**  
**Luana Maria dos Santos Costa**

**DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL DA PAPELARIA  
EUCALYPTUS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso Técnico em  
Comunicação Visual da ETEC  
Carapicuíba, orientado pela professora  
Agnacilda Silva Rocha, como requisito  
parcial para obtenção do título de  
técnico em Comunicação Visual.

**Carapicuíba**  
**2021**

## RESUMO

A proposta deste projeto de conclusão de curso é a criação da Papelaria Eucalyptus (em português “eucalipto”, árvore utilizada para a produção de papel), uma marca ecologicamente consciente. O objetivo buscado é a contribuição para o consumo sustentável através de produtos cujos materiais agredem em menor proporção a natureza, além de valorizar a arte independente através da criação dos designs dos mesmos. Para isso, foi feita uma ampla pesquisa utilizando o método exploratório, em que o assunto foi absorvido e o conhecimento utilizado para a produção de uma marca alinhada ao tema, já que a produção de lixo, especialmente de plástico, é um desafio para o equilíbrio ambiental. A proposta do grupo é convocar o esforço das gerações atuais para permitir que as futuras convivam em um planeta balanceado, através de mudanças na forma de consumir.

Palavras-chave: Papelaria; Eucalyptus; Consumo Sustentável; Identidade Visual.

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	4
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO .....	4
1.2 JUSTIFIICATIVA .....	4
1.3 OBJETIVOS .....	4
1.4 REFERENCIAL TEÓRICO .....	4
1.5 PESQUISA .....	5
1.5.1 <b>Métodos de Pesquisa</b> .....	5
1.5.2 <b>Dados</b> .....	5
1.5.3 <b>Análise dos Dados</b> .....	5
<b>2. DESENVOLVIMENTO</b> .....	7
2.1 BRIEFING .....	7
2.1.1 <b>Sobre o Contratante</b> .....	7
2.1.2 <b>Projeto</b> .....	7
2.1.3 <b>Referências</b> .....	8
2.1.4 <b>Cronograma</b> .....	9
2.2 PROCESSO CRIATIVO .....	9
2.2.1 <b>Nome da Marca</b> .....	9
2.2.2 <b>Inspirações Visuais</b> .....	9
2.3 PEÇAS GRÁFICAS .....	11
2.3.1 <b>Manual de Identidade Visual (MIV) da Marca Eucalyptus</b> .....	11
2.3.2 <b>Produtos e Afins</b> .....	12
3.2.3 <b>Site</b> .....	14
3.2.3 <b>Instagram</b> .....	15
3.2.4 <b>Banner</b> .....	16
<b>3. CONCLUSÃO</b> .....	17
<b>4. REFERÊNCICAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	19
<b>5. APÊNDICES</b>	
5.1 MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA MARCA	
5.2 PROTÓTIPO DO SITE E LINK DO INSTAGRAM	

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Atualmente, existem várias papelarias online, vendendo os mais diversos tipos de produtos. Porém, poucas apresentam uma relação sustentável com o planeta, utilizando plásticos e outros itens que logo irão para o lixo, colaborando com a poluição do planeta.

Em 2012, de acordo com dados da OMS (Organização Mundial da Saúde), quase 12% de todas as mortes globais foram causadas, direta ou indiretamente, pela poluição. No Brasil, ocorreram em média 14 mortes a cada 100 mil habitantes por este motivo. Além disso, o país é o quarto maior produtor de plástico do mundo, de acordo com a WWF.

### 1.2 JUSTIFICATIVA

Frente a dados tão alarmantes sobre poluição, fazem-se necessárias tomadas de atitudes por parte de todos, para que seja possível manter um planeta habitável para as gerações atuais e futuras. Procurando auxiliar nessa jornada, surge a Papelaria Eucalyptus, com a proposta de produzir itens com significado e valor estético, mas agredindo em menor proporção o planeta Terra.

### 1.3 OBJETIVOS (GERAL E ESPECÍFICO)

Objetivo geral: Contribuição para o consumo sustentável através da inclusão de mais produtos feitos com materiais sustentáveis no mercado.

Objetivo específico: Valorização de artistas independentes através da criação do design de produtos.

### 1.4 REFERENCIAL TEÓRICO

O consumo desenfreado e a utilização de materiais de difícil e não possível reciclagem trazem grandes impactos negativos no meio ambiente, como a alta produção de lixo e a emissão de gases poluentes. Tendo isso em mente, o consumo sustentável é uma ótima maneira de contribuir positivamente para a reversão deste problema, investindo em produtos ecológicos, reciclando aqueles que não usamos mais e comprando somente o necessário.

## 1.5 PESQUISA

### 1.5.1 Método de pesquisa

O método de pesquisa utilizado é o exploratório, já que o grupo procurou estudar o assunto com o objetivo de entendê-lo e produzir uma marca cujo valor esteja alinhado ao tema; ou seja, à sustentabilidade.

### 1.5.2 Dados

- Segundo pesquisa de 2019 da WWF, caso nenhuma medida seja tomada, mais de 104 milhões de toneladas de plástico poluirão os ecossistemas até 2030.
- Segundo pesquisa de 2019 da WWF, todos os anos, aproximadamente 10 milhões de toneladas de plástico atingem os oceanos, equivalente a 60 aviões Boeing 747 por dia.
- Segundo pesquisa de 2019 da WWF, aproximadamente metade de todo o plástico poluindo o planeta foi produzido após o ano 2000, e 75% dele já foi descartado.
- Segundo dados de 2016 da OMS (Organização Mundial da Saúde), 92% das pessoas do planeta vivem em lugares onde a qualidade do ar está fora de seus padrões.
- Segundo dados de 2012 da OMS, 12% das mortes no mundo foram causadas pela poluição dentro e fora de casa. 90% dos lugares onde as amostras de ar foram recolhidas eram em regiões pobres.

### 1.5.3 Análise dos dados

Anualmente, mais de oito bilhões de toneladas de plásticos são produzidas mundialmente, e quase sua totalidade não é reciclada. Esta alta demanda explica-se, principalmente, pelo aumento da população mundial e pela procura de bens feitos com este material.

Com a melhora nas condições de vida de diversos grupos, os quais passam a ter mais acesso à saneamento básico adequado e tratamentos médicos recém descobertos por estudos científicos, houve um aumento no número de indivíduos que habitam a Terra. Tal fato, que em primeiro lugar parece completamente positivo, também acarreta em malefícios ao planeta.

Com maior número de pessoas consumindo, incentivadas pela mentalidade capitalista de que comprar traz felicidade, mais cedo chega-se ao Dia de Sobrecarga da Terra (isto é, a data que todos os recursos naturais reservados para um ano de uso pela humanidade são esgotados). Por exemplo, em 2020, essa data ocorreu em agosto, quatro meses antes de chegar ao fim do ano.

Além disso, logo as embalagens são descartadas, ou os produtos tornam-se obsoletos com rapidez e necessitam de troca, trazendo mais lixo. Estes descartes, em sua maioria não chegam a ser reutilizados (91% do plástico não é reaproveitado), e chegam a locais inapropriados, poluindo o solo, ar e água, trazendo doenças ao ser humano e atrapalhando o funcionamento de ecossistemas e cadeias alimentares. Em casos mais extremos, pode até causar a extinção de espécies.

Com isto, o futuro não apenas dos seres humanos, mas de diversos tipos de aves, peixes, plantas, insetos, mamíferos, répteis e anfíbios é ameaçado. Caso a humanidade deseje ver seus descendentes vivendo em um ambiente propício, deve começar desde já a investir em métodos mais conscientes e seguros de consumo.

## 2. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

### 2.1 BRIEFING

#### 2.1.1 Sobre o Contratante

→ **Quem é?**

O cliente é a Eucalyptus, uma papelaria online focada em produtos exclusivos e sustentáveis.

→ **Visão**

Mostrar a importância da escolha dos materiais e acompanhamento da produção para o desenvolvimento dos itens, e a partir deles a criação de novas histórias.

→ **Missão**

Alcançar através dos produtos e modo de produção consciente e sustentável, produtos de qualidade e satisfação do cliente.

→ **Valores**

Sustentabilidade, empatia, gentileza, autenticidade, exclusividade, dedicação e carinho.

→ **Ramo de atuação**

Papelaria, com a produção totalmente focada para o e-commerce.

#### 2.1.2 Projeto

→ **Objetivo**

Desenvolver a identidade visual, produtos e campanha de divulgação pelas redes sociais.

→ **Artefatos que serão produzidos**

- Desenvolvimento da identidade visual da marca;
- Aplicação da marca em itens corporativos, brindes e produtos exclusivos;
- Criação de redes sociais e de postagens de boas-vindas, apresentação da marca e exposição dos primeiros produtos;
- Desenvolver o protótipo do site e estética do mesmo.



### 2.1.3 Referências

#### Concorrentes diretos

O ramo das papelarias online está cada dia em mais ascensão, gostaríamos de destacar como concorrentes diretos as que trabalham com uma visão parecida com a nossa, desenvolvendo seus próprios produtos e vendendo apenas de forma remota.

- **Gravitando:** definindo a si mesma como papelaria fofo e criativa, foi criada pela empreendedora Gabi Gravitol. Em seu site são vendidos produtos exclusivos e terceirizados de papelaria básica, planners, itens de decoração, entre outros.
- **Empório Flemings:** empreendimento feminino, familiar e sustentável, fundado pelas irmãs Fernanda e Amanda Longoni. Comercializa cadernos, livros de recorte e prints exclusivos.
- **Loja Mika Serur:** fundada pela artista e designer gráfica Mika Serur. Vende materiais de arte terceirizados e sketchbooks autorais.

#### Concorrentes indiretos

Apontaremos como concorrentes indiretos papelarias maiores, já consolidadas no mercado físico que também trabalham com vendas online, porém com produtos de grandes marcas e algumas marcas exclusivas. Além de grandes varejistas online com setores ligados a papelaria, como a Kalunga, a Lepok, a Amazon e a Americanas.

### Público alvo e Personas

#### Pesquisa

Para definir o público alvo foi feito uma pesquisa no perfil dos consumidores das lojas concorrentes

#### Público Alvo

Pessoas de 18 a 35 anos que gostam de arte ou consumo sustentável e estejam por dentro dos produtos e técnicas desse nicho, além de se interessarem por papelaria e organização.

## Persona



#### Marina Dias

Tem 22 anos, é artesã no estado de Pernambuco. Se dedica a produzir lettering e dobraduras com papel, para sua banca numa feira de artesanato. Procura uma forma de organizar melhor suas vendas e seus horários de trabalho, sem perder o senso estético que tanto gosta.



#### Júlio dos Santos

Tem 24 anos. Estuda biologia na faculdade federal de seu estado, São Paulo. Em seu tempo livre gosta de ir a museus e centros culturais. Preza por consumir marcas sustentáveis e itens com significado.



#### Isabella Oliveira

Tem 19 anos, e mora em Minas Gerais junto com sua mãe e seus irmãos. Gosta de desenhar e ver filmes de animação em seu tempo livre. Possui um bullet journal, pelo qual organiza sua rotina de estudos para o vestibular.

#### 2.1.4 Cronograma

- Desenvolvimento da Marca e Identidade Visual – até 30/ abril
- Desenvolvimento dos produtos e apresentação em Mockup – até 07/ maio
- Desenvolvimento de Campanhas de divulgação – até 14/ maio
- Criação de Site e Redes Sociais – até 14/ maio
- Ajustes Necessários – até 18/ junho
- Prazo Final até - 02/ julho

### 2.2 PROCESSO CRIATIVO

#### 2.2.1 Nome da Marca

O nome da marca, decidido através de conversa em grupo. Eucalipto (nome em português da árvore que nomeia a papelaria) é a planta da qual é retirada a celulose, componente básico dos tecidos vegetais, que é utilizado na produção de papel. Este material é a base desse tipo de negócio.

Visto o nome, a ligação com seu propósito foi imediata: o compromisso com o meio ambiente e o cuidado com a poluição do planeta Terra, utilizando o mínimo de componentes não biodegradáveis possível.

#### 2.2.2 Inspirações Visuais

Foram utilizados, enquanto inspiração para as peças visuais do projeto, três movimentos artísticos do Modernismo:

- **Arts and Crafts:** Movimento social e estético inglês do século XIX, contrário a mecanização e à produção em massa (característica que se encaixa no propósito da marca). A grande presença de ornamentos e estética floral influenciou na criação do Caderno Sutileza Crafts.



Um dos principais artistas deste movimento, William Morris, foi uma das maiores inspirações para fazer a estampa. Em algumas de suas obras, contém um certo estilo de "espelhamento" e folhagem. Pensando nisso, foram colocados elementos diversos, incluindo folhas e flores, para que formasse uma composição para a estampa.

Alcachofra, de William Morris

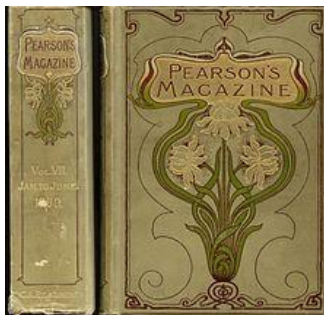


Leicester e Strawberry Thief, de William Morris

- **Art Nouveau:** Movimento artístico nascido no final do século XIX na Bélgica, inspirou a criação da estampa da Agenda Aconchego Nouveau. Toda a exuberância decorativa de suas linhas onduladas, com presença de folhagens e contornos sinuosos, foi adaptada para a tendência minimalista (característica geral da marca). Assim, o produto tornou-se não somente uma peça prática, mas um item decorativo de alto valor artístico, utilizado para a organização pessoal.



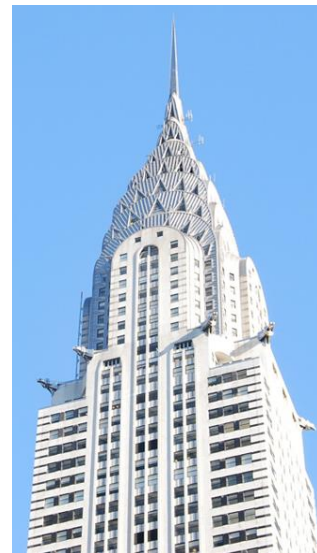
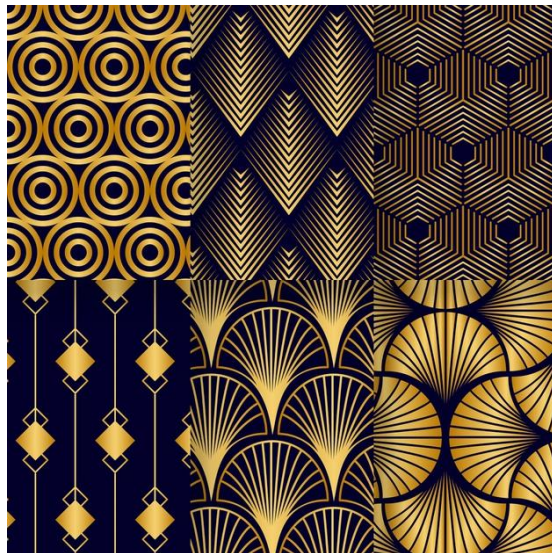
Litogravura produzida por Alfons Mucha, e a escadaria de Victor Horta para o hotel Tassel.



A principal inspiração para a elaboração da capa foi a Pearson's Magazine, periódico inglês especializado em literatura especulativa, política e artes.



- **Art Déco:** Movimento europeu dos anos 1920, com especial presença no design e na arquitetura. Neste projeto inspirou a estampa do Estojó Frescor Déco Padrões inspirados no Art Déco, Chrysler (Nova York), especialmente em sua fase inicial, cujos padrões florais e coloridos eram amplamente utilizados, e sua fase final, com ornamentação mais modesta.



Padrões geométricos inspirados no Art Déco, e o Edifício Chrysler (Nova York)

## 2.3 PEÇAS GRÁFICAS

### 2.3.1 Manual de Identidade Visual (MIV) da Marca Eucalyptus

Documento completo está anexado em PDF.

#### A Marca

Nossa marca foi desenvolvida com o intuito de criar de forma gráfica e exclusiva nossa identidade, transparecendo o valor ecológico e minimalista.



#### Aplicação Principal

Nossa logo foi pensada para funcionar como escrita, apresentando o nome da empresa, e de maneira icnográfica, através da árvore mesclada com a letra “L”.

### 2.3.2 Produtos e Afins

#### Caderno Sutileza Crafts

Especificações técnicas:

Material: Vitacarta (papel cartão reciclado) para a capa, e papel chambril (offset 90g) para o miolo de folhas pautadas.

Dimensões: A4 (297 mm x 210 mm).

Impressão: Offset 4x0, em CMYK, encadernação em wire-o preto.

Fornecedor: Gráfica Traço

Orçamento: R\$2940,99 cada 100 unidades (R\$29,41 cada).



Estampa inspirada no movimento Arts and Crafts, aplicado ao minimalismo.



#### Agenda Aconchego Nouveau

Especificações técnicas:

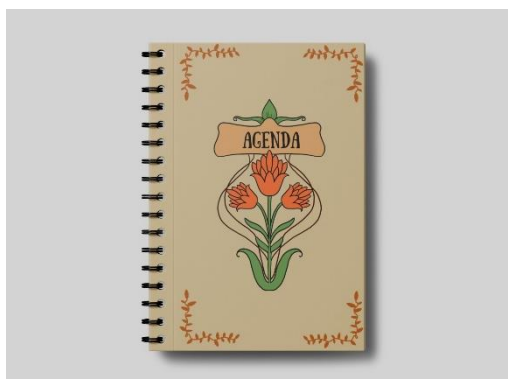
Material: Vitacarta (papel cartão reciclado) para a capa, e papel chambril (offset 90g) para o miolo de folhas pautadas.

Dimensões: A5 (210 mm x 148 mm)

Impressão: Offset 4x0, em CMYK, encadernação em wire-o preto.

Fornecedor: Gráfica Traço

Orçamento: R\$2086,99 para 100 unidades (R\$20,87 cada).



Estampa inspirada no movimento Art Déco, aplicado ao minimalismo.





Parte traseira do caderno e da agenda, e seu padrão de folhas interiores.



### Estojo Frescor Déco

Especificações técnicas:

Material: Polímero biodegradável.

Dimensões: 210 mm x 85 mm x 65 mm.

Impressão: Sublimação 4x0, em CMYK.

Fornecedor: Gráfica Traço.

Orçamento: R\$1344,99 para 100 unidades (R\$13,45 cada).



Estampa inspirada no movimento Art Nouveau, aplicado ao minimalismo.



### Brinde - Caneta

Especificações técnicas:

Material: Papelão.

Dimensões: Gravação = 40 mm x 10 mm, clip = 47 mm x 10 mm, peso = 6g. Redução da marca: 40 mm.

Impressão: Digital 2x0, em CMYK.

Fornecedor: Gráfica Traço.

Orçamento: R\$825,99 para 500 unidades (R\$1,65 cada).



## Embalagem - Fita Gomada

Especificações técnicas:

Material: Papel kraft e cola vegetal.

Dimensões: 70 mm, com espaçamento de 50 mm entre cada repetição.

Impressão: Offset 1x0, em CMYK.

Fornecedor: Arteznet.

Orçamento: R\$1270,00 (caixa com 20 quilos).

Tal faixa pode ser aplicada a caixas de qualquer dimensão, de acordo com o tamanho requisitado para cada compra, desde que sejam de papelão pardo.



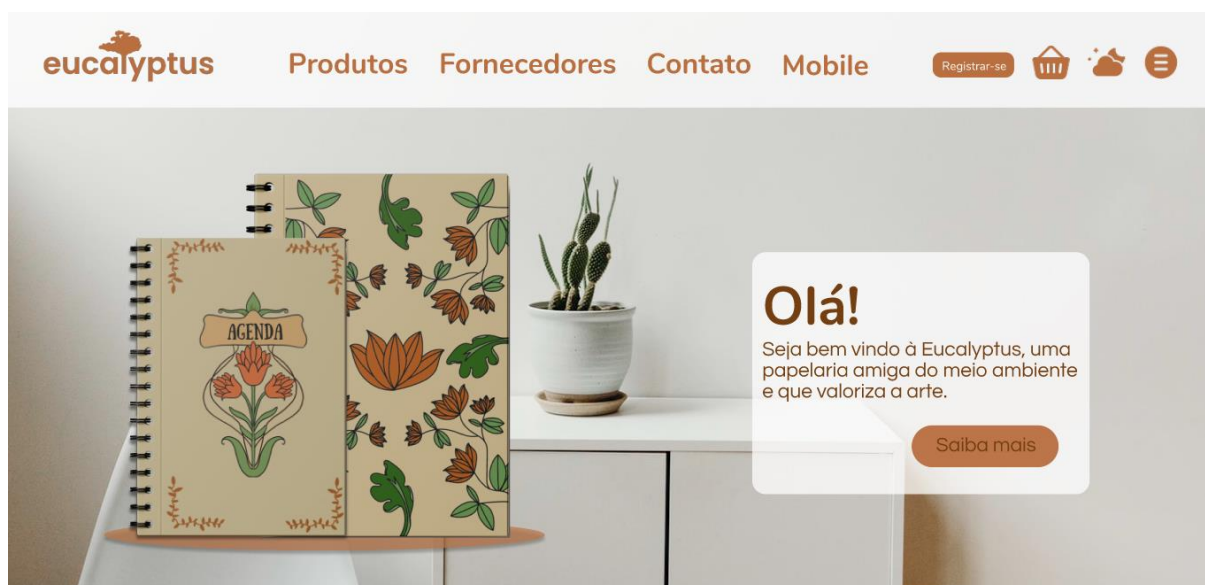
Não aceite se este  
lacre estiver violado

Faixa gomada aplicada à caixa.



### 3.2.3 Site

O site é uma forma de facilitar a compra dos produtos, podendo ser acessado tanto pelo desktop quanto pelo smartphone. Ele foi elaborado seguindo a identidade visual já definida para a marca, objetivando ser intuitivo, útil e agradável visualmente.

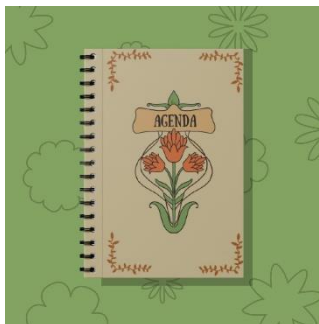
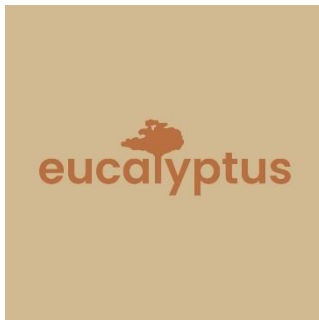


Home do site. O protótipo está disponível em:

<https://www.figma.com/proto/cIRIlytXBaBI0xa9e1VCL1/Site-Eucalyptus?node-id=1%3A2&scaling=fit-width&page-id=0%3A1>

### 3.2.3 Instagram

O Instagram foi definido como a rede social principal de divulgação da marca, por ser amplamente utilizada pelo público alvo do projeto, além de permitir a fácil visualização dos produtos, apresentando-os para despertar o interesse. Foram elaboradas, para o lançamento da marca, as seguintes postagens:



Link do Instagram: <https://www.instagram.com/projetoeucalyptus/?hl=pt-br>



### 3.2.3 Banner

O objetivo do banner é trazer as informações da marca de forma direta, clara e rápida, estando disponível para a visualização online em sites. Além disso, caso se torne necessário com o decorrer da utilização da loja, pode ser convertido em um material impresso.



### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na atualidade existem muitas papelarias online com diferentes propostas, mas a maioria não possui preocupação com os materiais utilizados e os danos que podem causar. A busca por uma vida mais ecologicamente correta é uma das maiores necessidades atuais, já que consumo desenfreado de materiais poluentes vem provocando enormes danos ao planeta Terra e seus ecossistemas. A proposta, por parte do grupo, da criação da papelaria Eucalyptus, uma marca ecologicamente responsável, vem como uma medida de contribuição às sociedades atuais e futuras para preservação do meio ambiente e consequente vida em equilíbrio. Além disso, pretendia produzir itens com valor estético e artístico agregado.

Em relação aos objetivos, ambos foram cumpridos de forma satisfatória. O geral, isto é, a contribuição para o consumo sustentável, foi atingida através de extensa pesquisa entre materiais ecológicos e os mais diversos fornecedores. Em todos os casos possíveis foi trocado o plástico (como já dito na pesquisa, um dos principais poluidores) por papel, cuja reciclagem é mais acessível e difundida no país. O objetivo específico de valorizar artistas através da criação do design de produtos superou as expectativas do grupo, pois foram criadas três estampas exclusivas, as quais servirão para o lançamento da marca, além de retomarem os conteúdos de história da arte (em especial a moderna) aprendidos no decorrer do curso.

Já o cronograma foi em maioria respeitado; porém, ao decorrer das atividades foi adaptado às necessidades do grupo. A criação dos materiais de divulgação (em especial do site) passou um pouco da previsão, por ter sido a parte mais trabalhosa e que exigiu o maior número de modificações.

O projeto teve como resultado a criação da identidade visual da papelaria Eucalyptus, orientada através do Manual de Identidade Visual (MIV) construído para esta. Foi mantida a programação inicial de estética baseada no minimalismo e em cores terrosas. Sua logo transparece não somente o objetivo ecofriendly da marca, como era desejado, mas também o principal material utilizado – o papel.

Além disso, foram elaboradas oito peças, as quais servirão para o lançamento da marca. São estas: três produtos de design exclusivo (caderno Sutileza Crafts, agenda Aconchego Nouveau e estojo Frescor Déco); um brinde (caneta); a fita gomada para a correta embalagem dos produtos enviados; e os três itens de

divulgação (template do site, Instagram e o banner). Estes foram satisfatórios para o grupo, e até mesmo superaram o planejamento original, o qual não incluía brinde e embalagem. Por fim, a construção das peças consolidou a imagem que a papelaria gostaria de ter.

Apesar de finalizada, é esperado que com o tempo a marca precise de atualizações. Para a manutenção desta devem ser elaborados novos produtos, com novos designs elaborados por outros artistas independentes, seguindo as necessidades do mercado. Os materiais também podem ser revistos para que sejam ainda mais ecológicos. Além disso, devem ser atualizadas as postagens na rede social e no site. Assim, abre-se a possibilidade de evolução em projetos futuros.

Por fim, como um todo, a produção e convívio entre o grupo, mesmo considerando as dificuldades elaboradas pela distância, foram determinantes para que o trabalho decorresse de forma rápida e segura. Todas as decisões foram tomadas em conjunto, e é por isso que a Eucalyptus se tornou um pouco de cada integrante, pois nela foram colocadas as experiências, esforços e características individuais. Como resultado, foi elaborada este projeto especial e feito com carinho, assim como são os valores da marca.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### **Pesquisa sobre sustentabilidade:**

**VEDOVA, Pedro.** OMS divulga dados alarmantes sobre poluição do mundo. **Jornal Hoje**, 2016. Disponível em: <https://www.google.com/amp/g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2016/09/oms-divulga-dados-alarmantes-sobre-poluicao-do-mundo.amp>. Acesso em: 17 de março de 2021.

**BRASIL, WWF.** Brasil é o quarto país que mais gera lixo plástico. **WWF**, 2019. Disponível em: <https://www.wwf.org.br/?70222/Brasil-e-o-4-pais-do-mundo-que-mais-gera-lixo-plastico>. Acesso em: 17 de março de 2021.

**Redação Racon Consórcios.** Entenda o que é o consumo sustentável e a importância de aderir essa prática. **Blog Racon**, 2020. Disponível em: <https://blog.racon.com.br/entenda-o-que-e-o-consumo-sustentavel-e-a-importancia-de-aderir-essa-pratica/>. Acesso em: 17 de março de 2021.

**PARKER, Laura.** Poluição por plástico é um problema grave — mas ainda não é tarde demais para solucioná-lo. **National Geographic Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/ciencia/2020/10/poluicao-por-plastico-e-um-problema-grave-mas-ainda-nao-e-tarde-demais>. Acesso em: 17 de março de 2021.

### **Inspirações visuais:**

**Odebrecht Realizações Imobiliárias.** Manual de Identidade Visual Odebrecht. Versão 04, 2013. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0B0Tax0-x9mbxcTNWUjhsVE85N1E/view?usp=gmail>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

**IMBROISI, Margaret; MARTINS, Simone.** Art nouveau. **História das Artes**, 2021. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/art-nouveau/>. Acesso em 11 de maio de 2021.

**ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras.** São Paulo: Itaú Cultural, 2021. Disponível em:

<<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo4986/arts-and-crafts>>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

**Wahoo Art.** Alcachofra por William Morris Hunt. **Wahoo Art**, 2021. Disponível em:

<https://pt.wahooart.com/@/@/A265ZG-William-Morris-Hunt-Alcachofra>. Acesso em 11 de maio de 2021.

**Centro Universitário Barão de Mauá.** A Evolução do Design. **Degêcast**, 2019.

Disponível em: <http://www.degecast.com.br/a-evolucao-do-design/>. Acesso em 11 de maio de 2021.

**AIDAR, Laura.** Arte Nouveau. **Cultura Genial**. Disponível em:

<https://www.culturagenial.com/art-nouveau/>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

**OCKERBLOOM, John Mark.** Pearson's Magazine. **The Online Books Page**.

Disponível em: <https://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/serial?id=pearsonsus>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

**Freepik Company S.L.** Coleção de Padrões Dourados em Art Déco. **Freepik**,

Disponível em: [https://br.freepik.com/vetores-premium/colecao-de-padroes-dourados-em-art-deco\\_10240369.htm](https://br.freepik.com/vetores-premium/colecao-de-padroes-dourados-em-art-deco_10240369.htm). Acesso em: 11 de maio de 2021.

**MENDES, Jonathan.** Art Déco: o estilo anos 20. **Formato Objeto**, 2020. Disponível

em: <https://formatoobjeto.com.br/art-deco-o-estilo-anos-20/>. Acesso em 11 de maio de 2021.

**Concorrentes citados:**

**Gravitando.** Disponível em: <https://www.gravitando.com.br/>. Acesso em 19 de maio de 2021.

**Empório Feringos.** Disponível em: <https://www.feringos.com.br/>. Acesso em 19 de maio de 2021.

**Mika Serur.** Disponível em: <https://www.mikaserur.com.br/>. Acesso em 19 de maio de 2021.

**Kalunga.** Disponível em: [https://www.kalunga.com.br](https://www.kalunga.com.br/). Acesso em 19 de maio de 2021.

**Lepok.** Disponível em: <https://www.lepok.com.br/>. Acesso em 19 de maio de 2021.

**Amazon.** Disponível em: [https://www.amazon.com.br](https://www.amazon.com.br/). Acesso em 19 de maio de 2021.

**Americanas.** Disponível em: [https://www.americanas.com.br](https://www.americanas.com.br/). Acesso em 19 de maio de 2021.

**Fornecedores:**

**Gráfica Traço.** Disponível em: <https://www.graficatraco.com.br/>. Acesso em 11 de maio de 2021.

**Artezanet.** Disponível em: <https://www.artezanet.com.br/fita-gomada-personalizada>. Acesso em 18 de maio de 2021.