



Inovar e **renovar** são as ações
que inspiram nossa vocação criativa,
empreendedora e estratégica.

perfil

Inovar e renovar são as ações que inspiram nossa vocação criativa, empreendedora e estratégica.

ESSÊNCIA

Manifesta-se em ideias inovadoras percebidas pela liberdade de criação, pesquisa estética e busca de inspiração nas fontes mais autênticas da cultura contemporânea.

VISÃO

Acreditamos no design como um sinal, uma metáfora eficaz na construção e no posicionamento da marcas fortes.

Aliado a inovação, torna-se um importante meio para geração de valores intangíveis.

COMPROMISSO

Promovemos soluções criativas, inovadoras, articuladas com a cultura e a estratégia de nossos parceiros.

Construímos vínculos e parcerias duradouras com nossos clientes, alinhando os objetivos empresariais como desenvolvimento sustentável.

PORTFÓLIO MODERNSIGN

Calendário para
Relatório de
Responsabilidade
Corporativa 2011

Nextel

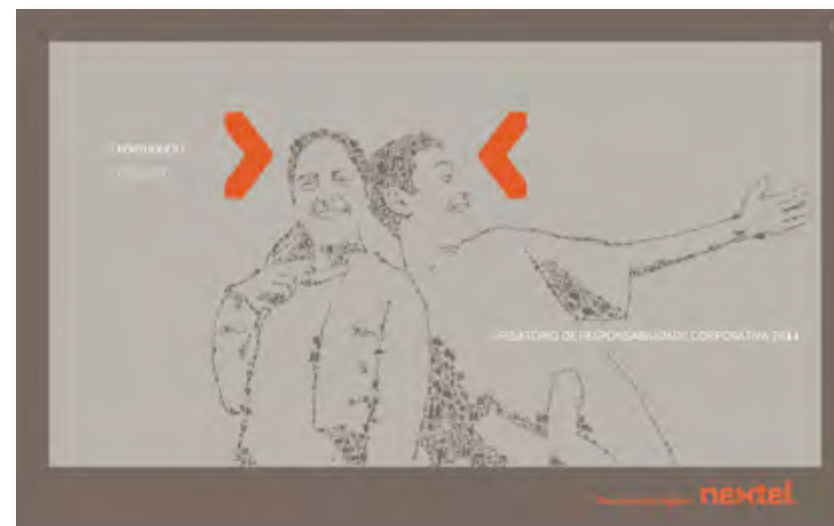


Relatório de Responsabilidade Corporativa 2011

Nextel

Criação, desenvolvimento, fotografia e diagramação do relatório de responsabilidade corporativa 2011, o primeiro da empresa divulgado totalmente em mídias digitais.

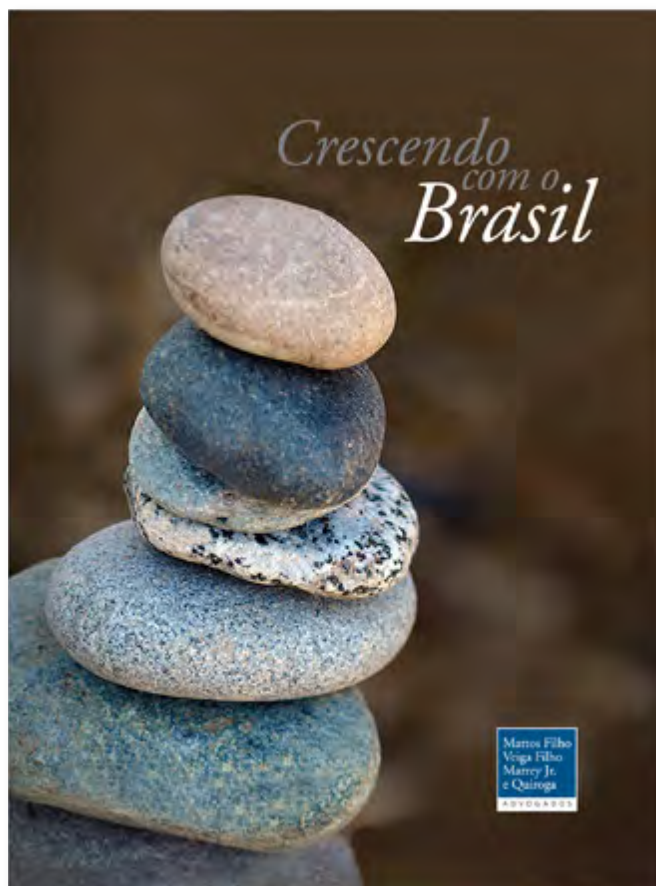
Desenvolvimento de embalagem, concepção de brinde e programação em Flash. O material foi disponibilizado em pen drive para mailing específico e pela intranet da empresa.



Livro — Instituto Nextel —

Criação, desenvolvimento,
fotografia e diagramação de
Livro para o **Instituto
Nextel** com o objetivo de
descrever o programa e
captar novos patrocinadores.

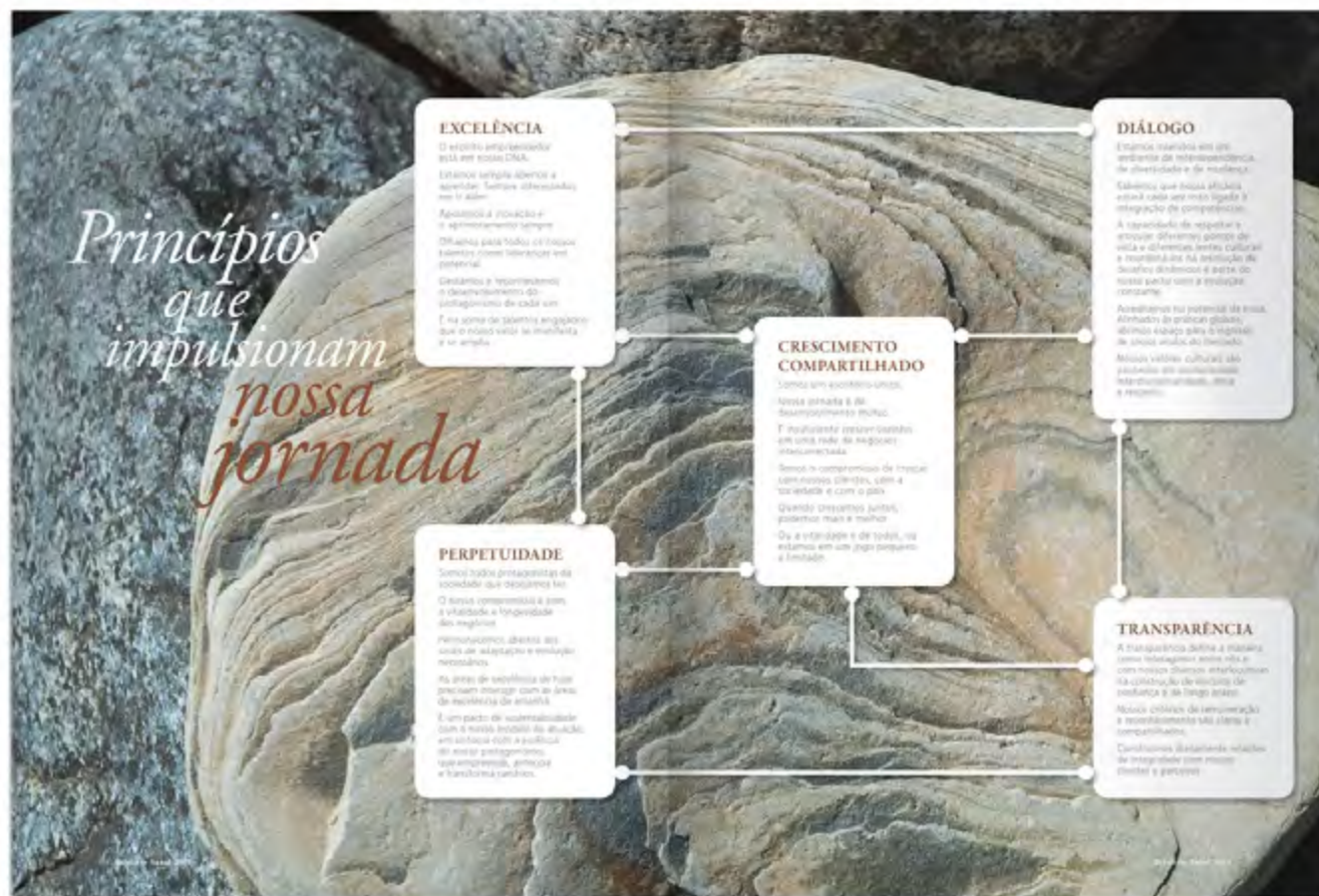




Relatório Anual 2011

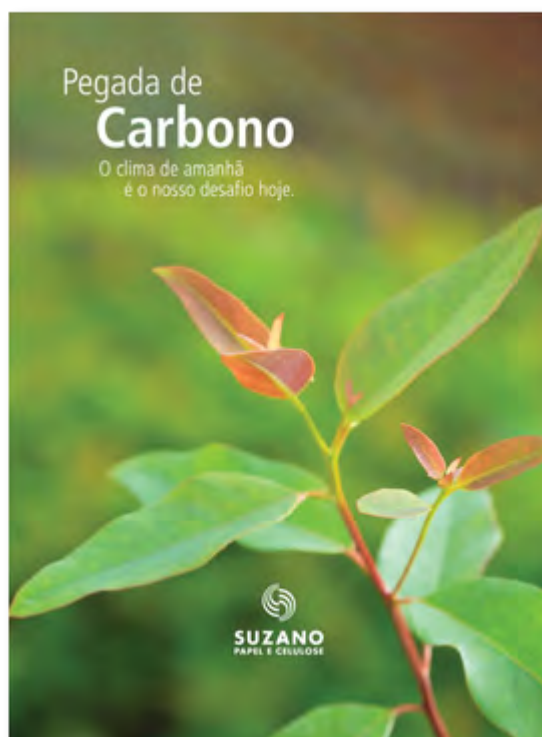
**Mattos Filho, Veiga Filho,
Marrey Jr. e Quiroga
Advogados**

Criação, desenvolvimento, fotografia
e diagramação do **1º Relatório Anual**
de um dos escritórios de advocacia
mais conceituados do Brasil.



Folder — Suzano

Criação e desenvolvimento
de **folder** para
implementação do
programa **Pegada de
Carbono** da **Suzano**
para o público externo.



Anúncios

K&G

A empresa é uma grande indústria de terceirização de produtos de beleza na região sudeste. Como parte do objetivo foram criado **anúncios** para veiculação no anuário ABIPECH 2012.



A solução
Inovação
completa para
Flexibilidade
sua marca e
Produtividade
seu produto.
Valores

Atuamos no mercado de industrialização de cosméticos, tendo como principais clientes renomadas marcas mundiais.
O parceiro ideal para seu negócio!

K&G

+055 19 3876-1847
atendimento@k&gcosmeticos.com.br

Relatório Anual 2007

TAM

Baseado nos pilares de excelência no serviço, excelência técnico-operacional e excelência na gestão, elaboramos o **Relatório Anual 2007** com foco em interações entre clientes e funcionários e também na manutenção dos equipamentos.



Catálogo

Panelleiras de Goiabeiras

O **catálogo** divulga o trabalho das artesãs da cidade de Goiabeiras, no Espírito Santo. As imagens e a tipologia remetem à atividade tradicional, eminentemente feminina e familiar.



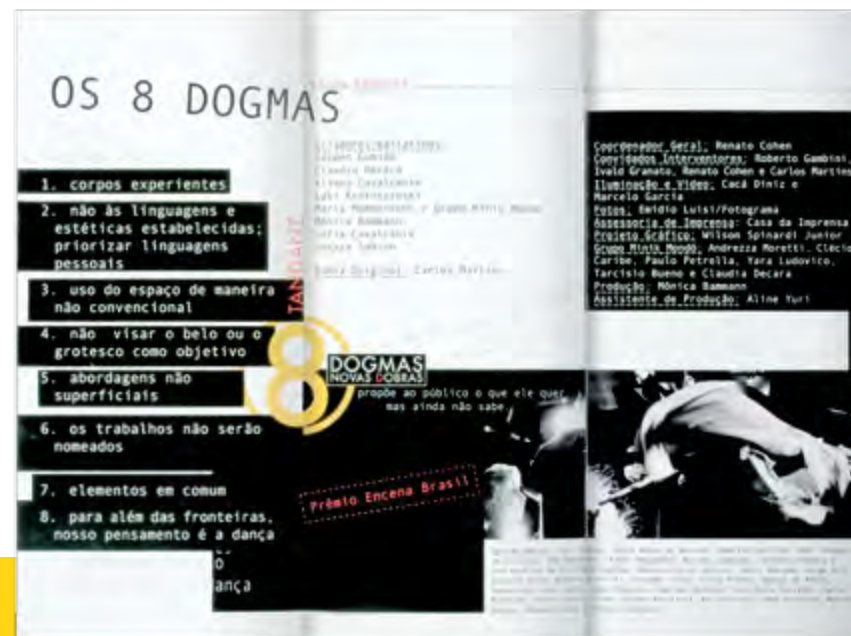
Livro Uns e Outros

Rodolfo Guttilla

A coletânea de poemas **Uns & Outros**, de **Rodolfo Witzig Guttilla**, é pontuada por referências marcantes do design minimalista e da poesia concreta.

A peça valoriza a composição tipográfica dos poemas com o objetivo de ritmar a leitura também pela sua estrutura formal.





Materiais promocionais

8 Dogmas Novas Dobras

Os materiais de promoção dos espetáculos da bailarina, coreógrafa e pesquisadora de dança **Carmen Gomide** traduzem o conceito de suas obras.

A identidade criada para **8 Dogmas Novas Dobras** explora o experimentalismo e a ruptura com linguagens convencionais.

O projeto gráfico do cartão-postal, do banner e do folder do espetáculo **(RE) VOLTA** utiliza poucos elementos gráficos, valorizando a expressão corporal da artista.



Folder

Restaurante Tasca

Articulado em zigue-zague, com dobraduras, cortes e recortes, constitui um veículo diferenciado de comunicação. O material apresenta a casa e os conceitos do projeto por meio do uso de técnicas de engenharia do papel, compondo uma peça descontraída e estimulante, valorizada pelo formato tridimensional.



Logo # Postal

Bistro da Sara

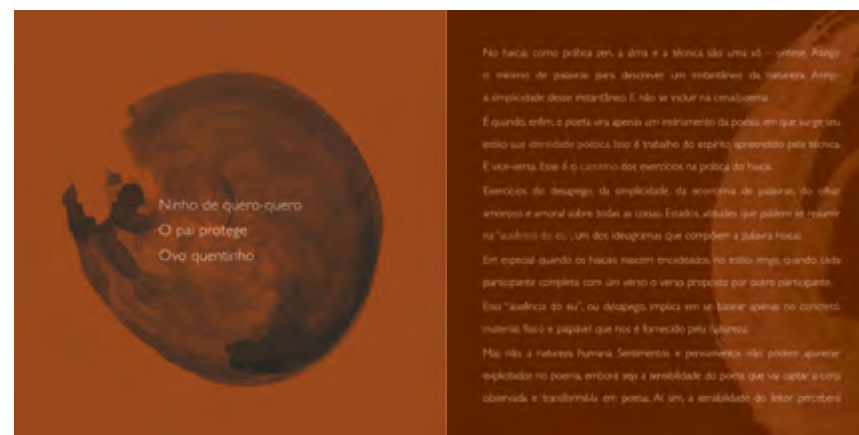
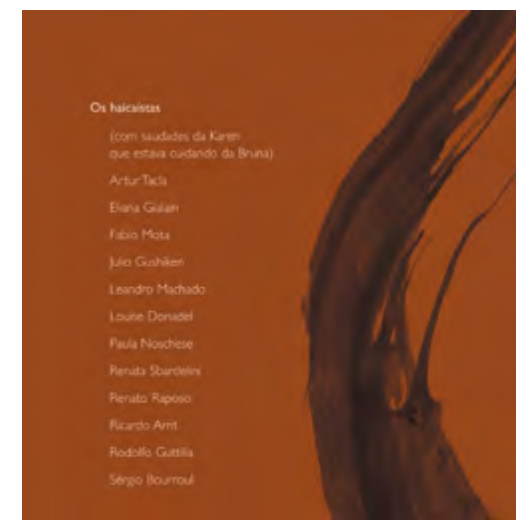
O cartão-postal do **Bistro da Sara** faz referência à tradição do bairro do Bom Retiro, em São Paulo, ao mesmo tempo em que procura expressar modernidade, sobrepondo fotografias antigas em preto-e-branco a imagens coloridas.



Livro Pertencer

De **autoria coletiva**, é o resultado de uma oficina poética haicaísta que propõe um exercício de (re) conhecimento e criação de uma identidade coletiva corporativa.

Nesta peça, o haikai é estruturado de forma encadeada, no estilo renga, em que cada participante contribui com um verso.



Despedida do inverno
Vento esparrama
Pena na grama

Ninho de quero-quero
O pai protege
Ovo quersinho

No haikai, como prática zen, a alma e a técnica são uma só – intencional. Assim, o mesmo de poesia para descrever um instante da natureza. Assim, a simplicidade desse instante. E não se trata de criar um poema.
É quando, então, o poeta usa apenas um instrumento da poesia, em que surge um verso, sua identidade poética. Isso é trabalho do espírito, apreendido pela técnica.
É, então, esse é o caminho dos exercícios na prática do haikai.
Exercícios de desapego, da simplicidade, da economia de palavras, do olhar amoroso e amoroso sobre todas as coisas. Estados, atitudes que podem se resumir na "ausência do eu", ou desapego, implica em se basear apenas no concreto, material, físico e palpável que nos é fornecido pela natureza.
Mas não a natureza humana. Sentimentos e pensamentos não podem aparecer explicitados no poema, embora seja a sensibilidade do poeta que vai captar e como observada e transformada em poema. Assim, a sensibilidade do leitor percebe.



**Livro Crônica Fotográfica do Universo
Mágico no Mercado Ver-o-Peso**

Luiz Braga

O livro resgata a memória do local e registra a sua realidade atual.

O projeto valoriza a apreciação dos detalhes e cores no cotidiano do famoso mercado de Belém do Pará. Uma luva confeccionada em fibra de bananeira embala o livro.

Jornal Interno

Banco Real

A linguagem visual do jornal interno **Na Real**, dirigido aos funcionários do setor de atendimento do **Banco Real**, projeta tendências identificadas com o público-alvo da peça, formado por jovens entre 18 e 25 anos.

A diagramação explora as qualidades estéticas dos sinais ortográficos e utiliza títulos verticais que alteram a estrutura convencional de leitura.





Livro

Grupo Brasmotor

O projeto gráfico do livro **A Construção do Futuro** e do seu convite de lançamento sobrepõe recortes, colagens e ilustrações que fazem referência à passagem do tempo e ao curso dos acontecimentos.

A obra reúne crônicas publicadas na revista interna do **Grupo Brasmotor** de 1995 a 1999.

Em suas páginas figuram importantes escritores e chargistas.

Perfis Sociais

Grupo Brasmotor

Apresentam as ações de integração da companhia junto à comunidade e aos seus colaboradores.

Ao se distanciar da estética formal que caracteriza documentos corporativos, a composição das peças de 1997 adota uma linguagem rica em referências iconográficas.



Perfil Social 1998

Grupo Brasmotor

O **Perfil Social de 1998**, na página ao lado, utiliza ilustrações que sugerem a expansão das fronteiras da empresa e a diversificação de suas atividades.



Perfil Social 1999

Grupo Brasmotor

Com grafismos, transparências e fotografias de autoria de Edu Simões, o layout do **Perfil de 1999** reproduz as iniciativas sociais e ambientais do grupo através de retratos em preto-e-branco dos colaboradores.



Relatório de Administração

PREVI

O projeto gráfico do **Relatório de Administração** da **Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil (PREVI)** utiliza janelas nas páginas iniciais que representam a transparência na gestão da instituição. Esse recurso permite ao leitor acessar com agilidade um resumo dos seus principais investimentos.

modernsign

97 Relatório Anual

PREVI

PREVI não foi comprometido pelas conquistas do pessoal de 67. O mesmo com a crise das ações nos 22,63% em se ainda mais de renda variável e as normas legais es em bolsas, o no desempenho na maioria das tória, bem como PREVI, os associados podem ter a mais absoluta em rompantes: com pertinácia, mas evitando co como aliás se deve esperar de uma entidade qu le tudo, respeitar essa tradição de nossa coletivida ssociados poderiam existir assem...

8	Aconteceu em 1997
11	Uma nova Previ
15	Soluções para Grandes Negócios
19	Negócios e Investimentos
23	Administração
25	Composição da Administração





Folder/Portifolio

Maurício Queiroz Arquitetura

O material produzido para o escritório de arquitetura concilia a sofisticação com uma estrutura ágil e dinâmica.

Projetada em formato zigue-zague, a peça permite um overview dos trabalhos do arquiteto para clientes como Mont Blanc e Vivara.

Kit de Natal

Modernsign

Conjuga o artesanato popular e a solução de design proposta, representando tanto a consciência ecológica quanto os símbolos celebrados na ocasião.

Composto por caixas translúcidas de material oxidegradável, uma bandeja de madeira certificada e um pot-pourri de folhas e sementes, o kit resulta numa composição cubista que ora esconde, ora revela detalhes, texturas e cores.



Kit de Ano Novo

Modernsign

O presente de **Ano Novo** expressa o interesse **da Modernsign** pelas manifestações artísticas populares.

A presente, uma xilogravura exclusiva, valoriza o ofício do designer, foi produzida especialmente para o escritório, com tiragem limitada embalada com uma caixa triangular em papel Kraft



Calendário revelandosp

Modernsign Editora

Calendário ecológico
de mesa publicado de
2008 impresso em
papel reciclado e com
base em Polipropileno
Biodegradável com
fotografias de Daniela
Giorgia captadas na
cidade de São Paulo



Relatório Natura # 2011

Natura

A mudança de formato, a diminuição de páginas e da tiragem trouxeram significativos ganhos ao **Relatório Natura 2011**, como a redução de cerca de 55% na emissão de CO₂, se comparado à edição anterior.

No plano editorial, adotamos a técnica jornalística e sua linguagem, dando voz aos vários públicos que formam a rede de relações da empresa.



modernsign



Relatório Anual 2010

Natura

O pixel é o menor elemento visível de uma imagem. Juntos, esses pequenos pontos dão forma e significado às representações do mundo.

Como uma empresa que percebe, na interdependência, um valor fundamental para a construção do todo, adotamos os pixels como base criativa das publicações que divulgam os resultados da **Natura** no **Relatório Natura 2010**.



Relatório Anual 2006

Natura

Pela primeira vez, os indicadores GRI (o mais completo relatório de sustentabilidade mundial) foram totalmente integrados ao corpo do **Relatório 2006**, permitindo uma análise conjunta do desempenho econômico, financeiro, social e ambiental das atividades da empresa.

Outro destaque foi a divisão em capítulos, referentes a cada um dos principais públicos de relacionamento, isso para reforçar a importância que dá ao estabelecimento e à manutenção de relações de qualidade.



Relatório Anual 2005

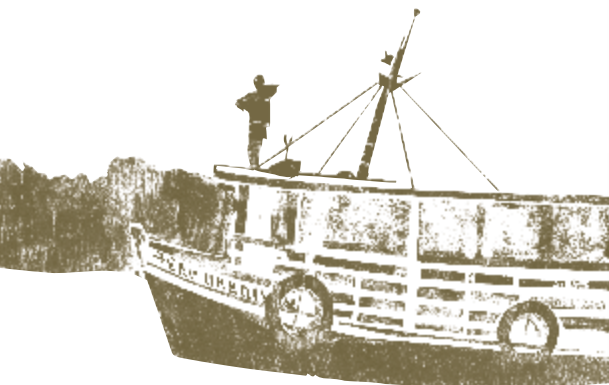
Natura

Com uma linguagem visual dinâmica, quase cinematográfica, o **Relatório Anual 2005** revigora o conceito de “encadeamento de relações”, idéia que fundamenta as Crenças da empresa.

Para tanto, foram realizados ensaios fotográficos com diversas pessoas em diferentes lugares do mundo, reforçando valores incorporados pela marca, como a qualidade das relações, a diversidade e a cultura.

As fotos são de autoria de Arnaldo Pappalardo, JR Duran, Rafic Farah, Wilson Spinardi Junior, entre outros.





Relatório Anual 2004

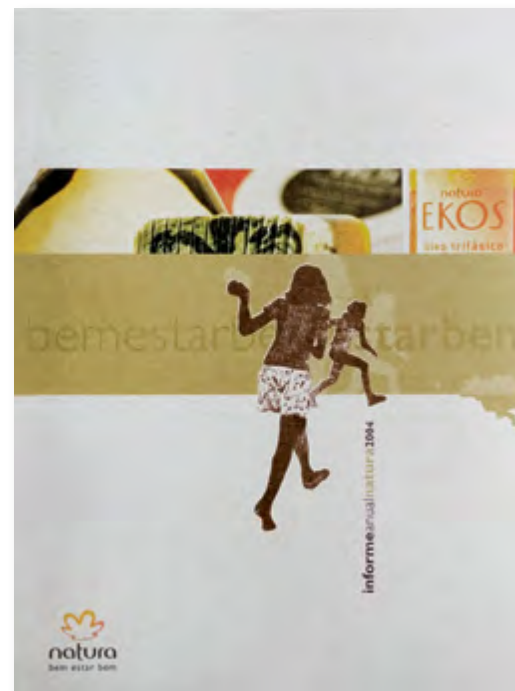
Natura

O **Relatório Anual 2004** apresenta como tema as relações que a empresa mantém com seus diversos públicos, representados por histórias e depoimentos de pessoas que fizeram parte de sua trajetória.

O projeto gráfico utiliza retratos de Edu Simões e ensaios fotográficos de outros autores que reproduzem o cotidiano desses personagens.



As imagens serviram de base para a produção das gravuras realizadas com a técnica de monotipia, que ilustram o anuário e outras peças institucionais.





Sacolas # Cartões

Natura

Família de cartões de celebração criados para felicitar os colaboradores da empresa em datas e ocasiões comemorativas.

As peças são diagramadas a partir de uma sequência de dobras em que o texto é revelado aos poucos, reservando para o desfecho a compreensão total da mensagem. Ao final, os cartões se transformam em cartazes.

Sacolas Natura desenvolvidas a partir da identidade do **Relatório Anual 2004**



em ter você
ao nosso
lado,

Relatório Anual 2002

Natura

Brasileiridade e feminilidade são os temas que norteiam o conceito do **Relatório Anual Natura 2002**, ilustrado com xilogravuras de artistas de uma oficina de literatura de cordel.

O projeto gráfico intervém sobre as ilustrações por meio de cores vibrantes e recortes sinuosos, estabelecendo um diálogo entre uma expressão de tradição tipicamente popular e a linguagem pop que essas interferências propõem.

O processo também envolveu a produção de uma tiragem de xilogravuras originais, numeradas e assinadas pelo artista pernambucano Valdeck de Garanhuns.



Relatório Anual 2002

Natura

O projeto gráfico do **Relatório Anual Natura 2001** propõe uma identidade visual única para as duas peças que o compõem: o Relatório de Administração e o Relatório de Responsabilidade Corporativa, seguindo os parâmetros da edição do ano anterior.



Anúncio # Valor Econômico

Natura

Os **Relatórios de Administração Natura** têm versões destinadas ao público acionista, veiculados em **jornais** de grande circulação.



relatório de administração natura 2011





Relatório Anual Instituto Natura

O primeiro **Relatório Anual do Instituto Natura** foi produzido com ares de celebração das realizações de 2011.

O compromisso entre a empresa com a sociedade é aplicado em forma de projetos, e acabam por melhorar a qualidade das relações.



Programa Amazônia - Kit Lançamento

Há mais de 10 anos, a **Natura** decidiu incorporar ativos da biodiversidade brasileira na fabricação de seus produtos e estabeleceu uma relação sólida com comunidades agroextrativistas da Amazônia. Hoje, com o **Programa Amazônia**, quer estreitar a relação com atores locais como governos, ONGs e outras empresas em toda a região Panamazônica e promover o empreendedorismo e a sustentabilidade.

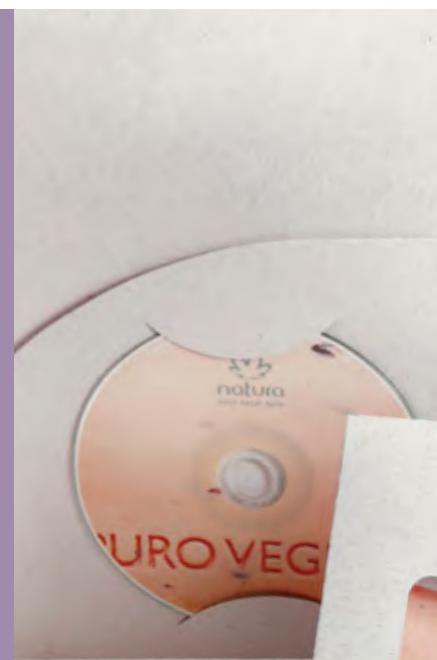
Captamos o conceito de que as ações e a rede de relações agem de maneira orgânica e mantém o equilíbrio do próprio meio. A peça proposta acompanha um produto da marca Ekos, feito a partir de um ativo da região.



Kit SPFW

Natura

O conjunto de peças de comunicação elaborado para o **Espaço Natura** do São Paulo Fashion Week Junho/2007 é baseado nos conceitos de sustentabilidade e valorização da biodiversidade brasileira. A concepção visual explora as imagens do sabonete bifásico da marca, sobretudo na estrutura do convite, que apresenta um jogo interativo de leituras.





Painéis # Divulgação

Relatório Natura

Como forma de promover o envolvimento dos públicos de relacionamento da empresa com o **Relatório Anual Natura 2006**, foram produzidos painéis que reproduzem o conceito da obra, expresso no tema "Nosso Futuro Comum".



Anuário de Reconhecimento 2006

Natura

O **Anuário de Reconhecimento Natura 2006** é um prêmio concedido à força de vendas da empresa por suas vitórias e conquistas. Trata-se de um conjunto editorial composto de oito livros (um para cada Gerência de Mercado), identificados por cores que fazem alusão às características de cada região. Os conteúdos são personalizados, mas diagramados em uma mesma estrutura.





Portfólio Braille # Visão Subnormal

Natura

O **Portfólio Braille e Visão Subnormal** é uma versão do catálogo de produtos da empresa adaptada às necessidades dos consultores portadores de deficiência visual. Impressa em papel reciclado e acondicionada em uma luva de polipropileno oxidegradável, esta peça de inclusão social dispõe de um sistema de pasta fichário que facilita a atualização do conteúdo.

A produção da obra contou com a colaboração e consultoria de um grupo multidisciplinar de especialistas.





Projetos para Natura Musical

Natura

O projeto **Natura Musical**, que revela artistas e patrocina projetos das mais variadas tendências, incentiva a diversidade e a criatividade da música brasileira.



Kit Chronos — Natura —

A estratégia da campanha de relacionamento da linha **Chronos Spilol** da **Natura** contempla dois momentos de interação com o público.

Na ação inicial, o consumidor recebe em primeira mão uma versão pré-lançamento. Em seguida, é presenteado com a edição definitiva. As embalagens conferem ao produto o status de uma jóia preciosa.



Embalagem

Natura

O **Ícone Natura** é uma peça multifuncional que agrega um folder, perfil da empresa e uma embalagem miniatura de produto Natura.

O projeto foi transformado em uma família de folders, traduzidos em dois idiomas, direcionados aos mais variados públicos, sendo peça estratégica no processo de expansão global da organização.



Peças Promocionais

Natura

A **Visita Vip Natura** é o reconhecimento da Natura às Consultoras e Consultores que completam 15 anos de atividades. São convidados a vir a São Paulo e conhecer o Espaço Natura, entrar em contato com os colaboradores, visitar a Fábrica e a linha de distribuição.

Desenvolvemos um **conjunto de peças, folder e sacola** para estreitar essa relação.



Livro Flora Medicinal Uma História Singular

Flora Medicinal





Displays

Flora Medicinal

Como parte da estratégia de reposicionamento de imagem da **Flora Medicinal**, foram desenvolvidas ações promocionais que conciliam a tradição e a contemporaneidade da marca.

Acima, espaço projetado para a exposição "Uma história de ciência e paixão", que abrange os cem anos da empresa.

Ao lado, display modular confeccionado em acrílico e aço, dentro do conceito de "store in store". A proposta contrapõe elementos históricos, como embalagens e frascos antigos, e produtos fitoterápicos desenvolvidos com alta tecnologia.



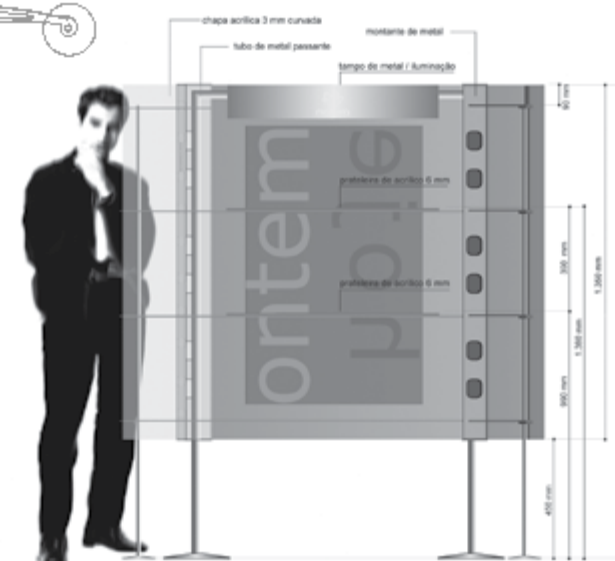
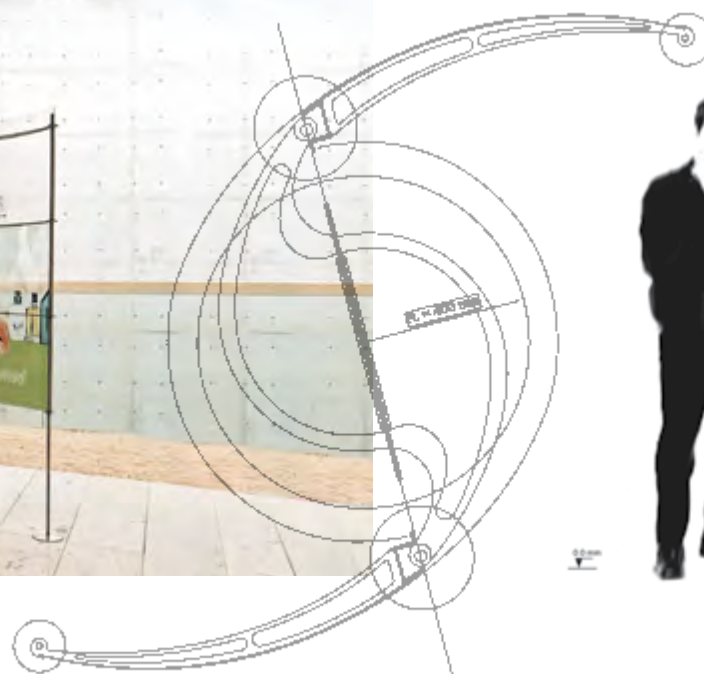
Totens expositores

Natura

Os totens expositores do projeto Memória Viva Natura reúnem antigas embalagens de produtos e descrevem a história da empresa ao longo dos anos.

As peças, confeccionadas em madeira, acrílico e metal, promovem a interação criativa entre o público e o patrimônio cultural da Natura.





Expositor # Memória Empresarial

Natura

Com estrutura composta de peças de aço recortadas a laser e montadas por sistemas de encaixe, o **expositor de produtos** apresenta a empresa através da sua história, de forma prática e versátil.

Dois painéis curvos de acrílico se encaixam na estrutura e dão suporte e abrigam uma vitrine, propiciando transparência e uma leitura circular do conjunto.

O projeto foi desenvolvido para apresentações em road show e feiras do setor.



Totem # Display

Comunicação interna

Natura

Totem expositor para cartazes e comunicados para os colaboradores administrativos no espaço Natura em cajamar.



Livro Aqui Sonhamos um Mundo Melhor

Natura

Com fotos de Pedro Martinelli e texto de Ricardo Arnt, o livro **Aqui Sonhamos um Mundo Melhor** descortina o conjunto arquitetônico da sede da Natura em Cajamar (SP), celebrando a história de superação que envolveu sua construção.

A publicação enfoca o jogo de linhas e formas que materializam os valores disseminados pela empresa, como a transformação social, a integração com a natureza, a transparência nos relacionamentos.

A gênese, os processos e o dia-a-dia do local são contemplados pelas imagens em preto-e-branco, traduzindo o valor simbólico e intangível da obra.



Instalação # 35 anos

Natura

A campanha comemorativa dos 35 anos da Natura sustentou-se por meio de uma série de peças de comunicação alusivas ao tema “Juntos por um Mundo Melhor”: banners, displays, totens multimídia com vídeos, hotspots e painéis que apresentavam a evolução da marca.

O convite para a exposição da campanha trazia anexo um monóculo com uma foto histórica da empresa.



Livro Espaço Natura A Engenharia do Sucesso

Natura

Esta publicação relata a história da construção da sede da Natura em Cajamar, o livro **Espaço Natura – A Engenharia do Sucesso** registra a experiência de técnicos brasileiros que solucionaram problemas decorrentes de uma falha geológica no local.

O tratamento visual dedicado às fotos, gráficos e plantas de engenharia imprime leveza ao conteúdo altamente técnico do livro.



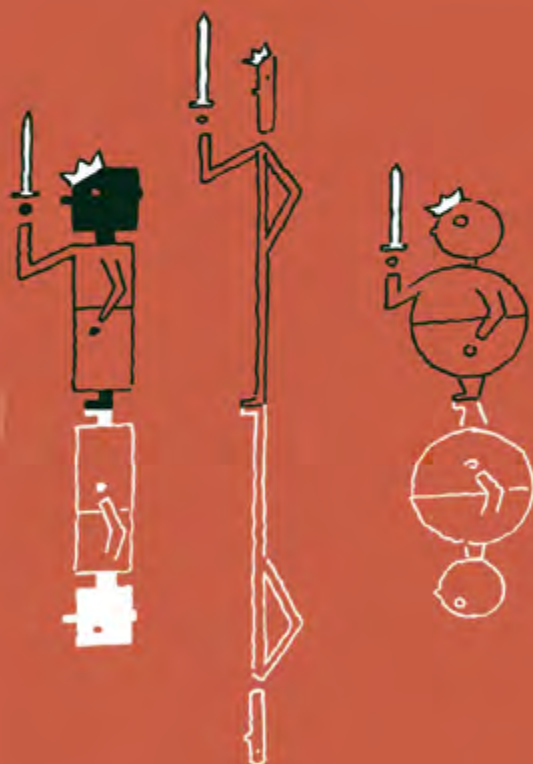
Jornal Ser Natura Colaborador

Natura

Principal veículo de comunicação interna da Natura, o jornal Ser Natura Colaborador integra a comunidade da empresa por meio de informações que extrapolam o universo profissional e consolidam as crenças e valores da organização.

O projeto apresenta uma diagramação que valoriza os espaços em branco e prioriza imagens alinhadas às diretrizes estéticas da marca.

A dupla de páginas dedicada à entrevista traz uma foto ou uma cor preenchendo o fundo, que é sempre diferente do padrão cromático da edição.



Prêmios e Reconhecimentos

Ícone Natura	Prêmio Max Feffer de Design Gráfico 2006 Finalista na categoria Embalagem
Livro Flora Medicinal – Uma História Singular	Prêmio Max Feffer de Design Gráfico 2002 1º lugar na categoria Supremo Duo Design Editorial
Relatório Anual Natura 2002	Prêmio Abrasca 2003 Melhor Relatório Anual na categoria Companhia Fechada Prêmio Balanço Social 2002 Categoria Nacional 7ª Bienal de Design Gráfico da ADG Brasil Destaque na categoria Catálogos, Relatórios e Brochuras
Relatório Anual Natura 2003	Prêmio Max Feffer de Design Gráfico 2004 1º lugar na categoria Reciclato Corporativo Prêmio Aberje Brasil e Aberje São Paulo 2003 Categoria Relatório de Administração Prêmio Abrasca 2004 Melhor Relatório Anual na categoria Companhia Fechada Prêmio Balanço Social Melhor Balanço Social Região de São Paulo
Relatório Anual Natura 2004	Prêmio Balanço Social Melhor Balanço Social Região de São Paulo
Relatório Anual Natura 2005	Prêmio Balanço Social 2005 Categoria Destaque Nacional
Portifólio Natura Braille e Visão Subnormal	Prêmio Max Feffer de Design Gráfico 2006 2º lugar na categoria Editorial
Jornal Ser Natura Colaborador	Prêmio Max Feffer de Design Gráfico 2005 3º lugar na categoria Reciclato Editorial Prêmio Aberje São Paulo 2006 Categoria Jornal Interno

