

Desafio Kimura

Reprojeto: ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

APRESENTAÇÃO REDESIGN - ODS

O DESAFIO

O QUÊ?

Ressignificar e recriar a narrativa visual dos 17 Objetivos de Desenvolvimento sustentável propostos pela ONU.

COMO?

Idealizar uma nova proposta de Identidade visual de modo a torná-la mais harmônica e acessível, visando os conceitos da Agenda 2030 e trazendo mais engajamento para todas as pessoas.

POR QUÊ?

Para gerar engajamento e participação ativa dos profissionais do design brasileiro, com o intuito de incentivar o comprometimento de novas responsabilidades - como profissionais criativos - dentro do contexto social e global.

PARA QUEM SE DESTINA?

Os ODS são pra todas as pessoas, de todas as idades, gêneros, cores, classes em qualquer e todo lugar do mundo. São para empresas, pessoas físicas, ongs e governos.

QUAL SUA APLICABILIDADE?

Se trata de uma aplicação inclusiva, de âmbito global. Os ODS serão aplicados em todos os tipos de locais, seja na web ou em impressos, sites, redes sociais, aplicativos, materiais gráficos em empresas, totens, outdoor, eventos, ações. hospitais.

O QUE PODE ALCANÇAR?

Essa marca é global, e por isso, deve alcançar todas as pessoas em qualquer lugar do mundo, uma vez que estas poderão reconhecer a narrativa visual dos ícones, do logo principal, de modo representativo. O logo precisa ser de fácil entendimento, fácil legibilidade e de fácil reconhecimento.

OBJETIVOS

QUAIS OS OBJETIVOS?

- Destacar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e reafirmar a sua relevância dentro do contexto social/global;
- Conscientizar e trazer uma impressão visual positiva da marca buscando a reflexão sobre os temas;
- Ressaltar a acessibilidade para todas as pessoas de todos os lugares do mundo;
- Conectar uma narrativa visual que respeite a pluralidade existente.

CARACTERÍSTICAS DA MARCA



ARQUÉTIPO

Personalidade da Marca

O **arquétipo de marca** é um conjunto de padrões responsáveis por criar traços de personalidade, valores, visão de mundo e crenças de uma organização. A partir de 12 tipos, conseguimos categorizar grandes marcas e entender como elas se posicionam em relação a si mesmas e ao mercado em que estão.

Assim como pessoas, marcas são um somatório de expectativas e obedecem determinados códigos éticos e de conduta, procurando sempre causar impacto positivo na vida dos outros. Sendo assim, a marca é a representação simbólica, que envolve elementos como caráter, direcionamento, percepções e padrões comportamentais.

Em suma, uma marca é a personificação de uma empresa e os pequenos detalhes resultam na percepção do público sobre a mesma. Por isso os arquétipos de marca são tão importantes.

Os 12 arquétipos de personalidade de Jung Carl Jung foi um psiquiatra suíço que formulou uma teoria de personalidades utilizando **12 arquétipos**.

Por mais que cientificamente todos os seres humanos sejam únicos, nós também temos muito em comum, e uma dessas coisas é a personalidade.

Esses arquétipos são muito utilizados para definir a personalidade de uma empresa, mas isso não significa que você deve ficar preso a eles.

INOCENTE	SÁBIO	EXPLORADOR	REBELDE
BONDADE, SIMPLICIDADE, PUREZA E FELICIDADE	INVESTIGADOR, CONHECIMENTO INTELECTO	LIBERDADE, BUSCA DE DESAFIOS, AVENTURA	REVOLUÇÃO, VINGANÇA, FOGE DE REGRAS
MAGO	HERÓI	AMANTE	COMEDIANTE
PODER, DEIXAR UMA MARCA, PROPÓSITO, TRANSFORMAÇÃO	PROTEÇÃO, VITALIDADE, FORÇA DE VONTADE	CONEXÃO, INTIMIDADE, VISÃO ROMÂNTICA	ALEGRIA, DIVERÇÃO, DESCONTRAÇÃO
CARA COMUM	PRESTATIVO	SOBERANO	CRIADOR
CONEXÃO, IGUALDADE, SENSO COMUNITÁRIO, PERTENCIMENTO	CUIDADO, COMPAIXÃO, GENEROSIDADE EMPATIA	LIDERANÇA, CONFIANÇA, CONTROLE, AUTORIDADE	INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE, IMAGINAÇÃO

Em relação a marca dos ODS, dois arquétipos contemplam seus conceitos e idealizações.

O cara comum

A figura do Cara Comum, que tem como principal missão é conectar-se com os outros e dá sentido ao significado de pertencimento. Por ser um arquétipo mais presente nos segmentos da sociedade, o que se caracteriza a marca em questão, o cara comum é o mais democrático entre todos.

O prestativo

O arquétipo do Prestativo representa muito bem os ODS, visto que seu principal objetivo é proteger e ajudar as pessoas a permanecerem conectadas e a se cuidarem. Sua mensagem tende a ser sempre muito positiva, pois é movido pelo desejo de proteger e cuidar dos outros, especialmente os necessitados.

O QUE SÃO OS 17 OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?

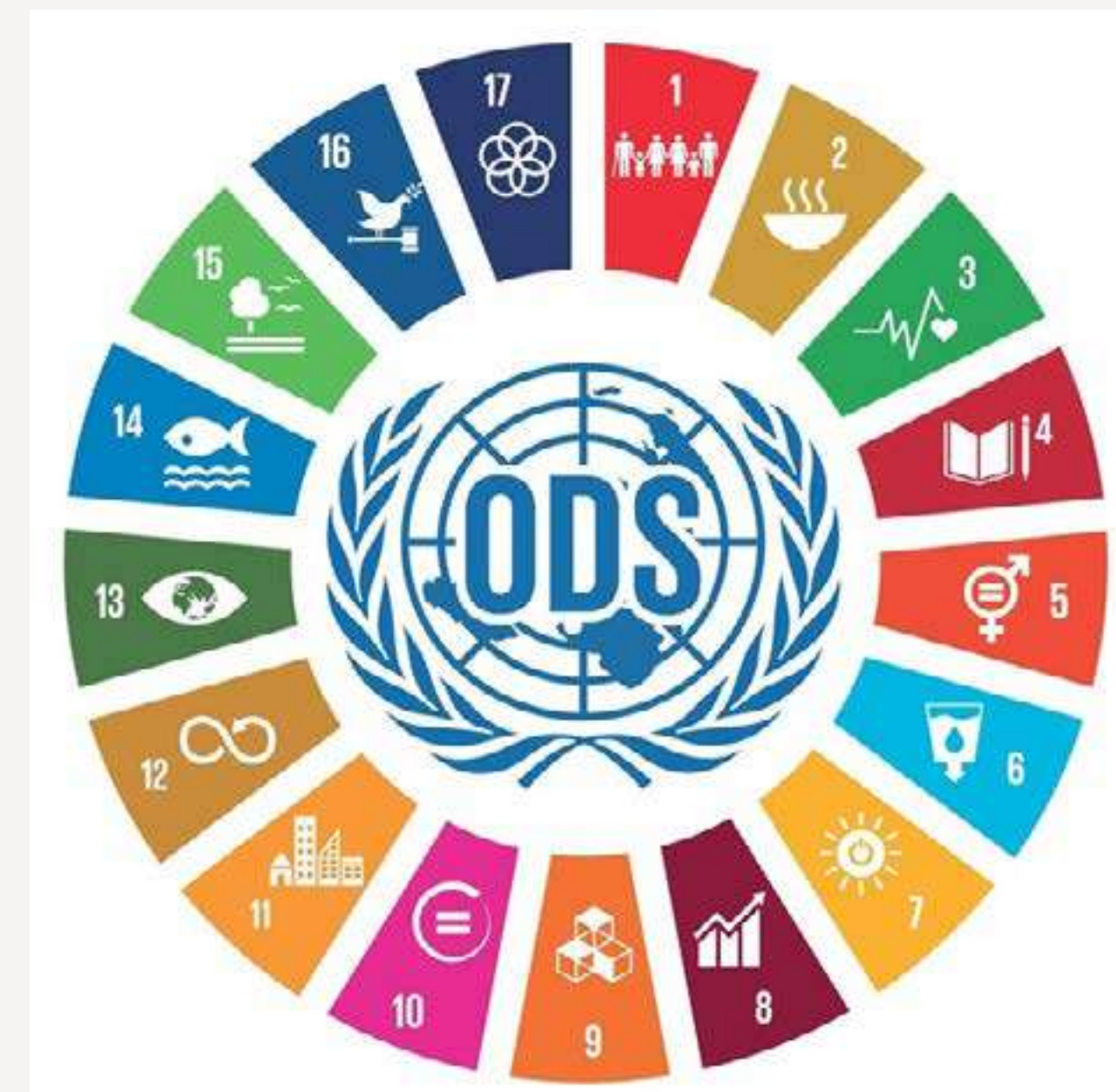
OS 17 ODS - OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Desde 2015, muitas discussões nacionais e internacionais têm girado em torno dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs).

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável foram definidos a partir de uma longa experiência da ONU em promover uma sociedade mais justa e que respeitasse o meio ambiente. São um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. Estes são os objetivos para os quais as Nações Unidas estão contribuindo a fim de que possamos atingir a Agenda 2030 no Brasil.

Percebendo que os indicadores econômicos, sociais e ambientais dos últimos anos eram pessimistas quanto ao futuro das próximas gerações, a Organização das Nações Unidas (ONU) propôs que os seus 193 países membros assinassem a Agenda 2030, um plano global composto por 17 objetivos (ODSs) e 169 metas para que esses países alcancem o desenvolvimento sustentável em todos os âmbitos até 2030.

Cada objetivo e suas respectivas metas abordam aspectos diferentes que convergem pelo fato de serem essenciais para a viabilidade de uma sociedade sustentável. Todos os países membros da ONU assinaram a agenda 2030 e agora têm que arcar com o compromisso de alcançar as metas dos 17 objetivos.



Quais são os 17 ODS?

São 17 **objetivos** no total, que convergem entre si. Integram temas como consumo sustentável, mudança climática, desigualdade econômica, inovação, diversidade, paz e justiça. Os ODS se desdobram, ainda, em 169 metas que integram a Agenda 2030. Ou seja, possuem um prazo marcado para serem cumpridos: o ano de 2030.

Todos os **ODS** são instituídos pela ONU e buscam orientar o mundo para a sustentabilidade.



PESQUISA

O Dia da Sobrecarga da Terra (Overshoot Day)

O Earth Overshoot Day marca a data em que a demanda da humanidade por recursos e serviços ecológicos excede o que a Terra pode regenerar naquele ano.

O conceito Sobrecarga da Terra (Overshoot Day) foi originalmente desenvolvido pelo instituto independente britânico de pesquisas New Economics Foundation, uma organização parceira da Global Footprint Network. De acordo com os cálculos da Global Footprint Network, nossa demanda por recursos ecológicos renováveis e os serviços que eles fornecem é atualmente equivalente a mais do que 1,5 Terras. Os dados nos mostram que estamos no caminho de atingir uma demanda de recursos equivalentes a dois planetas bem antes da metade do século.

Nesse sentido, toda essa mobilização possui uma conexão com os 17 ODS, que têm como missão, realizar um chamado universal para ação contra a pobreza, proteção do planeta e para garantir que todas as pessoas tenham paz e prosperidade. Os objetivos abordam temáticas relevantes para o cenário atual – como a mudança global do clima, desigualdade econômica, inovação, consumo sustentável, paz e justiça –, e o sucesso de um ODS envolve o combate a temas que estão associados a outros objetivos. Para que eles sejam alcançados até 2030, a parceria entre governos, setor privado, sociedade civil e cidadãos comuns é fundamental. tenham paz e prosperidade. Os objetivos abordam temáticas relevantes para o cenário atual – como a mudança global do clima, desigualdade econômica, inovação, consumo sustentável, paz e justiça –, e o sucesso de um ODS envolve o combate a temas que estão associados a outros objetivos. Para que eles sejam alcançados até 2030, a parceria entre governos, setor privado, sociedade civil e cidadãos comuns é fundamental.



A Agenda 2030

Em setembro de 2015, líderes mundiais reuniram-se na sede da ONU, em Nova York, e decidiram um plano de ação para erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir que as pessoas alcancem a paz e a prosperidade.

Trata-se da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, que contém o conjunto de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, ODS.

A Agenda 2030 e os ODS afirmam que para pôr o mundo em um caminho sustentável é urgentemente necessário tomar medidas ousadas e transformadoras.

Os ODS constituem uma ambiciosa lista de tarefas para todas as pessoas, em todas as partes, a serem cumpridas até 2030. Se cumprirmos suas metas, seremos a primeira geração a erradicar a pobreza extrema e iremos poupar as gerações futuras dos piores efeitos adversos da mudança do clima.



O papel do Design e os ODS

O Manifesto de Oslo aborda um movimento de designers, arquitetos e profissionais criativos para abraçar os ODS como padrões de design para um novo mundo sustentável.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU cobrem quase todos os aspectos do nosso futuro - para o nosso planeta e para a humanidade. Eles dizem respeito a todas as pessoas, todos os países e todas as partes da sociedade. São 17 no total, e representam nada menos do que uma transformação completa da civilização global.piores efeitos adversos da mudança do clima.

As ideias, soluções, edifícios e coisas criadas por designers, arquitetos e profissionais criativos, como todos, vão durar muito mais do que qualquer prazo. Eles continuarão a impactar e transformar nosso mundo, seus sistemas e pessoas por anos e gerações.

É por isso que o papel nós designers desempenhamos é tão importante. As decisões de design que tomamos têm o poder não apenas de nos ajudar a atingir esses objetivos, mas de nos conduzir a um futuro sustentável muito além deles.

Portanto, o Manifesto de Oslo abraça os ODS como o resumo de design definitivo e traduz cada objetivo em uma questão de design simples que todos nós, como profissionais, podemos utilizar para orientar nossos projetos.

O design impacta a vida as pessoas e nós podemos contribuir para essa mudança.

MOODBOARD

Moodboard: painel de necessidades

O moodboard é uma espécie de mural que pode ser composto por imagens, vídeos e elementos visuais que representam a essência de um projeto. É como um painel de inspiração que ajuda a definir aquela identidade que faltava para transformar qualquer trabalho em algo muito mais especial.

Toda a inspiração no projeto veio dos problemas ambientais, sociais, existentes no mundo como um todo e que precisam urgentemente serem repensados.

"Guerras, fome, doenças, desigualdade, racismo, preconceitos, mortes, destruição danossa casa. O mundo está em colapso ha um tempo e nós somos os responsáveis pormudar isso, pois fomos os responsáveis por isso."



O SÍMBOLO

O atual logo/símbolo e a iconografia

“A estratégia de marca dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável foi construída para promover e facilitar a informação, engajamento e a colaboração de todas e todos.”

“O foco seria criar uma linguagem positiva, que será um importante elo no apoio aos ODS, fortalecendo a união para o alcance do mesmo objetivo.”

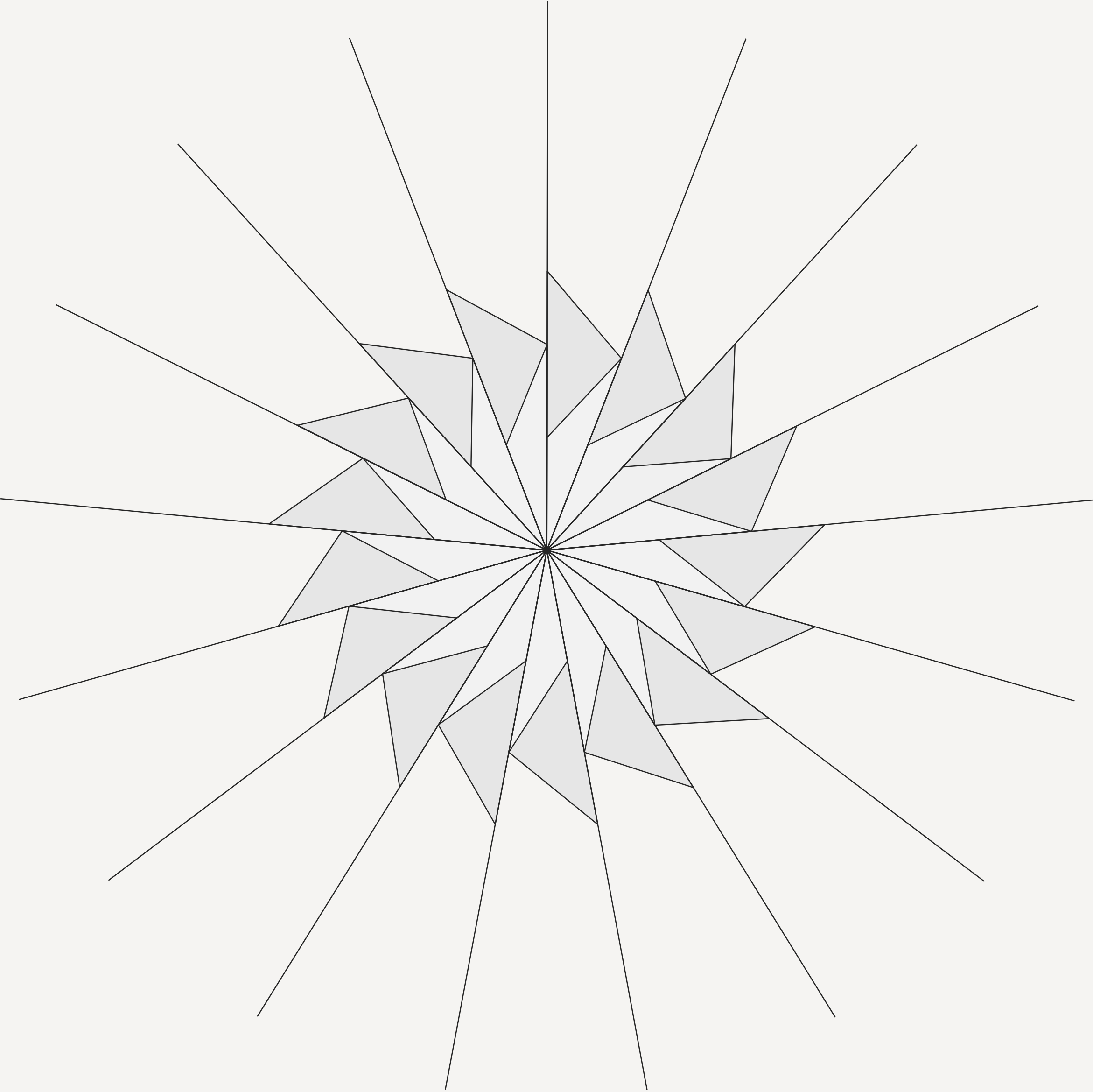
Pode-se perceber que a marca atual destaca um círculo colorido que representa cada um dos 17 objetivos. Logo simples, mas que possui cores saturadas e que carregam em si uma identidade.

A iconografia não tem uma padronização, mas possui um sistema básico que inclui pequenos nomes para os 17 Objetivos.



O grid de construção

Todo projeto de marca dos ODS foi criado por meio de esboços simples e com formas básicas (triângulos e círculo), com objetivo de resultar numa representação simples, mas que engloba todos os objetivos entre si, formando uma única unidade.



A NOVA MARCA

ODS: um movimento global

Os ODS são parte de um movimento global, dentre muitos outros, que interconectados, abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo, como é o caso da campanha Anatomia da Ação (Anatomy of Act): um recurso online baseado em práticas para ajudar os indivíduos a agir e desenvolver estilos de vida sustentáveis, contribuindo para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, desenvolvida pela ONU Meio Ambiente em parceria com outros programas.

Movimentos são iniciativas relevantes, pois atuam de forma global e por propiciarem uma revisão crítica sobre assuntos públicos através da articulação e organização de causas globais trazidas por diversas pessoas..

Os ODS é um movimento que impulsiona mudanças transformacionais. **A mobilização é uma missão necessária!**



Bons ventos em prol da sustentabilidade

Os bons ventos do Brasil que têm nos dado energia eólica de qualidade e bom custo-benefício também trazem uma grande riqueza importante para o futuro do nosso planeta: a possibilidade de se transformar em energia renovável, limpa, sem emissão de CO₂, com grandes benefícios para a sociedade em geral e contribuindo para um futuro mais sustentável.

Todos estes números positivos fazem com que a energia eólica tenha um futuro promissor no Brasil.

O conceito de vento está presente no símbolo principal da marca com o objetivo de representar a importância da constância de ações que objetivam o desenvolvimento global. Objetivos e mudanças constantes colaboram para a efetivação de ações, como é o propósito os ODS, alcançar a todos, permanecendo em constante evolução.



O cata-vento e sua representação

O cata-vento é uma das inspirações para a ressignificação da marca dos ODS.

O cata-vento simboliza o movimento estimulado pela força da natureza.

Da mesma forma que o vento move as pás de um cata-vento, o envolvimento e colaboração podem ser um instrumento de mudança social e econômica, que impulsiona as pessoas a serem mais participativas. É reafirmado aqui o conceito da energia sustentável movida pelos ventos.

Que sejamos o vento que move ações, permitindo-as estarem em constante movimento.



CORES

Paleta de Cores

Nesta página são apresentadas as cores utilizadas no projeto e que acompanharão a marca e definirão sua identidade visual.

O sistema de cores foi pensando no sentido de se tornar **adequado** e **inclusivo**.

A inspiração das cores veio de uma paleta exclusiva (collorADD).

Cores Primárias

Cores Secundárias

Vermelho HEX #EE2737 RGB 238 39 55 CMYK 0 93 82 0 PANTONE 1788 C	80%	Roxo HEX #A438A8 RGB 164 56 168 CMYK 42 88 0 0 PANTONE 2069 C	80%
Amarelo HEX #FBE122 RGB 251 225 34 CMYK 0 1 88 0 PANTONE 107 C	80%	Laranja HEX #FF7F32 RGB 255 127 50 CMYK 0 59 90 0 PANTONE 1575 C	80%
Azul HEX #006EB3 RGB 0 110 179	80%	Verde HEX #6BA539 RGB 107 165 57 CMYK 8 1 93 10 PANTONE 7737 C	80%

O sistema CollorADD

ColorAdd é um sistema de identificação de cores criado para ajudar daltônicos a distinguir as cores e é totalmente baseado em símbolos gráficos.

O daltonismo, (também chamado de discromatopsia ou discromopsia) é uma perturbação da percepção visual caracterizada pela incapacidade de diferenciar todas ou algumas cores, manifestando-se muitas vezes pela dificuldade em distinguir o verde do vermelho.

ColorAdd, obviamente, não é a cura para a doença, mas é uma solução que possui sua relevância.

A proposta foi incluir cores que fazem parte desse sistema de maneira que possa tornar a acessibilidade como parte da marca. Cada cor e seus respectivos tons, foi proposto pelo fato do projeto dos ODS prezar pela inclusão.



Obs. Como não foi possível baixar algum material que continha os símbolos, eles foram recriados/vetorizados no Illustrator, então, pode haver alguma leve diferenciação do original.

O novo símbolo (conceito)

A nova identidade foi construída seguindo um conceito que teve como base o triângulo.

Os ODS são compostos por 17 objetivos distintos, mas que são totalmente interligados entre si, então foi dividido um círculo (angulação de 360 graus) de modo a resultar em dezessete partes exatamente iguais.

Além dos triângulos utilizados, foi usado um pequeno círculo vazado como centralização do símbolo, visto que o atual logo carrega em si a representação dos objetivos numa forma circular. Então esse significado foi mantido: o círculo unindo todos os propósitos em um só.

A resultado final resulta em um cata-vento colorido, seguido de 6 cores, simbolizando a pluralidade. Cada ponta (pá) do cata-vento representa um objetivo sustentável.

Todos juntos, num único movimento, impulsionam a conscientização e a reflexão sobre os ODS.



cata-vento + representação dos 17 ODS pelas dezessete partes iguais + movimento (iniciativas)



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



OBJETIVOS S DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL

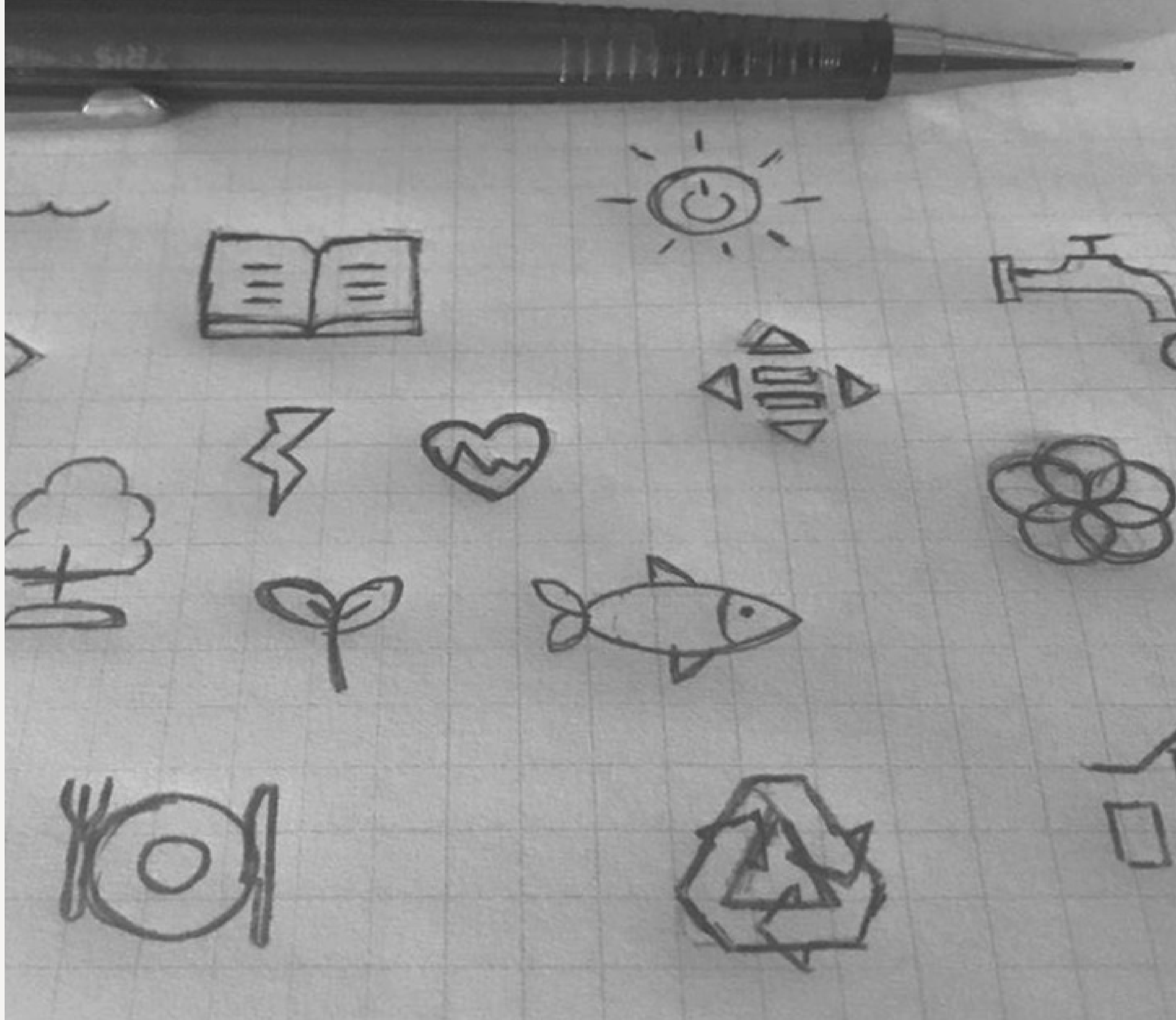
ICONOGRAFIA

O que os ícones representam?

A iconografia foi pensada com o objetivo de trazer unidade, conexão, padronização entre os elementos, de maneira que pudesse ser identificado e visualizado mais facilmente. Com uma tipografia complementar básica, traz suavidade e simplicidade, embora não deixe de representar tão bem os objetivos propostos. Possui também um sistema de cores característico.

Cada símbolo/ícone tem um propósito e uma cor respectiva. Para que se mantivesse o sentido e representação dos ícones, eles foram apenas reformulados e simplificados, inspirados em imagens de modo a não perder a sua identidade já conhecida.

A imagem ao lado apresenta alguns rabiscos e rascunhos realizados >





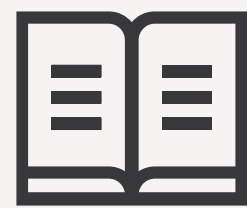
casa: representa o lar -
uma saída para a pobreza.



prato: significa a luta
contra a fome.



coração, saúde, bem-estar,



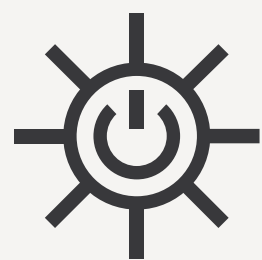
o livro significa o acesso
à educação.



símbolo que destaca a
igualdade de gêneros.



torneira, gota de água,
saneamento básico.



sol: representa a energia
limpa e renovável



gráfico crescente: simboliza
o crescimento econômico.



engrenagem: representa
a indústria e inovação.



símbolo da igualdade



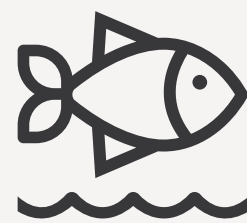
casa ecológica: cidades e
comunidades sustentáveis.



reciclagem: consumo
responsável



visão consciente: mudança
global climática



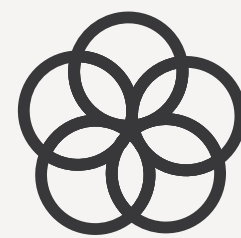
peixe: vida aquática



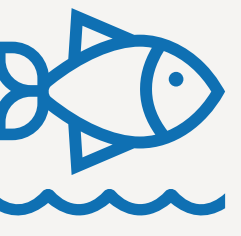
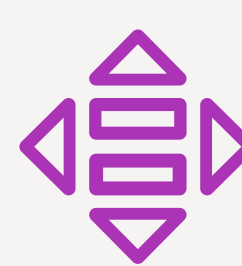
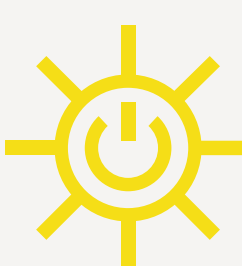
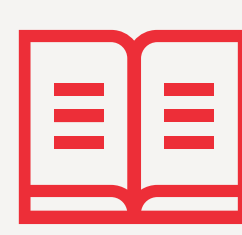
árvore: vida terrestre



pombo: representação da
paz global.



círculos: elos que juntos
formam uma unidade.



1



ERRADICAÇÃO DA POBREZA

"ACABAR COM A POBREZA EM TODAS AS SUAS FORMAS, EM TODOS OS LUGARES"



2



FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

"ACABAR COM A FOME, ALCANÇAR A SEGURANÇA ALIMENTAR E MELHORAR A NUTRIÇÃO E PROMOVER A AGRICULTURA SUSTENTÁVEL"





3



BOA SAÚDE E BEM-ESTAR

"ASSEGURAR UMA VIDA SAUDÁVEL E PROMOVER O BEM-ESTAR PARA TODOS, EM TODAS AS IDADES"



4



EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

"ASSEGURAR A EDUCAÇÃO INCLUSIVA E EQUITATIVA DE QUALIDADE, E PROMOVER OPORTUNIDADES DE APRENDIZAGEM AO LONGO DA VIDA PARA TODOS"



5



IGUALDADE DE GÊNERO

"ALCANÇAR A IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAR TODAS AS MULHERES E MENINAS"



6



ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO

"ASSEGURAR A DISPONIBILIDADE E GESTÃO SUSTENTÁVEL DA ÁGUA E SANEAMENTO PARA TODOS"





7



ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL

"ASSEGURAR O ACESSO CONFIÁVEL, SUSTENTÁVEL, MODERNO E A PREÇO ACESSÍVEL À ENERGIA, PARA TODOS"



8



TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

"PROMOVER O CRESCIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL, EMPREGO PLENO E PRODUTIVO, E TRABALHO DECENTE PARA TODOS"



GABRIEL TRINDADE - 2020

39

9  INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA "PROMOVER O CRESCIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL, INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL, EMPREGO PLENO E PRODUTIVO, E TRABALHO DECENTE PARA TODOS" 	10  REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES "REDUZIR A DESIGUALDADE DENTRO DOS PAÍSES E ENTRE ELES" 
 11  CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS "TORNAR AS CIDADES E OS ASSENTAMENTOS HUMANOS INCLUSIVOS, SEGUROS, RESILIENTES E SUSTENTÁVEIS"	 12  CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS "ASSEGURAR PADRÕES DE PRODUÇÃO E DE CONSUMO SUSTENTÁVEIS"
13  AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA "TOMAR MEDIDAS URGENTES PARA COMBATER A MUDANÇA DO CLIMA E SEUS IMPACTOS" 	14  VIDA NA ÁGUA "CONSERVAR E USAR SUSTENTAVELMENTE OS OCEANOS, OS MARES E OS RECURSOS MARINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL" 
 15  "PROTEGER, RECUPERAR E PROMOVER O USO SUSTENTÁVEL DOS ECOSISTEMAS TERRESTRES, GERIR DE FORMA SUSTENTÁVEL AS FLORESTAS, COMBATER A DESERTIFICAÇÃO, DETER E REVERTER A DEGRADAÇÃO"	 16  "PROMOVER SOCIEDADES PACÍFICAS E INCLUSIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, PROPORCIONAR O ACESSO À JUSTIÇA PARA TODOS E CONSTRUIR INSTITUIÇÕES EFICAZES, RESPONSÁVEIS E INCLUSIVAS"



TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA

Nesta página é apresentada a tipografia utilizada para o projeto, que complementa o símbolo e serve também como representação da marca.

A tipografia principal e de apoio (para os ícones) foram utilizadas e são de fácil leitura, de modo que estejam legíveis nos locais de aplicação da marca estarão presentes.

Fonte simples e sem serifa, se adequa ao logo e transmite a sensação de acolhimento e pertencimento.

FONTE PRINCIPAL

Galano Grotesque SemiBold

AaBbCcDdEeFf

0123456789

FONTE DE APOIO

Avenir Next LT Pro

AaBbCcDdEeFf

0123456789

Demi Condensed

Cuidar do nosso planeta é uma missão necessária.

APLICAÇÕES

APLICAÇÕES

A sessão a seguir apresentará as aplicações diversas em materiais que a marca pode vir a ser apresentada e utilizada.





OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



ODS
DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL





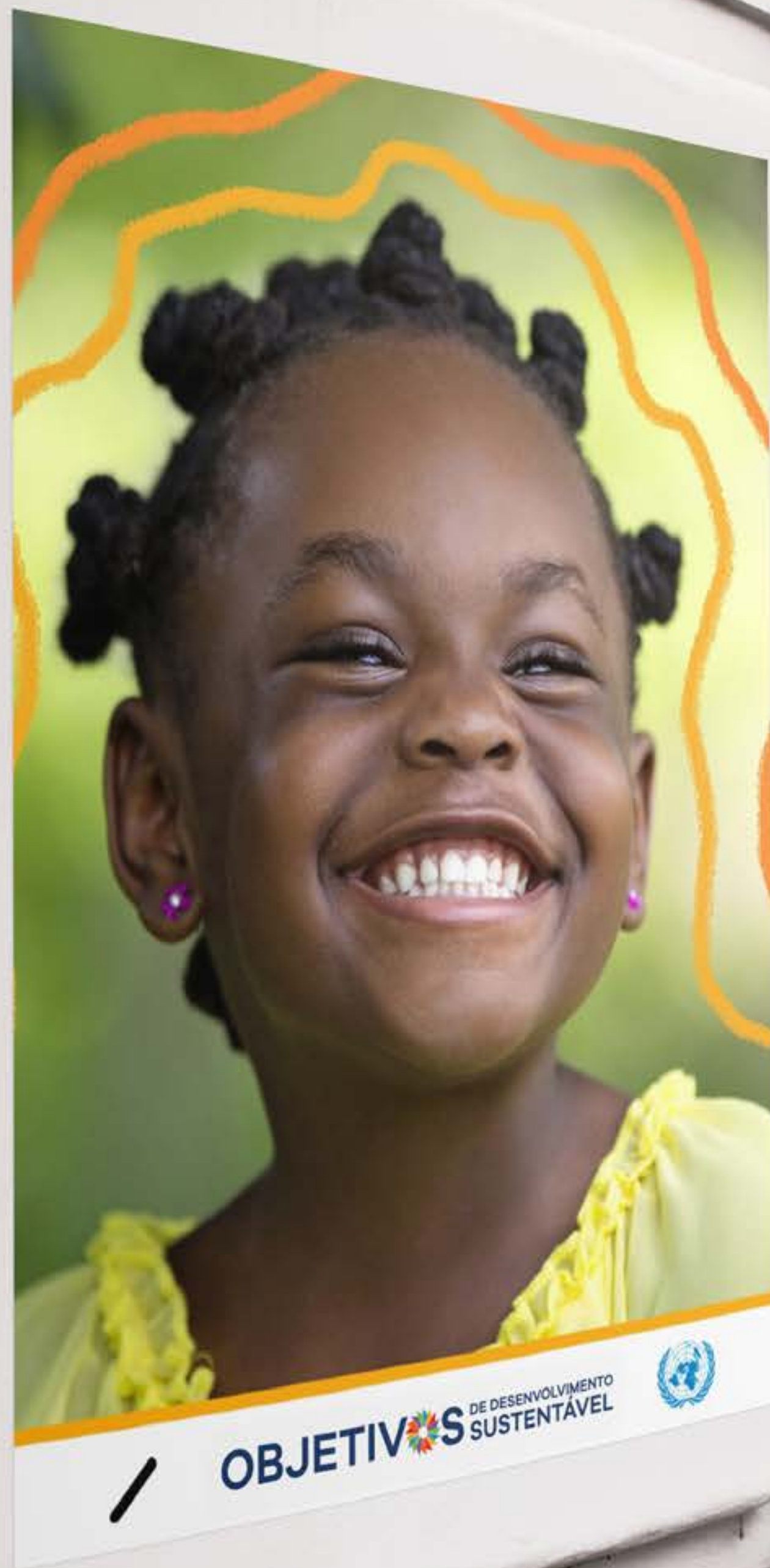


ODS
OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL



 **OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**









OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



ODS

OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL





ODS
OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL



**Conecte-se com o Planeta!
Brasil Saudável e Sustentável.**



VALEU
pela oportunidade!