



INTRODUÇÃO / OBJETIVO

A comunicação visual tem se destacado como um recurso indispensável na difusão de conteúdos técnicos, especialmente em iniciativas voltadas à preservação ambiental.

Este trabalho discute a importância da comunicação visual e da publicidade como ferramentas estratégicas para a mobilização social em projetos ambientais.

O foco está na criação de materiais gráficos e peças de divulgação dos Planos Municipais de Conservação e Recuperação da Mata Atlântica (PMMA), atualmente em desenvolvimento pelo Instituto de Saneamento Ambiental (ISAM) da Universidade de Caxias do Sul, em parceria com 17 municípios consorciados ao CISGA – Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Serra Gaúcha.

O objetivo central é avaliar de que forma os elementos visuais foram utilizados para converter informações técnicas em mensagens claras, envolventes e capazes de mobilizar a sociedade para a causa ambiental, incentivando, assim, a participação comunitária.

MATERIAL E MÉTODOS

O estudo adotou uma abordagem híbrida, integrando análise documental e observacional. Inicialmente, foram examinados referenciais teóricos sobre design gráfico, comunicação visual e mobilização social, com o objetivo de estabelecer critérios para uma comunicação eficaz, considerando elementos como clareza, legibilidade, estética e funcionalidade. Em seguida, realizou-se uma análise crítica dos materiais gráficos previamente produzidos pelo ISAM, identificando fragilidades como baixa legibilidade, ausência de hierarquia visual e falta de padronização entre os municípios. Com base nesse diagnóstico, foram desenvolvidas novas peças gráficas alinhadas aos princípios de hierarquia visual, contraste, harmonia cromática e tipografia adequada. Além disso, cada município teve sua identidade visual adaptada, incorporando cores locais, símbolos regionais, imagens representativas e logomarcas institucionais. Para cada localidade, foram criadas cinco peças: cartaz institucional, cartaz com QR Code interativo, folder informativo, cartaz de divulgação geral e post digital para redes sociais.

RESULTADOS OU RESULTADOS ESPERADOS

A avaliação dos materiais revela que o uso estratégico de elementos visuais, como paletas cromáticas equilibradas, ícones ilustrativos e linguagem acessível, teve impacto significativo na compreensão e na atratividade dos conteúdos. A personalização das peças possibilita uma maior conexão do público com as campanhas, gerando reconhecimento local e facilitando a disseminação das informações. A inserção de QR Codes agregou uma camada interativa aos materiais, permitindo a coleta de dados sobre a percepção da sociedade em relação aos PMMAs. As soluções visuais implementadas demonstraram eficiência na adaptação de conteúdos técnicos para formatos mais acessíveis, viabilizando uma aproximação entre os planos ambientais e a população. Espera-se que esses materiais atuem como facilitadores na conexão entre o conhecimento técnico e a participação cidadã, fortalecendo as iniciativas locais de conservação da Mata Atlântica.

RESULTADOS OU RESULTADOS ESPERADOS

Figura 1 - Modelo Gráfico: Plano de Conservação e Recuperação da Mata Atlântica (folder - frente e verso)



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo destaca o impacto transformador da comunicação visual quando concebida de maneira estratégica e contextualizada. Mais do que um elemento estético, o design gráfico atua como um mediador entre o conhecimento técnico e a compreensão popular. A experiência com os PMMAs demonstrou que materiais gráficos bem estruturados, personalizados e visualmente harmoniosos podem servir como instrumentos pedagógicos, favorecendo o desenvolvimento de uma consciência ambiental coletiva. Dessa forma, a integração entre design, publicidade e educação ambiental surge como um caminho promissor para ampliar a mobilização social e consolidar práticas sustentáveis em nível local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMERICAN INSTITUTE OF GRAPHIC ARTS/NY - AIGA. ANNUAL DESIGN COMPETITIONS, 30., 1998, São Paulo. Anais... São Paulo: Edusp, 1998.
FONSECA, Joaquim da. Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros. Porto Alegre: Bookman, 2008.
HENRIQUES, Márcio Simeone; BRAGA, Clara Soares; MAFRA, Rennan Lanna Martins. Planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade. 2a. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.
KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 1 O ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEITE, Ricardo de S. Ver é Compreender - Design como ferramenta estratégica de marketing. Rio de Janeiro: SENAC, 2003.
PICCOLI, Andrezza de Souza; KLIGERMAN, Débora Cynamon; COHEN, Simone Cynamon; ASSUMPÇÃO, Rafaela Facchetti. A Educação Ambiental como estratégia de mobilização social para o enfrentamento da escassez de água. Ciência & Saúde Coletiva [online], v. XX, n. XX, fev. 2018.