



PRODUÇÃO DE MATERIAIS GRÁFICOS COMO FERRAMENTA DE APOIO À IMPLEMENTAÇÃO DE PLANOS MUNICIPAIS DE CONSERVAÇÃO E RECUPERAÇÃO DA MATA ATLÂNTICA

João Lucas Ferronato (PIBIC-CNPq), Juliano Rodrigues Gimenez, Gisele Cemin
(Orientador(a))

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. A construção gráfica dos materiais levou em conta princípios como hierarquia visual, contraste, harmonia cromática e tipografia adequada, buscando adaptar a identidade visual a cada município envolvido. A personalização inclui uso de cores locais, símbolos regionais, imagens características e logomarcas institucionais, fortalecendo o vínculo com as comunidades e aumentando o reconhecimento das campanhas. As estratégias utilizadas nos PMMAs resultaram de uma análise crítica de materiais gráficos anteriormente elaborados pelo ISAM. Na ocasião, identificaram-se falhas como baixa legibilidade, falta de padronização e ausência de hierarquia na informação visual. A partir dessas observações, foram aplicadas melhorias significativas na nova proposta visual aos planos atuais, visando maior clareza comunicacional. Foram desenvolvidas cinco peças gráficas para cada município: cartaz, post para redes sociais, cartaz de divulgação geral, folder informativo e cartaz com QR Code, este último incorporando tecnologia interativa para ampliar o alcance e facilitar a coleta de dados sobre a percepção pública. A experiência com esses planos evidenciou a necessidade de materiais visuais claros, acessíveis e impactantes, capazes de promover o engajamento da população. Em síntese, os resultados confirmam que a comunicação visual planejada e adaptada às realidades locais é fundamental para transformar campanhas ambientais em processos educativos e participativos. A atuação integrada do design, da publicidade e da comunicação pode se tornar um elemento central para o sucesso de ações voltadas à conscientização e à construção de um futuro ambientalmente responsável.

Palavras-chave: Materiais Gráficos, Mobilização Social , Mata Atlântica

Apoio: UCS, ISAM