

O Design gráfico na promoção das ações ambientalmente sustentáveis da indústria carbonífera de Santa Catarina

Graphic Design Promoting the environmentally sustainable actions of the coal industry of Santa Catarina

Kévin Moura de Oliveira, Acadêmico, Faculdade Satc

kevinmoliveira@gmail.com

Jan Raphael Reuter Braun, Mestre, Faculdade Satc / UFSC

jrrbraun@gmail.com

Resumo

A divulgação das ações socioambientais é importante para a exploração de caminhos estratégicos adotados pelas indústrias, promovendo seu destaque. Na atualidade, a ecologia se tornou um produto que pode definir o sucesso de uma organização, dependendo de seus investimentos em projetos. A presente pesquisa tem como objetivo realizar o levantamento dos meios de divulgação das ações ambientalmente sustentáveis desenvolvidas pelas carboníferas catarinenses, relacionando a sua importância e como o Design Gráfico pode contribuir para o desenvolvimento deste material. O presente estudo é classificado como de natureza aplicada, qualitativo e descritivo, fazendo uso de base bibliográfica e levantamento, utilizando-se da metodologia LOD, havendo certas adequações para melhor atender a necessidade de pesquisa. Os dados levantados, indicam uma carência na divulgação das ações socioambientais.

Palavras-chave: Design Gráfico; Socioambiental; indústria carbonífera.

Abstract

The disclosure from the environmentally sustainable actions is important for the exploration of strategic ways adopted for industries, promoting your feature. Actually, ecology becomes a product who's can define the success from a organization, depending of yours investments in projects. The actual research aims to realize the survey of means of dissemination from the environmentally sustainable actions developed by Santa Catarina coals, relating his importance and how the graphic design can contribute to the development of this material. The present study is classified like applied nature, qualitative and descriptive, making use of bibliographic basis and survey, making use from

LOD methodology, having some adjustments to better meet the need of the research. The data collected, indicate a shortage on the dissemination of socio-environmental actions.

Keywords: *Graphic design; socio-environmental; coal Industry.*

1. Introdução

O design, no seu papel social, pode contribuir como uma vertente a ser explorada de forma estratégica pelas empresas (Freitas Et. al. 2008). As ações de design verde, resultam em uma nova formulação no perfil das empresas, criando uma política organizacional voltada a busca contínua pela melhoria ambiental, assim o design ecológico não trata de campanhas com mensagens ecológicas, mas sim no posicionamento do design diante do consumidor e o meio ambiente. Capra (2004) afirma que precisamos aplicar nossos conhecimentos ecológicos à redefinição fundamental das nossas tecnologias e instituições sociais, de modo a transpor o abismo que atualmente separa os projetos humanos dos sistemas ecologicamente sustentáveis da natureza.

Cabe aqui ao designer tratar do distanciamento do homem com a natureza, não apenas do meio físico natural, mas também do organismo natural. Neste sentido, é possível afirmar que o design sustentável é essencial para o desenvolvimento da sociedade atual, sendo que esta está cada vez mais preocupada com o que acontece no meio onde vivem, mas sem receber estas informações de formas claras.

A sustentabilidade é definida como uma ação estratégica que se organiza sobre três pilares: a preservação do meio ambiente, da sociedade e da cultura. Segundo Tavares e Irving (2005), a sustentabilidade também pode ser entendida como uma completa integração que satisfaça as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades.

A palavra “sustentável” pode ser usada para qualquer ação que não degrade os sistemas que lhe servem de suporte (Dougherty, 2011). O desenvolvimento sustentável concilia o desenvolvimento e a conservação do meio ambiente.

No mundo em desenvolvimento, poucas iniciativas são consideradas sustentáveis, se comparadas com o consumo desenfreado e a produção em massa. Vivemos em um atual desequilíbrio ecológico, em que o ser humano retira uma quantidade muito grande de recursos da natureza se comparado com o que ele produz, deteriorando os sistemas produtivos do planeta (Dougherty, 2011).

Mesmo em seguimentos do mercado como o da produção energética, a ação do design pode contribuir de forma eficiente como ferramenta de divulgação. Um caso em particular é o da indústria carbonífera do sul do país.

A exploração mineral é carregada de imagens pejorativas quanto a suas consequências ao meio ambiente. Demonstrar a população o quanto a indústria está interessada em mudar esta imagem é fator prioritário.

O alto nível da intensidade da concorrência é induzido por novas tecnologias, novas formas de mercados e a crescente integração mundial, conhecida e sentida pelos empresários, que também começam a entender que o design deva ser visto como um recurso cada vez mais essencial (Freitas Et. al. 2008).

Através do design gráfico, é possível criar materiais que instigam o público a interagir com a indústria, levando informação e conhecimento do que é tratado quanto a ações ambientalmente sustentáveis, tornando os laços da indústria mais amigáveis com a sociedade.

Desta forma, o estudo em questão, tem como objetivo realizar o levantamento das ações socioambientais das indústrias carboníferas catarinenses, assim como suas divulgações e como o Design Gráfico é percebido e utilizado neste processo.

2. Metodologia

O presente estudo é classificado como de natureza aplicada, qualitativo e descritivo, fazendo uso de base bibliográfica e levantamento.

Com relação a este último para atender ao objetivo proposto, se fez uso de entrevistas com representantes das indústrias carboníferas catarinenses. Para realizar o contato com as empresas, foi utilizado como base as informações registradas no Centro de Documentação e Rede de Informação do Carvão (CEDRIC), contatando o total de 12 carboníferas. Além disso, para complementação dos dados, se utilizou de pesquisa nas mídias digitais vinculadas as indústrias (sites, redes sociais e etc.), assim como o acervo de recortes de notícias (clipagem) do Portal Satec de Criciúma.

Para seguir um cronograma e organizar a pesquisa, foi utilizada a metodologia LOD (Braun, et al.) adequando-a em alguns pontos para melhor desenvolver a pesquisa. A metodologia LOD é composta por passos cíclicos, que buscam fornecer o melhor fluxo de informações para o desenvolvimento de um design.

Os passos da metodologia são de acordo com a imagem a seguir (Figura 1):

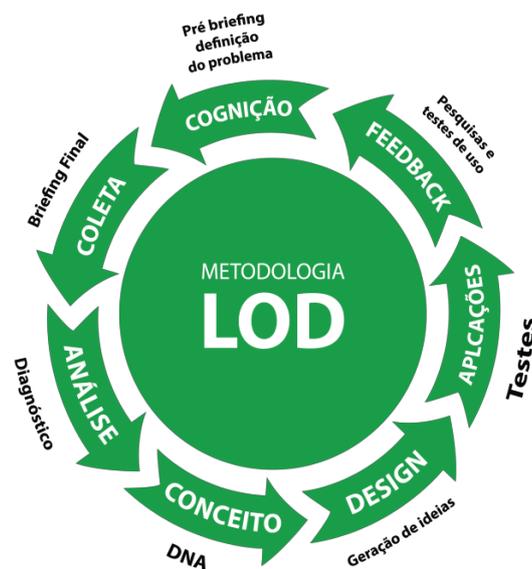


Figura 1 – Metodologia LOD (Fonte: elaborado pelos autores).

O projeto foi conduzido seguindo as seguintes etapas: *Cognição*, onde o projeto de pesquisa foi apresentado, material de leitura utilizado para compreender qual a proposta da pesquisa. *Coleta*, para o levantamento bibliográfico, fundamentação teórica, coleta de dados das carboníferas catarinenses, levantamento de ações ambientalmente sustentáveis promovidas pela indústria e os meios de divulgação, quando há.

Quanto a etapa de análise, é importante para identificar os problemas, realizar estudos equivalentes com a necessidade do projeto, elaboração de entrevistas com representantes das empresas para conhecer o processo de divulgação utilizado por estas.

Em conceito, define-se o problema a ser abordado quanto ao que já foi abordado, gerando propostas de como o design pode contribuir para a divulgação das ações ambientalmente sustentáveis.

Em design define-se os resultados e apresenta-se para a indústria em forma de artigo que consiste neste trabalho.

Na etapa análise, foi realizada a entrevista citada anteriormente. Esta entrevista foi realizada via telefone, sendo gravada para ser arquivada junto aos arquivos de pesquisa. A entrevista foi realizada com uma representante da empresa que retornou o contato realizado nesta mesma etapa, primeiramente, feito através de e-mail enviado para todas as carboníferas catarinenses, informando o objetivo da pesquisa e solicitando colaboração.

Na entrevista foram apresentadas as seguintes questões:

- Sabe o que um designer gráfico faz? Exemplifique.
- Como você vê a contribuição do design para uma empresa? Que tipo de serviços do design gráfico a empresa utiliza? (imagens para postagem nas redes sociais, material de divulgação impresso - jornais, informativos, etc)
- Existe um setor de design gráfico na empresa? A quanto tempo?
- Caso contrário, quem desenvolve os materiais de design gráfico? A quanto tempo?
- Que formação este profissional possui? (caso não saiba solicitar contato.)
- Como você avalia a contribuição do design gráfico a partir da sua inserção na empresa
- A empresa realiza ações socioambientais? Quais são estas ações? (Descreva resumidamente cada uma delas).
- Quem está envolvido? (entidades, beneficiados, parceiros etc).
- Desde quando elas são realizadas? Quanto é destinado de verba anual para estas ações? As ações socioambientais são comunicadas de alguma forma publicamente? Quais formas? Qual a participação do design gráfico no desenvolvimento destas?
- Com que frequência estes dados são divulgados? Comunicações?
- Quem realiza o trabalho de projeto gráfico destes materiais?
- A divulgação das ações socioambientais contribuiu de alguma forma para uma mudança na percepção da imagem da empresa? Discorra.

As questões apresentadas foram elaboradas a partir da necessidade de pesquisa, sendo que estas foram aplicadas em forma de teste com voluntário para a validação das mesmas. Após organizar as informações adquiridas, elas foram analisadas e selecionadas para

compreender o comportamento das empresas no momento de divulgação das ações ambientalmente sustentáveis, sendo que apenas uma das empresas se disponibilizou para realizar a entrevista, foram tomadas como base para estudo as informações adquiridas a partir desta, além dos dados de clipagem.

3. Resultados

Como informado anteriormente, os resultados como base 3 fontes: entrevista, clipagem e mídias digitais. Desta forma, os resultados serão apresentados a seguir:

Na entrevista realizada, a colaboradora responde que o que um designer gráfico faz é a confecção de banners, folders e outros materiais de comunicação da empresa. Quanto a visão de como vê a contribuição do design para uma empresa, afirma que contribui na divulgação de eventos, treinamentos, desenvolvimento do site, ajuda a melhorar a imagem da empresa. Quanto a que tipo de serviços do design gráfico a empresa utiliza, informa que contrata-se este tipo de serviço para a confecção de banners, placas, comunicação interna e para o site. Afirma também, que não há um setor de design gráfico na empresa, que todo o material é produzido por agências terceirizadas, não possuindo um elo fixo com uma agência apenas, em 6 anos de aplicação do design. Quanto a formação destes profissionais, a respondente diz que são profissionais qualificados, disponibilizados pelas agências que lhes atendem. A entrevistada afirma reconhecer que a atividade do design na indústria é essencial para uma boa comunicação.

Constata-se que a empresa realiza ações socioambientais de acordo com o Sistema de Gestão conforme ISO 14001, Sendo estas a Política ambiental da empresa, redução de consumo de recursos naturais, projeto paisagístico, programa de não contaminação do solo, monitoramento da contaminação do ar, movimentos de beneficiamento da sociedade, recuperação de áreas degradadas, sendo que todas as iniciativas partem diretamente da empresa, sem a interferência ou parceria com outras organizações, Sendo que estas atividades são realizadas desde 2008, momento em que foi implantado o sistema de Gestão Ambiental, destinando uma verba anual para estas ações de em média, R\$ 200.000,00.

Todas as ações envolvidas ao Sistema de Gestão Ambiental são divulgadas para os colaboradores e para a comunidade através do site, mas com pouca frequência e de forma aleatória sendo que o design gráfico está envolvido no desenvolvimento de material gráfico para a divulgação destas ações, sendo que estes materiais gráficos são produzidos pelas agências contratadas. A entrevistada afirma que as divulgações das ações socioambientais ajudam significativamente para mostrar a comunidade que a empresa se preocupa com a sociedade.

De acordo com as respostas obtidas, pode-se verificar que a entrevistada reconhece a importância do design gráfico e como o designer pode contribuir para a indústria, porém desconhece as competências de um designer, achando que o profissional é responsável apenas pela confecção de material gráfico.

PLATCHECK (2012) afirma que entender como o profissional do Design pode realmente contribuir para a manutenção e preservação de recursos naturais, bem como, a contribuição social que este profissional promove, é essencial. Designers, assim como engenheiros e projetistas, estão diretamente relacionados ao desenvolvimento de novos produtos e serviços, e o impacto destes, tanto para o ambiente quanto para a sociedade, devem ser analisados durante o seu planejamento.

3.1 Pesquisas nas mídias digitais

De acordo com os dados levantados, verifica-se que 72,72% das empresas possuem web site, disponibilizando algum tipo de informação relacionada aos seus projetos envolvendo as ações ambientalmente sustentáveis. 9,09% das empresas estão com web site em desenvolvimento e 18,18% das empresas não possuem web site ou qualquer outro tipo de comunicação online.

Apesar de a maioria das empresas possuírem web site, a forma que divulgam suas informações faz com que atinja apenas um público em específico, que são os colaboradores, fornecedores e clientes que buscam a página da empresa.

A abordagem e disposição de informações não é bem realizada, tendo apenas um texto explicativo de quais são os projetos, contendo algumas fotografias para ilustrar o que o texto descreve, mas sem grande impacto visual. O acesso para estas informações é complexo, exigindo que o usuário abra um ou mais links até chegar em uma página simples, conforme descrito anteriormente.

Entre as onze organizações, apenas um web site realiza publicações periódicas aleatórias com informativos dos projetos ambientalmente sustentáveis promovidos pela empresa.

Nota-se que as carboníferas não possuem um setor de design gráfico inserido em sua gestão, mas optam por contratar terceiros para a realização de projetos gráficos, como agências de publicidade.

A inserção de um designer na gestão de uma empresa, faz com que o profissional some significativamente para o desenvolvimento eficaz e eficiente de projetos como websites, por exemplo, mas não limitando o profissional a esta tarefa, pois um gestor de design contribui para o posicionamento e a comunicação da empresa, mostrando ao público a imagem que a organização pretende passar, dando voz a esta mesma ao reportar-se a comunidade.

Para Freitas et al., (2008, p.48), o processo de implantação da Gestão de Design é particular para cada organização, pois cada uma tem suas necessidades próprias. Freitas et al., (2008, p.29) afirma ainda que, a importância da Gestão de Design como processo e ferramenta estratégica está na contribuição do Design para materialização de produtos e/ou de seus processos, incorporando os objetivos da empresa [...]

3.2 Pesquisas no acervo de clipagem

Quanto aos arquivos encontrados através de clipagem, não foram encontrados materiais de divulgação quanto as ações socioambientais das indústrias carboníferas de Santa Catarina, apenas foram encontrados materiais informando que as empresas foram certificadas com selo de qualidade, por cumprir com metas estabelecidas pela ISO em questão.

4. Considerações finais

Ao decorrer da pesquisa, encontrou-se como grande dificuldade, o levantamento dos dados necessários, sendo que apenas uma das empresas contribuiu para o estudo, o que tornou necessário a busca por informações em canais secundários (arquivos de clipagem e websites das instituições).

Identifica-se que as empresas não investem diretamente no setor de design gráfico, preferindo contratar agências de publicidade para a criação de materiais gráficos. O diferencial em inserir o design gráfico na gestão da empresa, é a imersão do profissional no ambiente da empresa, compreendendo a real necessidade de comunicação, além de identificar a forma correta de divulgar as ações ambientalmente sustentáveis.

A gestão ambiental, quando somada com a contribuição de um bom projeto de design gráfico, transmite valores promovidos pela empresa que mudam a imagem percebida pela sociedade, fator que pode decidir se uma empresa é bem sucedida ou não, pois na atualidade, a ecologia tornou-se um importante fator para a aceitação no mercado, independente do ramo.

A divulgação das ações ambientalmente sustentáveis para um maior público, é a alternativa chave para construir uma imagem forte para as empresas, sendo que o investimento necessário consiste em um profissional adequado para a criação de um material de qualidade e com frequência, pois informar estas ações vai além de realiza-las para a certificação ISO, trata-se na ligação direta com a sociedade onde a indústria explora os recursos naturais.

Com o presente estudo, conclui-se que a indústria carbonífera de Santa Catarina carece de maior investimento nas áreas de comunicação, podendo mudar significativamente a imagem em que se tem atualmente das empresas, dando credibilidade para a tomada de futuras decisões que possam impactar a sociedade.

Referências

CAPRA, F. Humanização, Desenvolvimento e o Modelo Econômico Mundial. – Transcrição da palestra proferida em CURITIBA – 21 de outubro de 2004. Disponível em: <http://www.creapr.org.u/crea/html/capra/umanização.pdf> Acesso em: 11 nov. 2005

DOUGHERTY, Brian. Fundamentos do Design: Design gráfico sustentável. Rosari Ltda, São Paulo, 2011.

HARTMANN, Patrick; IBÁÑES, Vanessa Apaolaza; SAINZ, F. Javier Forcada. La influencia del posicionamiento verde en la actitud hacia la marca. Departamento de Economía de la Empresa y Comercialización (Economía Financeira II), Facultad de CC. Económicas y Empresariales, universidad del País Vasco.

KMITA, Silvério Fonseca; PASTRE, Tatiana Maglia; GUIMARÃES, Lia Buarque De Macedo. O ecodesign, o design for assembly (DFA) e a ergonomia como ferramentas para concepção de produtos. Programa de Pós-graduação em engenharia da produção – PPGEP, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre – RS.

MARTINS, Roseane Fonseca de Freitas; MERINO, Eugenio Andrés Diaz. Gestão de design como estratégia organizacional. Eduel, Londrina, São Paulo, 2008.

PLATCHECK, Elizabeth Regina. Design industrial: metodologia de ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo: Atlas, 2012.

SANTAELLA, Lucia. Matrizes da linguagem e pensamento: Sonora visual verbal. São Paulo: Editora Iluminuras, 2001.