



III Encontro de Sustentabilidade em Projeto do Vale do Itajaí
Dias 15, 16 e 17 de Abril de 2009.

A INCORPORAÇÃO DO DESIGN NA AQUICULTURA FAMILIAR COM FOCO NA SUSTENTABILIDADE

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino

gisellemerino@gmail.com

Núcleo de Gestão de Design

Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica – Pós-Design/ UFSC

Lucas José Garcia

lucasjose@gmail.com

Núcleo de Gestão de Design

Curso de graduação em Design Gráfico/ UFSC

Eugenio Merino, Dr.

merino@cce.ufsc.br

Núcleo de Gestão de Design

Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica – Pós-Design/ UFSC

Milton Luis Horn Vieira, Dr

Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica – Pós-Design/ UFSC

Resumo: O Design pode contribuir clara e consistentemente para o crescimento econômico e social de comunidades com carência de recursos e informações, especialmente nas questões relativas à identificação e competitividade. Este artigo vem destacar as principais contribuições que o Design pode oferecer às agrupações de produtores familiares, através de um processo global, denominado gestão de design, considerando os aspectos sustentabilidade, competitividade e diferenciação. Através da ativa participação de todos os envolvidos no processo, pode-se atingir estabilidade mercadológica, bem como ampliar as possibilidades de crescimento e desenvolvimento, podendo ser a gestão de design um importante elemento propulsor. Através da Gestão de Design aplicada, está sendo desenvolvida uma pesquisa aplicada junto à Aquicultura Familiar de Santa Catarina, com vistas a potencializar a melhoria da competitividade dos seus produtos e conseqüentemente os aspectos de sustentabilidade. A partir do seu apelo cultural, étnico e regional, visualizar-se-á a inovação dos produtos atentando a sua identificação de origem como forma de reconhecer e valorizar as regiões produtoras. Este projeto pretende criar condições mais favoráveis de competitividade para as regiões consideradas menos privilegiadas no contato e investimento, principalmente quanto à ciência e tecnologia, e especificamente quanto ao Design. A metodologia utilizada se apóia no Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Embalagens (GODE) que vem sendo aprimorado e adaptado como sendo um Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos (GODP), proposto pelo Núcleo de Gestão de Design da UFSC. Os principais resultados alcançados até o presente momento referem-se: compreensão da atividade da aquicultura e seu impacto social e econômico, o levantamento e diagnóstico preliminar da atual situação do setor na região, a definição de uma agrupação de produtores familiares (AMPROSUL), o desenvolvimento de uma Identidade e demais elementos comunicacionais, estudos nacionais e internacionais de formas de acondicionamento dos produtos e proposta conceitual de embalagens. Como fragilidades foram identificadas

dificuldades de organização, problemas no processo e sistema produtivo, dentre outras que serão elencadas na continuação desta pesquisa.

Palavras-chave: Sustentabilidade, aquíicultura familiar, gestão de design.

1. INTRODUÇÃO

Com mais de 561,4 quilômetros de costa oceânica, Santa Catarina é o mais importante estado produtor de ostras e mexilhões cultivados no país, superando 85% da produção nacional (CEPAa, 2008). Este resultado foi alcançado graças ao apoio e investimento em pesquisas e tecnologias que vêm sendo desenvolvidas desde o início da década de 70, visando beneficiar uma categoria de profissionais - pescadores artesanais - que vêm sofrendo um processo acentuado de declínio devido à implementação e consolidação da pesca industrial. A malacocultura¹ surgiu em Santa Catarina como uma alternativa de complementação de renda para os pescadores artesanais, com o decorrer dos anos, passou a representar a principal fonte de renda (CEPAb, 2008).

Atualmente, a atividade de malacocultura se desenvolve em quase todo o litoral catarinense (em cerca de $\frac{3}{4}$ da costa). Santa Catarina é o maior produtor de ostras do país, com mais de 90% da produção nacional e 93% da produção de mexilhões. Essas atividades envolvem mais de 1.000 pequenos e médios produtores, dos quais cerca de 700 são pescadores artesanais e produtores de mexilhões. Apesar da posição de vanguarda, a produção ainda é pouco expressiva, face ao potencial da costa catarinense, cuja produção de moluscos pode chegar a 100.000 toneladas/ano, a médio e longo prazo, contra pouco mais de 12.000 toneladas/ano atuais. Hoje, a malacocultura gera cerca de 2.000 empregos diretos e cerca de 5.000 indiretos (CEPAb, 2008).

Dados de 2004 mostram que o cultivo de moluscos gerou 13 mil toneladas e US\$14,71 milhões, mantendo o mesmo cenário verificado nos anos de 1996 a 2004, com a produção praticamente toda concentrada na região Sul, com 95% (12,5 mil toneladas) do total da produção, e a região Sudeste contribuindo com apenas 614 toneladas (Aquicultura no Brasil, 2008).

A relação entre os produtos oriundos de produtores artesanais (agrupações, famílias) e o Design como fator de competitividade e diferenciação, pode ser uma grande fonte de estímulo para sua aplicação em novas áreas emergentes. O Design assume o compromisso de intermediar o processo de comunicação produtor-consumidor, agregando e evidenciando o valor dos produtos derivados da aquíicultura familiar. Criando um conceito que reflita e incremente suas principais características, as tecnologias envolvidas, sua região de produção e sua responsabilidade como setor sustentável.

Neste sentido, se torna fundamental dinamizar estudos e projetos nesta área de modo coordenado, reduzindo a distância entre este tipo de empreendimento - pequenos produtores - e a pesquisa e desenvolvimento. Promovendo o fomento da integração entre o design e a estratégia do produto, é o que se denomina Gestão de design.

¹ Malacocultura refere-se ao cultivo de moluscos.

Considerando o pressuposto que os produtos destes grupos produtivos apresentam qualidade, tanto no processo, matéria prima, as suas identificações (identidade visual-marcas) e seus rótulos e embalagens que os contém, num número significativo de casos, não refletem sua qualidade. Um dos objetivos é mostrar como o design pode proporcionar um maior destaque ao produto, explicitando a sua qualidade, e tendo como consequência, o reforço da sua competitividade. Isto pode ser melhor compreendido, ao se verificar aspectos como identificação de origem, informações nutricionais, aspectos normativos (legislações), visuais (cores, textos, materiais), dentre outros. Estes aspectos não vêm sendo corretamente explorados e nem apresentados, propiciando uma perda significativa do possível grau de competitividade que os produtos poderiam estar tendo na sua comercialização. Desta forma um item que não vem sendo explorado refere-se à origem familiar da produção, fato este muito valorizado na atualidade.

A competitividade pode ficar prejudicada no momento da sua inserção no mercado, podendo comprometer sua aceitação pelos consumidores, cada vez mais exigentes. Aspectos financeiros, e de forma crescente nos aspectos relativos à qualidade, configuração e origem dos produtos vem exercendo uma grande influência em sua decisão de compra.

O processo de gestão de design pode se utilizar do seu potencial de forma sustentável, tendo em vista que a sustentabilidade visa várias dimensões, dentre elas a social, ambiental e a econômica, não dependendo unicamente das estratégias que geram lucros (NASCIMENTO et al, 2008). Complementando, Manzini (2008:28) afirma que “se o papel dos políticos e das instituições criarem um ambiente favorável à orientação da inovação rumo à sustentabilidade, para os designers, empresas e também os cidadãos comuns em suas comunidades e organizações a possibilidade de ação recai na possibilidade de dar uma orientação estratégica às próprias atividades”. Direcionando as atividades através de normas, programas e políticas específicas. A dimensão social da sustentabilidade exige uma atenção específica para não prejudicar as populações envolvidas nos processos de produção, bem como em preservar as tradições culturais locais e as técnicas de produção.

As possibilidades de utilização do desenvolvimento sustentável na aquicultura² são muito promissoras, além da preocupação em proteger o ambiente, a implementação de medidas sustentáveis aliadas a gestão de design, poderá proporcionar uma melhor organização e administração do sistema produtivo como um todo. Participando de um conjunto integrado, podendo vir a proteger os pequenos grupos produtivos contra o risco de abandonar suas regiões nativas por falta de oportunidades, desenvolvimento e competitividade dos seus produtos, em virtude da concorrência. Desta forma, a gestão do design pode minimizar as chances de incidência de êxodo dos produtores, além de afirmar-se como importante aspecto de garantia de qualidade dos produtos, o que resultaria na confiança da compra perante o consumidor (Comciencia, 2008).

Em função das novas tecnologias e das crescentes inovações, o pequeno produtor - que muitas vezes não possui condições financeiras para investir em tecnologia - necessita de novos recursos que possibilitem um diferencial. Dentre as razões apontadas para esta problemática pode ser mencionada a falta de recursos por parte deste setor, o

² Aquicultura refere-se às atividades do mar, incluindo pesca, moluscos e demais frutos do mar

desconhecimento generalizado do campo de atuação do design, a falta de sensibilidade do próprio profissional de design em lidar com setores com pouco acesso a informações, etc. Neste sentido Manzini e Vezzoli (2008:44) afirmam que: “a relação entre sustentabilidade ambiental e sociedade sustentável deve ser compreendida na sua complexidade. Só é possível existir a primeira (a sustentabilidade ambiental) em uma sociedade que a promova e a sustente”.

Isto pode ser corroborado, através de pesquisa realizada em Santa Catarina, no ano de 1999, onde após reuniões com maricultores, a Prefeitura de Florianópolis identificou os principais problemas do setor: falta de organização, dificuldade para legalizar as áreas de cultivo, necessidade de ampliação do mercado consumidor e barreiras de acesso à tecnologia e ao crédito (PMF, 2008). Em soma pode se dizer, problemas relativos a gestão do processo como um todo, que vem impedindo um desenvolvimento mais eficiente do setor, e em específico a pequenos grupos produtivos, com características familiares.

Como forma de auxiliar e minimizar estas problemáticas, a gestão de design, através da inovação, que vem sendo apontado como um elemento chave no processo de desenvolvimento e considerado como um dos pilares da competitividade poderá gerar potencial e agregar valor aos produtos e processos da aquicultura familiar.

O objetivo geral deste projeto é potencializar a melhoria da competitividade dos produtos e poder criar condições para a conscientização da importância da sustentabilidade social e dos seus benefícios através da Gestão de Design. Contribuir também no desenvolvimento da identidade visual e estudos sobre possibilidades de embalagens, para os produtos derivados da aquicultura familiar, neste caso específico maricultores com produção predominante de mexilhão, de pequenos grupos produtivos de Santa Catarina. Tendo como referências também, aspectos culturais, étnicos e regionais. Caracteriza-se este artigo com a apresentação da primeira etapa de um projeto maior, no qual enfatizar-se-á os aspectos de identificação e comunicação, bem como as fragilidades e potencialidades que permitiram a definição da prioridade das próximas ações.

2. PROCEDIMENTOS E DESENVOLVIMENTO

Esta pesquisa se caracteriza de duas formas, num primeiro momento como sendo de revisão sobre os temas e num segundo momento como de aplicação experimental, na forma de um caso. O processo ser apresentado explicitando a experimentação prática, acompanhada das pesquisas científicas realizadas, tendo em vista o limite físico deste documento. Caracteriza-se também como sendo uma pesquisa aplicada, característica da área de design, onde os resultados das pesquisas são aplicados de forma direta na resolução de problemas e gerações de soluções de design.

Dentro dos procedimentos técnicos de execução do projeto, foi direcionado para um estudo de caso. Para Lakatos e Marconi (2007:274), “o estudo de caso refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano”, não podendo ser generalizado, por ser caso único.

A proposta metodológica que foi utilizada para esta pesquisa, se apresenta como uma referência conceitual para o desenvolvimento de identidade visual e embalagens, que com

uma seqüência flexível auxilia na organização do processo. A utilização de cada um dos itens recomendados pelo GODE dependerá da pertinência e das limitações de cada projeto.

O estudo foi desenvolvido por metas e etapas sucessivas, segundo o Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Embalagens – GODE, que vem sendo aprimorado e atualmente já se apresenta com bons resultados no desenvolvimento de projetos, passando a se denominar GODP - Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos.

A base do Guia de Orientação é formada por cinco etapas, iniciando-se pela etapa 0 que trata da encomenda do trabalho, habitualmente feito pelo cliente. Após esta etapa, que também servirá para entender com maior clareza a demanda e principalmente verificará a viabilidade técnica e financeira do projeto, é proposta a etapa 1, que se apresenta como o momento de levantamento de informações consistentes e estudo de campo. De posse destas e outras informações, se propõe a etapa 2 que seria a análise, interpretação e organização dos dados, seguida da etapa 3 chamada de criação, na qual seriam materializadas e representadas de forma gráfica, as idéias e conceitos advindos das etapas anteriores. Finalmente na fase executiva - etapa 4 - o projeto se materializa de forma real, entrando no ciclo produtivo (CARVALHO et al., 2008: 57,58)

É importante explicitar que objetivo do guia proposto para ser utilizado nesta pesquisa é o de organizar e oferecer uma seqüência de atividades, permitindo que o design seja realizado de forma consciente e consistente, levando em consideração o maior número de aspectos importantes do projeto, e respondendo de forma positiva aos objetivos fixados para o produto (MESTRINER, 2001).

2.1. Caracterização e objeto de pesquisa

No ano de 2007, foram realizados estudos preliminares com a finalidade de prospectar possibilidades de pesquisas junto ao setor da aqüicultura. Estes estudos demonstraram a existência de fragilidades na área de design, especificamente no que diz respeito à identidade visual, embalagens, formas de comunicação e divulgação.

No mesmo ano, através de um projeto apoiado pelo Edital Universal CNPq, foi possível iniciar de fato estudos mais concretos no setor. As primeiras pesquisas indicaram a grande dependência econômica na produção, uma grande dificuldade de comercialização, e nos pequenos produtores, foi encontrada uma predominância do trabalho familiar, com uma reduzida mecanização.

Verificou-se também, que o molusco mais conhecido é a ostra, mas a maior dependência é a do mexilhão, sendo o produto de maior repercussão, no mercado nacional.

Outro ponto observado, refere-se ao limitado apoio que estes pequenos grupos produtivos recebem, destacando-se a EPAGRI (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina) como principal fomentador e orientador do setor através de ações de extensão, a Universidade Federal de Santa Catarina no setor de pesquisas na área de Aqüicultura, junto a outras instituições de ensino particulares e apoios parciais de órgãos governamentais estaduais e municipais. Com a criação da SEAP (Secretaria

Especial de Aqüicultura e Pesca/PR) vinculada à presidência do Governo Federal, foi possível dar um maior impulso ao setor.

Com base nestas considerações iniciais, buscou-se desenvolver um projeto de Gestão de Design aplicado a um grupo produtivo de pequeno porte no setor da aqüicultura, preferencialmente com características familiares. Foram feitos contatos com diversas associações, órgãos públicos, EPAGRI, etc., bem como um levantamento de grupos produtivos com estas características, chegando-se principalmente a associações, dentre as quais foi escolhida a Associação de Maricultores e Pescadores Profissionais do Sul da Ilha (AMPROSUL), que se apresentou dentro das características necessária ao projeto, principalmente pela receptividade quanto a proposta e com o aval da EPAGRI, iniciou-se o processo.

A AMPROSUL³ é composta por 23 associados, localiza-se no Ribeirão da Ilha, ao sul da Ilha de Santa Catarina e foi fundada em 2005 por um grupo de maricultores com característica familiar. O produto predominante nas atividades da associação é o mexilhão (Perna perna), mais conhecido na região como marisco. Sua produção inicia-se com a obtenção das sementes no mar, utilizando coletores. O ponto forte que mantém unido esses associados é o “...plantar juntos...”, no sentido em que os associados se reúnem para confeccionar e colocar os coletores na água e após alguns meses, se reúnem novamente para retirar os coletores e fazer a partilha das sementes.



Figura 1: Membros da AMPROSUL retirando barco da associação e no trabalho com coletores

2.2. Desenvolvimento

Seguindo a proposta do GODE, a seguir apresentam-se as etapas e as informações consideradas mais relevantes durante o processo, bem como dados originados da pesquisa científica. É importante esclarecer que, a partir deste momento serão utilizados os termos maricultor e maricultura no que se refere ao indivíduo e ao setor dedicado ao cultivo de moluscos, tendo em vista a incorporação deste termo por parte dos próprios produtores e seu reconhecimento local.

Após ter definido o cliente, é tarefa do designer obter uma descrição do seu objetivo essencial, da sua necessidade, bem como um quadro de referência de informações o mais completo e consistente possível (FRASCARA, 1998). Para isto, se faz necessário um levantamento de informações acerca do mesmo, para se ter um conhecimento o mais completo possível e desta forma estar preparado para fazer as discussões iniciais.

³ Este projeto possui aprovação do Comitê de Ética em pesquisas com seres humanos da Universidade Federal de Santa Catarina

Antes do primeiro contato com a AMPROSUL, buscou-se fazer uma pesquisa preliminar a campo, bem como o estudo da concorrência, visita aos *web sites* de empresas/organizações similares, para tomar conhecimento de alguns dados inerentes ao produto (mexilhão), a associação, ao setor da maricultura, formas de produção, dentre outros. Isto serviu para dar um suporte básico de informações para a reunião principal de *briefing*.

A etapa 0 foi realizada no período de 1º de março a 5 de abril de 2008, sendo desenvolvidas as seguintes atividades: Estudo da concorrência e visita a *web sites* em níveis regional, nacional e internacional; Pesquisa em revistas, catálogos e relatórios da EPAGRI; Visita preliminar a presidente da AMPROSUL e reunião com os maricultores associados, no Conselho Comunitário do Ribeirão da Ilha para a apresentação de projetos realizados pelo Núcleo de Gestão de Design. Após a reunião foi elaborada uma proposta de trabalho e um cronograma inicial, que foi apresentado e aprovado pela associação.

Na primeira visita a associação foi apresentada a proposta a presidente, a partir deste momento iniciou-se o processo denominado diagnóstico preliminar da situação, no qual foi possível obter algumas informações importantes, dentre as quais se destacaram a falta de uma identidade visual (marca); desconhecimento da existência da associação; irregularidades no registro legal e falta de recursos para a produção. Somado a isto se identificaram também aspectos muito positivos do grupo: grupo unido e com fins comuns, vontade de crescer e futuro promissor. Após esta visita, foi feita uma apresentação da proposta durante uma das reuniões da associação (figura 2).



Figura 2: Visitas e reuniões.

A etapa 1, referente ao levantamento de dados teve como finalidade primeira a definição do projeto e compreendeu o período de 6 de abril a 22 de maio de 2008.

Um item fundamental é o *briefing*, onde são elencadas as informações-chave relevantes para o projeto. Neste sentido, foram realizados estes levantamentos junto a cada membro da associação, e como forma de padronizar as informações coletadas e posterior análise, foi elaborado um questionário, que depois de aplicado na forma de um piloto, foi ajustado.

Em síntese no primeiro momento desta etapa foram desenvolvidas as seguintes ações: Foi apresentada novamente a proposta do projeto e feitos esclarecimentos sobre a reunião realizada na etapa anterior. Este encontro aconteceu na propriedade da presidente da associação e a reunião de *briefing* com cada maricultor, visitando seu local de trabalho, conhecendo de perto sua produção, dificuldades encontradas e suas potencialidades.

Dentre as informações, consideradas relevantes, obtidas nas visitas aos membros da associação destacaram-se a inexistência de uma identidade visual (marca), irregularidades na parte legal da existência da Associação (registro), dificuldades na produção e comercialização.

Ficou evidente que existem vários problemas, dentre eles alguns diretamente relacionados ao design, outros ao processo de gestão, de produção, aspectos físicos e saúde, dentre outros. Ainda nesta etapa foram aprofundadas as pesquisas de campo, principalmente relacionando o levantamento detalhado de associações, grupos produtivos, comercialização e demais pontos relevantes a pesquisa.

Nesta etapa, foram realizados levantamentos referentes à embalagem. Se fazendo necessária a apresentação sumária de algumas das pesquisas realizadas. O real significado do termo embalagem vem sendo discutido por alguns autores, nos quais foram encontrados pontos de convergência no sentido que a embalagem se apresenta como um recipiente de contenção do seu conteúdo, ao mesmo tempo em que é uma ferramenta de divulgação, promoção e apresentação do produto (DEVISMES, 1995; GIOVANETTI, 2000; MESTRINER, 2002; MESTRINER, 2001; SWANN, 1995).

Nas embalagens a função de comunicação traduz-se em fazer com que as embalagens sejam visualizadas, entendidas, integradas, memorizadas e, sobretudo, desejadas pelos consumidores. Esta função é encarregada de tornar o produto competitivo e fazer com que o mesmo cumpra com normas nacionais e internacionais de legislação. Outro aspecto atual e importante é o seu impacto ambiental, tornando-se necessário dar a relação embalagem-meio ambiente uma solução adequada e dentro do possível com as menores conseqüências (GIOVANETTI, 2000).

A identidade visual de uma embalagem contribui para a percepção das características referentes a um produto. Através do design da embalagem o cliente pode perceber os atributos, funções, vantagens e potenciais deste produto. Quando as várias embalagens de uma linha de produtos são programadas visualmente para apresentar uma consistência entre si, esse produto tem uma identidade visual (STRUNK, 2001).

De acordo com uma pesquisa feita na internet foram encontradas várias embalagens para transporte, armazenamento e venda de moluscos, especificamente de mexilhões e ostras, dentre as que se destacam: Redes; Caixas de papel; Bandejas (de isopor ou plásticas); Embalagens plásticas (a vácuo ou com atmosfera modificada); Potes de vidro e Latas. As redes podem armazenar o produto por um curto período de tempo, não sendo a forma mais indicada de armazenamento, porém serve para a venda do produto vivo e fresco.

Caixas de papelão são utilizadas para o transporte dos moluscos. No estado de Santa Catarina, as ostras e mexilhões são enviados para São Paulo por via aérea, acondicionados em caixas de isopor com gelo. Essas embalagens não apresentam praticamente nenhum apelo visual, e permitem que o produto permaneça vivo até chegar ao seu destino. Existem também caixas de papelão destinadas à venda do produto pronto para consumo. Fora do Brasil é possível encontrar caixas de ostras e mexilhões defumados, nesse tipo de caixa onde existe, aparentemente, uma preocupação maior com o visual da embalagem.

As bandejas (isopor ou plásticas) servem para a venda do produto congelado, normalmente possuem uma parte transparente para que o produto seja visualizado pelo consumidor. Embalagens plásticas com atmosfera modificada (vácuo) permitem que o molusco fique armazenado vivo por um curto período de tempo, e servem para a venda do produto congelado também. Os potes e as latas são muito comuns fora do Brasil e permitindo a comercialização de diversas formas dentre elas em conservas e defumados.

A Análise, interpretação e organização dos dados, correspondente a etapa 2, foi iniciada e compreendeu de 23 de maio a 06 de junho de 2008.

Nesta etapa a principal característica é a síntese, juntamente com a correlação das informações coletadas nas etapas anteriores. A estratégia de design é uma síntese objetiva das etapas anteriores, de modo que se estabeleçam as premissas básicas do projeto e sejam traçadas as diretrizes a serem seguidas na seqüência do trabalho. Ela compreende quatro etapas: definição do problema; relatório do estudo de campo; premissas básicas de design e definição da(s) estratégia(s) de design (DEVISMES, 1995).

Algumas das técnicas utilizadas foram à lista de técnicas analíticas, cujo objetivo é o de preparar o campo de trabalho para posteriormente entrar na fase de criação, desenvolvimento de propostas e definição de alternativas. As análises servem para esclarecer à problemática projetual, colecionando e interpretando informações que serão relevantes ao projeto (BONSIEPE, 1984).

O levantamento de informações passou pela literatura técnica sobre a produção e a categoria de mercado, se estendendo aos concorrentes, os similares, os possíveis parceiros, as normas e a legislação específica, através dos mais diversos meios e mídias. Nesta etapa, se destaca a participação em seminários, como o 1º Seminário Municipal de Maricultura do município de Biguaçu/SC.

A internet se mostrou muito útil no levantamento de informações, fornecendo estas de forma rápida e com baixo custo. Foram coletadas informações sobre concorrentes diretos e indiretos, sejam estes nacionais e internacionais, bem como de embalagens, vídeos e outras fontes de informação consideradas relevantes a pesquisa.

Em relação aos levantamentos internacionais, verifica-se o uso de desenhos representativos, na forma de ícones, a predominância da cor azul e a presença marcante do mar.

É importante destacar que durante as pesquisas realizadas, sejam na internet, livros, vídeos e outras fontes, não foram encontradas marcas referentes à associação de maricultores de pequeno porte, como é o caso da AMPROSUL, motivo pelo qual se acredita que o trabalho acaba ganhando mais uma dimensão de importância, ao estar se trabalhando com algo pouco desenvolvido.

Após os levantamentos e análises, passa-se a etapa 3, de criação, que teve seu início no dia 7 de junho e está em andamento.

A geração de idéias é o ponto máximo do pensamento criativo, onde através do pensamento bissociativo, juntando-se idéias que antes não estavam relacionadas entre si,

novas surgem. Várias técnicas de criatividade tentam associar essas idéias que estavam separadas (BAXTER, 1998).

O objetivo das técnicas para geração de idéias é facilitar a produção de um conjunto de idéias básicas, como respostas prováveis a um problema projetual (BAXTER, 1998). Sendo um dos elementos mais importantes do projeto, a fase de geração de idéias deve ser executada dentro de um prazo razoavelmente suficiente para que a equipe de design tenha um período para digerir e absorver as informações disponíveis, e para que as idéias possam ser geradas com o máximo de imaginação e criatividade (BONSIEPE et al, 1984)

Esta fase começa com a definição do(s) conceito(s) a ser estabelecido desenvolver os materiais gráficos, tendo como referência as informações coletadas junto aos produtores, somadas as pesquisas em diferentes fontes realizadas nas etapas anteriores.

Os conceitos definidos para a AMPROSUL foram: grupo, união, parceria, família, qualidade, profissional, crescimento, comunidade, segurança, confiança, origens, Ribeirão, sustentável, bem estar, tradição, gerações, crescimento, futuro, boas práticas, higiene, mar, rede, coletores, barco, bóias, mexilhão, ostra, vieira e berbigão.

Estes têm como finalidade servir de inspiração para a geração de alternativas. Como forma de agrupar estes conceitos foi elaborado um painel semântico (figura 3), agrupando as imagens e conceitos mais significativos encontrados para o projeto.



Figura 3: Painel semântico dos conceitos definidos.

Com base no painel semântico, foi sintetizada uma paleta de cores representativa da associação dos conceitos definidos e suas respectivas imagens de referência.

Um fator fundamental no projeto refere-se também a sua origem, justificada pela plantação e coleta de sementes de mexilhão de forma colaborativa, representando o espírito de união, juntamente com o significado do molusco bivalve, categoria esta a qual o mexilhão faz parte: partes iguais unidas medianamente por um ponto contendo suaves linhas de crescimento.

Com base nos conceitos, iniciaram-se os primeiros rascunhos, buscando representar através de formas, cores e textos a essência da associação.

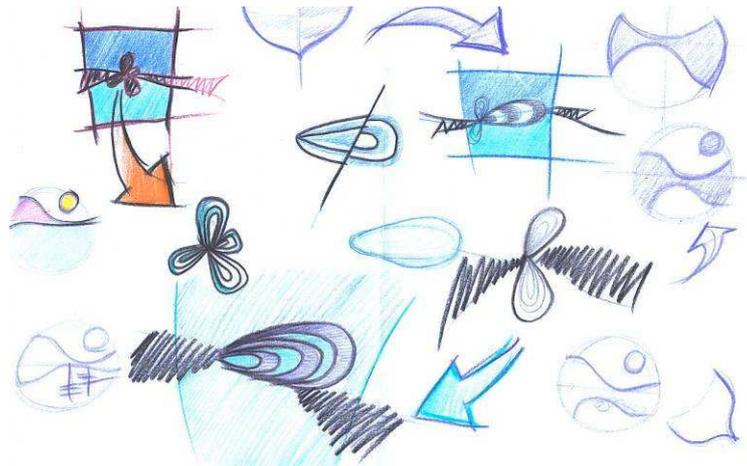


Figura 4: Desenho das primeiras idéias com ênfase nos coletores.

Nestas figuras são apresentados alguns dos desenhos a modo de exemplo. Observa-se que a uma tendência no uso de formas orgânicas e na cor azul, bem como a forma curva, seja relaciona ao mar, seja relacionada aos cascos dos barcos usados.

O elemento que permite a flutuação começa a ganhar força e reconhecimento no projeto da identidade visual, trata-se das bóias que sustentam os coletores e as fazendas. As mesmas são muito representativas na localidade do Ribeirão da Ilha, onde se localizam as fazendas dos membros da AMPROSUL. Representam ainda uma forma muito eficiente de sustentação.

A figura do barco se apresenta como sendo outro elemento extremamente representativo, tendo em vista que é a única forma que a associação dispõe para realizar suas atividades no mar. Neste sentido, buscando uma maior aproximação junto à realidade inicial do grupo optou-se por trabalhar também nesta representação.

Seguindo estas propostas foram feitos refinamentos nas mesmas, e escolhidas duas alternativas para ser apresentada a associação, para que os mesmos pudessem se manifestar e caso entender que alguma das alternativas representa-se o grupo, aprová-la. A figura 5 representa as duas alternativas escolhidas após avaliação e confronto junto aos conceitos.

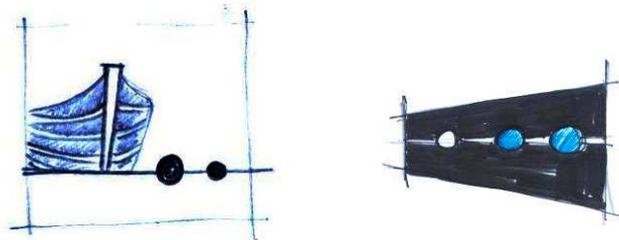


Figura 5: Desenhos representativos das propostas escolhidas para a identidade visual.

Estas idéias foram levadas ao computador e refinadas, gerando pranchas de apresentação, aplicações e demais matérias. Foram apresentadas para os associados em julho de 2008 segundo mostram à figura 6.



Figura 6: Apresentação da identidade visual.

Nesta reunião, foram apresentados além do projeto de identidade visual e um relato das ações realizadas, um vídeo institucional da associação que será utilizado no lançamento oficial, bem como um sitio *web*, projetos estes desenvolvidos pela equipe do NGD formada por alunos de graduação e pós-graduação. Importante é mencionar que este projeto de pesquisa faz parte de um projeto maior, que visa à valorização de pequenos grupos produtivos.

Ao final da reunião, os membros discutiram as propostas apresentadas, solicitaram esclarecimentos sobre alguns itens e decidiram de forma unânime, e diga-se muito animados e felizes pela proposta apresentada (figura 7).



Figuras 7: Proposta aprovada pela associação.

O projeto a partir desta definição direcionou os seus esforços para viabilizar e refinar as aplicações da marca e na elaboração de peças de comunicação visual a serem usadas, como por exemplo, envelopes, cartão de visitas, papel timbrado. Aplicações nos uniformes de trabalho, também estão sendo pensados e feitos orçamentos para tentar viabilizar sua implementação.

Outras aplicações vêm sendo planejadas, dentre elas no barco da associação e no futuro veículo, que ao transitar pela cidade poderá ajudar na divulgação e reconhecimento do grupo.

Os resultados alcançados a este momento permitem vislumbrar um futuro bastante promissor na continuidade desta pesquisa, que se caracteriza como aplicada, ao buscar e propor soluções para as dificuldades encontradas.

Em paralelo a etapa 3, se iniciou a etapa 4, denominada fase executiva, na qual após a avaliação das propostas e escolha da solução são realizados os refinamentos e os ajustes necessários para se iniciar sua produção.

Nesta fase a equipe de design irá planejar a produção do design aprovado. Uma vez aprovado o projeto, é necessário que se proceda ao planejamento da produção, tendo em vista a compreensão dos detalhes que precisam estar contemplados nesta fase. Todas as providências a serem tomadas devem ser elaboradas e documentadas num roteiro para que se possa gerar uma visão mais completa possível do trabalho a ser realizado, de forma que os passos ocorram em uma seqüência lógica e sem sobressaltos. Todos esses itens devem compor um cronograma de produção elaborado para que o cliente tenha conhecimento do caminho que será percorrido e do tempo previsto para cada etapa (MESTRINER, 2002).

Uma vez aprovada à solução proposta ao cliente – com ou sem alterações -, e já compreendida a tecnologia disponível para preparar a embalagem e reproduzi-la da maneira mais vantajosa, surge o momento de administrar os recursos envolvidos na produção da embalagem – humanos, técnicos e econômicos (FRASCARA, 1998).

Tendo os resultados da Identidade Visual e suas aplicações, e considerando os levantamentos e pesquisas realizadas na etapa 2 sobre embalagens para acondicionar e transportar os produtos, esta etapa continuará a ser desenvolvida no próximo período do projeto.

Ainda assim, como ações futuras a serem incorporadas no cronograma do próximo período de pesquisa devem se considerar: Proceder aos ajustes e refinamentos da identidade visual desenvolvida, bem como a conferência e viabilidade das suas aplicações; Implementar o web site, com a incorporação de vídeos e Sistema de administração; Desenvolver propostas de embalagens, com base nas pesquisas apresentadas na etapa de levantamento de informações; Pesquisar sobre denominação de origem dos produtos, identidade geográfica e outras formas de valorização e proteção de produtos; Focar os aspectos de produção e ergonomia; dentre outros. Foi evidenciada e corroborada pelas pesquisas realizadas a fragilidade destes grupos em termos de organização, motivo pelo qual o projeto já incorporou este tema nas ações futuras.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta experiência vem somar e corroborar a importância que o design pode ter em pequenos grupos produtivos, com características familiares, onde os aspectos de identificação e comunicação se tornam primordiais para o seu desenvolvimento econômico e conseqüentemente, auxiliando na melhoria das condições de vida, tanto individuais como coletivos, incluindo neste a própria localidade. Neste sentido, os resultados até o momentos alcançados podem ser considerados positivos, no sentido de estar permitindo o desenvolvimento de uma pesquisa científica, aplicada diretamente na realidade local.

Além de contribuir com o desenvolvimento da área de design, a pesquisa mostra o quanto pode ser importante esta área do conhecimento para setores como o da maricultura, possibilitando um melhor reconhecimento de grupos produtivos de pequeno

porte, criando marcas que atendam os requisitos e principalmente, convergindo num dos principais fatores na atualidade, pesquisa e desenvolvimento, que neste caso, imagina-se possa estar interferindo em vários aspectos estes grupos.

Dentre os resultados teóricos alcançados podem-se mencionar um aprofundamento nos temas de design gráfico, embalagem e o objeto de estudo, neste caso a maricultura. Importante também é mencionar os principais resultados práticos, dentre os que se destacam o desenvolvimento de uma identidade visual para a AMPROSUL, fato este não encontrado na região, e nem nas pesquisas realizadas. Fica evidente ao observar as reações dos membros da associação a alegria e satisfação de estarem sendo considerado, principalmente se tratando da Universidade Federal de Santa Catarina, o que gera um compromisso maior por parte da continuidade desta pesquisa, para que novos resultados sejam alcançados.

Prospectam-se para a continuidade desta pesquisa, como mencionado ao longo deste artigo, etapas referentes ao desenvolvimento de embalagens, acreditando-se que os resultados obtidos poderão vir fortalecer as ações já realizadas, dando maior visibilidade aos produtores. Serão necessárias novas pesquisas e aprofundamento das já realizadas para se obter resultados consistentes, incorporando cada vez mais os princípios de um design sustentável.

É possível, desta forma, conferir a importância do apoio à pesquisa e ao desenvolvimento científico, e neste caso aplicado a situações reais, que tanto as instituições de ensino superior e órgãos de fomento vêm prestando, neste sentido o reconhecimento ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), são fundamentais. A continuidade deste projeto vem sendo garantida e expandida com novos apoios, e a incorporação de novos parceiros no projeto, que passa a ter um caráter internacional a partir de 2009, onde esta proposta de Valorização de Produtos passa a ser desenvolvida junto à Venezuela e ao Peru, com o apoio do CNPq/UFSC/EPAGRI e FAPESC, buscando o constante aprimoramento, inclusão e avanço desta proposta.

Finalmente é importante destacar, que as Instituições de pesquisa e ensino, se apresentam como uma alternativa viável para que estes tipos de ações se materializem, propiciando condições para que seus alunos e professores possam experimentar a realidade social, e de alguma forma auxiliar na sua transformação, e por que não dizer, na sua melhoria. Desta forma a equipe do NGD/UFSC, formada por acadêmicos, professores e profissionais colaboradores de várias áreas, tenta compreender a realidade social na sua essência, e contribuir, com a incorporação do design nesta transformação, cuidando para que as características próprias da localidade e da produção não sejam alteradas radicalmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aqüicultura no Brasil: o desafio é crescer / editores : Antonio Ostrensky, José Roberto Borghetti e Doris Soto. – Brasília, 2008.

Baxter, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. Tradução: Bonsiepe, G. Kellner, P. Poessnecker, H. Metodologia Experimental, Desenho Industrial. Brasília: CNPq/ Coordenação Editorial, 1984.

- Carvalho, L.R; Merino, E; Merino, G. Sustentabilidade aplicada em projetos de desenvolvimento de embalagens. MIG, Revista Científica de Design. Balneário Comboriu, ENSUS, 2008.
- CEPA^a. Dados da maricultura catarinense em http://cepa.epagri.sc.gov.br/aspectos/menu_sc.htm, acessado em julho de 2008.
- CEPA^b. Malacocultura em http://cepa.epagri.sc.gov.br/aspectos/menu_sc.htm, acessado em julho de 2008.
- Comciencia. Aquicultura em <http://www.comciencia.br/especial/aquic/aquic01.htm>, acessado em março de 2008.
- Devismes, P. Packaging, manual de uso. México: Alfaomega, 1995.
- Frascara, J. Diseño Gráfico y comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1998.
- Gimeno, J. M. I. La gestión del diseño en la empresa. Espana: McGraw-Hill, 2000.
- Giovanetti, M. D. V. El mundo del envase. México: G G, 2000. p. 90.
- Lakatos, E. M.; Marconi, M. A Metodologia Científica. 5. ed. –São Paulo: Atlas, 2007.
- Manzini, E. Design para a inovação social e sustentabilidade. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- Manzini, E., Vezzoli, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo: EDUSP, 2008.
- Merino, E; Carvalho, L. R.; Merino, G. Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Embalagens uma proposta de sistematização orientativa. Revista D: design, educação, sociedade e sustentabilidade. Rio Grande do Sul, 2008.
- Mestriner, F. Design de Embalagem - Curso Avançado. São Paulo: Makron B. 2002.
- Mestriner, F. Design de Embalagem - Curso Básico. São Paulo: Makron B, 2001.
- Nascimento, L.F., Lemos, A. D., de Mello, M.C. Gestão socioambiental estratégica. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- PMF. Prefeitura Municipal de Florianópolis: pesquisa do setor da maricultura, em <http://inovando.fgvsp.br/conteudo/documentos/historias2003/historias%20de%20um%20brasil%20que%20funciona.pdf>, acessado em março de 2008.
- Strunck, Gilberto. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso. 2ª ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.
- Swann, A. Bases del diseño gráfico. Barcelona: Ediciones G. Gili, 1995.