



COLETA
SELETIVA

Nome: Eloiza Bueno Ventura

Matrícula: 11611DIT048

Orientador: Lucas Farinelli Pantaleão

Tema: Coleta Seletiva de Uberlândia: Re-design para uma campanha de conscientização da marca

2019-2

TCC

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

ELOIZA BUENO VENTURA

COLETA SELETIVA DE UBERLÂNDIA: RE-DESIGN PARA UMA CAMPANHA
ALTERNATIVA DE CONSCIENTIZAÇÃO DA MARCA

UBERLÂNDIA

2019

ELOIZA BUENO VENTURA

COLETA SELETIVA DE UBERLÂNDIA: RE-DESIGN PARA UMA CAMPANHA
ALTERNATIVA DE CONSCIENTIZAÇÃO DA MARCA

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Curso de Design como
requisito parcial para obtenção do grau
Bacharel em Design pela Universidade
Federal de Uberlândia.

Orientador: Lucas Farinelli Pantaleão

UBERLÂNDIA

2019

ELOIZA BUENO VENTURA

COLETA SELETIVA DE UBERLÂNDIA: RE-DESIGN PARA UMA CAMPANHA
ALTERNATIVA DE CONSCIENTIZAÇÃO DA MARCA

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Curso de Design como
requisito parcial para obtenção do grau
Bacharel em Design pela Universidade
Federal de Uberlândia.

Orientador: Lucas Farinelli Pantaleão

Banca de avaliação:

Prof. Lucas Farinelli Pantaleão (UFU)
Professor orientador/avaliador

Prof.^a. Cristiane Alcântara (UFU)
Professora avaliadora

Breno Teixeira
Profissional avaliador

UBERLÂNDIA
2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a meus pais por me darem a vida, os recursos e a educação necessária para que fosse possível concluir cada etapa da graduação com sucesso. Agradeço aos meus amigos, meu namorado e colegas de trabalho, que sempre estiveram presentes nos momentos difíceis e nos alegres, me ajudando a manter a calma e a confiar nas minhas capacidades. E por fim agradeço aos meus professores, que me guiaram e me ensinaram tudo que havia de mais importante durante esse processo, para que no futuro eu me torne uma profissional cada vez melhor.

RESUMO

O presente trabalho trata da criação de uma campanha de sustentabilidade urbana para a cidade de Uberlândia. Por meio de pesquisas focadas em descobrir os principais problemas relacionados a divulgação do atual programa de Coleta Seletiva da cidade, entendeu-se que era preciso realizar o re-design da marca utilizada atualmente, associado a criação de uma campanha de conscientização. Este trabalho tem o objetivo de informar e aproximar a população para o tema, além de incentivar uma participação mais ativa na coleta seletiva, na tentativa de reduzir os níveis de resíduos sólidos descartados de forma irregular. Utilizando ferramentas de design voltadas a aplicação do design gráfico sustentável, foram realizadas análises de similares, análise semântica da marca atual e pesquisas de materiais e métodos alternativos para a produção das peças de divulgação da campanha. A marca atualizada visa transmitir a ideia de revitalização e limpeza do ambiente urbano; usando formas fluidas, tipografia arredondada e cores que remetem ao tema, o logotipo se tornou mais compreensível ao olhar e contribui para uma identificação mais apropriada por parte da população. A campanha criada procura expressar suas informações de forma clara e acessível, permitindo que mais pessoas possam entender e se responsabilizar pela separação de seu lixo reciclável, contribuindo para ampliar a eficiência do programa.

Palavras chave: Sustentabilidade Urbana; Design Gráfico; Coleta Seletiva

ABSTRACT

The present work deals with the creation of an urban sustainability campaign for the city of Uberlândia. Through research focused on discovering the main problems related to the disclosure of the city's current Selective Collection program, it was understood that it was necessary to re-design the current brand, associated with the creation of an awareness campaign. This work aims to inform and bring the population closer to the theme, as well as encouraging a more active participation in selective collection, in an attempt to reduce the levels of solid waste disposed of irregularly. Using design tools aimed at the application of sustainable graphic design, similar analyzes were performed, semantic analysis of the current brand and research of materials and alternative methods for the production of advertising pieces of the campaign. The updated brand aims to convey the idea of revitalization and cleanliness of the urban environment; Using fluid shapes, rounded typography and colors that refer to the theme, the logo has become more understandable to the eye and contributes to a more appropriate identification by the population. The campaign created seeks to express your information in a clear and accessible way, allowing more people to understand and be responsible for the separation of their recyclable waste, contributing to increase the program's efficiency.

Keywords: Urban Sustainability; Graphic Design; Selective Collect

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS	10
1.1.1 OBJETIVO GERAL	10
1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.2 JUSTIFICATIVA	10
1.3 METODOLOGIA DE PROJETO	11
2. FUNDAMENTAÇÃO	12
2.1 SUSTENTABILIDADE	12
2.2 SUSTENTABILIDADE URBANA	13
2.3 COLETA SELETIVA	14
2.4 DESIGN GRÁFICO SUSTENTÁVEL	16
2.5 A CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DA COLETA SELETIVA EM UBERLÂNDIA	17
2.6 MATERIAIS E PROCESSOS ALTERNATIVOS PARA PRODUÇÃO DE CAMPANHAS GRÁFICAS SUSTENTÁVEIS	22
3. PROJETO	23
3.1 APLICAÇÃO DA METODOLOGIA	23
3.1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	24
3.1.2 COMPONENTES DO PROBLEMA	24
3.1.3 ANÁLISE SEMÂNTICA DA MARCA	24
3.1.4 <i>BRIEFING</i>	25
3.2 COLETA DE DADOS E ANÁLISE DE SIMILARES	26
3.3 CRIATIVIDADE	41
3.3.1 LINGUAGEM DE MARCA	43
3.3.2 PESQUISA DE MATERIAIS	46
3.4 MODELOS E MOCKUPS	47
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
5. REFERÊNCIAS	54
6. APÊNDICE	56



1. INTRODUÇÃO

Com a evolução e o crescimento da população brasileira, o aumento da produção de resíduos sólidos aumentou expressivamente; no entanto os programas de coleta, a manutenção e o monitoramento do destino desses resíduos não acompanhou esse crescimento, criando um grande problema de acúmulo de lixo devido ao descarte irregular em praticamente todo o território brasileiro.

Dentre diversos fatores, um dos principais motivos para os níveis de coleta de recicláveis no Brasil serem baixos é a falta de informação da população. Os programas não são bem divulgados e as pessoas não são informadas de forma clara e eficiente. Esse padrão se repete na cidade de Uberlândia-MG.

Os bairros mais periféricos da cidade são os mais afetados pelo acúmulo de lixo. Mesmo com a existência da coleta seletiva, que abrange 29 bairros, cabe-nos questionar: por que essas áreas ainda não participam ativamente do programa? Sabe-se que as áreas periféricas de grandes cidades são negligenciadas pelo poder público, que focaliza seus esforços nas áreas centrais dos municípios; isso faz com que boa parte da população não tenha acesso a informações essenciais para a manutenção da limpeza e qualidade do ambiente em que vivem.

O presente trabalho tem como objetivo discorrer sobre as necessidades de melhorias na divulgação de projetos de sustentabilidade urbana, modernizar a marca da Coleta Seletiva de Uberlândia e criar uma campanha de conscientização sobre o tema, de forma que um maior número de pessoas possa ter acesso a informação, criar empatia e vínculo com o cuidado do ambiente em que vive e contribuir para uma eficiência maior do programa de coleta.

A metodologia utilizada foi a proposta de Bruno Munari para o desenvolvimento de projetos de design. Também foram utilizadas ferramentas do *design thinking* como complemento para a geração de ideias e verificação de soluções.

A estrutura do trabalho consiste em 4 capítulos, onde no capítulo 1 é apresentado o tema, objetivos e justificativa do trabalho, bem como a metodologia utilizada. No segundo capítulo é feita coleta de dados em que o projeto está baseado, apresentando a fundamentação teórica sobre os assuntos dos quais o trabalho trata. No capítulo 3 é então apresentado o projeto de design em si, com o método aplicado e seus resultados. Por fim, no 4º capítulo, é apresentada a conclusão das ideias do trabalho.



1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Apresentar uma campanha de conscientização sobre sustentabilidade urbana capaz de redirecionar o atual programa de Coleta Seletiva da cidade de Uberlândia, a partir da aplicação de métodos e ferramentas do design gráfico sustentável.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Delimitar os conceitos de “Sustentabilidade” e “Sustentabilidade Urbana”;
- Entender as dificuldades e potencialidades da coleta seletiva de lixo no Brasil e na cidade de Uberlândia;
- Conceituar design gráfico sustentável;
- Analisar casos similares a fim de levantar ações de campanhas públicas de conscientização passíveis de serem aplicadas em Uberlândia;
- Identificar como é feita a divulgação do programa de Coleta Seletiva em Uberlândia;
- Descobrir materiais e processos alternativos para a produção de peças gráficas das campanhas em Uberlândia;

1.2 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho tem por motivação o fato de que o design sempre foi relacionado com produção, indústria, propaganda e consumo, porém com o passar dos anos surgiu a necessidade de repensar os motivos pelos quais se “faz design”. Conforme Brian Dougherty em seu livro *Design Gráfico Sustentável* (2011): “A sustentabilidade determinará nossa era”, ou seja, quem faz design precisa entender seu papel intrínseco nesse cenário e trabalhar para que existam soluções que contribuam para uma sociedade sustentável.

Nesse contexto, esta pesquisa propõe que com uma divulgação mais abrangente do programa de coleta seletiva da cidade de Uberlândia é possível aumentar a adesão ao programa e conseqüentemente sua eficiência, sem prejudicar ainda mais o ambiente urbano com produção desenfreada de lixo e uso inconsequente de recursos.



Um programa de coleta seletiva eficiente pode reduzir significativamente as quantidades de lixo descartados em aterros sanitários, contribuindo para a saúde do solo e a diminuição da poluição, além de gerar empregos e movimentar a economia local.

1.3 METODOLOGIA DE PROJETO

Trata de uma pesquisa qualitativa, que utiliza coleta de dados e realização de questionários direcionados ao público alvo com o objetivo de analisar e interpretar informações sobre o programa de coleta seletiva da cidade de Uberlândia. Fundamenta-se ainda em uma pesquisa bibliográfica, que utiliza a leitura e interpretação de textos para ampliar os conhecimentos e basear a produção do projeto gráfico.

Como metodologia de projeto foi utilizada a proposta de Bruno Munari, em seu livro *Das Coisas Nascem Coisas* (1981), juntamente com ferramentas do *design thinking*, conceituadas no livro *Intuição, ação, criação: graphic design thinking*, de Ellen Lupton (2011).

A metodologia de Bruno Munari é simples e objetiva, consiste em 12 etapas, partindo da definição do problema e seus componentes, seguindo para a coleta e análise de dados, a criatividade, pesquisa de materiais e experimentações, e terminando com a concepção de modelos e desenhos finais.

O *design thinking* é conhecido como um conjunto de ferramentas utilizadas nos processos para solucionar problemas e foi abordado no presente trabalho como complemento a metodologia principal. Ele também reúne etapas como definição do problema, geração de ideias e criação de formas, porém centrada no usuário. Algumas ferramentas do *design thinking* utilizadas neste trabalho foram o *brainstorming*, pesquisa visual, *briefing*, *brain dumping visual*, *mockups*, entre outras.



2. FUNDAMENTAÇÃO

2.1 Sustentabilidade

Tudo que se refere a “sustentabilidade” hoje em dia está, de certa forma, relacionado com “desenvolvimento”. Segundo Furtado, “no contexto econômico, desenvolvimento pressupõe o aumento do fluxo de renda real, isto é, o incremento na quantidade de bens e serviços produzidos por unidade de tempo à disposição de determinada demanda” (FURTADO, 1961. Apud. Silva, 2013).

As grandes revoluções ocorridas no mundo desde que as civilizações se formaram, e o constante aumento na produção de bens materiais drenam os recursos disponíveis no planeta. De modo que se tornou uma necessidade mundial a preocupação com as consequências dos impactos desse crescimento capitalista no meio ambiente. Assim, a sustentabilidade passou a ser um imperativo para que o desenvolvimento continue.

O conceito de “sustentabilidade”, segundo Boff (2017), existe desde o século XVI. O termo *Nachhaltigkeit* (sustentabilidade), criado na Alemanha em 1560, foi empregado para destacar a necessidade de repensar o manejo das florestas, que estavam se tornando escassas, devido às grandes expedições.

A palavra “sustentabilidade”, com significado mais próximo do que conhecemos hoje, só foi amplamente divulgada nos anos 1970, na Primeira Conferência Mundial Sobre o Homem e o Meio Ambiente, em Estocolmo, realizada pela ONU. Nessa conferência foi citado o significado clássico de “desenvolvimento sustentável”: “Aquele que atende as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem as suas necessidades e aspirações” (BOFF, 2017).

Em um sentido mais abrangente, “[...] a palavra ‘sustentável’ pode ser utilizada para qualquer ação que não degrade os sistemas que lhe servem de suporte, e por isso pode perdurar indefinidamente” (DOUGHERTY, 2011). Nesse sentido, entende-se que as bases que suportam as ações e o desenvolvimento das civilizações humanas são os recursos que o planeta produz. Portanto, se a humanidade extrai, em determinado período de tempo, uma quantidade maior de recursos do que a Terra é capaz de produzir nesse período, as ações realizadas são consideradas “não



sustentáveis” e, conseqüentemente, não levam ao desenvolvimento (DOUGHERTY, 2011).

2.2 Sustentabilidade Urbana

A partir dessa concepção sobre o que entendemos como “desenvolvimento”, se tornou impossível falar de sustentabilidade sem falar de “urbanização”. A urbanização, de modo geral “é um processo caracterizado pelo aumento da população urbana num ritmo mais acelerado que o da população rural” (LUCCI, BRANCO e MENDONÇA, 2016). Nesse processo, as cidades são obrigadas a expandir seu espaço físico e aumentar os investimentos em saneamento básico, mobilidade, coleta de resíduos, distribuição de água e energia, etc., porém isso nem sempre acontece no Brasil.

Algumas características pontuadas por Lucci, Branco e Mendonça (2016) acerca do processo de urbanização no Brasil são:

- “ - Foi marcado pela formação de algumas grandes cidades, que concentraram parcela significativa das riquezas e também da população, responsável por um processo de metropolização;
- Ocorreu com expressivo crescimento das atividades terciárias, incluindo as do setor formal e do setor informal da economia;
- Se deu em ritmo acelerado, principalmente entre as décadas de 1950 a 1990, e sem planejamento adequado;
- Apresenta padrão periférico de crescimento, com a formação de amplas manchas urbanas e a população de baixa renda sendo empurrada para áreas distantes do centro ” (LUCCI, BRANCO e MENDONÇA, 2016).

É importante salientar que não houve planejamento ou organização desses movimentos de urbanização nas cidades brasileiras, o que dificultou ainda mais a distribuição das necessidades básicas da população.

Até 2015, apenas 50,3% da população brasileira possuía acesso à coleta de esgoto, 83,3% possuía abastecimento de água e 42,7% tinha seu esgoto tratado. (VELASCO, 2017). Quanto a coleta seletiva de lixo, em 2016, apenas 15% da população do país tinha acesso a esse recurso, ou seja, cerca de 170 milhões de pessoas não dispunham de um local próprio para descarte, separação e coleta do seu lixo (CALIXTO, 2016).

Diante desses dados é possível entender que existe uma grande necessidade de planejamento urbano e políticas públicas relacionadas a coleta seletiva de lixo nas



idades, com foco na sustentabilidade, para que os recursos não sejam totalmente extraídos e o desenvolvimento possa acontecer.

Segundo Michelotto:

[...] uma cidade, para ser considerada sustentável sob o ponto de vista da sustentabilidade urbana, deve considerar dimensões ambiental, econômica e social, tanto de forma integrada, considerando a cidade no seu metabolismo urbano, como também de forma específica, pela dinâmica de bairros e regiões que compõem a cidade” (MICHELOTTO, 2014).

Pode-se entender então que “sustentabilidade urbana” está diretamente relacionada à criação e viabilização de projetos sustentáveis no meio urbano, atendendo às necessidades e estruturas particulares de cada cidade.

Alguns exemplos de iniciativas nesse sentido são a “Nova agenda para as cidades” organizada pelo CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável) e a “Campanha Urbana Mundial”, da ONU (Organização das Nações Unidas). Tratam-se de projetos que visam incentivar, conscientizar e aplicar práticas de desenvolvimento sustentável nas cidades tanto brasileiras, quanto no mundo todo.

2.3 Coleta Seletiva

Segundo o Ministério do Meio Ambiente, a coleta seletiva corresponde

[...] a coleta diferenciada de resíduos que foram previamente separados segundo a sua constituição ou composição. Ou seja, resíduos com características similares são selecionados pelo gerador (que pode ser o cidadão, uma empresa ou outra instituição) e disponibilizados para a coleta separadamente” (MMA, Acesso em 2019).

Hoje, formas mais utilizadas no Brasil são a coleta porta a porta e a coleta em Pontos de Entrega Voluntária (PEVs). A coleta porta a porta pode ser realizada por empresas especializadas em parceria com o serviço público ou por associações de catadores. Já os PEVs são pontos previamente estabelecidos pelo poder público em locais estratégicos, próximos a grandes aglomerados de residências (MMA, Acesso em 2019).

No Brasil, a primeira coleta seletiva documentada e planejada ocorreu em 1985, na cidade de Niterói-RJ. Lá, professor Emilio Eigenheer, que estudou por dois anos na Alemanha (país referência em coleta seletiva e reciclagem), e ao retornar para o



Brasil, mobilizou vizinhos e conhecidos para realizar a separação dos materiais em seu bairro. Em 2015, a cidade já coletava 565 toneladas de resíduos domiciliares e 200 toneladas de resíduos públicos (CEMPRE, 2015).

Até 2018, 1227 municípios brasileiros possuíam programas de coleta seletiva, ou seja, apenas 22% do total de cidades no país; e desses 1227, aproximadamente 87% são localizados nas regiões sul e sudeste. Esses dados informam que 83% de toda a população do Brasil não possui acesso à programas de coleta seletiva (CEMPRE, 2018).

Na cidade de Uberlândia, a coleta seletiva teve início no ano de 2011, nos bairros Santa Mônica e Segismundo Pereira. Tinha como objetivo conscientizar os moradores sobre a redução de lixo nas ruas e a reciclagem dos materiais, além de procurar incentivar a criação de associações e cooperativas de catadores. Hoje os serviços de coleta seletiva em Uberlândia atendem 29 bairros, além da zona rural (DMAE, 2019).

O programa de coleta seletiva da cidade conta com a coleta porta a porta. Além disso existem os Ecopontos (funcionam também como PEVs) em 13 bairros da cidade, que são locais destinados ao descarte voluntário de materiais como tijolos, concreto, argamassa, cerâmicas, podas de árvores, móveis, etc. cujo o objetivo é destinar esses resíduos a locais adequados e evitar o descarte irregular. (SMASU)

A prefeitura é responsável pela divulgação e gerenciamento do programa de coleta seletiva de Uberlândia. A empresa Limpebras Resíduos terceirizada realiza a coleta e passa os recicláveis para cooperativas de catadores, que separam os materiais e vendem para empresas de reciclagem.

De acordo com de Pires, Singh e Junior, apenas 40% das residências do município recebem a divulgação e orientações sobre a coleta, devido ao horário em que esse trabalho é feito (horário comercial) e ao fato de que, nesse horário, a maioria das casas está vazia (PIRES, SINGH e JUNIOR, 2019).

Um dos maiores problemas da coleta seletiva é a baixa quantidade de material recolhido. Isso se deve a alguns fatores principais: a baixa adesão dos moradores, a má eficiência da empresa terceirizada e/ou das cooperativas, e o desvio de material por parte de catadores não ligados a cooperativas ou ao descarte irregular em locais críticos (PIRES, SINGH e JUNIOR, 2019).

Nesse sentido, Pires Singh e Junior concluem:



“É possível inferir que uma baixa adesão da população redundará em baixa quantidade de material coletado, da mesma forma que ações pouco frequentes de conscientização da população para a participação no programa afetam sua adesão a este ” (PIRES, SINGH e JUNIOR, 2019).

2.4 Design Gráfico Sustentável

Grosso modo, o design gráfico sempre foi pensado e ensinado como um grande consumidor de materiais. O melhor papel, as melhores tintas resultam em melhores estéticas. Hoje, com o imperativo da sustentabilidade, os designers e as empresas precisam pensar em novas ideias e soluções para sustentar o desenvolvimento econômico. Pensar em sustentabilidade se tornou sinônimo de inovação, posicionamento estratégico e valorização das marcas e produtos. Por isso é essencial a mudança de pensamento metodológico e projetual do design gráfico para alcançar meios sustentáveis de comunicar.

De acordo com Manzini e Vezzoli (2005),

“O design para a sustentabilidade pode ser reconhecido como uma espécie de design estratégico, ou seja, o projeto de estratégias aplicadas pelas empresas que se impuseram seriamente à prospectiva da sustentabilidade ambiental” (MANZINI; VEZZOLI, 2005, Apud. Gilwan, Petrelli e Gonçalves, 2015). ”

Os objetivos do design gráfico podem ser pensados de diversas maneiras, porém conforme Dougherty (2011), há três meios de entender seu papel no contexto social: 1) o design como manipulador de materiais, 2) como criador de mensagens ou 3) como gerador de mudanças.

Quando se trata de materiais em relação ao trabalho do designer gráfico, o que primeiro se pensa é nos papéis, tintas e acabamentos que serão utilizados no produto final para que haja um “bom” resultado. Entretanto, do ponto de vista do design gráfico sustentável, pensar nos materiais significa primeiro pensar no destino final deles. Assim é possível entender todas as etapas de criação e execução de um projeto, priorizando um processo que seja sustentável do início ao fim.

Para Dougherty:



“O ‘design às avessas’ [...] é um processo polifásico de *brainstorm* [...], os designers ganham um conhecimento que permeia suas escolhas e permite evitar, de maneira criativa, as barreiras que poderiam impedir as soluções ecológicas de se estenderem ao sistema produtivo (*downstream*). ” (DOUGHERTY, 2011)

Um segundo aspecto do design, abordado por Dougherty consoante a sustentabilidade é o poder que o design gráfico tem de transmitir mensagens de forma efetiva e abrangente. Tendo conhecimento dessa capacidade, os designers podem trabalhar para que mensagens positivas sejam ditas e tenham impactos grandiosos no cotidiano da sociedade: “Os designers podem ajudar as empresas a se posicionarem como líderes em questões ambientais e sociais, o que, por sua vez, pode influenciar as operações de negócios nos anos seguintes” (DOUGHERTY, 2011).

Quanto à qualidade que o design gráfico possui enquanto de gerador de mudanças, o autor aponta para a inerente capacidade de modificar o modo como as pessoas pensam e agem. Utilizando o pensamento ecológico na escolha dos materiais e nas mensagens que serão transmitidas, o design gráfico pode contribuir para que a sociedade absorva mais conhecimento e para que as empresas se posicionem de forma mais sustentável, promovendo o desenvolvimento de maneira consistente (DOUGHERTY, 2011).

Segundo Gilwan, Petrelli e Gonçalves (2015),

“O design desenvolveu-se junto à sociedade industrial, desvinculado do entendimento das necessidades humanas básicas com o funcionamento dos ecossistemas naturais. Tanto os designers como os consumidores necessitam ter mais acesso às informações.

O design tem muitos conceitos, mas todos indicam que sua principal responsabilidade está em projetar para melhorar as condições humanas. ”

2.5 A campanha de divulgação da Coleta Seletiva em Uberlândia

Para observar e entender como é feita a divulgação do programa de coleta seletiva em Uberlândia, foi realizada uma visita ao Departamento Municipal de Água e Esgoto (DMAE), órgão responsável pela manutenção dos resíduos sólidos da cidade desde 2017.

A divulgação é planejada pelo setor de resíduos sólidos, onde é definido o que será feito e quais informações serão passadas para a população em determinadas peças



gráficas, e em seguida um relatório é enviado ao setor de comunicação do DMAE, para que os *layouts* sejam criados, e as peças sejam impressas e veiculadas. Os agentes da coleta seletiva realizam a divulgação porta a porta. Fazem palestras em escolas, empresas e órgãos públicos. Nos últimos meses o foco tem sido direcionado aos grandes geradores, como empresas e indústrias.

Registros fotográficos de ações de divulgação da coleta seletiva



Fonte: <https://www.facebook.com/DMAEUberlandia/>

Todos os custos da criação e produção das peças são de responsabilidade do DMAE. Existe um contrato com uma agência de publicidade, que produz peças mais complexas e de maior qualidade. No setor próprio de comunicação do DMAE há pessoas especializadas na criação das peças mais simples. A impressão das peças simples é realizada na própria sede do DMAE, em papel sulfite 75g/m². A impressão das peças complexas é de responsabilidade da agência contratada; não foram informados os materiais utilizados nesses casos.

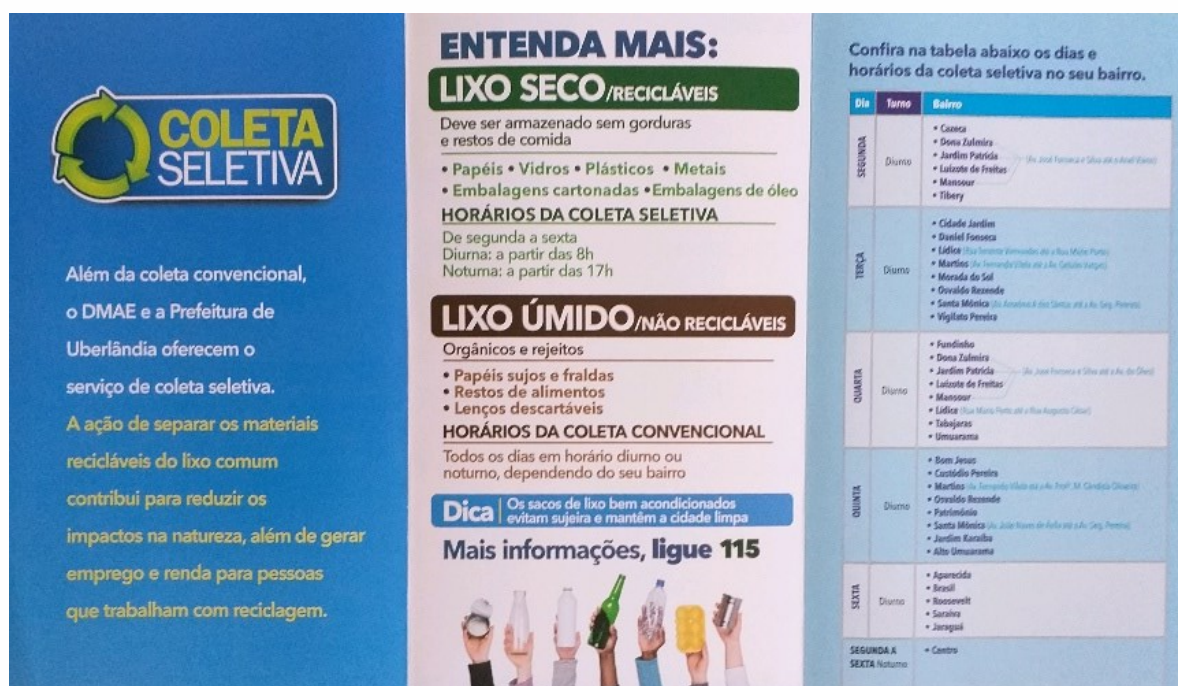


Cartilha informativa da Coleta Seletiva, em papel comum, frente



Fonte: Peça gráfica adquirida na sede do DMAE e digitalizada pela autora

Cartilha informativa da Coleta Seletiva, em papel comum, verso



Fonte: Peça gráfica adquirida na sede do DMAE e digitalizada pela autora



Cartilha informativa da Coleta Seletiva, em papel reciclado, frente

A COLETA SELETIVA

O Departamento Municipal de Água e Esgoto (DMAE) assumiu o gerenciamento da coleta de resíduos sólidos domiciliares e recicláveis em 2017. A medida obedece às exigências da Lei Federal nº 13.308/2016, que trata sobre o Plano Nacional de Saneamento Básico, unificando os serviços de tratamento e distribuição de água e esgoto, drenagem pluvial e coleta de resíduos sólidos.

A coleta seletiva em Uberlândia foi implantada em 2011 e é realizada porta a porta, disponibilizada para 29 bairros, abrangendo 45% da população.

Os materiais recicláveis são distribuídos para cinco associações e uma cooperativa de catadores, promovendo a inclusão social. Elas realizam os serviços de recepção, triagem, prensagem, enfardamento, armazenamento e comercialização. Uma empresa terceirizada recolhe os materiais e faz a entrega aos catadores.

SEPARAÇÃO CORRETA

Reciclável	Não-reciclável
Balde e bacia plástica	Adesivo e fotografia
Caixa de leite e suco	Cabo de panela
Caixa de papelão	Cerâmica e porcelana
Copo descartável	Clipes e grampo
Embalagem de arroz	Embalagem de café
Embalagem de extrato de tomate	Embalagem de pizza engordurada
Garrafa Pet	Espanja de aço
Isopor	Guardanapo de papel
Jornal e revista	Marmitta de isopor
Lata de alimento (milho, ervilha, milho)	Madeira
Lata de alumínio (refrigerante, cerveja)	Pacote de bolacha
Vidro*	Tecido

*Todo recipiente de vidro (garrafas, copos, espelhos, quadros, entre outros) é 100% reaproveitável. Sempre armazene objetos de vidro em recipientes como caixas de sapato ou caixas de leite vazias para evitar acidentes com os coletores.

ÓLEO DE COZINHA

O óleo de cozinha é reciclável e pode ser transformado em resina para tintas, sabão, detergente, ração para animais e biodiesel. Coloque o óleo usado em litros plásticos (como garrafas pet ou de produtos de limpeza) e vede bem. O produto pode ser entregue no Supermercado Pão de Açúcar, para o caminhão da Coleta Seletiva, nas cooperativas de reciclagem ou na Sede Administrativa do DMAE.

DECOMPOSIÇÃO

A reciclagem e o tratamento do lixo úmido (orgânico) são medidas viáveis para a preservação do meio ambiente. Confira o tempo de decomposição de alguns dos principais materiais recicláveis caso sejam descartados no lixo convencional e direcionados ao aterro sanitário.

	Indeterminado
Borracha	
Calçado e couro	40 a 50 anos
Chiclete	5 anos
Garrafa Pet	400 anos
Lata de alumínio	100 a 500 anos
Pilha e bateria	100 a 500 anos
Vidro	10 a 100 mil anos

Descarte

Separação

Úmido

Seco

Coleta Convencional

Coleta Seletiva

Aterro sanitário

Associações

Produção de energia (biogás)

Transformação em novos produtos

Fonte: Peça gráfica adquirida na sede do DMAE e digitalizada pela autora

Cartilha informativa da Coleta Seletiva, em papel reciclado, verso

CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

No trabalho de conscientização e educação ambiental são abordadas a inclusão social promovida pelo município e os "3 R's da Sustentabilidade" - Reduzir, Reutilizar e Reciclar. O objetivo é conscientizar sobre a importância social, ambiental e econômica de separar e destinar corretamente os recicláveis.

500 estabelecimentos visitados

Alcance de **5,8 mil** pessoas

Agosto a Dezembro de 2018

EMPREGO E RENDA

Em 2018 foram gerados **R\$ 753 mil** com a comercialização de **1,7 mil** toneladas de materiais recicláveis pelas associações e cooperativa parceiras, sendo R\$ 62.745,17 mensais, possibilitando uma renda média de **R\$ 975/mês** por catador. Esses valores geraram emprego e renda para **75** pessoas que trabalham nas associações.

EVOLUÇÃO DO PROGRAMA

Desde 2011 foram recolhidas **15 mil** toneladas de materiais recicláveis, média de 1,8 mil toneladas/ano. Em 2018 foram coletadas **2.159** toneladas, um aumento de 10% em relação a 2017, quando o volume foi de 1,9 mil toneladas.

Ano	Reciclável recolhido/toneladas
2016	167
2017	1.960
2018	2.159

Dicas de acondicionamento correto do material reciclável

- Restos de alimentos e sujeira impossibilitam a reciclagem, portanto lave bem as embalagens para evitar contaminação;
- Coloque todos os recicláveis no mesmo saco (não é preciso colocar em embalagens separadas);
- Leve o reciclável para a rua somente nos dias da Coleta Seletiva do seu bairro.

Saiba os dias e horários da coleta seletiva no seu bairro

Escanee o código QR ao lado ou acesse dmae.mg.gov.br

(34) 3228-7741 | 3233-4300 | 115

/DMAEUberlândia @dmaeuberlândia dmae.mg.gov.br

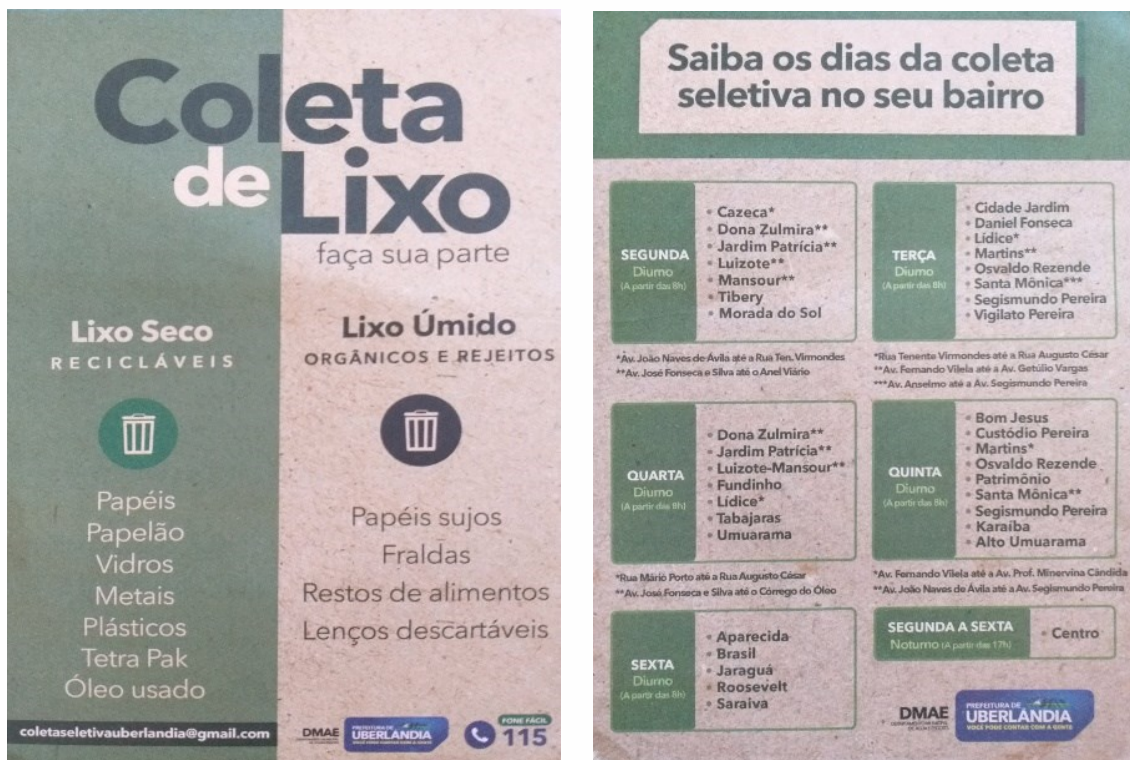
DMAE UBERLÂNDIA

COLETA SELETIVA

Fonte: Peça gráfica adquirida na sede do DMAE e digitalizada pela autora



Panfleto informativo da Coleta Seletiva, em papel reciclado, frente e verso



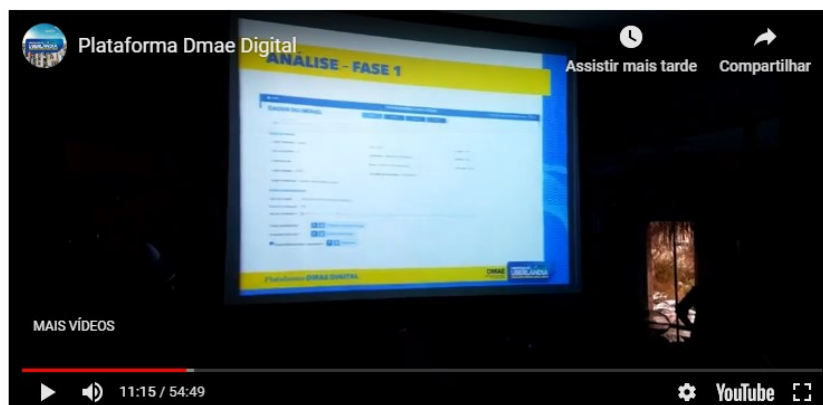
Fonte: Peça gráfica adquirida na sede do DMAE e digitalizada pela autora

Há ainda prospecções para estender a veiculação das comunicações por exemplo em plataformas *online*, como as redes sociais e o “DMAE Digital”. E, ainda, a possibilidade de criar um aplicativo especializado na divulgação de informações sobre a coleta seletiva.

Informativo sobre lançamento do DMAE Digital

Plataforma Dmae Digital

8 DE OUTUBRO DE 2019



O novo recurso facilitará ainda mais o acesso da população a inúmeros serviços prestados pelo Departamento Municipal de Água e Esgoto. Acompanhe ao vivo a solenidade de lançamento do serviço.

Fonte: DMAE



2.6 Materiais e processos alternativos para produção de campanhas gráficas sustentáveis

O design gráfico sempre foi um grande produtor de resíduos. Em seus processos são utilizados diversos materiais como papel, acabamentos de filmes plásticos, colas, tintas que contêm elementos tóxicos e/ou metais pesados, dentre outros elementos que podem contaminar ou prejudicar o meio ambiente de alguma forma.

Brian Dougherty (2011) alerta que trabalho dos “designers sustentáveis”, antes de criar qualquer tipo de projeto gráfico, é descobrir qual será o destino final da peça gráfica criada. Para o autor é necessário entender quais são os destinos disponíveis para o descarte das peças de design e projetá-las de forma que o usuário final as descarte da melhor maneira, diminuindo o impacto no meio ambiente. Após definir o melhor destino para as peças gráficas, o designer deve então definir quais materiais serão utilizados na produção destas.

Existe uma infinidade de materiais disponíveis para o uso da indústria gráfica, desde papéis simples, plásticos, metais e até tecidos. Cada peça gráfica exige um tipo de produção e acabamento diferente, como os papéis com laminado plástico, *hot stamping*, vernizes, etc. A maioria desses materiais é nociva ao meio ambiente ou gera muito resíduo.

Hoje existe uma grande variedade de materiais e processos alternativos e mais sustentáveis para o designer definir quais deles irá utilizar. Existem métodos de avaliação do grau de qualidade sustentável dos materiais, como demonstra Dougherty (2011):



Tabela de Sustentabilidade/Scorecard

TABELA DE SUSTENTABILIDADE/SCORECARD			
	FONTE	IMPACTOS DE ENERGIA	DESTINO
PREFERIDO +	Feito com recursos obtidos de forma sustentável e renováveis; sem toxicidade conhecida.	Feito com energia renovável; energia incorporada bastante moderada.	Totalmente reciclável; totalmente compostável; reutilizável.
CUIDADO !	Feito com fonte renovável convencional.	Feito com energia não renovável; baixa energia incorporada.	Compatível com a incineração.
EVITAR /	Feito com recurso não renovável; impactos tóxicos conhecidos.	Feito com energia não renovável; alta energia incorporada.	Requer aterro sanitário convencional ou para resíduos perigosos.
PAPEL			
	FONTE	ENERGIA	DESTINO
Fibra reciclada pós-consumo	+	+	+
Fibra reciclada pré-consumo	+	+	+
Fibra virgem certificada pelo FSC	+	+	+
Fibra virgem convencional	-	+	+
Fibra agrícola alternativa	+	+	+
Fibra de resíduos agrícolas	+	+	+
Papéis com laminados plásticos	-	+	-
Branqueamento TCF/PCF	+	+	+
Branqueamento ECF	+	+	+
Papel "de energia eólica"	+	+	+
PLÁSTICO			
	FONTE	ENERGIA	DESTINO
#1 PET	+	+	+
#2 HDPE	+	+	+
#3 PVC	-	+	-
#4 LDPE	+	+	+
#5 PP	+	+	+
#6 PS	-	+	-
#7 OUTROS PLÁSTICOS	-	+	-
Biopolímeros (não GMO)	+	+	+
Biopolímeros (GMO)	-	+	-

TABELA DE SUSTENTABILIDADE/SCORECARD			
Esta é uma versão resumida da Tabela de Sustentabilidade do Celery na época de publicação deste livro. Ela está incluída aqui para servir de referência e ponto de partida para avaliar que materiais e processos representam a melhor escolha em qualquer situação específica. Ela não tem o objetivo de ser um guia impositivo ou definitivo.			
TINTAS			
	FONTE	ENERGIA	DESTINO
Tintas à base de petróleo	-	+	+
Tintas de base vegetal	+	+	+
Pigmentos CMYK	+	+	+
Maioria dos pigmentos especiais (spot)	+	+	+
Tintas pigmentadas contendo metal	-	+	-
Pigmentos metálicos	-	+	-
Verniz	+	+	+
Revestimento aquoso	+	+	+
Tintas UV	+	+	+
Estampagem a quente	-	+	-
ENCADERNAÇÃO			
	FONTE	ENERGIA	DESTINO
Encadernação mecânica (com grampo a cavalo)	+	+	+
Encadernação mecânica (costura singer)	+	+	+
Encadernação sem costura (com adesivo PUR)	+	+	+
Encadernação sem costura (com adesivo hot melt de EVA)	+	+	+
Com cola de amido	+	+	+

Fonte: Design Gráfico Sustentável, Brian Dougherty (2011)

Com base nessa tabela é possível definir como será feito o trabalho de design gráfico e escolher os materiais que mais se encaixam às necessidades do projeto, de forma mais sustentável.

Em Uberlândia existem gráficas que trabalham de forma mais sustentável - como a Gráfica Côrtes, a Gráfica Mota e a Gráfica Edibrás - reduzindo o desperdício de papel, cuidando para que os materiais utilizados sejam recicláveis e/ou biodegradáveis, além de trabalhar com clientes que compartilhem dos mesmos princípios.

3. PROJETO

3.1 Aplicação da metodologia

De acordo com a metodologia proposta por Munari (1989), o primeiro passo para a realização de um projeto de design é a definição do problema e seus componentes.



Em seguida é preciso buscar soluções para cada um dos componentes, de forma que ao final do processo, o problema inicial seja completamente resolvido.

3.1.1 Definição do problema

Baseado na pesquisa de fundamentação teórica, o problema deste trabalho foi definido como:

Re-design da marca e suas aplicações possíveis em uma campanha de sustentabilidade urbana em Uberlândia, com o objetivo de conscientizar e educar a população sobre o programa de coleta seletiva local.

3.1.2 Componentes do problema

Os componentes do problema também foram definidos com base na pesquisa de fundamentação teórica:

- Analisar semanticamente a marca atual e pontuar suas características positivas e negativas;
- Criar um *briefing* da nova identidade visual;
- Fazer o re-design da marca e da identidade visual;
- Aplicar a marca em peças de comunicação visual para divulgação de modo que atinjam mais pessoas;
- Utilizar materiais sustentáveis na produção das peças gráficas;

3.1.3 Análise semântica da marca

Logotipo

O logo atual da coleta seletiva de Uberlândia é composto por tipografia e símbolo, agrupados por uma forma que os envolve como uma espécie de selo. O símbolo é composto por setas que aludem a tridimensionalidade e formam um círculo, representando a reciclagem. A tipografia é *sans serif* em caixa alta, onde a palavra “coleta” aparece em uma variação *bold* e a palavra “seletiva” em uma variação *light*.

Logotipo atual da Coleta Seletiva de Uberlândia





As cores utilizadas são o verde, o azul e o branco; notoriamente marcantes por suas associações com o meio ambiente. Há a aplicação de gradientes no centro da forma azul, nas setas verdes, e nas sombras ao redor do símbolo, o que sugere ao logo um aspecto tridimensional. Gradientes podem prejudicar a leitura do logo em aplicações impressas, uma vez que variações de tinta nem sempre são fiéis ao planejamento visual.

Trata-se de um logotipo antigo e bastante difundido na cidade, no entanto ele perdeu seu impacto devido a transmissão constante das mídias digitais. Um re-design baseado na atualização do logo e da identidade visual podem contribuir para que o impacto do programa de coleta seja amplificado.

Não há muitas postagens nas redes sociais da Coleta Seletiva. A forma de divulgação mais utilizada é a porta a porta, com o uso de panfletos e cartilhas informativas que são entregues aos cidadãos, cujo destino final dessas peças não é possível de ser identificado.

Com a atualização do logotipo e da identidade visual, será possível trabalhar de forma mais eficiente com as redes sociais e mídias *online*, permitindo que mais pessoas tenham acesso às informações do programa e diminuindo a quantidade de papel utilizado na divulgação.

3.1.4 Briefing

O *briefing* foi definido a partir das pesquisas prévias e da análise da marca atual. Com ele foi possível restringir as características necessárias para a nova marca e, conseqüentemente, procurar um resultado mais eficiente, além de assegurar que o projeto respeita o que foi previamente definido.

Briefing

Objetivo	O re-design da identidade da Coleta Seletiva de Uberlândia, com o objetivo de promover uma campanha de sustentabilidade urbana relacionada a conscientização e aproximação da população para o descarte e coleta regular de resíduos sólidos.
-----------------	--



Identidade Visual	Deve ser comunicativa, informativa, fluida, de fácil entendimento, simples, abrangente, acessível, criativa, com cores que remetem ao tema, bem como à cidade de Uberlândia, e que utiliza materiais sustentáveis nas aplicações.
Público Alvo	População de Uberlândia em geral, com foco nos pontos críticos onde há descarte irregular de resíduos (bairros periféricos).
Justificativa	Incentivar a população a voltar a atenção para a importância do descarte de resíduos na cidade. Promover a conscientização e a aproximação das pessoas para com o meio ambiente em que vivem. Buscar resultados e mudanças significativos.
Aplicações	Cartilha informativa, cartaz e adesivo para ônibus, peças para mídias sociais e caminhão de coleta.

3.2 Coleta de dados e análise de similares

A coleta e análise de dados é uma ferramenta essencial na fase inicial de um projeto de design. Foi realizada a coleta de informações sobre casos similares ao estudado e em seguida foi feita a interpretação e análise dessas informações, para utilizá-las como referencial na criação do projeto final.

Similar 1

Ficha técnica:

Nome: Aliança Pela Água

Autor (a): Não encontrado

Data: 2014 - presente

Localização: São Paulo - SP



De acordo com as informações colhidas no site oficial (<https://www.aliancapelaagua.com.br/#>) a Aliança pela Água é uma articulação da sociedade civil criada em outubro de 2014 para enfrentamento da crise hídrica em São Paulo e construção de uma “Nova Cultura de Cuidado com a Água” no Brasil. Composta por mais 60 organizações e movimentos das áreas de meio ambiente, direitos do consumidor, direitos humanos, educação, ativismo e inovação, a Aliança pela Água tornou-se importante referência para sociedade e imprensa nacional e internacional. Desde o início de 2016 a Aliança vem promovendo o debate sobre lições aprendidas e sobre os desafios para construir uma nova forma de lidar com a água” (ALIANÇA PELA ÁGUA, 2014).

Esse projeto criou algumas campanhas para o monitoramento das políticas públicas em relação ao uso da água na cidade de São Paulo. Uma dessas campanhas foi a “#TáFaltandoÁgua”, que propunha dar visibilidade para a falta de água na cidade; criada entre setembro e outubro de 2015, ela divulgou um aplicativo que possibilitava que as pessoas registrassem a falta d’água em suas casas, locais de trabalho e escolas (ALIANÇA PELA ÁGUA, 2014).

Outra campanha organizada pela Aliança foi a “#CadêMeuBônus Sabesp? ”, criada entre abril e maio de 2016 com o objetivo de chamar a população e gerar engajamento contra a revogação do Programa de Bônus e da Tarifa de Contingência da Sabesp (ALIANÇA PELA ÁGUA, 2014).

Logotipo Aliança Pela Água - principal



Fonte: <https://www.aliancapelaagua.com.br/>



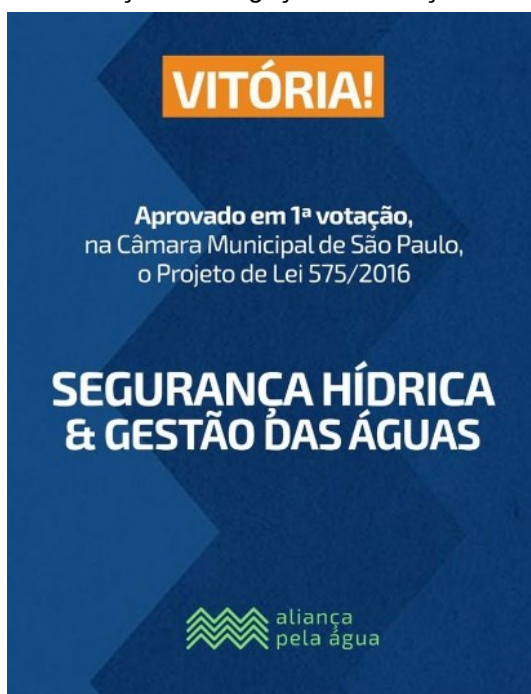
Logotipo Aliança Pela Água – variação horizontal em preto



Fonte: <http://www.idsbrasil.org/iniciativa/11/>

O logo é composto por símbolo + tipografia e possui uma versão vertical e uma variação horizontal. É aplicado quase sempre na cor verde, porém admite variações em preto ou branco. A tipografia do logo é fina e sem serifa, com formas arredondadas, ideal para aplicação na internet. Todas as letras do logo estão em caixa baixa, o que proporciona uma unidade mais coesa. O símbolo é composto por linhas aludem a ondas geometrizadas, com os cantos dos contornos arredondados. O símbolo é simétrico e aparece alinhado à esquerda da tipografia.

Peça de divulgação da Aliança



Fonte: <https://www.nossasaopaulo.org.br/>



Peça de divulgação da campanha #TáFaltandoÁgua



Fonte: <https://www.sosma.org.br/>

A identidade visual é marcada por diversos tons de azul como cor adicional às peças criadas. A cor branca está quase sempre presente nas mensagens verbais e a cor laranja utilizada em detalhes pontuais.

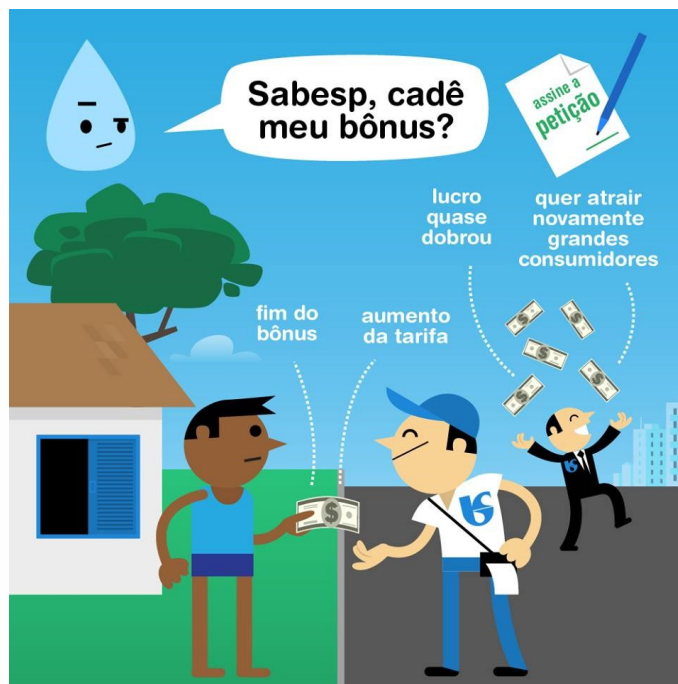
Post de rede social da campanha “#CadêMeuBônus Sabesp?”



Fonte: <https://www.facebook.com/aguasualinda/>



Post de rede social da campanha “#CadêMeuBônus Sabesp?”



Fonte: <https://www.facebook.com/aguasualinda/>

Ícones utilizados no site da Aliança



Cuidar

Recuperação e proteção das fontes de água, em áreas rurais e urbanas



Reduzir

Redução de desperdício, como as perdas nas redes de abastecimento de água; e do consumo de água.



Tratar e reutilizar

Tratamento e reutilização dos efluentes urbanos e rurais, sempre que possível;



Estimular a transição

Políticas públicas e incentivos econômicos para garantir a transição, como outorgas de uso e tarifas de serviços de saneamento.



Transparência

Acesso à informação qualificada e acessível, transparência e controle social;

Fonte: <https://www.aliancapelaagua.com.br/>

A campanha utiliza ilustrações em diversas aplicações, o que reforça a atenção gerando empatia do público, principalmente infantil. Em diversas aplicações são utilizados ícones informativos que facilitam o entendimento do texto que está sendo exposto.

Verifica-se também o uso de gráficos e tabelas associados as ilustrações (infográficos), para explicar de forma didática, simples e eficiente as informações



mais complexas da campanha. Juntamente a isso, a linguagem verbal é simples e popular, o que provoca uma identificação com o público e, conseqüentemente um maior engajamento.

Em relação as peças produzidas, foram encontradas apenas peças feitas para a internet, como *posts* de redes sociais, cartilhas informativas para sites, vídeos e apresentações de *slides* em palestras. No que tange aos materiais utilizados, foi encontrado apenas material *online* (digital).

O site da Aliança pela Água divulgou alguns resultados de suas campanhas principais, a “#TáFaltandoÁgua” e “#CadêMeuBônus Sabesp?”.

Os resultados da campanha “#TáFaltandoÁgua” registrados de 10/09/2015 a 26/10/2015 foram:

Resultados da campanha “#TáFaltandoÁgua”

- Total de notificações: 10.593 (235 notificações/dia)
- Notificações em locais distintos: 8.791 (195 novos locais/dia)
- UFs com maior ocorrência de notificações: SP; RJ; MG; PE; CE; RN; BA; PB; MA
- No Rio de Janeiro, os municípios com maior quantidade de ocorrências fazem parte da Região Metropolitana: Rio de Janeiro; Duque de Caxias; São Gonçalo; Nova Iguaçu; Niterói
- Em Minas Gerais, os municípios com maior quantidade de ocorrências são: Belo Horizonte, Caratinga, Uberlândia, Montes Claros, Brasília de Minas

Fonte: <https://www.aliancapelaagua.com.br/>

Já os resultados registrados na campanha “#CadêMeuBônus Sabesp?” entre abril e maio de 2016 foram:

Resultados da campanha “#CadêMeuBônus Sabesp?”

Ao todo, foram **09 conteúdos** foram publicados, que conseguiram:

ATINGIR 191.271 PESSOAS	MOVIMENTAR 4.820 mil PESSOAS	TRAZER +277 NOVOS SEGUIDORES	CONTRIBUIR PARA 1130 ASSINATURAS
--------------------------------------	---	---	---

2.118 reações, **1.777** shares, **93** comentários e **832** cliques nos links do Facebook.

Fonte: <https://www.aliancapelaagua.com.br/>

Similar 2

Ficha técnica:



Nome: Pimp My Carroça

Autor (a): Não encontrado

Data: 2007 - presente

Localização: Inicialmente São Paulo – SP, hoje abrange diferentes estados e países.

De acordo com informações colhidas no site oficial (<http://pimpmycarroca.com/>), “PIMP MY CARROÇA é um movimento que luta para tirar os catadores de materiais recicláveis da invisibilidade, promover a sua autoestima e sensibilizar a sociedade para a causa em questão, com ações criativas que utilizam o *graffiti* para conscientizar, engajar e transformar” (PIMP MY CARROÇA, 2012).

O projeto realizou algumas ações chamadas “Ações Artivistas”, práticas de baixo custo que tinham o intuito de, além de trazer visibilidade aos catadores, usar a criatividade e a arte para causar impacto no cotidiano da cidade.

Uma dessas ações foi a #SóLatinha, realizada em abril de 2016, que visava reforçar a importância do trabalho dos catadores (principais responsáveis pela coleta desse material), e garantir a segurança no momento da coleta. Foram instaladas cestas de lixo exclusivas para latas de alumínio, com o objetivo de facilitar a coleta pelos catadores e afirmar a importância da separação e descarte adequado dos materiais (PIMP MY CARROÇA, 2012).

Outra ação realizada pelo Pimp My Carroça foi a #Reciclovía, que criticava a não inclusão dos catadores e suas carroças na permissão para circulação nas ciclovias de São Paulo no decreto 55.790/14. Por meio de estêncis e tinta *spray*, foram pintados nas ciclovias ícones de carroças com a *hashtag* #Reciclovía, provocando assim a reflexão e o impacto desejado, com um baixo orçamento (PIMP MY CARROÇA, 2012).

Logo do projeto Pimp My Carroça



Fonte: <http://pimpmycarroca.com/>



Aplicação de símbolo na ciclovia



Fonte: <https://zupi.pixelshow.co/reciclovias-ciclovias-de-sao-paulo-amanhecem-com-intervencoes-do-pimp-my-carroca/>

O logo é formado por tipografia e grafismos. Representa uma imagem vetorizada de um catador e uma carroça com o símbolo de “reciclável” na roda.

São utilizadas duas tipografias estilizadas para compor o logo, ambas com aparência informal, remetendo a um *graffiti*. A tipografia da palavra “Pimp” é arredondada, enquanto tipografia da palavra “carroça” apresenta um traço manual, remetendo ao trabalho dos catadores, feito à mão. Essas duas tipografias são praticamente exclusivas do logo, utilizadas apenas em alguns detalhes de aplicações.

Ao fundo existem manchas de tinta, também caracterizando o *graffiti* e a arte de rua. As cores utilizadas são o verde, o preto e o branco, mas também existe uma versão onde o verde é substituído pelo roxo.

Peça de divulgação do projeto



UFA, E QUE ANO!

2015 chegou de fininho e, em um piscar de olhos já estava a milhão, levando o movimento Pimp My Carroça para cidades que nem imaginávamos e contagiando ainda mais pessoas espalhadas por esse mundão!

O desbravamento territorial já foi logo de cara e em terras nordestinas, com o **Pimpex do Sebastião**, famoso catador que fundou uma escola em Olinda com a receita oriunda da coleta de recicláveis, que teve sua carroça e sua escola pimpada pela nossa equipe!

Fonte: <http://pimpmycarroca.com/>

Peça de divulgação do projeto



Fonte: <https://www.instagram.com/pimpmycarroca/>

Peça de divulgação do projeto



Fonte: <https://www.instagram.com/pimpmycarroca/>

Foto de divulgação do projeto



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/pimpmycarroca/>



Peças de divulgação do projeto



Fonte: <https://www.instagram.com/pimpmycarroca/>

A marca usa o registro dos trabalhos realizados como principal forma de divulgação. Os grafites nas imagens chamam atenção por suas cores e formas, provocando empatia, além de reflexão. A linguagem verbal é simples e popular, focalizando um público urbano, incentivando o voluntariado. Por não haver um padrão rígido nas criações, visa demonstrar a importância da diversidade se posicionando politicamente de forma direta e indireta.

Em relação às peças produzidas, incluem *posts* de redes sociais, cartilhas informativas *online*, conteúdo do site, estêncis para aplicação nos locais das ações, pinturas de artistas locais e reformas das carroças dos catadores, camisetas e capas de chuva personalizadas, crachás de identificação dos catadores, etc. No que tange aos materiais utilizados, tintas de diversos tipos (*spray*, acrílica...), papel, camisetas sem estampa, materiais reutilizados e/ou reciclados como metal e madeira.

Alguns resultados divulgados no site do projeto desde seu início:

Resultados do projeto Pimp My Carroça



Fonte: <http://pimpmycarroca.com/>



Similar 3

Ficha técnica:

Nome: Programa Cidades Sustentáveis

Autor (a): Estúdio Margem

Data: 2012 - presente

Localização: Projeto Nacional

De acordo com informações colhidas no site oficial (<https://www.cidadessustentaveis.org.br/>) “O Programa Cidades Sustentáveis (PCS) é uma agenda de sustentabilidade urbana que incorpora as dimensões social, ambiental, econômica, política e cultural no planejamento municipal. Desde 2012, o PCS atua na sensibilização e mobilização de governos locais para a implementação de políticas públicas estruturantes, que contribuam para o enfrentamento da desigualdade social e para a construção de cidades mais justas e sustentáveis. Estruturado em 12 eixos temáticos, alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), das Nações Unidas, o programa oferece ferramentas e metodologias de apoio à gestão pública e ao planejamento urbano integrado, além de mecanismos de controle social e estímulo à participação cidadã” (PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS, 2019).

Logotipo Programa Cidades Sustentáveis – principal e versão vertical



Fonte: <https://www.cidadessustentaveis.org.br/>

O logo é formado por símbolo + tipografia e possui, além da versão horizontal, uma variação vertical. É sempre aplicado nas cores verde, preto e branco.

A tipografia é simples e sem serifa, própria para aplicação na *WEB*. As letras iniciais de cada palavra do logo estão em caixa alta, reforçando a sigla do programa. O símbolo é composto por linhas e pontos que se interconectam, alinhando acima com a tipografia.



Aplicação da Identidade Visual do programa



Fonte: <https://www.cidadessustentaveis.org.br/>

Identidade visual exclusiva de projeto



Fonte: <https://www.facebook.com/programacidadessustentaveis/>

Aplicação da Identidade Visual do programa



Fonte: <https://www.instagram.com/programacidadessustentaveis/>



Cada projeto realizado pelo programa possui uma comunicação visual própria, como o uso de grafismos diferentes, ilustrações, etc. A marca mantém uma identidade simples, o que passa uma imagem mais séria. Por se tratar de uma campanha nova (lançada em 09/09/2019 nas redes sociais), ainda não existem muitas aplicações e peças criadas. Foram encontradas apenas peças de divulgação *online*, como *posts* para redes sociais, vídeos de divulgação de projetos e a identidade do site. Quanto aos materiais, foi encontrado apenas material *online* (mídias digitais). Não foram encontrados resultados divulgados nas mídias sociais do programa.

Conclusão da análise de similares

Ao observar as diferentes formas de programação visual direcionadas para campanhas sociais, pode-se perceber que a simplicidade e a facilidade de compreensão são essenciais para uma marca de alcance público. As cores devem ser chamativas, porém equilibradas para não provocar desconforto no observador. As tipografias devem ser simples e de fácil leitura, tanto em títulos e textos curtos, como em textos longos. As formas podem ser abstratas, mas sempre se relacionam simbolicamente com a mensagem da campanha ou do projeto.

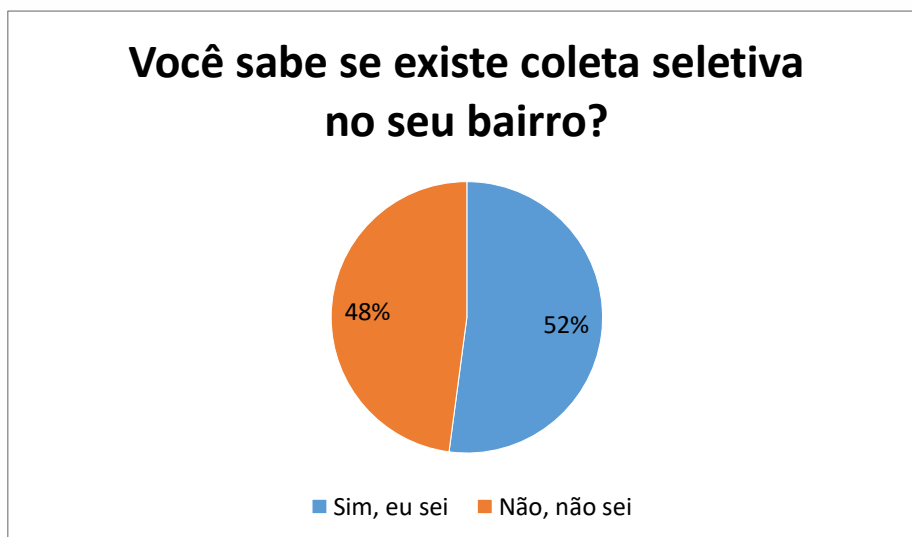
Com base nessa análise, reunimos um conjunto de referências a respeito de como pode ser criada e aplicada uma campanha sobre sustentabilidade em uma cidade de médio porte como Uberlândia.

Questionário

Foi realizada uma pesquisa através de questionário (vide capítulo 6: Apêndice) divulgado nas redes sociais para tentar mensurar a eficiência da divulgação do programa de coleta seletiva na cidade. A compilação desses dados foi sintetizada nos gráficos a seguir:

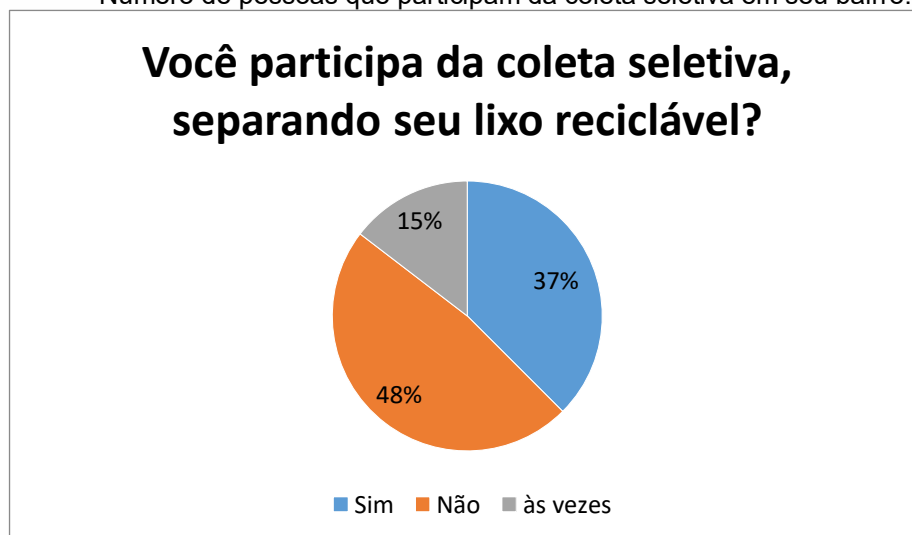


Número de pessoas que sabem da existência da coleta seletiva em seu bairro.



Fonte: Questionário do Google, realizado pela autora.

Número de pessoas que participam da coleta seletiva em seu bairro.

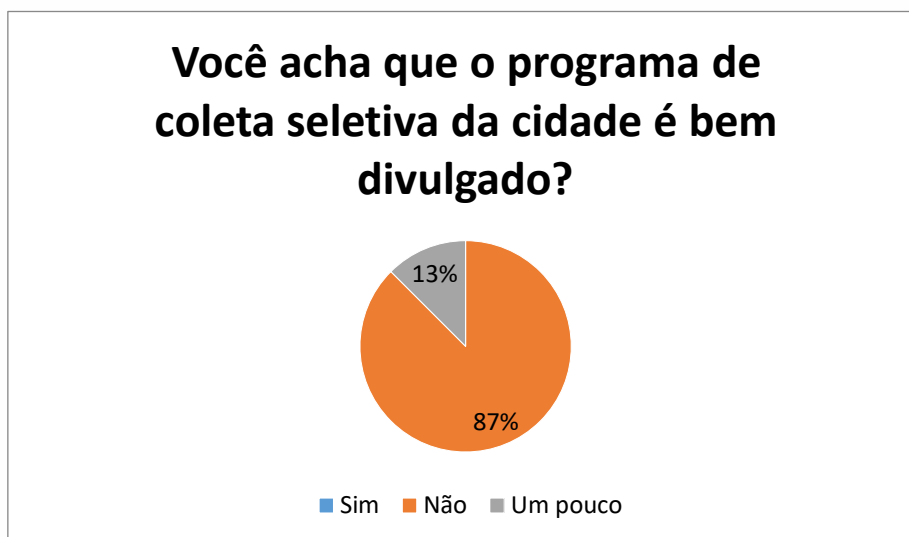


Fonte: Questionário do Google, realizado pela autora.

Foram coletadas 48 respostas, e dessas, 47,9% não sabiam se havia coleta seletiva em seu bairro. A mesma porcentagem se deu para as pessoas que nunca participam da coleta (separando e disponibilizando seus materiais recicláveis em pontos de coleta), 14,6% disseram que participam “às vezes”.



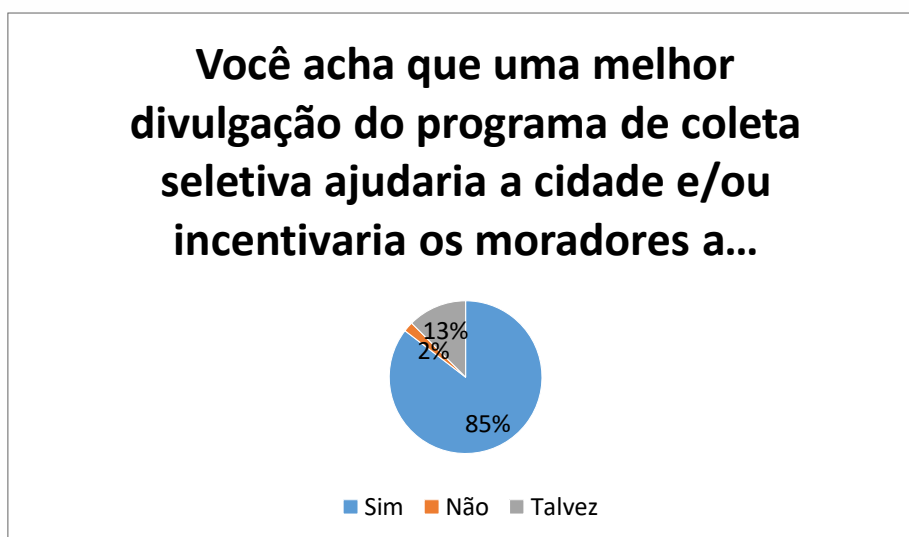
Número de pessoas que acreditam que a coleta seletiva é bem divulgada.



Fonte: Questionário do Google, realizado pela autora.

Quanto a qualidade da divulgação do programa (em mídias sociais, folhetos, cartazes, etc.), 87,5% das pessoas consideraram que ela não é boa e 12,5% consideraram “um pouco” boa. Não houve nenhum voto considerando uma boa divulgação.

Número de pessoas que acreditam que a uma melhor divulgação ajudaria na eficiência do programa de coleta seletiva.



Fonte: Questionário do Google, realizado pela autora.

Cerca de 85,4% das respostas considera que uma melhor divulgação do programa iria incentivar os moradores a separar os materiais recicláveis e a participar da coleta; 12,5% consideraram que “talvez” uma melhor divulgação ajudaria na eficiência do programa e 2,1% disseram que “não” ajudaria.



Esses dados demonstram que com uma melhor gestão e monitoramento do programa por parte da prefeitura, juntamente com uma campanha ativa de divulgação e conscientização da população, é possível tornar o programa de coleta seletiva de Uberlândia muito mais eficiente do que é hoje.

3.3 Criatividade

Nessa fase do projeto se inicia a criação de soluções para os problemas encontrados de forma concreta. Para isso é necessário gerar ideias a partir de ferramentas de design conhecidas e apropriadas. Para dar início a construção do novo logotipo e da identidade visual da marca foram utilizadas as ferramentas de design *moodboard*, *brain dumping visual* e estudo de cores.

Moodboard



Fonte: A autora

O *moodboard* (ou “painel semântico”) foi construído a partir de imagens que se relacionam com o tema do trabalho, possibilitando entender as soluções mais funcionais encontradas em projetos semelhantes.

Com um *moodboard* definido foi possível obter ideias mais concretas e iniciar a criação dos primeiros esboços da marca. O *brain dumping visual* (LUPTON, 2011) foi uma ferramenta utilizada para gerar ideias de forma livre e rápida. Em um curto período de tempo foi feito o rascunho do máximo de ideias possível, tornando assim o trabalho mais diversificado. A partir dessa ferramenta, foi possível selecionar as melhores ideias e assim dar início aos primeiros esboços para o logotipo final.

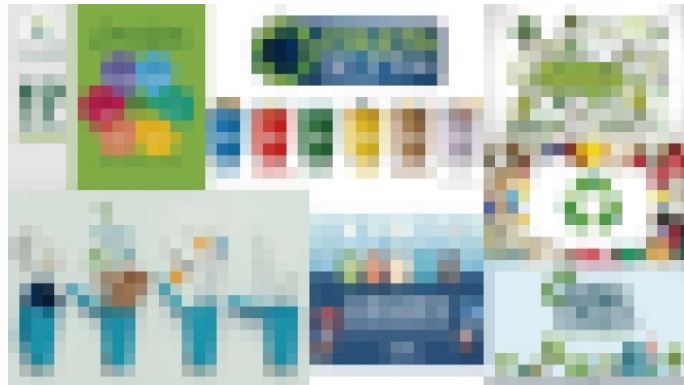
[illegible][illegible]

Já no início dos esboços foi possível perceber que a relação com a natureza é bastante presente, portanto a cor verde foi utilizada para evidenciar esse elemento. A ideia inicial era criar um símbolo que fizesse com que a população se conectasse com a marca, trazendo familiaridade, fluidez e juventude.



A partir do *moodboard* foram encontradas as cores que mais predominam em peças gráficas desse tipo. Como o verde e o azul - duas cores predominantes também na antiga marca da coleta de Uberlândia e na bandeira da cidade -, são as cores que mais se destacam, o recomendado seria continuar utilizando-as afim de não prejudicar a transição da marca, para que não se perca totalmente a identidade com que a população local está familiarizada.

Estudo inicial das cores



Fonte: A autora

3.3.1 Linguagem de marca

Nessa etapa é iniciada a criação de formas. A ferramenta “Linguagem de Marca” é necessária para que seja feita a construção sistemática da comunicação que será passada para o usuário final. Primeiramente foram definidos o público alvo e o tipo de linguagem que deverá ser utilizada (ver *briefing*, item 3.1.4). Após a coleta de dados e os primeiros estudos da marca foi possível criar uma hierarquia de elementos e regras de uso, permitindo ou não a flexibilidade nas aplicações gráficas finais. Por fim foi definida a família da marca, que contém seus símbolos, tipografias, cores e *mockups* inseridos em um manual de identidade visual para sua utilização.

Construção do símbolo

A criação do símbolo se deu a partir do logotipo antigo. Manteve-se o grafismo comumente conhecido da reciclagem (três setas contínuas), formando um círculo. Cada elemento tem seu significado próprio: sendo as setas a representação do ciclo da reciclagem e a cidade de Uberlândia, e as folhas representando o cuidado com a natureza que a reciclagem proporciona.



Construção do símbolo



Fonte: A autora

Definição da tipografia

A tipografia principal foi escolhida a partir do conceito de fluidez que o símbolo transmite com sua forma circular e detalhes arredondados. A fonte “*Quicksand*” é *sans serif*, que possui variações *light* e *bold*, com suas extremidades arredondadas, seguindo a identidade do símbolo.

Definição da tipografia principal

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

COLETA
SELETIVA

Fonte: A autora

Foi escolhida como tipografia secundária a família “*Axiforma*”, também *sans serif*, que possui maior variedade de estilos, podendo ser aplicada em inúmeros tipos de mídia para ser utilizada como auxílio à tipografia principal.



Definição da tipografia secundária

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Fonte: A autora

Definição das cores

As cores foram definidas seguindo o conceito de representação da natureza, fluidez e reciclagem. O azul também faz referência à bandeira de Uberlândia. São cores que permitem aplicações em fundos claros e escuros mantendo a legibilidade. Além disso, são chamativas e, aplicadas ao logo, passam uma ideia de juventude e atualidade, conforme foi definido no *briefing*.

Essa escolha de cores possibilita que os usuários, já acostumados com a marca anterior, percebam a atualização e se identifiquem com a nova marca de modo intuitivo.

Definição da paleta de cores com referência à bandeira de Uberlândia



Fonte: A autora

Logotipo final

O logotipo finalizado apresenta o símbolo, composto pelos elementos “setas, folhas e círculo” + a tipografia. Juntos transmitem a ideia de fluidez que o processo de reciclagem encena, com seus cantos arredondados, que representam o ciclo natural das coisas, aludindo para a importância de cuidar do meio em que se vive.



Logotipo antigo da Coleta Seletiva de Uberlândia



Fonte: <https://www.facebook.com/Coleta-Seletiva-Uberl%C3%A2ndia-946124542064564/>

Logotipo atualizado final



Fonte: A autora

3.3.2 Pesquisa de materiais

A pesquisa de materiais é uma seleção dos materiais ideais ou mais próximos do ideal para a produção das peças de comunicação da marca.

Os materiais recomendados para as peças de comunicação da Coleta Seletiva são os papéis reciclados e biodegradáveis, que favorecem o descarte correto, direcionado a reciclagem e reaproveitamento.

Para os impressos o ideal é o papel reciclado de gramatura 90g/m², com uso de tintas com baixa toxicidade e baixos níveis de metais pesados, como a tinta *Cromos*. Para os adesivos recomenda-se a produção com materiais com maior porcentagem de material reciclável em sua composição.



3.4 Modelos e mockups

Algumas peças gráficas de divulgação foram criadas, com o objetivo de melhorar a comunicação da campanha de coleta seletiva existente e aumentar a visibilidade desse programa.

Cartilha explicativa, frente

Horários de coleta

Dia	Horário	Bairro
Segunda	A partir das 8h	→ Cazeca → Dona Zulmira → Jardim Patricia → Luizote de Freitas → Mansour → Tibery
Terça	A partir das 8h	→ Cidade Jardim → Daniel Fonseca → Lidice → Martins → Morada do Sol → Osvaldo Rezende → Santa Mônica → Vigilato Pereira
Quarta	A partir das 8h	→ Fundinho → Dona Zulmira → Jardim Patricia → Luizote de Freitas → Mansour → Lidice → Tabajaras → Umuarama
Quinta	A partir das 8h	→ Bom Jesus → Custódio Pereira → Martins → Osvaldo Resende → Patrimônio → Santa Mônica → Jardim Karaliba → Alto Umuarama
Sexta	A partir das 8h	→ Aparecida → Brasil → Roosevelt → Saraiva → Jaraguá

De segunda a sexta a partir das 17h: Centro

NÃO SOMOS LIXO

COLETA SELETIVA DMAE UBERLANDIA

Fonte: A autora



Cartilha explicativa, verso

Reciclar é uma questão de hábito



Você separa o material em sua casa;



Nós recolhemos o que é reciclável;



Perassamos para empresas de reciclagem;



Os materiais retornam para a indústria;



E se tornam novos produtos, mais sustentáveis.

Os 3 passos para a reciclagem ideal:

Separar o material reciclável

SECO/recicláveis

- Papéis •Vidros •Plásticos
- Metais •Embalagens

ÚMIDO/não recicláveis

- Restos de comida •Rejeitos
- Fraldas •Lenços usados

Lavar levemente o material

Encaminhar o material para a coleta seletiva

Você sabia?

Reciclar uma tonelada de plástico economiza 7,5 mil litros de gasolina.



Ei! Não se esqueça de me reciclar também!



Fonte: A autora

A cartilha explicativa foi criada com o intuito de educar e informar a população sobre a importância da reciclagem na vida cotidiana. Utilizando as cores e os grafismos da marca para chamar a atenção, ela apresenta uma linguagem acessível e informações claras, possibilitando maior entendimento pelo público.



Aplicação realista da cartilha explicativa



Fonte: A autora

Para atender um público maior e assim promover a informação sobre como é realizada a coleta e qual o papel da população na manutenção da limpeza da cidade, foram criados também alguns modelos de *posts* para as redes sociais do programa. Esse meio de divulgação é uma solução encontrada para melhorar a abrangência da campanha, atingindo as pessoas não apenas dentro de suas casas – na divulgação porta a porta – como também em qualquer horário e local onde a internet possa ser acessada.

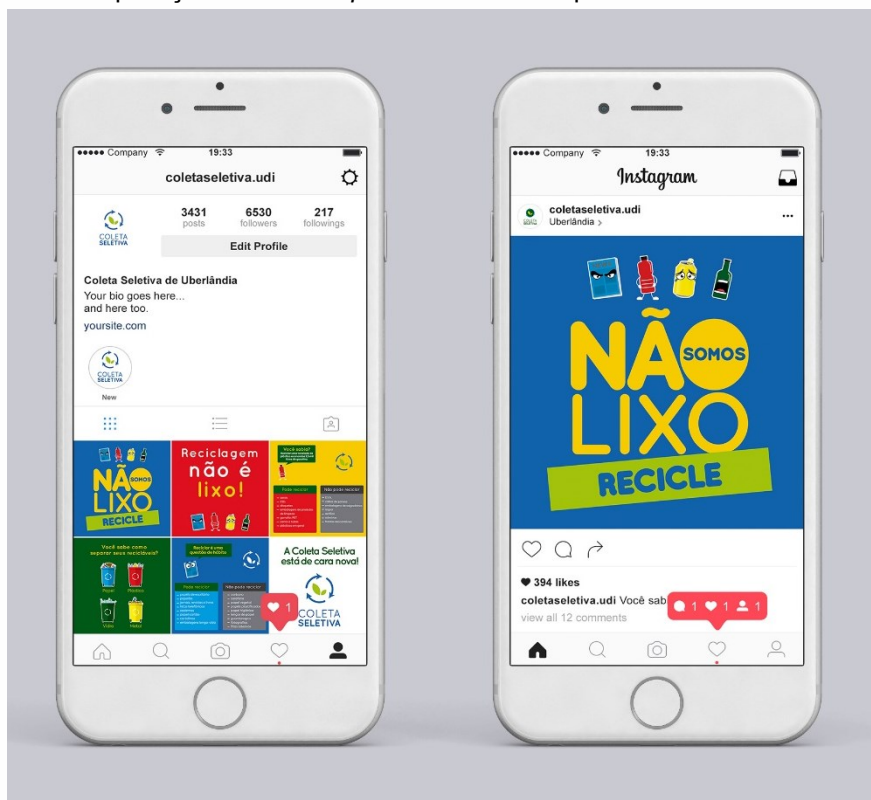
Modelos de *posts* informativos para redes sociais



Fonte: A autora



Aplicação realista de posts informativos para redes sociais



Fonte: A autora

Foi feito também um cartaz simples em tamanho A3 (29,7 x 42cm) para chamar atenção da população em locais públicos e de grande movimento de pessoas, bem como dentro dos ônibus circulares da cidade.

Aplicação realista do cartaz



Fonte: A autora



Por fim, algumas peças adicionais foram criadas, para demonstrar as possibilidades da marca e sua comunicação.

Aplicação da campanha em camisetas



Fonte: A autora

Adesivos padrão para lixeiras



Fonte: A autora



Adesivos padrão para lixeiras



Fonte: A autora

Aplicação de adesivo no caminhão de coleta



Fonte: A autora



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho discorreu sobre os problemas acerca da divulgação do programa de coleta seletiva da cidade de Uberlândia - MG. Ao realizar pesquisas e descobrir que grande parte do lixo reciclável descartado na cidade é direcionada para o aterro sanitário e não para o programa de coleta seletiva, houve a necessidade de descobrir o que causava esse problema. A divulgação do programa, apesar de bem-feita por parte dos funcionários e coordenadores do Departamento Municipal de Água e Esgoto (DMAE), não chega de forma efetiva à população, o que provoca desinformação e aumento de resíduos recicláveis descartados de forma inadequada.

Com o objetivo de melhorar a comunicação e a divulgação do programa de Coleta Seletiva, foi realizado o re-design da antiga marca, de forma que ficasse mais descontraída e provocasse maior empatia nas pessoas. Também foram criadas algumas peças de divulgação com o objetivo de tornar a informação mais acessível para o público, utilizando principalmente as mídias digitais, que contribuem para a redução da utilização e, consequentemente, o de descarte de papel.

A marca criada é moderna e vibrante. Possui um conceito bem definido de fluidez e cuidado com o meio ambiente. Suas peças seguem o mesmo conceito, com linguagem informal e acessível para a população que entrará em contato com elas, possibilitando que a informação seja mais difundida.

Os objetivos iniciais do trabalho foram concluídos de forma satisfatória, permitindo que o assunto fosse colocado em pauta, no sentido de promover discussões e progressos para melhorar a qualidade de vida e do ambiente da cidade de Uberlândia. Com a ajuda de parceiros, fornecedores de materiais e do poder público, conclui-se que é possível revitalizar a Coleta Seletiva e torná-la mais eficiente, beneficiando toda a população e também todas as famílias de catadores que contribuem com esse programa fundamental para a sustentabilidade urbana.



5. REFERÊNCIAS

ALIANÇA PELA ÁGUA. Página Inicial. **Aliança Pela Água**, 2014. Disponível em: <<https://www.aliancapelaagua.com.br/#>>. Acesso em: 18 set. 2019.

BOFF, L. Sustentabilidade: o que é - o que não é. In: BOFF, L. **Sustentabilidade: o que é - o que não é**. Petrópolis: Vozes LTDA, v. 1, 2017. p. 200.

CALIXTO, B. 85% dos brasileiros não têm acesso à coleta seletiva, mostra estudo. **Época.Globo**, 2016. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/columnas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2016/06/85-dos-brasileiros-nao-tem-acesso-coleta-seletiva-mostra-estudo.html>>. Acesso em: 15 out. 2019.

CÂMARA, J. B. D. GOVERNANÇA AMBIENTAL NO BRASIL: ECOS DO PASSADO. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 21, p. 125-146, Junho 2013. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=23827839008>>. Acesso em: 15 out. 2019.

CEMPRE. CEMPRE Informa - Coleta Seletiva Completa 30 anos no País. **CEMPRE - Compromisso Empresarial para Reciclagem**, 2015. Disponível em: <<http://cempre.org.br/cempre-informa/id/46/coleta-seletiva-completa-30-anos-no-pais>>. Acesso em: 18 out. 2019.

CEMPRE. Ciclosoft 2018. **CEMPRE - Compromisso Empresarial para Reciclagem**, 2018. Disponível em: <<http://cempre.org.br/ciclosoft/id/9>>. Acesso em: 18 out. 2019.

DICIONÁRIO Aurélio Digital. [S.I.]: [s.n.], 2019.

(DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE ÁGUA E ESGOTO) Coleta de Resíduos. **Prefeitura de Uberlândia**, 2019. Disponível em: <<https://www.uberlandia.mg.gov.br/prefeitura/orgaos-municipais/dmae/servicos-dmae/coleta-de-residuos/>>. Acesso em: 23 out. 2019.

DOUGHERTY, B. Green Graphic Design. In: DOUGHERTY, B. **Design Gráfico Sustentável**. 1ª. ed. São Paulo: Rosari, v. I, 2011. p. 183.

GILWAN, G.; PETRELLI, M. A.; GONÇALVES, M. M. Design Gráfico e Sustentabilidade: Uma Reflexão, n. 1, 2015.

LUCCI, E. A.; BRANCO, A. L.; MENDONÇA, C. **Território e Sociedade no Mundo Globalizado**. 3ª. ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2016. Disponível em: <https://api.plurall.net/media_viewer/documents/1638064>. Acesso em: 15 out. 2019.

LUPTON, E. **Intuição, Ação, Criação: Graphic Design Thinking**. 1. ed. São Paulo: G. Gilli, v. 1, 2011.

MICHELOTTO, L. D. G. **Expansão Urbana e Sustentabilidade: Análise do setor leste de Uberlândia**, MG. Uberlândia: [s.n.], 2014.



MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). Coleta Seletiva. **Ministério do Meio Ambiente**, Acesso em 2019. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-solidos/catadores-de-materiais-reciclaveis/reciclagem-e-reaproveitamento>>. Acesso em: 18 out. 2019.

PIMP MY CARROÇA. Página Inicial. **Pimp My Carroça**, 2012. Disponível em: <<http://pimpmycarroca.com/>>. Acesso em: 19 set. 2019.

PIRES, L. R.; SINGH, A. S.; JUNIOR, V. M. V. O Programa de Coleta Seletiva da Cidade de Uberlândia - MG: Uma análise do seu desempenho e nível de sustentabilidade. **Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, Uberlândia, MG, v. 4, n. 2, Março 2019. ISSN: 2448-2889.

PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS. O Programa. **Programa Cidades Sustentáveis**, 2019. Disponível em: <<https://www.cidadessustentaveis.org.br/institucional/pagina/pcs>>. Acesso em: 21 set. 2019.

SMASU. Ecopontos. **Prefeitura de Uberlândia - Secretaria do Meio Ambiente e Serviços Urbanos**. Disponível em: <<https://www.uberlandia.mg.gov.br/prefeitura/secretarias/meio-ambiente/ecopontos-2/>>. Acesso em: 23 out. 2019.

VELASCO, C. Saneamento melhora, mas metade dos brasileiros segue sem esgoto no país. **G1**, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/saneamento-melhora-mas-metade-dos-brasileiros-segue-sem-esgoto-no-pais.ghtml>>. Acesso em: 15 out. 2019.

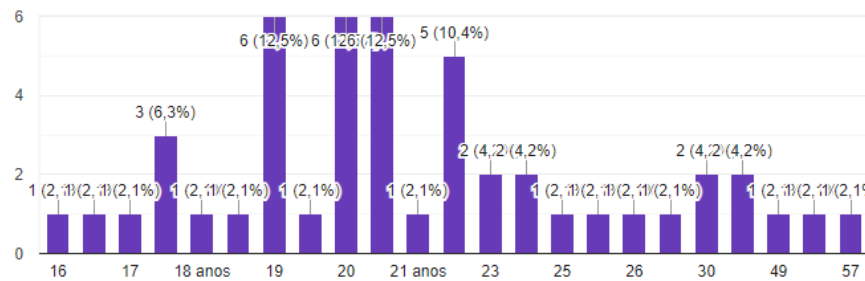


6. APÊNDICE

Questionário aplicado nas redes sociais direcionado a população de Uberlândia.

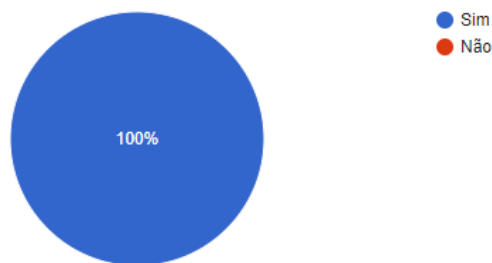
Qual a sua idade?

48 respostas



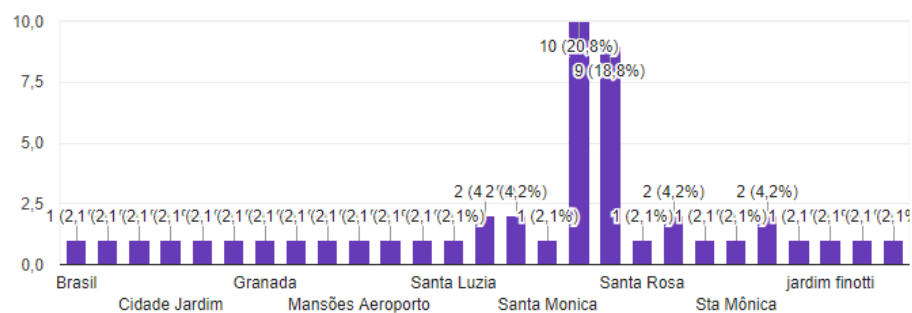
Você mora em Uberlândia?

48 respostas



Se sim, em qual bairro?

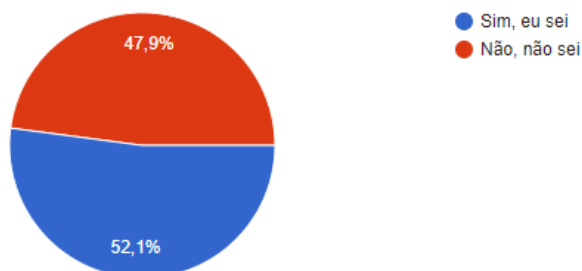
48 respostas





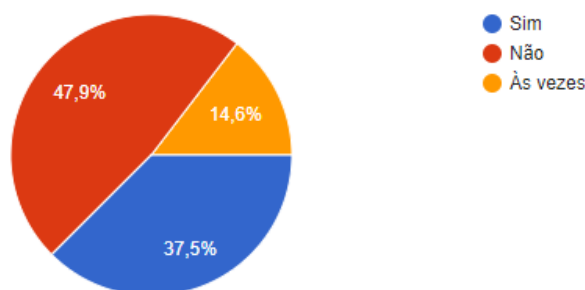
Você sabe se existe coleta seletiva no seu bairro?

48 respostas



Se sim, você participa da coleta seletiva, separando seu lixo reciclável?

48 respostas



Por que você escolheu essa opção na resposta anterior?

48 respostas

- Porque não sabemos se há uma coleta seletiva nesse bairro, separamos o lixo mas jogamos apenas em saco diferente na mesma cesta de lixo.
- Porque sou consciente
- Porque dá trabalho demais, e os atuais processos de reciclagem não fazem bem ao meio ambiente, e sim ao capitalismo.
- Para facilitar o trabalho dos catadores
- Pois acredito que isso ajuda a diminuir a quantidade de lixo descartado em aterros sanitários, a proteger o meio ambiente urbano e a deixar a cidade mais limpa
- Pois não conheço.
- Não conheço
- Não acredito que exista coleta seletiva em meu bairro
- Por que não sei se existe coleta seletiva no meu bairro, eu imagino que sim, mas não sei se na parte que eu moro, exista. Na minha casa, separamos as garrafas e embalagens do lixo normal de cozinha (orgânico, não sei se essa é a palavra certa).



Por que a coleta seletiva não passa na minha rua.

Falta de costume ou falta de exemplo

Não sei se possui coleta seletiva no meu bairro, não costumamos separar os lixos

Porque não sei como é separado no meu condomínio.

Porque eu separei meu lixo

Tento fazer a minha parte pra ajudar o meio ambiente

Separo somente o vidro.

Não tenho hábito

Não escolhi

Me preocupo com o descarte correto dos produtos que consumo, entretando a coleta do meu bairro não aceita plásticos, apenas metal e vidro.

Porque não faço a separação do lixo.

A reciclagem é importante para reduzir a quantidade de lixo que poderia ir para os aterros e, sobretudo, possui também um cunho social, já que existem pessoas que sobrevivem através da coleta de materiais como : vidro, papel, alumínio, etc...

Eu separaria mais se soubesse do dia da coleta, no momento separo apenas garrafas e similares

Porque é benéfico para a sociedade

Porque as vezes quando tenho tempo separo o lixo

Por que nao sei se tem no meu bairro

Porque acredito ser de extrema importância a separação

Porque eu separo pensando na diminuição dos resíduos.

Não conheço o sistema de coleta

Porque eu não sei se há coleta seletiva no meu bairro.

Acho necessário levar o lixo à ter um destino menos poluente.

Não separo o lixo que é reciclável do não reciclável

Não sabia e não tenho tempo para separar

Porque eu n sei se tem coleta seletiva KKK

Sempre tive o hábito de separar e mesmo que não tenha coleta tem os catadores que se beneficiam com os materiais recicláveis separados dos orgânicos.

há a coleta separada no predio

Porque tenho vontade de ajudar

Infelizmente, não o faço minuciosamente, na medida do possível separo o lixo orgânico do lixo seco. A coleta seletiva que existe no meu bairro é um caminhão que leva o lixo, no geral, se não me engano, para a cooperativa de catadores do bairro Santa Luzia, não sei até que ponto seria útil para eles que o lixo estivesse separado por reciclável ou não reciclável, já que levariam o lixo todo.

porque não separo o lixo

Porque é o certo a se fazer.

O mínimo que posso fazer

-



porque não é sempre que coloco o lixo pra fora antes do caminhão passar pq passa muito cedo e não é sempre que separo o lixo também

Às vezes separo latinhas de refrigerante.

Hábito desde criança.

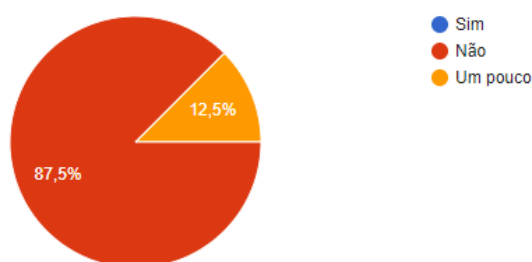
Porque não sei da existência de nenhum tipo de coleta seletiva onde moro.

Porque não tenho informação sobre a existência de coleta seletiva no meu bairro

Acho importante fazer reciclagem e tentar aproveitar o máximo de coisas descartadas o possível, para tentar diminuir a quantidade de lixo.

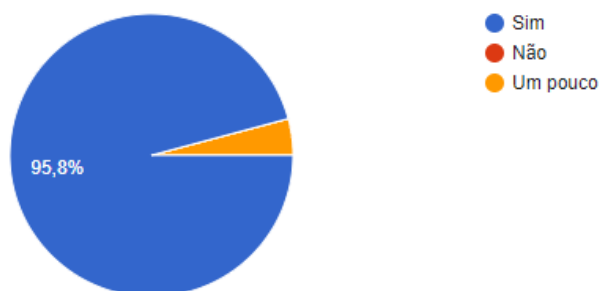
Você acha que o programa de coleta seletiva da cidade é bem divulgado? (na internet, em sites, panfletos, em estabelecimentos, mídias sociais, etc)

48 respostas



Você sente que um programa de coleta seletiva é bom para a cidade e sua população?

48 respostas





Por que você escolheu essa opção na resposta anterior?

48 respostas

Porque facilita a reciclagem e a reutilização das embalagens
:)
Porque apesar de gerar renda para os trabalhadores envolvidos, os métodos de reciclagem não cumprem o papel de melhorar a sustentabilidade da cadeia produtiva.
Porque é bom para a cidade na questão ecológica, e, ainda, gera renda e emprego para muitas pessoas.
Acredito que sim, pois sem um programa que colete os resíduos da população, a cidade ficaria cheia de lixo na rua, e sem destino apropriado para esse material
Pois é importante
Todos ganham
Coleta seletiva ajuda no processo de reciclagem, organização urbana e diminui os perigos relativos à dengue e outras enfermidades.
É de conhecimento que o lixo misturado é mais difícil de se reciclar
É importa para sociedade como um todo, desde o meio ambiente, economicamente e pessoas. Empregos e mais reciclagem podem ser gerado a partir de resíduos descartados.

Com certeza, só de ter um caminhão da coleta seletiva passando na porta das pessoas gera um incentivo maior por conta da acessibilidade que se torna "reciclar". Não ter a necessidade de ir até um ponto de coleta específico causa maior acessibilidade/facilidade
Pois facilita a reciclagem do lixo, contribuindo para menos poluição e maior controle ambiental
Porque é importante preservar o meio ambiente
Acho super necessário tentar ajudar o meio ambiente de alguma forma
Não só ajuda a diminuir o lixo gerado como também pode influenciar na econômica, com novos produtos, com economia de energia e de matéria prima.
de modo geral a coleta seletiva reduz o volume de lixo e faz com que se possa reutilizar metrias primas q na natureza demorariam muito para a decomposição
Porque melhora o meio ambiente
É de extrema relevância qualquer forma que contribua, ainda que minimamente, na manutenção da "saúde" do planeta. A reciclagem não é capaz de barrar o impacto negativo no meio ambiente constante na sociedade, mas é com certeza meio pertinente de sustentabilidade.
porque deixa a cidade limpa, aproveita materiais descartados e coopera com o meio ambiente

Seria uma possibilidade de reduzir o descarte de resíduos de maneira inadequada e dar um novo propósito a um material através da reciclagem, além de movimentar um determinado setor na economia gerando mais empregos e uma maior consciência sustentável por parte da população
É bom para facilitar a reciclagem e separação de materiais
Ajuda no planeta e não custa nada.
Pois a coleta seletiva auxilia na redução do descarte de lixo e na reciclagem
Nos ajuda a contribuir com o ambiente e as pessoas que trabalham com a reciclagem
Porque ajuda na preservação do meio ambiente, com menos extração de matéria prima, e também ajuda na geração de empregos em cooperativas de coleta, separação e reciclagem dos materiais.
Gera empregos, diminui a poluição, entre outros
A cidade limpa, além do viés sustentável da rota de vida holística do lixo
Depende do destino dessas coletas, em minha iniciação científica percebi que o descarte de alguns resíduos da coleta seletiva, por exemplo o de madeira ou retalhos, chegava aos aterros e acaba sendo misturado com lixo normal e em muita das vezes não mudava em nada a realidade.



Porque acredito que ações assim impactam no meio ambiente e ajuda a população .

A reciclagem é importante para reduzir a quantidade de lixo que poderia ir para os aterros e, sobretudo, possui também um cunho social, já que existem pessoas que sobrevivem através da coleta de materiais como : vidro, papel, alumínio, etc...

Desenvolvimento da cidade e maior aproveitamento dos materiais

Porque põe em discussão questões de sustentabilidade e redução de lixo

Porque dessa maneira o lixo é separado de forma adequada e reutilizado

Por que assim podemos contribuir para a melhoria do meio ambiente, sabendo a melhor forma de separação de materiais

É essencial pensando no meio ambiente

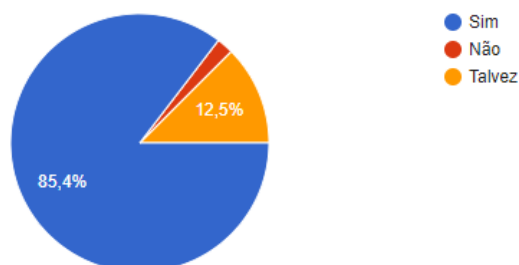
Para diminuir os resíduos

Porque facilita a reciclagem e diminui a produção de lixo

Porque lixo e descarte no geral são assuntos que dizem respeito a todos os cidadãos. Se não formos conscientes com nosso descarte, lidaremos com suas consequências amanhã.

Você acha que uma melhor divulgação do programa de coleta seletiva ajudaria a cidade e/ou incentivaria os moradores a realizar a separação do lixo reciclável?

48 respostas



Quais pontos você acha que deveriam melhorar no programa de coleta seletiva?

33 respostas

Divulgação
Maior divulgação
Divulgação
Maior divulgação
Reformular a estrutura do processo de reciclagem
Melhor divulgação, mais informação sobre os benefícios, incentivo aos moradores e também aos catadores
Nao conheço o programa
Não conheço
Divulgação, Execução e Area de aplicação do programa.
Acho que justamente a questão de divulgação.
Ensinar e divulgar o processo de separação dos resíduos e a importância que essa atividade tem a agregar na sociedade como um todo.



Os resíduos em lixões e similares podem diminuir se a separação for feita. Papéis podem ser reciclado, metais também - e os catadores o fazem -, vidros são reciclados infinitas vezes, parte do lixo orgânico pode servir de adubo, etc.

Necessidade da reciclagem para o bem da natureza

Importante a reciclagem para o planeta, o meio ambiente.

Muitas utilidades pro que é reciclado

Precisamos muito adquirir hábitos mais sustentáveis.

Porque é necessário um destino adequado para o lixo.

Porque ajuda o meio ambiente.

Porque com o lixo já separado, fica muito mais fácil de encaminhar para reciclagem

Tudo caminha para melhorar a qualidade de vida da população

Divulgação, projetos escolares com crianças para aprenderem desde cedo o hábito de separar lixo e desenvolver demais hábitos sustentáveis ao longo da vida

Lixeiras disponíveis nas ruas, melhorar na divulgação e em parte a própria responsabilidade ambiental de cada um

Atualmente, o caminhão da coleta passa uma vez por semana. Talvez se fossem duas e emitisse um som melhor para que as pessoas identifiquem que ele está passando. Também seria legal receberem produtos eletrônicos, móveis usados, etc.

Mais divulgação e mais dias de coleta (pois só é coletado na terça), além do esclarecimento de quais embalagens e materiais são recicláveis ou não.

Instalação de pontos de coleta seletiva nos bairros atendidos pela prefeitura. Ampliação do projeto para os bairros mais afastados da região central, divulgação de horários da passagem do caminhão da coleta seletiva, divulgação massiva nas redes sociais e materiais impressos (usando material reciclado nos impressos) sobre a importância da coleta seletiva e de dicas para a separação do lixo doméstico.

Deveriam divulgar mais os benefícios, indicar para os moradores para onde o lixo vai parar depois que jogamos, falta esse feedback! Acho que isso incentivará mais, como se fosse uma prestação de contas para os moradores que separam seus lixos, acho que incentivaria mais a população a fazer a separação dos seus lixos.

O problema não são os moradores. A PMU não faz sua parte, ou seja, não são os moradores que precisam de "motivações" e sim, o governo municipal, independente de bandeiras partidárias, todos falham.

Informação, local específico de descarte, divulgação

A divulgação e o aumento dos dias de coleta seletiva

10

Um trabalho com as cooperativas/associações de catadores

Maior informação em televisão, jornais de como funciona

Mostrar que é essencial a reciclagem e como fazer, lavar o que será descartado, separar os materiais entre si e não jogar tudo junto.

O horário, por diversas vezes já deixei meu lixo reciclável e não foi recolhido. Logo, quem o retirou foi o lixo orgânico

Divulgação, saber quais horários passa, o que coletam e etc.

divulgação, horário que passa o caminhão.

Organização e destino para a reciclagem de fato, e não apenas coletar separadamente.