



A SUSTENTABILIDADE NA COMUNICAÇÃO VISUAL: uma análise dos elementos visuais da empresa Insecta Shoes.

Douglas Gonçalves Siqueira, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Denise Teresinha da Silva, docente, Universidade Federal do Pampa

douglassiqueira.aluno@unipampa.edu.br

Uma imagem carrega em si uma série de significados que podem ser explorados para a criação da comunicação visual de uma empresa e assim transmitir ao seu público através das mídias sociais uma mensagem visual capaz de informar sobre a identidade, os valores, o posicionamento e até mesmo sobre os produtos e serviços prestados pela empresa. Este trabalho trata-se de um recorte, onde será apresentada uma de cinco empresas analisadas no trabalho de conclusão de curso do autor. O objetivo da pesquisa é analisar a comunicação visual de peças publicitárias divulgadas no Facebook e no Instagram de empresas de moda sustentável, neste caso a empresa Insecta Shoes, para identificar em sua composição elementos visuais que representam uma relação da comunicação visual com a sustentabilidade. A Insecta Shoes atua no ramo de moda sustentável através da produção sustentável, que visa a exploração de matérias primas e técnicas de produção que não prejudiquem o meio ambiente e que também possam vir a contribuir com a preservação. Para compreensão dos temas abordados no trabalho, é criado um referencial teórico com os autores Kotler e Keller (2006) esclarecendo questões ligadas ao marketing e suas transformações até chegarmos a era do marketing digital onde Kotler (2017), Ciribeli e Paiva (2011), Piza (2002), Patrício e Gonçalves (2010), Barefoot e Szabo (2016) desenvolvem temas ligados às mudanças nos hábitos dos consumidores ligados ao surgimento das mídias sociais. O marketing atua também diretamente na publicidade e no consumo, que gera questões que são apresentadas por Lipovetsky (2009), Santos (2007), Bauman (2008), Saldanha e Arantes (2020), Boff (2016). Os temas ligados a moda como são amparados por Frings (2012), Palomino (2002), Delgado (2008), Saldanha e Assis (2016), Refroscio, Oenning e Neves (2011), Coutinho e Kauling (2020), Lucietti (2018), Fletcher e Grose (2011). Para desenvolver o tema sustentabilidade, refletimos algumas questões que são abordadas nos planos de ação, Agenda 2030 e Carta da Terra, com o suporte do autor Boff (2016). O percurso metodológico é composto de três etapas, a primeira o levantamento documental, se trata da coleta das publicações que serão analisadas, onde serão coletadas quatro publicações através da captura de tela. Na segunda etapa ocorre a categorização dos elementos visuais presentes nas publicações, onde são classificados de acordo com a sua composição visual. A terceira etapa é a análise individual dos elementos categorizados, com apoio da sintaxe da comunicação visual de Dondis (1997) serão analisados de acordo com as técnicas de composição (ênfase, sutileza, neutralidade, etc.) e elementos de composição (cores, imagens, tipografias, etc.), que torna possível identificar o porquê da escolha destes, e o que eles representam na comunicação visual da empresa. Para auxiliar no processo de análise temos Dondis (1997) como suporte na área da sintaxe da linguagem visual, nas questões que envolvem fotografia temos Kubrusly (2017), Silva (2013) e Aumont (1993), Farina (2006) abordando a psicodinâmica das cores, Cesar (2000), Monteiro (2016) e Farias (2018) auxiliando em questões relacionadas a tipografia, ilustração, layout e diagramação. Nas publicações selecionadas e analisadas da Insecta Shoes, ocorre na construção de suas mensagens visuais, a repetição do uso de verde, que é uma cor que está totalmente ligada à natureza, ecologia e sustentabilidade. A escolha dos elementos visuais nas publicações, também remete a sustentabilidade, pois a empresa traz imagens de

sugestões de reutilização de embalagens como objetos de decoração, conscientizando o consumidor da possibilidade de reciclar ao invés de descartar no lixo. Apenas uma das quatro publicações analisadas, tem como objetivo a exposição de um produto, onde as outras três promovem a conscientização de seu público através de conteúdos voltados ao desenvolvimento sustentável, e todos os elementos visuais presentes auxiliam na transmissão desta mensagem. Com isso tomamos conhecimento da importância do domínio da sintaxe da linguagem visual para transmitir através de mensagens visuais os objetivos visados pelo profissional responsável pela comunicação visual. No caso da Insecta Shoes, a publicidade ao invés de ser uma ferramenta apenas de exposição de produtos com objetivo de seduzir o consumidor, passa a ser um instrumento de conscientização, transmitindo ao seu público maneiras de contribuir com o desenvolvimento sustentável e também com a preservação de nosso planeta. Esta conscientização também instiga o consumidor a buscar informações sobre a produção de seu produto, materiais utilizados, mão de obra. Um consumidor consciente procura reduzir o consumo de produtos que podem promover um prejuízo socioambiental. Sendo assim a publicidade tem um enorme potencial na transmissão de informações que podem promover a conscientização de consumidores contribuindo assim para a sustentabilidade e a preservação do nosso planeta.

Agradecimentos: UNIPAMPA.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Mídias Sociais; Consumo Consciente; Comunicação Visual; Publicidade.