

Esto se me ocurrió recién, mientras dormía.

Si pude aprender algo de este sueño (aunque también podría ser un recuerdo, una premonición o un temor de esos que vuelven cada tanto) fue que había caído en una trampa. Y ahora que me pongo a pensar, les pasa de igual forma a otros diseñadores.

La trampa consiste en hacernos creer que los encargos de un cliente comienzan a resolverse y terminan en una computadora (o en una mesa de dibujo); que sin la posesión de estas herramientas el cliente no tendría por qué llamarnos, que nuestra profesión y nuestro negocio no tendrían razón de ser. Que no necesitamos de otros profesionales, todo podemos hacerlo solos.

Caer en esta trampa significa:

- Convencerse de que aquél que tenga el mayor dominio sobre la mayor cantidad de los últimos programas es el “mejor diseñador” y tendrá mayores probabilidades de conseguir buenos trabajos. Ver a los demás profesionales como competencia, en lugar de cómo personas que tienen soluciones para ofrecernos.
- Creer que toda creatividad reside en como se utilicen las posibilidades que brindan estas herramientas.
- No ofrecer al cliente aquello que uno mismo no pueda físicamente realizar. Es decir, si se precisa un sitio web dinámico con programación avanzada con bases de datos, y el diseñador contactado no conoce de estos programas, se obligará a aprenderlos con suma rapidez (y pedirá que le crezcan más brazos), de no hacerlo se encontrará en el grave problema de rechazar el trabajo

y no solucionar el problema de su cliente. Viene a mi mente una frase que escuché alguna vez y recién ahora le encuentro un sentido: “la solución que el cliente necesita es la que yo le puedo ofrecer, si no la puedo realizar es que no la necesita”.

- Centrarse exclusivamente en la realización de la pieza de diseño, limitándose al soporte fijado por otras personas e ignorando que las necesidades comunicacionales de un cliente frecuentemente exceden los límites de corte.

Pensando así, desde dentro de la trampa, nuestra jurisdicción se reduce dramáticamente al soporte (digital o impreso) y toda la problemática del diseño quedaría subyugada a la forma en que lo rellenamos. Así también nos convertimos en profesionales - ermitaños: presionándonos a abarcar la mayor parte de las áreas del diseño a través del dominio de los programas usados en ellas. Para poder absorber la mayor cantidad de trabajo disponible. Puesto que, para quien cayó en el engaño, el diseño y los programas de computación son una misma cosa. Y no, no son la misma cosa. Esa es la trampa.

PD: Bueno... me voy a dormir, todavía tengo unos minutos. Espero que, en lugar de que me crezcan más brazos y cabezas, encuentre buena gente y compañeros de equipo.

Ricardo Acosta García. Lic. en Diseño Gráfico.

Desenvolvimento de projeto para Colônia Agrícola Penal: em busca de conhecimento e auto-suficiência

Sandrine Allain, Camila P.Jafelice y Rafael M. de Albuquerque.

O sistema penal brasileiro inclui um sistema carcerário semi-aberto, onde o preso é tratado como reeducando, ficando, em fase final da pena, em uma Colônia Agrícola. Neste local, o reeducando pode aprender um ofício enquanto trabalha. Com a remuneração, ele pode ajudar sua família, comprar alguns luxos ou economizar para quando retornar ao convívio social. Destaca-se o valor deste trabalho para a inserção do reeducando na sociedade, e o apoio a famílias e pessoas envolvidas. Os reeducandos no sistema semi-aberto apresentam bom comportamento e usufruem de maior liberdade do que no sistema fechado. Muitas empresas criam núcleos de trabalho dentro de Colônias Penais. A Colônia Penal Agrícola de Palhoça, localizada em Palhoça, Santa Catarina, Brasil, possui uma oficina de iniciativa própria, onde são produzidos ervas medicinais, sabonetes e sabões de forma independente, todos feitos pelos reeducandos, e distribuídos gratuitamente no sistema penal Catarinense e outros órgãos do estado. O responsável pelo herbário queria aumentar a produção deste, envolver mais reeducandos neste processo, suprir as necessidades de

entidades carentes e, se possível, lançar-se no mercado de produtos naturais com uma embalagem competitiva. Para captação de investimentos era necessário mostrar a seriedade do trabalho, evidenciando a qualidade e o processo totalmente natural e orgânico dos produtos, além da contribuição para o quadro social local. Os objetivos principais do projeto eram, portanto, unificar e identificar os produtos da Colônia Penal; melhorar a comunicação das embalagens, com relação a indicações de uso e posologia, criar uma identidade para os produtos, elaborando embalagens atraentes e competitivas, a fim de alcançar um novo público e mostrar qualidade e competência, além, claro, de promover o espaço da Colônia e atrair investimentos. A oficina cultiva mais de 1.200 tipos de ervas medicinais, além de produzir sabões e sabonetes à base de óleos vegetais. As ervas são plantadas na própria Colônia Penal, que tem 74 hectares, e as plantações são feitas em carreiros não divididos, para melhor combater as pragas, pois não há uso de agrotóxicos, sendo todos os produtos totalmente orgânicos. A validade das plantas, que passam por um processo de limpeza, secagem, desidratação, corte, embalagem, e rotulagem é de, aproximadamente, dois (2) anos. Os sabões e sabonetes são feitos à partir de óleos vegetais (de cozinha), recuperados do uso interno do estabelecimento, sendo acrescentadas essências naturais. As embalagens de ervas, sabões e sabonetes eram, originalmente, de plástico, este fornecido por uma empresa (através de compra ou doação), e rotuladas por uma eti-

queta, contendo apenas a definição do conteúdo e o símbolo do Estado de Santa Catarina. O plástico foi adotado devido a uma maior aceitação desta embalagem transparente por parte dos reeducandos, que podiam verificar seu conteúdo, além de ter maior confiança no método fitoterapêutico de medicação. O responsável pela oficina deixou claro que o público primário de toda a produção era composto pelos reeducandos e presos. Quando há produção em excesso, o que sobra é distribuído nos mais diversos estabelecimentos públicos, como creches, por exemplo. Este seria o público secundário, além dos consumidores em geral, que poderiam ter acesso aos produtos se houver comercialização deste, que poderia ser efetivada nas épocas de boa produção. Ao longo do andamento do projeto, pudemos confirmar algumas necessidades primárias da Colônia, como o trabalho e aprendizado do reeducando. Quanto mais oportunidades de diferentes ofícios forem oferecidas, maiores as chances de uma readaptação do reeducando ao mercado de trabalho. Foi definido, portanto, que poderíamos propor alguma embalagem que eles seriam capazes de montar ou até produzir. Foi notadamente salientada a necessidade de baixo custo da embalagem, devido à escassez de investimento e à viabilidade futura de implementação do projeto. Decidimos, portanto, elaborar dois tipos de embalagens: um a de uso interno, solucionando os problemas relatados pelo cliente, mas que conservaria a maior parte de suas características, e outra de comercialização. Partimos para o processo de pesquisa e desenvolvimento das embalagens que seriam comercializadas. Foi definida a necessidade de criação de uma identidade visual para os produtos da Colônia. Após brainstorming, pesquisa de similares e de mercado e análise das necessidades do nosso cliente, definimos os principais conceitos que queríamos agregar à marca. Queríamos que esta passasse o lado natural, orgânico, saudável, acolhedor e artesanal dos produtos. Queríamos enfatizar, acima de tudo, a integração entre o homem e a natureza para a sua fabricação, lembrando o caráter social da oficina. Após análise destes conceitos definimos algumas características das embalagens. A primeira sendo a necessidade de usar um papel reciclado/reciclável, pelo aspecto artesanal e ecologicamente correto, remetendo a um produto mais natural. Decidimos que o material deveria ser resistente ou ter gramatura alta o suficiente para poder suportar os produtos em questão, de peso considerável, além de ressaltar o caráter premium das embalagens. Para as informações escritas, foi definido o uso de uma fonte sem serifa, mais orgânica. Após efetuação de pesquisa de mercado e de similares definimos, através das reuniões e idéias coletadas, alguns critérios e conceitos para a marca dos produtos. Foi definido que as embalagens seriam trabalhadas em kits, que elas deveriam ser ecologicamente corretas, usando de preferência materiais recicláveis e de mais baixo custo possível. Após várias pesquisas de nomes, de imagens e conceitos relacionados ao tema, tivemos a idéia do dente-de-leão. Esta planta é cultivada na Colônia, sendo, além disso, altamente simbólica, conotando leveza, liberdade e desejo de ir à frente. Decidimos, então, adotar este símbolo como marca, e partimos para a definição do nome. Queríamos, como já comenta-

do, ressaltar a integração homem / natureza dos produtos, e, para isso, decidimos acrescentar a imagem de uma mão, segurando o dente-de-leão, para remeter, também, à ação mais conhecida e imagética que queríamos: a imagem de alguém que segura e assopra a planta, lançando as leves sementes ao vento, livremente. Feita a pesquisa e analisados os resultados, optamos pela marca “Chá e Aroma”, pois esta definia melhor a categoria de produtos que queríamos atingir e complementava o símbolo, de caráter mais abrangente. Fizemos primeiramente uma pesquisa em papelarias e gráficas para encontrar papel pardo que pudesse ser resistente o suficiente para as embalagens. Encontramos um papel ideal, e pensamos na possibilidade de imprimi-lo em offset, fazendo apenas uma marca de corte, de forma a obter uma caixa aberta, que bastaria dobrar. Gostamos da idéia do papel pardo, porém surgiu a idéia de trabalharmos com papel reciclado artesanal, ou seja, papel feito à mão, ainda mais apropriado para atender aos conceitos citados. A partir desta alternativa, fizemos uma pesquisa de empresas que trabalhavam com tal ofício e entramos em contato com a empresa Polpa Papel. Explicamos a finalidade das embalagens, e surgiu o problema da fragilidade deste tipo de papel, que não seria resistente o suficiente para embalar sabões e sabonetes. Encontramos uma solução: re-utilizar caixas de leite tetrapak como base das embalagens, que encaparíamos com o papel reciclado. Esta alternativa seria de baixíssimo custo e permitiria continuar numa linha premium de produtos, com personalização das embalagens através do uso das próprias plantas da Colônia na confecção do papel reciclado artesanal. Porém esta alternativa somente poderia ser implementada se os reeducandos aprendessem a fabricar tal papel, de forma a produzirem as embalagens e entender todo o processo. A empresa Polpa Papel, que produz papel reciclado e ministra cursos a anos, se ofereceu para ministrar uma oficina na Colônia Agrícola, através do Estado. Decidimos, assim, verificar a possibilidade de implementar uma oficina de papel reciclado feito à mão na Colônia Penal, e de confeccionar os primeiros protótipos com ela. Verificamos a possibilidade de implementar tal projeto dentro da Colônia e confirmamos que isso poderia ser feito para o ano 2008. O responsável pela oficina de ervas da Colônia mostrou-se muito interessado pela questão da fabricação do papel, e surgiu também a idéia de poder fabricar cartões, convites e outros itens com o papel, além da embalagem em si, a fim de aproveitar integralmente o conhecido trazido pela oficina, e ampliar a gama de conhecimentos e trabalho dos reeducandos. Esta solução para as embalagens permitirá dar autonomia à oficina na confecção das embalagens e promover mais uma oficina de papel feito à mão dentro da Colônia, permitindo aos reeducandos ter acesso a mais conhecimento e aprendizagem de um novo ofício. Além disso, permitiria promover, através de embalagens atrativas e de novos produtos, o trabalho sendo realizado na Colônia Penal Agrícola de Palhoça e a importância de tais projetos e de maior apoio por parte da sociedade e do Governo. Este retorno poderá auxiliar os reeducandos que estão passando por esta formação e adquirindo conhecimentos para sua futura re-inserção junto à sociedade.