

JUMPS: PROJETO DE COMUNICAÇÃO E DESIGN PARA EVENTO ESPORTIVO DE INTEGRAÇÃO

Área temática: Comunicação

Coordenador da Ação: Adriana Coelho Borges Kowarick;¹
 Autor: Taiane Vieira dos Santos², Mauricio Michels Martins³

RESUMO: Este artigo apresenta a discussão teórica sobre as etapas metodológicas percorridas na criação do projeto de comunicação visual para um evento esportivo desenvolvido em projeto de extensão da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança (ESEFID) da UFRGS. O trabalho foi desenvolvido pelo Caixola–Cicom / Clube de Criação 2016, Programa de Extensão do Curso de Comunicação Social-Publicidade e Propaganda da UFRGS. O projeto de comunicação do evento foi desenvolvido, apresentado e aprovado. Foram criados o nome, a Identidade Visual, a Sinalização e as peças gráficas para a divulgação, que compuseram o projeto de comunicação visual para o evento.

Palavras-chave: comunicação visual, processo de criação, jumps.

1 INTRODUÇÃO

O Caixola — Clube de Criação da Fabico, Projeto de Extensão oferecido desde 2007, tem o objetivo de proporcionar aos alunos um espaço de prática e aperfeiçoamento das técnicas de criação e produção na área da Publicidade e Propaganda, buscando uma interação com as comunidades da UFRGS e externa.

Em 2016, como Programa de Extensão, o Caixola passou a funcionar de modo integrado com o Núcleo de Editoração e Revisão da Gráfica da UFRGS, formando o Setor de Criação do CICOM. Atendeu parte da demanda da comunidade acadêmica, entre elas, a criação do projeto de comunicação visual para um evento esportivo da ESEFID.

A ESEFID é a escola de Educação Física mais antiga do Rio Grande do

-
- 1 Doutora, Fabico, UFRGS, adriana.kowarick@ufrgs.br.
 2 Design Visual, Arquitetura, UFRGS.
 3 Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, Fabico, UFRGS.



APOIO:



CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



Sul. Criada em 1940, foi incorporada à UFRGS em 1970. Tradicionalmente, a Escola oferece como prática de extensão atividades comunitárias no campo esportivo e cultural, destinadas não somente à comunidade em geral.

Destarte, a solicitação do projeto visual veio através do aluno de Pós-Graduação, numa iniciativa do curso de Educação Física. A proposta foi a integração através de um evento esportivo e cultural sem fins lucrativos. O evento foi composto por três categorias de atividades: esportes competitivos, exclusivas para discentes; atividades demonstrativas, como Vôlei Adaptado; atividades culturais, como música, dança e patinação. As duas últimas abertas ao público em geral. O local escolhido para a realização do evento foi o Campus Olímpico. O artigo apresenta as etapas percorridas no desenvolvimento desse projeto de comunicação visual para o evento esportivo da ESEFID e os resultados obtidos.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Briefing

O pedido chegou ao Caixola em maio de 2016. Foi solicitado a criação do nome, da Identidade Visual, da Sinalização e das peças para a divulgação do evento. Foi, então, realizada a primeira reunião com o aluno da ESEFID, onde foram expostos todos os detalhes sobre o evento. Essa reunião teve como objetivo a elaboração do *briefing* junto ao solicitante do projeto.

Conforme Sampaio (2003), o *briefing* tem como propósito coletar informações sobre o mercado do cliente, como o público-alvo, o objetivo da comunicação, custos e cronograma. É a primeira etapa no desenvolvimento de um projeto de comunicação visual auxiliando no roteiro, na gestão e na pesquisa. Com base nas informações coletadas, começou-se a pensar nas metodologias de Design e nas estratégias de Comunicação mais pertinentes para a realização do projeto.

2.2 Metodologias de Design/Estratégias de Comunicação – Cronograma

Para a realização do projeto, criou-se um cronograma com as fases e



APOIO:

Integração
que gera energia
e desenvolvimento

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



prazos das atividades. Esse cronograma foi separado em duas fases: Identidade Visual (nome, logotipo e símbolo) e Sinalização (placas e pictogramas).

A fase da Identidade Visual foi subdividida em quatro etapas: a primeira é a etapa da problematização, onde foram expostos os objetivos gerais e específicos do projeto, ou seja, o que é o evento, para quem desenvolver e quais necessidades e retorno pretendidos. Como já apresentado na introdução, o evento tinha um caráter de integração, celebração e convivência através da prática esportiva. O evento seria aberto para os alunos da universidade e público geral, com o objetivo de criar um espaço para a prática da solidariedade e da vivência dos valores esportivos.

A segunda etapa foi a da pesquisa, onde se buscou conhecer mais sobre o local do evento, os tipos de atividades oferecidas e outros eventos já realizados com a mesma temática. A pesquisa foi feita na internet levantando dados sobre os outros eventos, por exemplo os jogos universitários UNIPAM, de Minas Gerais.

A terceira etapa de coleta de informações e análise. Foi feita uma análise nos eventos similares sobre a forma do símbolo, as tipografias, os padrões cromáticos e os padrões de apoio usados. A quarta etapa foi a lista de requisitos e restrições do projeto. Definiu-se quais elementos visuais e formais funcionariam para esse tipo de evento. Paralelo a isso, foi criado, através da técnica de *brainstorming* (DUALIBI; SIMONSEN, 1990), muito usada na área de Publicidade e Propaganda (SAMPAIO, 2012), o nome do evento.

A fase de Sinalização foi subdividida em três etapas: pesquisa, coleta de informações e análise, e lista de requisitos e restrições. Na etapa de pesquisa se buscou conhecer os pictogramas utilizados em eventos esportivos, a forma de sua aplicação e tipos de suporte onde esse material poderia ser impresso. Conforme Wheeler (2008) e Meurer; Szabluk (2012), o uso do *GRID* como elemento técnico-formal para estruturar elementos gráficos auxilia no processo de criação um padrão visual. Esta técnica foi utilizada para alinhar, ordenar e distribuir os elementos visuais, que vão compor a Sinalização do evento.

A segunda etapa foi a coleta de informações e análise, onde foram estudados os ícones utilizados em placas, padrão cromático e tipográfico. Por último, a terceira etapa foi a lista de requisitos e restrições, onde se definiu quais



APOIO:

Integração
que gera energia
e desenvolvimento

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



elementos visuais e formais que melhor comporiam o projeto de Sinalização.

2.3 Identidade Visual

Após percorrer todas as etapas estabelecidas no cronograma, iniciou-se a geração de alternativas para o nome, logotipo e símbolo (DUAILIBI; SIMONSEN JR, 1990). Para o nome, a ideia principal foi criar uma sigla que representasse o que o evento queria transmitir: integração e solidariedade. Desenvolveu-se uma lista de alternativas e, junto à equipe do Caixola (os outros bolsistas que integram o Programa), selecionou-se a opção final. Foi escolhido o nome JUMPS — Jogos Universitários Movidos Pela Solidariedade, pois passava o conceito do evento.

Com o nome definido, iniciou-se os esboços para o símbolo e o logotipo até definir, junto com a coordenação do Caixola, o modelo final. Com os elementos visuais definidos, as ideias do papel para o computador por meio de um *software* de ilustração. Para a escolha do padrão cromático foi realizada uma enquete com os alunos da Universidade onde se mostrava o símbolo do evento em diversas versões de cores. Nesse processo surgiu o *slogan*: “Integração pelo esporte”.

Apresentou-se a Identidade Visual (Figura 01) para a ESEFID em uma reunião e, com a aprovação, iniciou-se a fase de desenvolvimento da Sinalização.

Figura 01 – Identidade Visual do JUMPS



Fonte: os autores

As cores escolhidas para o símbolo do evento são as mesmas do símbolo da ESEFID: rosa, azul, verde e laranja. As cores selecionadas para o logotipo e o slogan do evento foram o azul e o verde, pois elas representam, respectivamente, confiança, sucesso e força, e saúde, energia e natureza (FARINA, 2011).



APOIO:

Integração
que gera energia
e desenvolvimento



CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



2.4 Sinalização

A sinalização do evento foi composta por pictogramas, mapa do local e placas indicando onde seriam as modalidades esportivas e culturais, assim como os espaços de alimentação e de banheiros. Para a criação dos pictogramas foi construído um *Grid*, conhecido também por malha construtiva. Este método é utilizado para a organização dos elementos e para manterem uma proporção uniforme (MEUERER; SZABLUK, 2012; WHEELER, 2008).

As formas dos pictogramas foram desenvolvidas seguindo a silhueta do símbolo do JUMPS e a ideia de movimento de pessoas praticando o esporte em questão. Os elementos adicionais, como acessórios esportivos, foram criados baseados em fotos de objetos esportivos relacionados ao esporte em questão, por exemplo raquete de tênis e bola.

Para a criação do mapa, foi feito um levantamento no local, onde foram coletados os dados e imagens necessários para sua composição. Com base nessas informações, foi planejado a distribuição das atividades esportivas e culturais e a rota de deslocamento. Esse material foi impresso em um folder para distribuição na entrada do evento. E, por fim, as placas de sinalização foram criadas apenas com os pictogramas em negativo e fundo verde. As placas foram impressas em um papel mais resistente com uma faca de corte especial e anexadas a uma estaca de madeira, para serem fixada no chão.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Concluídas as fases definidas no cronograma, iniciou-se a criação dos materiais de divulgação, sendo estes: criação da página do JUMPS no Facebook, materiais para o Facebook e cartazes de divulgação.

Como primeiro passo, planejou-se uma unidade visual para que as postagens se correlacionassem com todo o projeto visual do evento e, então, se criou a página do JUMPS no Facebook. O segundo passo foi o desenvolvimento de cartazes de divulgação para serem fixados em todos os *campi* da Universidade.



APOIO:

Integração
que gera energia
e desenvolvimento

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



Todas as peças gráficas passaram pela aprovação junto a coordenação e ao solicitante do projeto

A ideia de esporte e movimento foi representada no símbolo: os quatro traços que envolvem a chama da UFRGS (elemento da marca promocional da Universidade) formando um círculo pode ser associado com os elementos visuais dos Jogos Olímpicos; e o próprio nome, Jumps, remete à salto, movimento. O desenho feito pelos quatro traços se fechando em um círculo representam a integração, que é reforçada pelo *slogan*: “Integração pelo esporte”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um projeto com maior profissionalismo, regido pelos preceitos já instituídos do design gráfico, que considere não só a estética da marca, mas também a simbologia, a ergonomia e, principalmente, a funcionalidade, atinge um nível comunicacional otimizado frente ao público-alvo.

REFERÊNCIAS

b) Livros:

DUALIBI, Roberto; SIMONSEN Jr, Harry. **Criatividade & marketing**. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

FARINA, Modesto. *A psicodinâmica das cores na comunicação*. São Paulo: Edgard Blücher, 2011.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

WHEELER, Aline. **Design de Identidade de Marca**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

c) Capítulo de livro:

MEURER, Heli; SZABLUK, Daniela. Projeto E: Metodologia Projetual para Ambientes Dígito-Virtuais. In MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas; LINDEN, Julio Carlos de Souza van der (org). *Pelos Caminhos do Design: Metodologia de Projeto*. Londrina: EDUEL, 2012. P. 223-248.



APOIO:

Integração
que gera energia
e desenvolvimento



Fórum de Pró-Reitores
de Extensão
das Universidades Públicas
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:

