

Álbum de figurinhas da Virada Esporte e Movimento: a produção laboratorial como prática publicitária

Thayná Silva de SAMPAIO²
Florisia Teles VIANA³
Antônio Davi
FERREIRA
Eduardo Luís Noronha
LIMA
Samuel Bruno
FURTADO
Lucas Emanuel Santos
LIMA
Glícia Maria
Pontes BEZERRA⁴
Universidade Federal do Ceará,
Fortaleza, CE

RESUMO

O presente trabalho se propõe a apresentar o álbum de figurinhas que fez parte da comunicação oficial do evento universitário de incentivo à atividade esportiva V.E.M (Virada Esporte e Movimento da Universidade Federal do Ceará - UFC), produto final realizado na disciplina de Laboratório em Publicidade e Propaganda, do curso nominado na citada universidade. O objetivo principal do álbum era criar um registro de todas as atividades que ocorreram no dia do evento e, desse modo, construir a memória do projeto. Para preservar e transmitir o caráter esportivo da ação optou-se por documentar o evento em um álbum de figurinhas, produto comunicacional comum aos grandes eventos esportivos. Desse modo, o álbum propõe aos estudantes um passeio por todos os momentos do V.E.M, desde a sua concepção até o número de alunos que foram mobilizados pelo projeto.

PALAVRAS-CHAVE: *Virada Esporte e Movimento*; publicidade; produção laboratorial; álbum.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Comunicação e Inovação (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC). Email: thaynahsampaio@gmail.com.

³ Coautores do trabalho e estudantes do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC).

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal do Ceará. Email: gliciapontes@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O Laboratório em Publicidade e Propaganda é uma disciplina de caráter laboratorial onde os alunos produzem um projeto final de tema livre com o objetivo de refletir sobre a prática publicitária, os produtos comunicacionais são veiculados no espaço físico da Universidade ou em plataformas virtuais. A disciplina se propõe a integrar os conceitos aprendidos pelos estudantes e estimular a sua prática

Os discentes são orientados a buscar sempre a manutenção do caráter experimental durante o processo, bem como discutir o fazer publicitário através da própria prática publicitária, numa atividade que se aproxima da metalinguagem e que denominamos de “metapublicidade”. Dentro desse contexto de experimentação da teoria, um grupo de estudantes do 6º semestre do Curso decidiu debruçar-se sobre a promoção e comunicação dos grandes eventos esportivos, pois estes têm sido protagonistas no Brasil nos últimos anos com a Copa do Mundo FIFA, as Olimpíadas e diversas edições do Ultimate Fighter Championship. Levantamos a questão de como as marcas dialogam e se apropriam do esporte para atrelar seus produtos a costumes saudáveis e, dessa forma, conquistar um público específico. Realizando um recorte exemplar no case da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, segundo o Ibope Media, no país houve um aumento de 15% no investimento em publicidade entre o primeiro semestre de 2014 e o seu antecessor. Um montante no valor de R\$59,7 bilhões foi investido durante o período do evento aqui. Apesar de ainda menores do que os investimentos em marketing esportivo realizados na Europa e na América do Norte, esses dados refletem um fortalecimento dessa estratégia de mercado.

O lugar comum destas apropriações está nos grandes patrocínios com realizações de campanhas e ativações de marcas nestes eventos e em suas transmissões televisivas. Contudo, algumas empresas, ainda, criam seus próprios eventos esportivos com o objetivo de criar uma sólida ligação entre seus nomes e o esporte. Corrida Pague Menos, Nike Rio Corre 10k, são exemplos disto.

Entendendo a força comercial desses grandes eventos esportivos, após uma análise crítica de toda a construção desse tipo de experiência, nasceu o desejo de trabalhar com essa “nova forma” de viver o esporte, não somente o praticando, mas principalmente interagindo com as marcas que estão conectadas a ele. Desta análise, nasce e se molda a Virada Esporte e Movimento da UFC - V.E.M.

O V.E.M. foi um evento de incentivo ao esporte na Universidade que buscou construir uma identidade e um espaço onde os estudantes praticassem atividades físicas sem um sentimento de competitividade exacerbada ou um culto à alta performance.

Foram realizadas oficinas esportivas e a houve um estímulo para a criação de uma comunidade de universitários interessados em hábitos saudáveis, explicitando a importância da coletividade para a boa prática esportiva, e destacando assim o caráter social do esporte - como agente transformador de comportamentos e responsável por melhorias na qualidade de vida. Buscamos criar um ambiente em que o esporte fosse uma atividade lúdica e livre de pressões. Almeida e Gutierrez dizem que,

[...] realizar atividades físicas sem pretensão de superar índices individuais para apenas sentir-se integrado ao meio ambiente; ser atraído para a prática de um esporte despojado de comparações atléticas; sentir-se satisfeito pela convivência com as pessoas; perceber a facilidade de acesso à prática das atividades físicas e esportivas oferecidas por uma estrutura de funcionamento organizada com segurança para a integridade pessoal de todos; tornar possível a realização do convívio social e seu aproveitamento, decorrente do esporte; favorecer uma prática esportiva que elimine diferenças no sentido de democratizar o bem estar. (ALMEIDA, M, A, B. GUTIERREZ, G, L. A, 2008)

2 OBJETIVO

Confeccionado dias após a realização da Virada Esporte e Movimento o álbum de figurinhas teve como objetivo resgatar a memória do projeto e contar a história do evento aos estudantes que não participaram. Apostamos em um formato que priorizava as imagens baseados na crença de que é possível ler histórias e ativar a memória visual das pessoas a partir de imagens, pois como afirma Costa,

[...] nós, observadores, somos dotados da competência para a leitura de imagens e que é essa competência que faz das imagens unidades coerentes e com sentido. Utilizamos nesse processo não só nosso olhar, mas nossa capacidade de comparação, de fazer analogias e de desenvolver memória visual. (COSTA, 2005. apud Rodrigues, 2007).

Focamos em construir uma memória sólida do evento e da campanha que o antecedeu, nosso grande objetivo era conseguir sintetizar seis semanas de campanha promocional *online* e as mais de 10 horas de atividades físicas que foram realizadas no dia 12 de janeiro no Centro de Humanidades da UFC. Optamos por manter no álbum informações da produção e concepção do evento para reforçar o caráter experimental do projeto. O formato álbum de figurinhas foi escolhido por estar historicamente ligado aos eventos esportivos. O álbum de maior sucesso de vendas no Brasil está diretamente atrelado a um evento esportivo: segundo a revista Mundo Estranho, o álbum da Copa do Mundo de 2006 vendeu 140 milhões de envelopes (com cinco figurinhas cada), totalizando 700 milhões de cromos vendidos no país naquele ano.

Durante a concepção do álbum procuramos nos manter fiéis à estética tradicional dos álbuns, dessa forma conseguimos manter o público inserido no universo do esporte mesmo após o evento.

3 JUSTIFICATIVA

Como já foi dito, a disciplina de Laboratório em Publicidade e Propaganda tem caráter experimental e estimula os alunos e alunas a desenvolverem soluções de comunicação criativas e que dialoguem com a base teórica que é estudada ao longo dos anos dentro do curso. O projeto em questão foi pensado partir de uma problemática enxergada pelos componentes da equipe: num período de efervescência dos grandes eventos esportivos no Brasil será que o curso de Publicidade da UFC conseguia formar estudantes que estivessem por dentro dos processos e tendências desse cenário? Concluimos que não e por isso nos propusemos a viver de maneira laboratorial todas as fases da construção de evento esportivo, desde a comunicação promocional que o divulga até o desenvolvimento de *souvenirs* que evoquem a memória daquele evento.

Como maneira de preservar a memória do projeto, desenvolvemos um álbum de figurinhas. Através das imagens a história do evento ia sendo recontada e o estudante que esteve envolvido nessa ação poderia se sentir reconhecido e ainda, descobrir detalhes de como se deu a comunicação responsável pelo sucesso de público do evento. A Virada Esporte e Movimento tem a sua essência traduzidas através das fotografias (representadas no formato de cromos que compõem o álbum de figurinhas). Essas fotos foram escolhidas cuidadosamente de modo que elucidassem como o sentimento principal do evento e as lembranças que queríamos guardar dele. Como fala Rodrigues,

[...]as imagens mentais que obtemos de nossa relação com mundo podem ser armazenadas, constituindo nossa memória, podem ser analisadas por nossa reflexão e podem se transformar numa bagagem de conhecimento, experiência e afetividade. E mais, desenvolvemos técnicas que nos permitem expressar todo esse movimento interno, mental e subjetivo através de outras imagens, estas criadas por nós. (RODRIGUES, 2007).

O formato álbum pareceu mais adequado por evocar diretamente a tradição de completar álbuns da Copa do Mundo, as edições anteriores do campeonato podem ser facilmente lembradas com um simples consulta ao álbum daquele ano. Encontramos

nesse formato de publicação uma maneira de eternizar os momentos do evento e ainda estimular a interação do público, o álbum vai sendo completado pelo próprio público e dessa forma as pessoas vão metaforicamente reconstruindo todos os detalhes do projeto.

Nos inspiramos também no formato de fotolivro para construir este projeto. O conceito de fotolivro “permeia a construção de uma narrativa, em que fotografias criam uma continuidade de imagens que geram um conteúdo, uma problematização e uma consciência de uma narrativa iconográfica” (FERNANDEZ, 2011, p.67).

Toda a descontração e a leveza que foram trabalhadas na comunicação de divulgação do evento foram mantidas nos textos que acompanhavam as imagens do álbum, afinal o objetivo era envolver o público e ativar suas melhores memórias sobre a experiência.



Foto 1: Capa do do álbum de figurinhas da V.E.M.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A construção do álbum esteve intimamente conectada com cada fase de organização da Virada Esporte e Movimento. Para criar uma narrativa fiel e que retratasse com clareza todos os momentos do evento, a equipe trabalhou com o registro de imagens e coleta de referências visuais durante todo o processo.

O processo criativo começou com um *brainstorming* onde foi discutido qual seria o formato mais assertivo para contar a história de um evento esportivo de maneira

recordamos dos álbuns de campeonatos de futebol que colecionávamos quando crianças.

A identidade visual do evento já estava em andamento quando tomamos a decisão de realizar o álbum, desse modo, tivemos um norte muito claro para seguir. A partir da pesquisa por referências visuais, identificamos no segmento esportivo a presença constante de cores vibrantes e saturadas nos seus materiais promocionais. O uso de cores que apresentam um forte contraste proporciona uma energia visual, que muitas vezes é gerada por cores opostas no círculo cromático, as chamadas complementares. O universo cromático do álbum é composto basicamente por cores vibrantes e estimulantes, que refletem o espírito do evento. O verde foi utilizado como cor predominante para os materiais promocionais. No entanto, a definição de uma paleta com um número maior de cores, possibilita composições mais interessantes, criando uma atmosfera colorida e enérgica sem perder o reconhecimento da identidade por parte do público. Escolhemos três tipografias: na marca usamos uma fonte de bordas arredondadas dando uma sensação de descontração e jovialidade, para os títulos usamos outra fonte sem serifa, mas de bordas quadradas e sem presença de traços finos ou delicados, afinal, nosso objetivo era criar uma atmosfera ligada à energia e ao esporte, já para blocos de textos maiores, optamos por uma fonte que não conferisse leitura cansativa e que fosse neutra, para que ela não destoasse fontes principais, por isso, escolhemos uma sem serifa, tradicional e básica. Os textos que compõem o álbum foram desenvolvidos para cumprirem o papel de apoio aos cromos, cada página do álbum conta com textos que trazem um tom de descontração e ajudam a contar a história do evento, sempre com uma retórica informal e usando palavras pertencentes ao campo semântico dos esportes.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O resultado de todo o processo até aqui descrito é um álbum de figurinhas composto por 20 páginas e 50 cromos autocolantes. O álbum se divide em sete seções, são elas: escalação, história, na concentração, bastidores, a virada das viradas, copa V.E.M e o legado da virada. Cada seção aborda uma fase ou aspecto da Virada Esporte e Movimento.

A seção “escalação” traz figurinhas com o rosto dos realizadores do evento e da professora orientadora, ao lado dos cromos existem citações das falas dos estudantes



Foto 2: Seção “escalação” do álbum de figurinhas V.E.M

A seção “história” traz figurinhas que falam sobre as motivações dos componentes da equipe em realizar um projeto com o tema do esporte, nesse ponto do álbum o público descobre como nasceu a ideia do V.E.M.



Foto 3: Seção “história” do álbum de figurinhas V.E.M.

A seção “na concentração” apresenta figurinhas que contam como foi o processo de pesquisa de referências para se chegar até o modelo de evento escolhido, nessas páginas existem referências de *cases* locais e nacionais que motivaram a equipe, são eles o projeto Bicicleta da Unimed e a corrida Nike+ Run.



Foto 4: Seção “na concentração” do álbum de figurinhas V.E.M.

nasceu a marca do evento. Em “a virada das viradas” o leitor finalmente imerge no evento, figurinhas com fotos de cada atividade realizada levam o público de volta ao dia em que a virada foi realiza. A seção “a copa das copas” é uma das mais completas, ela traz cromos com fotos de todos os times que participaram da competição de futsal amador que ocorreu dentro do V.E.M, além de fotos da premiação e de momentos de emoção que marcaram a disputa na quadra do CEU, local onde aconteceu a Copa V.E.M.



Foto 5: Seção “bastidores” do álbum de figurinhas V.E.M.



Foto 6: Seção “a virada das viradas” do álbum de figurinhas V.E.M.



Foto 7: Seção “Copa V.E.M”

A seção “o legado da virada” busca mensurar o impacto realizado na Universidade, as figurinhas falam sobre o feedback do público e o texto de apoio mostra o quão grande foi a mobilização de estudantes no evento. Por fim, o público é presenteado com um agradecimento em formato de manifesto, a equipe tomou a liberdade de produzir um texto mais poético, visto que desafio que parecia impossível, o de construir por alunos e para alunos um evento esportivo independente, foi vencido.



Foto 8: Seção “o legado da virada”.

O álbum é bastante colorido e tem uma comunicação visual que dialoga mais com esportes e atividades lúdicas do que necessariamente com esportes ligados à alta performance. As fotos usadas para realizar os cromos também têm um caráter muito descontraído, sempre com cores fortes e imagens dos estudantes se divertindo e socializando. A contracapa do álbum carrega o manifesto da Virada Esporte e Movimento, com o objetivo de deixar ainda mais claro o caráter experimental da empreitada e nosso desejo em construir um espaço que, além de estimular a vida saudável, estimulasse também a socialização e construção de afetos entre os e as estudantes.



Foto 9: Contracapa e manifesto.

6 CONSIDERAÇÕES

Percebendo a importância da experimentação dentro da Universidade, nos debruçamos sobre um tema que além de estar em voga no país é, também, de grande interesse da equipe que realizou esse trabalho. Por sermos grandes apaixonados por esportes e entendermos a importância dessa ferramenta na melhoria do bem-estar dos estudantes, decidimos utilizar nossos conhecimentos teóricos em comunicação para realizar na prática um evento que trouxesse não só atividades físicas, mas também interações entre os estudantes da UFC.

Como produto final e memória desse evento, acreditamos que a realização de um álbum de figurinhas foi a melhor saída encontrada para solucionar nosso problema de comunicação: contar a história de um evento sem deixar a sua atmosfera se esvaír e ainda estimular a interação e o lúdico no público. Acreditando no poder das imagens para construir memórias afetivas, buscamos realizar um trabalho absolutamente experimental e que nasceu do desejo da equipe de trilhar novos caminhos e descobrir novos formatos onde também é possível comunicar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin e HARRIS, Paul; tradução Francisco Araújo da Costa. **Imagem**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

RODRIGUES, Ricardo Crisafulli. **Análise e tematização da imagem fotográfica**. *Ci. Inf* 36.3 (2007): 67-76. Acesso em <http://www.scielo.br/pdf/ci/v36n3/v36n3a08.pdf>

Como é feito um álbum de figurinhas? Acesso em <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-e-feito-um-album-de-figurinhas>

FERNANDEZ, Horácio. **Fotolivros Latino-americanos**. São Paulo: Cosac&Naify, 2011.

ALMEIDA, M, A, B. GUTIERREZ, G, L. **A nova dimensão esportiva: Uma leitura do esporte e do lazer**. EFDeportes.com, Revista Digital. Buenos Aires, nº 116, janeiro de 2008. Acesso em <http://www.efdeportes.com/efd116/uma-leitura-do-esporte-e-do-lazer.html>

Copa alavanca primeiro semestre em investimento publicitário. Acesso em <http://propmark.com.br/midia/copa-alavanca-primeiro-semester-em-investimento-publicitario>