

Juliana Pereira Rosso

CONJUNTO DE IMPRESSOS INSTITUCIONAL E
PROMOCIONAL PARA O GRUPO VOLUNTÁRIO
FORÇA JOVEM UNIVERSAL (FJU)

Projeto de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Patrício Souza de Castro.

Florianópolis
2018

Juliana Pereira Rosso

CONJUNTO DE IMPRESSOS INSTITUCIONAL E
PROMOCIONAL PARA O GRUPO VOLUNTÁRIO
FORÇA JOVEM UNIVERSAL (FJU)

Este Projeto foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Programa de graduação em Design UFSC.

Florianópolis, 04 de Dezembro de 2018.

Prof.^a Marília Matos Gonçalves, Dr.^a
Coordenadora do Curso

Banca examinadora:

Prof.^o Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.^o
Orientador - UFSC

Prof.^o Israel de Alcântara Braglia, Dr.^o
UFSC

Prof.^a Marília Matos Gonçalves, Dr.^a
UFSC

RESUMO

Este projeto possui como objetivo o desenvolvimento de um material institucional e um material promocional impressos para o grupo voluntário Força Jovem Universal (FJU). O grupo, sem fins lucrativos, promove projetos e eventos com foco na recuperação e ressocialização de jovens que lidam com vícios, distúrbios alimentares, depressão, desejo de suicídio, entre outros. Para realizar isso, conta com apoios e patrocínios de membros do projeto e empresários. Sendo assim, este trabalho possuiu como resultado suprir a necessidade de um material institucional que apresente a FJU e auxilie na prospecção de novos patrocinadores e apoiadores, além de trazer mais visibilidade ao projeto através do material promocional. Para o desenvolvimento destes materiais foi utilizada a Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos desenvolvida por Matté (2004), adaptada para este projeto. Por ser voluntária do grupo, a autora esteve em contato com o coordenador estadual da FJU durante todo o processo e possuiu total acesso às informações necessárias bem como todo o material gráfico da organização.

Palavras chave: Design. Gráfico. Diagramação. Institucional. Promocional.

ABSTRACT

This project has the objective to development of an institutional material and promotional material printed for the voluntary group Força Jovem Universal (FJU). The nonprofit group promotes projects and events focused on the recovery and resocialization of young people dealing with addictions, eating disorders, depression, suicide desire, among others. To accomplish this, it counts with the support and sponsorship of project members and entrepreneurs. Therefore, this work has as its goal to supply the need for an institutional material that presents FJU and helps in the prospection of new sponsors and supporters, in addition to bringing more visibility to the project through the promotional material. For the development of these materials was used the methodology Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos developed by Matté (2004), adapted for this project. As a volunteer of the group, the author was in contact with the state coordinator of FJU throughout the process and had full access to the necessary information as well as all the graphic material of the organization.

Keywords: Design. Graphic. Layout. Institucional. Promotional.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus por cuidar de mim durante toda a trajetória, sempre colocando as pessoas e oportunidades certas no meu caminho, por me dar força e por me mostrar a resposta nos momentos de incerteza.

Agradeço à minha mãe por acreditar em mim e investir no meu futuro sem hesitar, por ser minha companheira nas horas boas e me entender nos momentos ruins.

Agradeço aos meus amigos por ficarem animados comigo em cada nova etapa, por acreditarem que eu faria o melhor trabalho possível e por me ajudarem a desestressar quando precisei.

Agradeço à FJU por me proporcionar essa oportunidade de desenvolver algo em que realmente acredito, por acreditar em mim, por me dar a chance de fazer parte do seu grupo de voluntários e poder ajudar outras pessoas com o que eu tenho a oferecer.

Agradeço ao professor Luciano pela orientação e direcionamentos dados sempre com atenção e paciência e pela demonstração de empatia para com o meu projeto de conclusão de curso.

SUMÁRIO

| | |
|-------------------------------------|------------|
| INTRODUÇÃO..... | 11 |
| OBJETIVOS..... | 15 |
| OBJETIVO GERAL..... | 17 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 17 |
| JUSTIFICATIVA..... | 19 |
| METODOLOGIA PROJETUAL..... | 23 |
| ETAPAS DA METODOLOGIA..... | 29 |
| COMPREENSÃO DO PROJETO..... | 31 |
| PESQUISA..... | 33 |
| ANÁLISE..... | 46 |
| CONFIGURAÇÃO DO PROJETO..... | 63 |
| DEFINIÇÃO..... | 65 |
| MODELAÇÃO INICIAL..... | 67 |
| MODELAÇÃO FINAL..... | 90 |
| NORMATIZAÇÃO..... | 101 |
| CONCLUSÃO..... | 102 |
| REFERÊNCIAS..... | 103 |

INTRODUÇÃO

Uma das principais características da atual geração de jovens é a necessidade de pertencer a uma comunidade, uma "tribo". Podemos perceber isso através dos inúmeros grupos existentes hoje. O propósito pode ser político, social, religioso, entre outros, sendo isso o que todos possuem em comum, o que os une e os motiva.

Muitos grupos de jovens são formados em igrejas, nos quais seus membros compartilham das mesmas crenças. Grupos como estes possuem como principal atividade ações sociais solidárias, realizadas de forma voluntária. Em inúmeros casos, conseguem apoio de empresas e pessoas que não necessariamente são membros da igreja ou do grupo em si, mas que simpatizam com o objetivo de colaborar com a comunidade em que vivem.

A Força Jovem Universal (FJU) de Santa Catarina, tema deste trabalho, é um grupo voluntário composto majoritariamente por jovens presente em todo o Brasil e em alguns países. Possui como principal objetivo ajudar adolescentes e jovens adultos que lidam com vícios, distúrbios alimentares, depressão, desejo de suicídio, entre outros. Através de seus projetos e ações, busca levar a conscientização de temas atuais e envolver seus membros e voluntários em atividades esportivas e culturais.

Dentre os projetos da Força Jovem, encontra-se o **Mídia FJU**, na área de comunicação. Este é responsável por divulgar nas redes sociais tudo o que a FJU realiza por meio de fotos, vídeos, reportagens e materiais gráficos. O design dentro do projeto é necessário para a realização das artes, material gráfico, identidade visual dos eventos e projetos, dentre outros. Normalmente a produção acontece logo após o briefing e como os prazos são muito curtos, deixa-se o planejamento e parte-se direto para a execução. O departamento responsável por isso é o Design e atualmente foca exclusivamente na divulgação em redes sociais, deixando uma lacuna nos materiais impressos. Sendo assim, a proposta deste trabalho é o desenvolvimento de um material promocional e um institucional impressos que apresentem a FJU e com o objetivo de alcançar novos apoiadores e voluntários.



OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Desenvolver o projeto de peças gráficas interativas para a comunicação gráfico-visual do processo de promoção da Força Jovem Universal (FJU).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Situar a organização no contexto da sociedade;**
- **Reunir recursos teóricos e técnicos para a definição e o desenvolvimento do projeto proposto;**
- **Planejar e experimentar o projeto das peças gráficas;**
- **Diagramar e estruturar as peças gráficas;**
- **Compor e materializar os protótipos das peças gráficas.**



JUSTIFICATIVA

Através do envolvimento no trabalho voluntário do projeto Mídia e devido à participação no planejamento e estratégias dos eventos organizados, percebeu-se a atual dificuldade em conseguir apoio (tanto financeiro como de locação de espaços e figurinos por exemplo) para realizá-los. Atualmente, o projeto conta com o apoio de alguns empresários que em sua maioria já conheciam o trabalho realizado por serem voluntários ou parentes de voluntários. Esse fato apresentou uma falha na visibilidade do projeto para possíveis patrocinadores que ainda não possuem contato direto com o trabalho desenvolvido.

Os patrocínios são de extrema importância para a FJU já que são a principal forma de conseguir recursos para a realização de eventos e ações dos projetos, através dos quais a FJU pode alcançar seus objetivos.

Por meio dos conhecimentos adquiridos ao decorrer do curso de Design, principalmente nas matérias do Projeto Editorial, notou-se uma área de interesse a qual pode ser explorada no desenvolvimento deste trabalho para solucionar o problema identificado. Por esses motivos apresentados, a solução proposta é de desenvolver um material institucional e um promocional impressos para a FJU.



METODOLOGIA PROJETUAL

A fim de atender os objetivos deste projeto, a metodologia utilizada será a adaptação da Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos desenvolvida por Matté (2004), conforme quadros 1 e 2.

| FASES | ETAPAS | ATIVIDADES |
|---|--------------------------|---|
| | Problematização | Exposição do problema Programa Contrato |
| Compreensão do Projeto - Reconhecer os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto; - Identificar o universo no qual o produto está inserido. | Pesquisa | Diacrônica Sincrônica Aspectos mercadológicos |
| | Análise | Função utilitária/necessidade Uso/funções técnico-físicas Produtivos/custos Formal e informacional |
| Configuração do Projeto - Concepção das informações convertendo-as em texto, esquemas e desenhos iniciais do produto. | Definição | Lista de requisitos Hierarquia dos fatores projetuais Redefinição do problema |
| | Modelação Inicial | Modelos iniciais/intermediários |
| Realização do Projeto - Aprimorar o desenho do produto; - Preparação segundo os requisitos de produção industrial. | Modelação Final | Modelos finais |
| | Normalização | Codificação para produção Descrição técnica de produção |
| | Supervisão | Apoio técnico a produção e implementação |

Quadro 1 - Metodologia original

| FASES | ETAPAS | ATIVIDADES |
|---|--------------------------|--|
| | Problematização | Exposição do problema |
| Compreensão do Projeto - Reconhecer os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto; - Identificar o universo no qual o produto está inserido. | Pesquisa | Objeto de estudo Briefing |
| | Análise | Função utilitária/necessidade Uso/funções técnico-físicas Similares Formal e informacional Produtivos/custos |
| Configuração do Projeto - Concepção das informações convertendo-as em texto, esquemas e desenhos iniciais do produto. | Definição | Lista de requisitos Hierarquia dos fatores projetuais Redefinição do problema |
| | Modelação Inicial | Modelos iniciais/intermediários |
| Realização do Projeto - Aprimorar o desenho do produto; - Preparação segundo os requisitos de produção industrial. | Modelação Final | Modelos finais |
| | Normalização | Descrição técnica de produção |

Quadro 2 - Metodologia adaptada

ETAPAS DA METODOLOGIA

A **Problematização**, primeira etapa da metodologia, apresenta o problema e identifica qual a necessidade de projeto e como melhor organizá-lo.

Logo em seguida, dentro da **Fase de Compreensão do Projeto**, entram a **Pesquisa e Análise**. Através da **Pesquisa**, busca-se conhecer todo o universo em que o projeto está inserido, coletando informações sobre a organização e seu histórico. A partir dos dados da pesquisa, é feita a **Análise**, que vai mais a fundo nas informações obtidas e investiga os aspectos técnicos e funcionais de seus produtos e de seus similares e como irão contribuir para o desenvolvimento do produto proposto.

Já na **Fase de Configuração do Projeto**, temos as etapas de **Definição e Modelação Inicial**. Na etapa de **Definição** decide-se o conteúdo, forma e demais aspectos técnicos do produto. A partir disso, começa-se a **Modelação Inicial** do material.

Por fim, na **Fase de Realização do Projeto** temos as etapas de **Modelação Final**, na qual finaliza-se a produção, e a etapa de **Normalização**, onde descreve-se os aspectos técnicos para a replicação do produto.

COMPREENSÃO DO PROJETO

PESQUISA

A **Força Jovem Universal (FJU)** é uma iniciativa voluntária da Igreja Universal que desenvolve diversas atividades sociais, culturais e esportivas para o público jovem. Iniciada em 1992, a FJU atende cerca de 300.000 jovens pelo Brasil e está presente em diversos países espalhados pelo mundo. Suas ações possuem como principal objetivo prestar auxílio à juventude com problemas de depressão, automutilação, vícios em drogas, tendência ao suicídio, e tudo o que é prejudicial à sua saúde e bem estar.

Para isso, desenvolve projetos de conscientização e prevenção às drogas, prática de atividades esportivas, cursos e workshops, cultura, como teatro, canto, ballet, rap, street dance, entre outros e trabalhos sociais como doação de sangue, arrecadação de roupas e alimentos e apoio em catástrofes naturais. Além disso, com foco na alegria e entretenimento dos jovens, a FJU promove frequentemente eventos como torneios esportivos, festivais de cinema e música, passeios turísticos, entre outros. Tudo é oferecido gratuitamente.

Os dados desta pesquisa foram coletados com as voluntárias do projeto Secretárias para acrescentar às informações da autora.



Figura 1 - Marca Gráfica da FJU SC

PROJETOS

Dentre os projetos da FJU há o **Uniforça**, responsável pela infraestrutura dos eventos e ações da FJU. São seus voluntários que dão o apoio antes, durante e após os eventos organizando todo o material necessário, fornecendo orientações, são encarregados do som, limpeza, dentre outras funções de apoio e são treinados para primeiros socorros.

O projeto **Esportes** é um dos que mais contribuem para a ressocialização de seus integrantes. Através da prática de futebol, vôlei, surf, boxe, muay thai, karatê, dentre outros, estimula a prática de atividade física e possibilita uma vida mais saudável.

O projeto **Cultura** oferece semanalmente oficinas de teatro, dança (street dance e ballet), coral, grafite, rap, aulas de instrumentos e dentro do projeto há a banda e o grupo de cheerleaders. Além disso, é o projeto responsável pelas diversas apresentações nos encontros e eventos da FJU e pela organização de festivais de música e eventos culturais.

As **Secretárias**, outro projeto da FJU, oferecem auxílio na parte administrativa da Força Jovem. São elas que coletam dados, fazem fichas de cadastro, pautas de reuniões e relatórios semanalmente.

O **Mídia** é responsável por toda a comunicação da FJU. É o projeto que divulga nas redes sociais tudo o que acontece, irá acontecer e já aconteceu. Por meio dos departamentos de Fotografia, Audiovisual, Jornalismo, Design, Audiovisual e Marketing, realizam a cobertura completa dos eventos e ações dos demais projetos e administram as redes sociais da FJU.

Atalaia é o nome do projeto no qual seus integrantes divulgam a FJU pessoalmente. Diferente do Mídia, seus voluntários vão às ruas conversar com as pessoas e fazem ações de divulgação juntamente com outros projetos. Além disso, visitam jovens que precisam de algum tipo de ajuda.

Os voluntários do projeto **Arcanjos** entram em contato com voluntários e membros da FJU que deixaram de participar das atividades dos projetos para fazer um acompanhamento de como estão.

O **Help** é um projeto dedicado em especial àqueles que se automutilam, sofrem de depressão ou possuem desejo de suicídio. Seus voluntários são pessoas que conseguiram superar suas dificuldades e buscam apresentar aos demais uma saída para esses problemas. Além disso, promovem ações de conscientização sobre o assunto e em como ajudar parentes e amigos que estão passando por situações com essas características.

O projeto **FJUni** é formado majoritariamente por universitários e possui várias vertentes de trabalho. Os Anjos do Riso, por exemplo, vão fantasiados à hospitais infantis, orfanatos e asilos levando doações e um momento diferente de alegria. Já o **Cidadania** é responsável por oferecer cursos de inglês e aulas para o vestibular e ENEM. Além disso, são encarregados de promover campanhas do agasalho e arrecadações de alimentos, brinquedos, dentre outros.

EVENTOS

São diversos eventos realizados pela FJU durante o ano. Alguns acontecem em todo o Brasil, outros ocorrem apenas em Santa Catarina. Dentre eles está o **Saiba Dizer Não (SDN)** que reúne o estado inteiro na cidade de Florianópolis todo ano e acontece em todas as capitais (figuras 2, 3, 4 e 5). Este evento possui por principal objetivo trazer a consciência de que cada um é responsável por suas escolhas através do lema "saiba dizer não" a tudo que pode prejudicar a saúde física e mental. Durante o dia ocorre um jogo de futebol entre os times dos blocos finalistas e diversas apresentações de dança, teatro e música.



Figura 2 - Partida de futebol durante o evento - Saiba Dizer Não
Fonte: Mídia FJU



Figura 3 - Apresentação Cheerleaders - Saiba Dizer Não
Fonte: Mídia FJU



Figura 4 - Apresentação de street dance - Saiba Dizer Não
Fonte: Mídia FJU

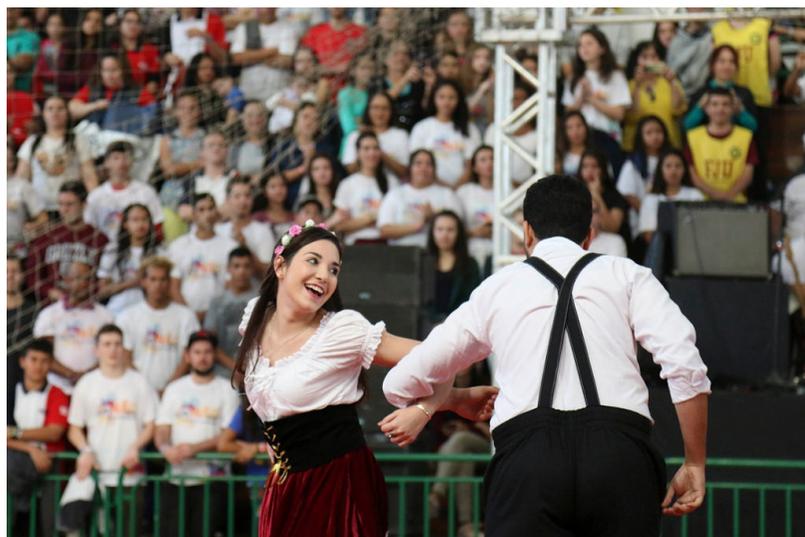


Figura 5 - Apresentação de dança germânica - Saiba Dizer Não
Fonte: Mídia FJU

Outro grande evento da FJU é o **Cultura Show**. Jovens de todo o estado se reúnem na capital para prestigiar e expor seu talento. As apresentações são diversas: canto, dança, teatro, musical até mesmo contorcionismo, cada um tem espaço para mostrar o que gosta de fazer (figuras 6, 7, 8 e 9). Em algumas edições do evento são convidados profissionais da área para julgar os participantes e presentear o mais votado.



Figura 6 - Apresentação de Ballet - Cultura Show
Fonte: Mídia FJU



Figura 7 - Apresentação de beat box - Cultura Show
Fonte: Mídia FJU



Figura 8 - Apresentação da Banda Atos - Cultura Show
Fonte: Mídia FJU



Figura 9 - Apresentação de teatro - Cultura Show
Fonte: Mídia FJU

BRIEFING

Para melhor entender as necessidades da FJU, realizou-se uma entrevista presencial, no dia 19 de Agosto, com o atual coordenador estadual do projeto, Jonatas Varollo.

1- Do que se trata o projeto (descrição do projeto)?

"O desenvolvimento de peças gráficas que apresentem os projetos da FJU e a importância do seu trabalho de forma visual e atrativa."

2- Qual assunto do projeto (qual é o produto ou serviço sendo promovido ou a informação sendo propagada)?

"O assunto é a própria FJU e seus projetos que dão oportunidade a jovens carentes que ainda não tiveram a chance de serem inseridos em projetos de cultura, esporte e lazer. A informação a ser propagada é de que a FJU pode ajudá-los a fazer escolhas melhores, terem personalidade, e, assim, mais qualidade de vida. Isso direcionado não só para os jovens, mas também para os patrocinadores."

3- Qual é o objetivo?

"Suprir a necessidade de um material para divulgar a FJU e assim alcançar mais jovens, fazendo com que vejam seu potencial e invistam no seu talento; e conseguir demonstrar a importância do trabalho desenvolvido para possíveis patrocinadores."

4- Quem é o público?

"Jovens acima de 14 anos, empresários de forma geral e possíveis parceiros (diretores de escolas, centros esportivos, etc)."

5- Qual a mensagem principal?

"Para os jovens: A mensagem de que vale a pena viver uma vida saudável e com objetivos. Para os patrocinadores: O impacto positivo que a FJU possui na sociedade e como a colaboração deles contribuirá para isso."

6- Existem outras mensagens a serem propagadas (secundárias)?

"O material precisa passar alegria, juventude, energia, vida, união, amizade e uma visão madura do trabalho."

7- Como o produto será distribuído? Onde ele será visto (método de distribuição)?

"O produto será distribuído em ações da FJU nas ruas e em visitas presenciais de prospecção de patrocínios e parcerias."

8- Qual orçamento do projeto?

"O ideal é ter um material de qualidade com o custo otimizado já que atualmente não há um orçamento próprio para materiais de divulgação em geral."

9- Como se parece o material dos similares?

"O material dos nossos similares utiliza uma abordagem semelhante, por possuírem o mesmo público alvo. Também usam fotos para ilustrar seu material mas possuem identidades visuais bem diferentes à nossa."

10- Existe uma sensação, uma personalidade que você (o cliente) gostaria de dar a este produto gráfico?

"Sensação de energia, juventude e felicidade."

ANÁLISE

FUNÇÃO UTILITÁRIA/NECESSIDADE

A partir da identificação do problema e da pesquisa a respeito da Força Jovem Universal, percebeu-se a necessidade de dois materiais impressos. O primeiro será promocional, com o objetivo de atrair mais voluntários para a FJU. Os materiais promocionais, utilizados como produtos de divulgação, são visualmente motivadores, com mensagens coloridas e imaginativas (DABNER, 2003, p100). Para este projeto, o conteúdo definido será uma breve introdução sobre a organização e apresentará os projetos da FJU de forma interativa, que atraia o público jovem.

O segundo material será institucional, com o objetivo de agregar mais apoiadores. Segundo Samara (2011) a literatura corporativa é um conjunto de publicações com um tema em comum sobre uma empresa, visando divulgar seus produtos e serviços. Sendo assim, este material apresentará a Força Jovem com mais detalhes e explicará sua relevância através de exemplos de pessoas que foram beneficiadas. Além disso, como um portfólio, irá exibir seus projetos e eventos utilizando imagens para ilustrar a visibilidade que a FJU possui e expor as vantagens de uma parceria.

USO E FUNÇÕES TÉCNICO/FÍSICAS

Material da FJU

Conforme citado anteriormente, o desenvolvimento de materiais gráficos ainda é algo inicial na FJU, possuindo poucos exemplos a serem analisados. Sua maioria consiste em folders informativos para convidar novos membros e voluntários ao projeto para divulgação da Força Jovem.



Figura 10 - Folder Projetos FJU (frente)



Figura 11 - Folder Projetos FJU (verso)

A identidade mantida nesses materiais é composta pelo uso das cores institucionais da FJU (vermelho e azul marinho). Não há uma fonte padrão, apesar de que em sua maioria são utilizadas as fontes Bebas Neue e Dolce Vita. Além disso, as fotos de eventos e dos voluntários são muito utilizadas nos materiais da Força Jovem. Costuma-se mesclar as formas orgânicas com formas geométricas e linhas retas. A linguagem escrita utilizada nem sempre se adequa ao público alvo: jovens que ainda não frequentam a FJU ou a igreja. A Força Jovem não possui manual de identidade visual da marca e normalmente não há um planejamento prévio para o desenvolvimento dos materiais gráficos de forma geral.



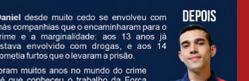
Figura 12 - Folder Encontro FJU

ALGUÉM ACREDITOU EM MIM!

ANTES



DEPOIS



Daniel desde muito cedo se envolveu com más companhias que o encaminharam para o crime e a marginalidade: aos 13 anos já estava envolvido com drogas, e aos 14 cometeu furtos que levaram a prisão.

Foram muitos anos no mundo do crime até que conheceu o trabalho da Força Social Universitária onde encontrou pessoas que acreditavam em sua mudança. Não o julgavam e não se preocupavam com o seu passado.

Hoje, Daniel possui a paz que por tanto tempo procurou, é verdadeiramente feliz e ajuda pessoas que se encontram na mesma situação em que ele um dia viveu.

ANTES



DEPOIS



Criosa sem carinho ou atenção dos pais pela porção de problemas que ela enfrentava. Brinquida de soco com rapazes ruins, às vezes por nada. Me sentia triste e sozinha. Comecei a sair para festas, festas e bebia muito, a ponto de me tomar alcoólatra, me mudava, tentei me matar me jogando na frente de um ônibus.

Cheguei ao meu fundo de poço com o fim de um relacionamento. Voltava tudo o que eu comia, ponto de ser internada no hospital.

Em busca de uma solução, fomos para igreja procurar ajuda. Comecei a ouvir e a entender a palavra Deus. Deus. Larguei tudo de mão, fui liberta, recebi o Espírito Santo, minha vida foi transformada! A relação com minha família foi restaurada. Hoje sou muito feliz e digo a todos: **VALE A PENA VIVER!**

CONHEÇA NOSSOS PROJETOS

MÍDIA FJU

À FJU VIDA CADA DIA: PESSOALMENTE E HIPÓCRISIA. CRIAMOS ATRAVÉS DA INTERNET, PANFLETOS, ATIVIDADES, MÍDIAS NAS REDES SOCIAIS QUALQUER MEIO DE COMUNICAÇÃO O PROJETO É RESPONSÁVEL PELA DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES, EVENTOS E REUNIÕES DA FJU. COM MATERIAIS COMO FOLHETO, PROPOSITOS, AGENDAMENTOS, TEXTOS E ARTES. O PROJETO ALCANÇA MILHARES DE JOVENS PELA MÍDIA E FORA COM OPENS E LINKS.

CULTURA FJU

O PROJETO FORMADO POR JOVENS TALENTOSOS QUE USAM ESCUDOS NA DANÇA, CANTA, TEATRO E BANDA PARA GANHAR ALMAS. DEIXAM MESES DE ENSAIO PARA APRESENTAÇÕES EM REUNIÕES E EVENTOS DA FJU. O PROJETO NÃO É APENAS PARA QUEM NÃO SABE DESenvOLVER ALGUMA ATIVIDADE ARTÍSTICA, MAS TAMBÉM PARA QUEM PRECISA APRENDER.

UNIFORÇA FJU

"INDOS COMEÇAMOS FORTES" É UMA FRASE QUE DEFINE O GRUPO QUE CUMPRIU O EMANAMENTO DO SENHOR JESUS "AMARÁS O PRÓXIMO COMO A TI MESMO". PRESTAMOS SERVIÇO À SOCIEDADE E AUXILIAMOS OS BOMBEROS EM GRANDES CASOS DE EMERGENCIA. ALÉM DE SER RESPONSÁVEL PELA ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DE EVENTOS SOCIAIS.

UNIVERSITÁRIOS UNI

O GRUPO É COMPOSTO POR JOVENS FORMADOS E FORMANDO EM CURSOS SUPERIORES, TEM COMO OBJETIVO ESTIMULAR O LADO PESSOAL, INTELECTUAL, PROFISSIONAL, ESPÍRITUAL DOS JOVENS, COM ENCONTROS MENSUAIS, FÉRIAS VIGILÂNCIA, CENTRAL DE ESTÁGIOS E GRUPO DE ESTUDO, ALÉM DE REALIZAR AÇÕES SOCIAIS.

ESPORTES FJU

INCENTIVANDO AS PRÁTICAS ESPORTIVAS E DESenvOLVENDO TALENTO, O PROJETO TEM COMO PRINCIPAL OBJETIVO LEVAR OS JOVENS A UMA VIDA SAUDÁVEL E LONGA DAS DROGAS. OFERECENDO AOS JOVENS TREINOS DE ESPORTES COMO MUAY THAI, BOKU, FUTEBOL, BASQUETE, KARATÊ, VÔLEI, JIU JITSU, HANDBOL, VÔLEI DE PRAIA ENTRE OUTROS ESPORTES.

CIDADANIA FJU

O GRUPO E INSTITUIÇÃO POR JOVENS QUE PARTICIPAM ATIVAMENTE DA DEMOCRACIA E REALIZAM AÇÕES SOCIAIS, LEVANDO MELHORIA DE VIDA AOS COMUNIDADES DE COMUNIDADES CARENTES ATUAIS DO MOVIMENTO CONSCIÊNCIA JOVEM, UM EXEMPLO DE CIDADANIA A SER SEGUIDO POR TODOS.

ARCANJOS FJU

FORMADO POR JOVENS EMPENHADOS EM PESQUISAR QUEM TEM UMA FEZ PARTE DA FOLHA DE ARCANJOS TEM A MISSÃO DE PESQUISAR E ACOMPANHAR OS JOVENS ATÉ QUE OS MESMOS VOLTEM A PRESENÇA DE DEUS.

Figura 13 - Folder Encontro FJU

A partir da análise, conclui-se que os projetos estão presentes em todos os materiais impressos por serem as principais atividades da FJU. Sendo assim, é essencial estarem presentes em um dos materiais desenvolvidos neste trabalho. Além disso, a ausência de um outro material exclusivo para a prospecção de novos apoiadores comprova a necessidade de um conteúdo institucional que apresente o projeto FJU, sua importância e como tem contribuído para a comunidade através do seu trabalho. O uso de imagens que mostram os eventos e projetos é importante para que ilustrem o que a FJU faz, por que precisa de patrocínio e qual visibilidade isso dará para o patrocinador.

50

51

SIMILARES

SOS Jovem

O projeto voluntário SOS Jovem possui um trabalho similar ao projeto Help FJU. Com foco em jovens que lutam contra a depressão, disponibiliza um espaço em seu site para pedir ajuda, desabafar ou conversar com seus voluntários. Além disso, trabalha com mensagens positivas e de incentivo em suas redes sociais. Em 2018 realizaram uma campanha para apresentar seu trabalho em escolas, onde realizam palestras.



Figura 14 - Marca Gráfica do SOS Jovem



Figura 15 - Campanha SOS Jovem 2018



Figura 16 - Campanha SOS Jovem 2018



Figura 17 - Campanha SOS Jovem 2018



Figura 18 - Campanha SOS Jovem 2018

A identidade da campanha é a mesma que o projeto utiliza em sua marca e materiais gráficos, como o uso da cor amarela com o preto. Em questão de conteúdo o projeto se apresenta brevemente e mostra dados que justificam seu público alvo e porque trabalhar com isso é importante. Ao final, apresenta sua forma de trabalho e, através de dados, os resultados que tem obtido. O tamanho de cada cartaz é de 15cm x 22cm.

O interessante deste material é que consegue apresentar de forma objetiva e eficaz o que o projeto é e realiza. Tendo em vista que seu objetivo é expor a importância de seu trabalho, é um bom parâmetro para o material institucional da FJU, já que apresenta argumentos concisos do porquê seu trabalho é relevante e estimula seu público alvo a fazer parte e prestar apoio.

Voluntário Global

O **Voluntário Global** é uma iniciativa da **AIESEC** (Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales), organização não governamental com o objetivo de disseminar a visão de liderança e desenvolver profissionalmente jovens de todo o mundo. O projeto propicia experiência por meio de trabalhos voluntários em ONGs, Escolas ou Fundações em diversos países. Seus voluntários são jovens de 18 a 30 anos. A associação utiliza as redes sociais para divulgar seu trabalho e conquistar novos voluntários e apoiadores.



Figura 19 - Marca Gráfica do Voluntário Global

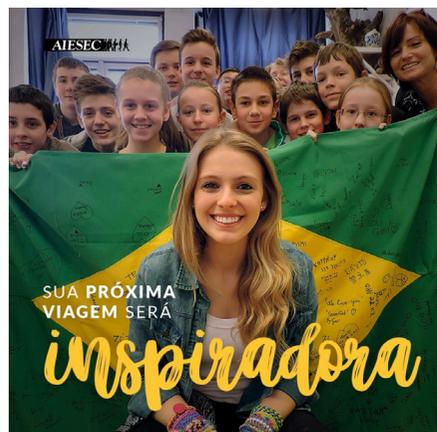


Figura 20 - Imagem do Instagram AIESEC



Figura 21 - Imagem do Instagram AIESEC



Figura 22 - Imagem do Instagram AIESEC

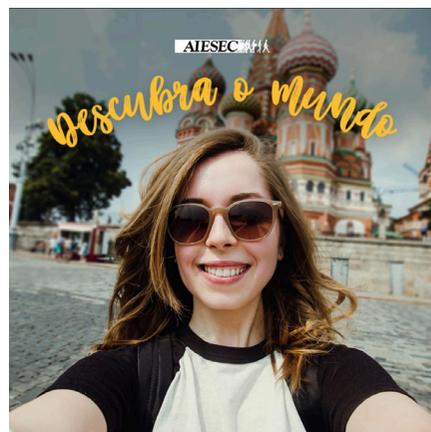


Figura 23 - Imagem do Instagram AIESEC

Todas as imagens analisadas possuem a mesma tipografia e quase sempre a cor amarela está presente em seus textos. A associação utiliza as fotos dos voluntários e dos destinos como recurso para atrair novos participantes. A linguagem visual é jovem e está de acordo com o público alvo.

Todos os posts possuem uma unidade, visível principalmente devido à tipografia. A linguagem usada é atrativa ao público jovem e desperta a vontade de fazer parte do que é mostrado, interessante de se observar para o material promocional da FJU. Além disso, nota-se que eles divulgam a marca de seus apoiadores, dando visibilidade, o que pode ser um incentivo para mais empresas apoiarem.

FORMAL E INFORMACIONAL

A partir da análise de similares realizada anteriormente, identificou-se características proveitosas para este projeto. O material do SOS Jovem, por exemplo, possui objetivo similar ao material institucional da FJU e apresenta de forma objetiva estatísticas e notícias que argumentam por que seu trabalho é relevante. No caso da FJU, poderão ser incluídas estatísticas de quantas ações são realizadas ao ano e quantas pessoas participam dos projetos atualmente e/ou foram beneficiadas. Já o material analisado do Voluntário Global possui características promocionais. Observa-se a quantidade resumida de textos e a linguagem visual jovem e descontraída. Além disso, pode-se usar como exemplo a divulgação da marca dos apoiadores da iniciativa, aplicando a ideia em um dos materiais da FJU.

O material institucional da FJU será impresso em lâminas, constituindo um sistema integrado de peças gráficas, que irão compor uma pasta, semelhante a um portfólio, conforme figura 24. Assim, novos eventos e projetos poderão ser acrescentados no futuro. A primeira lâmina introduzirá a FJU como instituição, seus objetivos e ações. Em sequência, cada lâmina apresentará um projeto da FJU (Uniforça, Cultura, Secretárias, Mídia, Esportes, Atalaia, Help, FJUUni e Arcanjos) onde conterà textos e imagens explicando o que cada projeto realiza. Além disso, a pasta terá lâminas com os eventos realizados, também com textos e imagens ilustrando o evento em questão. Por fim, uma lâmina contando a história de pelo menos uma pessoa que foi beneficiada pela Força Jovem Universal.



Figura 24 - Exemplo de Pasta (Herriot, 2010)

O material promocional será na forma de folder com diversas dobras para que o público interaja com ele, conforme exemplo da figura 25. A cada dobra desfeita, aparecerá uma mensagem, que irá incentivar a continuar desdobrando. Em seu conteúdo terá os projetos da FJU com imagens atrativas e ao final, aparecerá uma Call to Action como "Vem pra FJU", frase utilizada pelo projeto atualmente.



Figura 25 - Exemplo de folder com dobras (Herriot, 2010)

PRODUTIVO E CUSTOS

Um dos objetivos deste trabalho é poder ser replicado pela FJU de todo estado, sendo assim, uma produção regional. Para isso, a tiragem inicial proposta é de 200 pastas institucionais e 5000 impressos promocionais, em processo offset. Sendo assim, os custos de produção serão reduzidos pela quantidade de impressos e o material poderá ser distribuído pelo estado, tornando possível para a organização concretizar e dar continuidade a este projeto.



CONFIGURAÇÃO DO PROJETO

DEFINIÇÃO

LISTA DE REQUISITOS/ HIERARQUIA DOS FATORES PROJETUAIS/ REDEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A partir de uma das entrevistas realizada com o coordenador estadual da FJU, Jonas Varollo, foi estabelecida a lista de requisitos, que foi transformada em objetivos de comunicação dos projetos, contribuindo, assim, para as suas configurações. Estes objetivos estão listados a seguir:

- **Apresentar o projeto FJU e explicar sua importância de forma interessante:** Colocar um texto institucional de introdução, apresentando o projeto presente em diversos países e depois segmentar para SC; Utilizar de recursos visuais, como fotos para representar as ações do projeto; Utilizar exemplos de pessoas beneficiadas pelo projeto; Recursos que resumem a ideia de felicidade.
- **Manter a identidade do projeto e a linguagem jovem sem deixar de ser interessante e compreensível ao público de possíveis patrocinadores/ apoiadores:** Utilizar uma linguagem textual institucional mantendo a linguagem visual jovem; Expressando o conceito de juventude.
- Apresentar os projetos, eventos e depoimentos de pessoas beneficiadas;
- Fazer com que tenham vontade de se envolver no projeto, não somente ajudar financeiramente; De forma que transmita a energia da FJU.
- **Ter um material que possa ser replicado em demais áreas do estado:** Utilizar materiais nível estado, de forma neutra; Embora de qualidade, o material precisa ser de produção simplificada.

MODELAÇÃO INICIAL

A realização de um planejamento gráfico-editorial antes da modelação é essencial para estruturar aspectos importantes da diagramação dos materiais e evita que surjam problemas ou dúvidas no decorrer do projeto além de garantir que nenhum passo seja esquecido. Sendo assim, a modelação deste trabalho será desenvolvida com base no método presente no livro “Estruturação de Projetos Gráficos: a tipografia como base do planejamento” (Castro e Sousa, 2018). O método citado parte da escolha da tipografia para determinar os demais aspectos da criação de um projeto gráfico e segue as seguintes etapas para estruturação:

- 1- **Predefinição da forma da página;**
- 2- **Definição da tipografia;**
- 3- **Estabelecimento da entrelinha;**
- 4- **Determinação do módulo;**
- 5- **Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos);**
- 6- **Representação do diagrama (largura de colunas e margens);**
- 7- **Configuração e ativação da linha de base;**
- 8- **Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica.**

PREDEFINIÇÃO DA FORMA DA PÁGINA

Material Institucional

As dimensões escolhidas para as lâminas foram pensadas para que mantivessem proporções similares ao tamanho A4 porém em escala menor. Sendo assim, o formato das lâminas será agradável ao público e terá um tamanho confortável para ser transportado durante as visitas de prospecção de patrocinadores/apoiadores.

O formato inicial de página com 165 mm x 215 mm possui como base o template da pasta presente no livro “Templates para design gráfico e design de embalagens” (Herriot, 2010). A partir desse formato, foi realizado o cálculo com o valor do módulo e definiu-se as dimensões 165,08 mm x 215,88 mm para as lâminas e 170 mm x 220 mm para a pasta fechada.

- **Formato Inicial: 165 mm x 215 mm**
- **Valor do Módulo: 4,233 mm**
- **Formato da Lâmina: 165,08 mm x 215,88 mm**
- **Formato da Pasta Fechada: 170 mm x 220 mm**
- **Formato Total da Pasta Aberta: 577,2 mm x 294,3 mm**

Material Promocional

Para a definição de tamanho utilizou-se como referência o formato de papel com dimensões de 450 mm x 310 mm, disponibilizado pela Gráfica Duplic . Sendo assim, o tamanho do folder fechado inicialmente planejado (105 mm x 130 mm) precisou ser adaptado. Considerando o número de dobras necessárias, o formato definido para o folder fechado foi 85 mm x 106 mm, totalizando as dimensões de 425 mm x 212 mm para o folder aberto.

- **Formato Inicial: 105 mm x 130 mm**
- **Valor do Módulo: 4,233 mm**
- **Formato do folder fechado: 85 mm x 106 mm**
- **Formato do folder aberto: 425 mm x 212 mm**

DEFINIÇÃO DA TIPOGRAFIA E ENTRELINHA

A fonte "Roboto Condensed" foi escolhida para o corpo de texto pois possui boa legibilidade e grande variedade de peso. Segundo o sistema de classificação proposto por Stephen Coles (2012), a fonte é classificada como sem serifa geométrica. Sendo assim, pode ser considerada contemporânea e ao mesmo tempo amigável, o que a faz estar de acordo com os conceitos definidos para este trabalho. A variação condensed foi definida pois é mais harmônica com a fonte institucional da FJU, "Dolce Vita". Além disso, a fonte, desenvolvida pela Google, possui a vantagem de ser gratuita.

A partir dos testes tipográficos realizados, definiu-se o **tamanho de corpo 9pt**. Considerando que o padrão de entrelinha costuma ser o corpo do tipo mais 20% (Bringhurst, 2005), para a fonte de corpo 9pt o equivalente seria de 10,8pt de entrelinha. Porém, a partir dos testes realizados, definiu-se **12pt de entrelinha** para melhor comodidade de leitura já que a fonte Roboto Condensed é mais alongada verticalmente. Além disso, segundo Bringhurst (2005) tipos sem serifa requerem mais entrelinha.

A large typographic sample showing the letters 'Rr' in the Roboto Condensed font. The letters are bold and black, set against a white background. The 'R' is a tall, condensed capital letter, and the 'r' is a smaller, condensed lowercase letter.

Figura 26 - Fonte Roboto Condensed

ANATOMIA DAS PÁGINAS

Material Institucional

Considerando que o verso de cada lâmina irá conter algumas imagens, foi desenvolvido um diagrama modular (figura 30) para atender este requisito. Além disso, o material institucional possui um diagrama retangular (figura 31) para a parte da frente da página, que possuirá o título e uma breve descrição, além da imagem de destaque. As anatomias foram desenvolvidas seguindo as seguintes etapas:

A partir do valor da entrelinha da tipografia definida (12 pt), calculou-se o valor do módulo em milímetros (4,233 mm). Com esse valor, configurou-se o grid da página.

Para garantir uma boa legibilidade, a largura das colunas de texto não podem ser nem muito largas, nem estreitas demais. A fim de definir a largura aceitável e ideal de coluna, mediu-se o comprimento do alfabeto em caixa baixa (figura 27), converteu-se o valor em pontos e analisou-se a tabela de Bringhurst (2005) - figura 28 para encontrar os valores equivalentes de coluna, em paicas (figura 29).

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 |-----|
 36,732 mm

Figura 27 - Largura do alfabeto da fonte Roboto Condensed

| | | MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| LARGURA DA COLUNA (paicas) | | 10 | 12 | 14 | 16 | 18 | 20 | 22 | 24 | 26 | 28 | 30 | 32 | 34 | 36 | 38 | 40 | |
| COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos) | 80 | 40 | 48 | 56 | 64 | 72 | 80 | 88 | 96 | 104 | 112 | 120 | 128 | 136 | 144 | 152 | 160 | |
| | 85 | 38 | 45 | 53 | 60 | 68 | 76 | 83 | 91 | 98 | 106 | 113 | 121 | 129 | 136 | 144 | 151 | |
| | 90 | 36 | 43 | 50 | 57 | 64 | 72 | 79 | 86 | 93 | 100 | 107 | 115 | 122 | 129 | 136 | 143 | |
| | 95 | 34 | 41 | 48 | 55 | 62 | 69 | 75 | 82 | 89 | 96 | 103 | 110 | 117 | 123 | 130 | 137 | |
| | 100 | 33 | 40 | 46 | 53 | 59 | 66 | 73 | 79 | 86 | 92 | 99 | 106 | 112 | 119 | 125 | 132 | |
| | 105 | 32 | 38 | 44 | 51 | 57 | 63 | 70 | 76 | 82 | 89 | 95 | 101 | 108 | 114 | 120 | 127 | |
| | 110 | 30 | 37 | 43 | 49 | 55 | 61 | 67 | 73 | 79 | 85 | 92 | 98 | 104 | 110 | 116 | 122 | |
| | 115 | 29 | 35 | 41 | 47 | 53 | 59 | 64 | 70 | 76 | 82 | 88 | 94 | 100 | 105 | 111 | 117 | |
| | 120 | 28 | 34 | 39 | 45 | 50 | 56 | 62 | 67 | 73 | 78 | 84 | 90 | 95 | 101 | 106 | 112 | |
| | 125 | 27 | 32 | 38 | 43 | 48 | 54 | 59 | 65 | 70 | 75 | 81 | 86 | 91 | 97 | 102 | 108 | |
| | 130 | 26 | 31 | 36 | 41 | 47 | 52 | 57 | 62 | 67 | 73 | 78 | 83 | 88 | 93 | 98 | 104 | |
| | 135 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| | 140 | 24 | 29 | 34 | 39 | 44 | 48 | 53 | 58 | 63 | 68 | 73 | 77 | 82 | 87 | 92 | 97 | |
| | 145 | 23 | 28 | 33 | 37 | 42 | 47 | 51 | 56 | 61 | 66 | 70 | 75 | 80 | 84 | 89 | 94 | |
| | 150 | 23 | 28 | 32 | 37 | 41 | 46 | 51 | 55 | 60 | 64 | 69 | 74 | 78 | 83 | 87 | 92 | |
| | 155 | 22 | 27 | 31 | 36 | 40 | 45 | 49 | 54 | 58 | 63 | 67 | 72 | 76 | 81 | 85 | 90 | |
| | 160 | 22 | 26 | 30 | 35 | 39 | 43 | 48 | 52 | 56 | 61 | 65 | 69 | 74 | 78 | 82 | 87 | |
| | 165 | 21 | 25 | 30 | 34 | 38 | 42 | 46 | 51 | 55 | 59 | 63 | 68 | 72 | 76 | 80 | 84 | |
| | 170 | 21 | 25 | 29 | 33 | 37 | 41 | 45 | 49 | 53 | 57 | 62 | 66 | 70 | 74 | 78 | 82 | |
| | 175 | 20 | 24 | 28 | 32 | 36 | 40 | 44 | 48 | 52 | 56 | 60 | 64 | 68 | 72 | 76 | 80 | |
| | 180 | 20 | 23 | 27 | 31 | 35 | 39 | 43 | 47 | 51 | 55 | 59 | 62 | 66 | 70 | 74 | 78 | |
| | 185 | 19 | 23 | 27 | 30 | 34 | 38 | 42 | 46 | 49 | 53 | 57 | 61 | 65 | 68 | 72 | 76 | |
| | 190 | 19 | 22 | 26 | 30 | 33 | 37 | 41 | 44 | 48 | 52 | 56 | 59 | 63 | 67 | 70 | 74 | |
| | 195 | 18 | 22 | 25 | 29 | 32 | 36 | 40 | 43 | 47 | 50 | 54 | 58 | 61 | 65 | 68 | 72 | |
| | 200 | 18 | 21 | 25 | 28 | 32 | 35 | 39 | 42 | 46 | 49 | 53 | 56 | 60 | 63 | 67 | 70 | |
| | 210 | 17 | 20 | 23 | 27 | 30 | 33 | 37 | 40 | 43 | 47 | 50 | 53 | 57 | 60 | 63 | 67 | |
| | 220 | 16 | 19 | 22 | 25 | 29 | 32 | 35 | 38 | 41 | 45 | 48 | 51 | 54 | 57 | 60 | 64 | |
| | 230 | 15 | 18 | 21 | 24 | 27 | 30 | 33 | 36 | 40 | 43 | 46 | 49 | 52 | 55 | 58 | 61 | |
| | 240 | 15 | 17 | 20 | 23 | 26 | 29 | 32 | 35 | 38 | 41 | 44 | 46 | 49 | 52 | 55 | 58 | |
| | 250 | 14 | 17 | 20 | 22 | 25 | 28 | 31 | 34 | 36 | 39 | 42 | 45 | 48 | 50 | 53 | 56 | |
| 260 | 14 | 16 | 19 | 22 | 24 | 27 | 30 | 32 | 35 | 38 | 41 | 43 | 46 | 49 | 51 | 54 | | |
| 270 | 13 | 16 | 18 | 21 | 23 | 26 | 29 | 31 | 34 | 36 | 39 | 42 | 44 | 47 | 49 | 52 | | |
| 280 | 13 | 15 | 18 | 20 | 23 | 25 | 28 | 30 | 33 | 35 | 38 | 40 | 43 | 45 | 48 | 50 | | |
| 290 | 12 | 15 | 17 | 20 | 22 | 24 | 27 | 29 | 32 | 34 | 37 | 39 | 41 | 44 | 46 | 49 | | |
| 300 | 12 | 14 | 17 | 19 | 21 | 24 | 26 | 28 | 31 | 33 | 35 | 38 | 40 | 42 | 45 | 47 | | |
| 320 | 11 | 13 | 16 | 18 | 20 | 22 | 25 | 27 | 29 | 31 | 34 | 36 | 38 | 40 | 43 | 45 | | |
| 340 | 10 | 13 | 15 | 17 | 19 | 21 | 23 | 25 | 27 | 29 | 32 | 34 | 36 | 38 | 40 | 42 | | |
| 360 | 10 | 12 | 14 | 16 | 18 | 20 | 22 | 24 | 26 | 28 | 30 | 32 | 34 | 36 | 38 | 40 | | |

Figura 28 - Tabela de Bringhurst

| MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| LARGURA DA COLUNA (paicas) | 10 | 12 | 14 | 16 | 18 | 20 | 22 | 24 | 26 | 28 | 30 | 32 | 34 | 36 |
| 80 | 40 | 48 | 56 | 64 | 72 | 80 | 88 | 96 | 104 | 112 | 120 | 128 | 136 | 144 |
| 85 | 38 | 45 | 53 | 60 | 68 | 76 | 83 | 91 | 98 | 106 | 113 | 121 | 129 | 137 |
| 90 | 36 | 43 | 50 | 57 | 64 | 72 | 79 | 86 | 93 | 100 | 107 | 115 | 122 | 130 |
| 95 | 34 | 41 | 48 | 55 | 62 | 69 | 75 | 82 | 89 | 96 | 103 | 110 | 117 | 125 |
| 100 | 33 | 40 | 46 | 53 | 59 | 66 | 73 | 79 | 86 | 92 | 99 | 106 | 112 | 120 |
| 105 | 32 | 38 | 44 | 51 | 57 | 63 | 70 | 76 | 82 | 89 | 95 | 101 | 108 | 115 |
| 110 | 30 | 37 | 43 | 49 | 55 | 61 | 67 | 73 | 79 | 85 | 92 | 98 | 104 | 111 |
| 115 | 29 | 35 | 41 | 47 | 53 | 59 | 64 | 70 | 76 | 82 | 88 | 94 | 100 | 107 |

Figura 29 - Valores da tabela

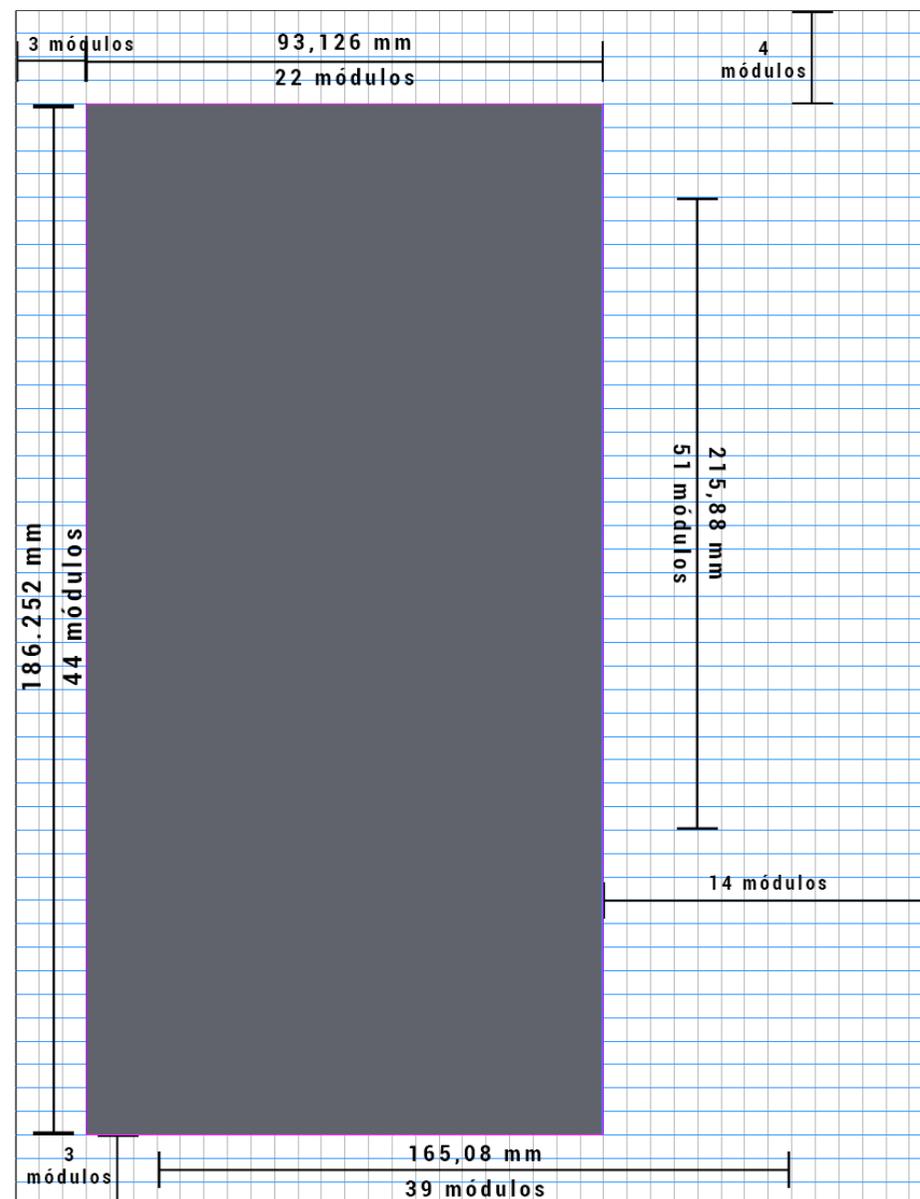


Figura 30 - Diagrama Retangular (frente da lâmina).

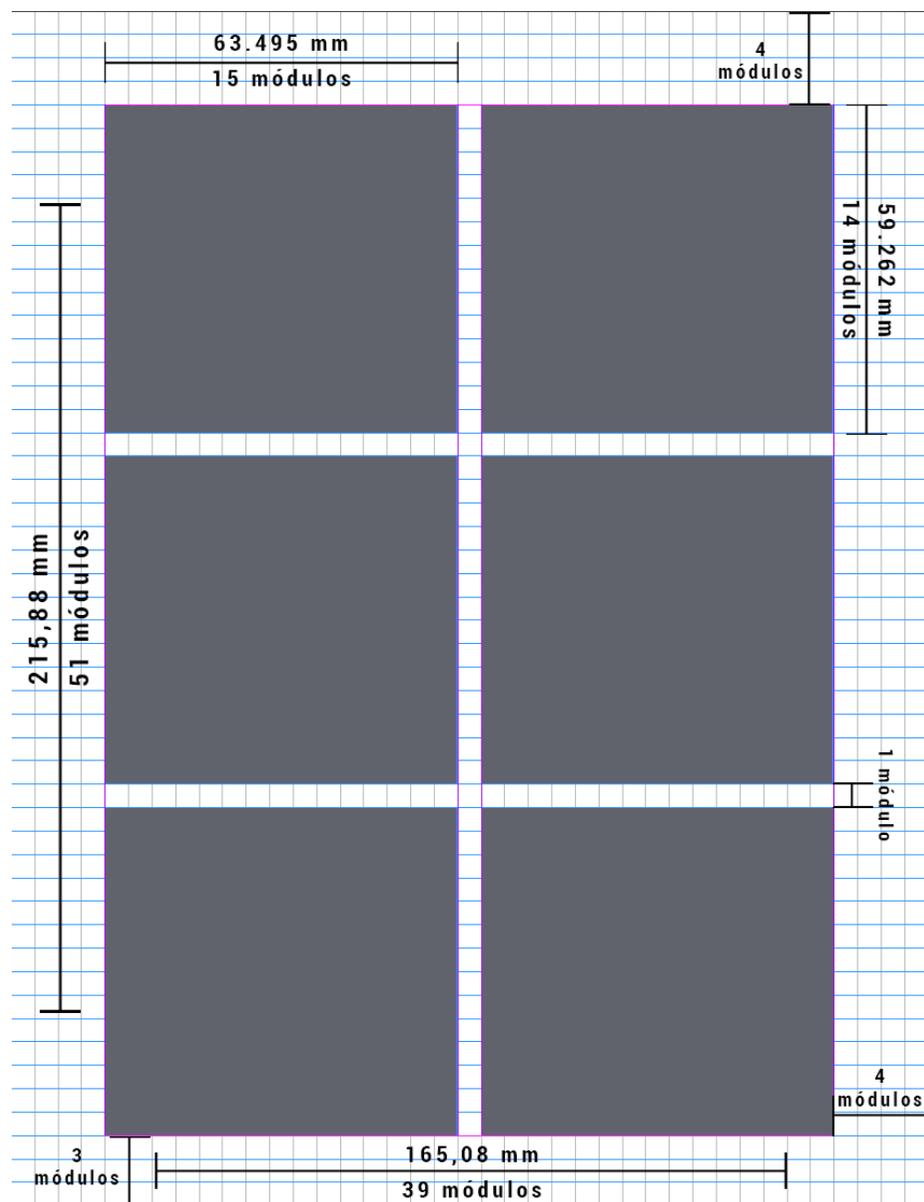


Figura 31 - Diagrama Modular (verso da lâmina).

Diagrama Retangular:

- Valor do Módulo: 4,233 mm
- Largura do alfabeto: 36,732 mm = 104,12 pt
- Largura aceitável de coluna:
 - Entre 14 paicas e 26 paicas = Entre 59,26 mm e 110,05 mm
- Largura ideal de coluna: 20 paicas = 84,66 mm
- Largura de coluna utilizada: 93,126 mm
- Margem superior: 4 módulos = 16,932 mm
- Margem inferior: 3 módulos = 12,699 mm
- Margem externa: 14 módulos = 59,262 mm
- Margem interna: 3 módulos = 12,699 mm

Diagrama Modular:

- Valor do Módulo: 4,233 mm
- Largura do alfabeto: 36,732 mm = 104,12 pt
- Largura aceitável de coluna: 14 paicas - 26 paicas = 59,26 mm - 110,05 mm
- Largura ideal de coluna: 20 paicas = 84,66 mm
- Largura de coluna utilizada: 63,495 mm
- Margem superior: 4 módulos = 16,932 mm
- Margem inferior: 3 módulos = 12,699 mm
- Margem interna e externa: 4 módulos = 16,932 mm
- Gutter: 1 módulo = 4,233 mm

Material Promocional

Como o folder não terá grande quantidade de textos e as imagens serão utilizadas como fundo, esse será desenvolvido com base no diagrama retangular (figura 32), obedecendo as margens para o texto. Considerando que o valor do módulo é igual ao do material institucional, este diagrama foi desenvolvido a partir do mesmo processo.

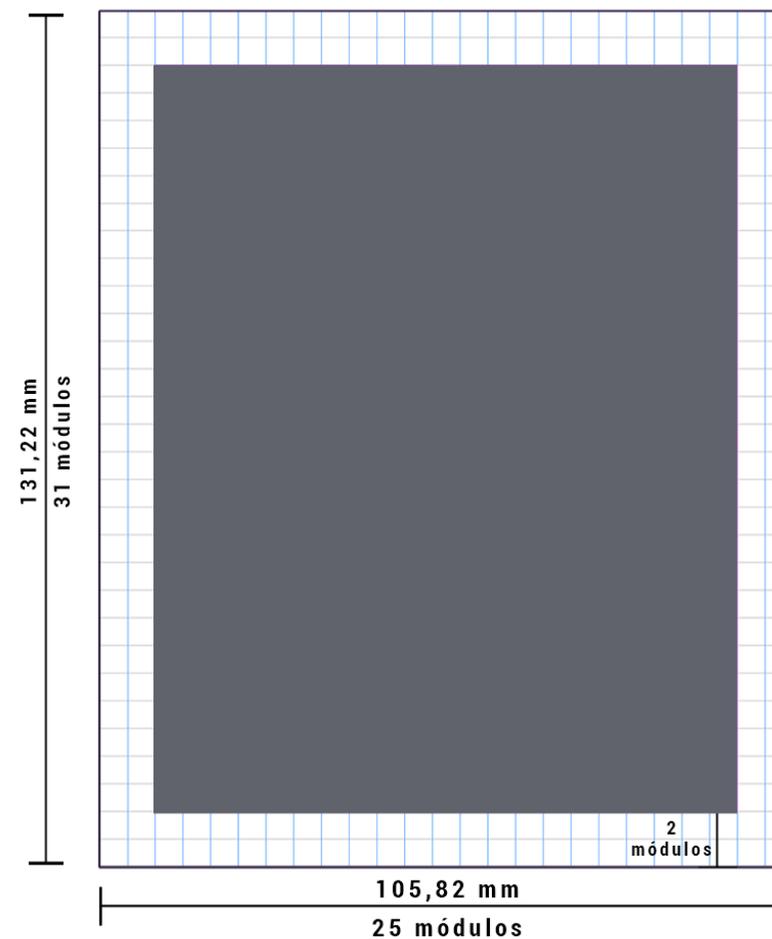


Figura 32 - Diagrama Retangular 2

- Valor do Módulo: 4,233 mm
- Largura do alfabeto: 36,732 mm = 104,12 pt
- Margens: 2 módulos = 8,466 mm

ESPELHO DA PUBLICAÇÃO

O espelho é a distribuição do conteúdo ao longo das páginas, um mapa simplificado para indicar o que vai onde; em que ordem, relevância e o espaço ocupado (Ali, 2009).

Material Institucional

Considerando a ordem de cada lâmina que conterà na pasta e a partir das anatomias citadas anteriormente, foi projetado o espelho do material institucional (figura 33). Para que haja unidade, todas as lâminas terão como base a mesma anatomia.

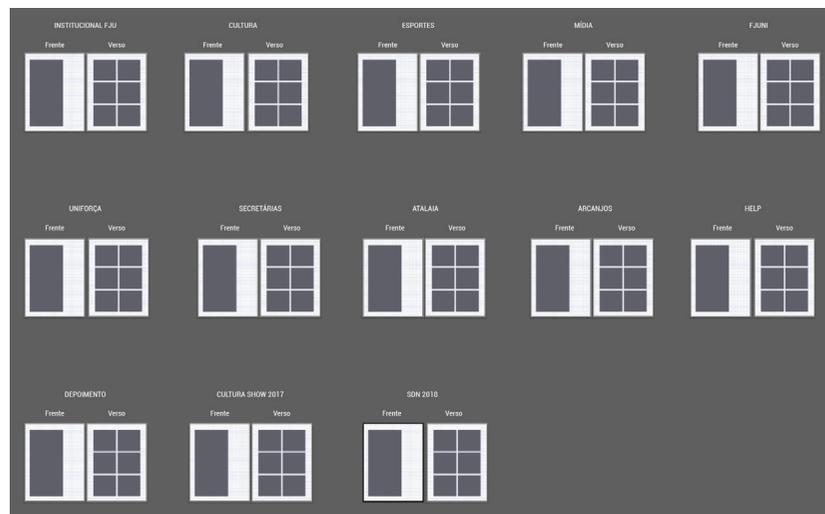


Figura 33 - Espelho do Material Institucional

Material Promocional

A fim de trazer interatividade ao material, o folder contará com uma sequência de desdobramentos. Seu espelho (figura 34) demonstra a ordem de cada página, com seu início em "Você curte?" e final em "Vem pra FJU!". As setas, por sua vez, representam a direção na qual o folder será aberto.

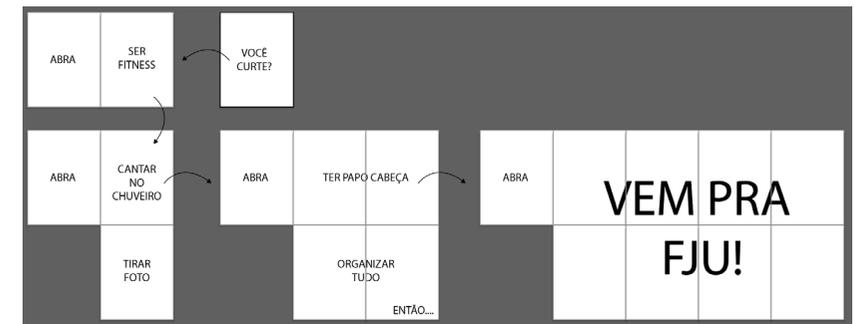
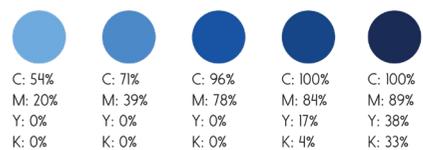
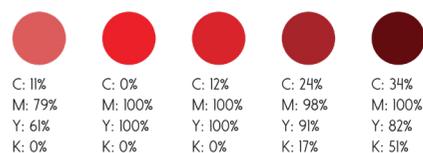


Figura 34 - Espelho do Material Promocional

PROPOSTA CROMÁTICA

A partir das cores institucionais da FJU, azul e vermelho, e suas variações foi definida a proposta das cores principais de ambos materiais (figura 35). A cor laranja será utilizada no material institucional para a parte de eventos e depoimentos. Ela foi escolhida como secundária por transmitir os conceitos de energia, juventude e felicidade. Além disso, possui harmonia com a cor vermelha e contrasta bem com a cor azul. O cinza será utilizado no corpo de texto para suavizar o contraste entre as palavras e o fundo (que será branco).

CORES PRINCIPAIS



CORES SECUNDÁRIAS

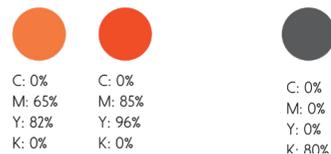
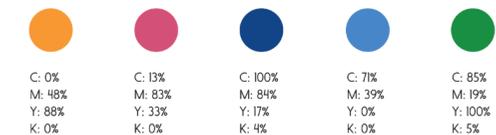


Figura 35 - Proposta Cromática

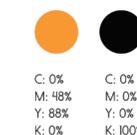
Cada projeto da FJU já possui cores definidas aplicadas em suas logos, camisetas e materiais diversos. Sendo assim, para respeitar sua identidade, as cores utilizadas em cada lâmina de projeto do material institucional são as oficiais definidas pela FJU, conforme figura 36.

CORES PROJETOS

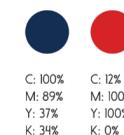
CULTURA SECRETÁRIAS ARCANJOS MÍDIA ESPORTES



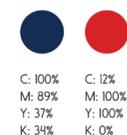
UNIFORÇA



ATALAIA



FJUNI



HELP



Figura 36 - Paleta de Cores dos Projetos

PROPOSTA TIPOGRÁFICA

A fonte "Dolce Vita" (figura 40) foi escolhida por já fazer parte da tipografia institucional da FJU. Como adicional, a fonte "Rock Salt" (figura 41) foi selecionada para representar os conceitos de juventude e energia, já que é uma fonte display script (Coles, 2012). Por fim, a fonte "Roboto", em sua variação condensed (figura 41) foi selecionada para o corpo do texto por possuir boa legibilidade e grande variação de peso, além de ser harmônica com a fonte "Dolce Vita". Para validação das relações de tamanho das tipografias, foi realizado um teste de impressão conforme figuras 37 e 38.

Material Institucional

Título: Rock Salt 60pt

Linha de Apoio: Dolce Vita 9pt

Subtítulo: Dolce Vita 40 pt

Corpo: Roboto Condensed 9pt, entrelinha 12pt

TÍTULO

LINHA DE APOIO.

SUBTÍTULO

Corpo de texto.

Figura 37 - Tamanhos da Tipografia

Material Promocional

Para o material promocional, a fonte "Dolce Vita" foi modificada a fim de se adequar aos conceitos de energia, felicidade e juventude, sem perder a identidade de seus caracteres. Para manter os mesmos conceitos, houve variação de tamanho em todos os textos de destaque, garantindo, assim, dinamismo ao material.

Textos de Destaque: Dolce Vita Modificada, mínimo usado: 24,5 pt; máximo usado: 296 pt

Título dos Projetos: Dolce Vita 14pt

Texto dos Projetos: Roboto Condensed 10pt

Texto Rodapé: Roboto Condensed 7pt

Outros: Dolce Vita 8.6pt

TEXTO DESTAQUE MÍN

TÍTULO PROJETOS

Texto dos projetos

Texto Rodapé

OUTROS

Figura 38 - Tamanhos da Tipografia

VOCÊ
CURTE?

Figura 39 - Exemplo da tipografia modificada

DOLCE VITA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

ÀÃÂ!@#%&*()

DOLCE VITA HEAVY BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

ÀÃÂ!@#%&*()

DOLCE VITA LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

ÀÃÂ!@#%&*()

Figura 40 - Alfabeto fonte "Dolce Vita"

ROCK SALT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

áãâ!@#%&*()

Roboto Condensed Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

áãâ!@#%&*()

Roboto Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

áãâ!@#%&*()

PROPOSTA DE FORMAS E IMAGENS

Como parte de um dos requisitos do projeto, diversas fotos serão responsáveis por ilustrar as ações e projetos da FJU. Todas as imagens utilizadas nos materiais serão de eventos, encontros e ensaios fotográficos da Força Jovem.

O uso de formas geométricas anguladas irá complementar a composição, trazendo dinamismo aos materiais de acordo com os conceitos de energia e juventude. Segundo Dondis (2001), a diagonal é a força direcional mais instável, e a mais provocadora das formulações visuais. Além disso, também servirá como moldura para as imagens.

Tanto as imagens quanto as formas serão das cores presentes na proposta cromática.

Figura 41 - Alfabeto fontes "Rock Salt" e "Roboto Condensed"

MODELAÇÃO FINAL

A partir de todas as etapas definidas na Modelação Inicial, reuniu-se em um documento todo o conteúdo de texto que seria utilizado em ambos os materiais. Os textos das lâminas foram redigidos de forma objetiva considerando que estas serão utilizadas durante reuniões, como um apoio e aditivo à conversa e para consulta posterior dos patrocinadores e parceiros.

De igual modo, todas as fotos necessárias foram elencadas e coletadas nos bancos de imagens da FJU. No mês de novembro, foi realizado um ensaio fotográfico para a produção de imagens específicas para o folder e para alguns projetos do material institucional que estavam com seu conteúdo incompleto. Todas as pessoas presentes nas fotos são voluntários da FJU. Após a seleção de todas as imagens, realizou-se o tratamento no Photoshop onde todas foram deixadas em Tons de Cinza e aplicou-se o recurso de ajuste de imagem Mapa de Degradê com as cores definidas na proposta cromática. Após isso, houve a sobreposição de um sólido com a mesma matiz do Mapa de Degradê para valorização da cor e com efeito de mesclagem de camada. Por fim, foi adicionado mais Brilho e Contraste nas imagens para que não houvesse perda de informações devido às sobreposições citadas. As fotos do ensaio fotográfico, que estavam em RAW, foram exportadas para TIFF após o tratamento mencionado. As demais fotos estavam em JPEG e foram mantidas neste formato. Devido a essa variação nos arquivos, as imagens possuem, em média, 200 dpi de resolução.

Com todo o conteúdo organizado, foi criado um template padrão (figuras 42 e 43) para as lâminas do material institucional a fim de facilitar sua replicação e manter a unidade entre elas. Como citado em um dos requisitos do projeto, as imagens possuem grande relevância nos materiais. Sendo assim, foi pensado em um layout que possibilitasse destaque às fotos de forma que não prejudicasse a leitura do texto.



Figura 42 - Mancha da página considerando o diagrama retangular - Frente



Figura 43 - Mancha da página considerando o diagrama modular - Verso

Os parágrafos de texto estão alinhados à esquerda pois este tipo de alinhamento possui dinamismo, segundo os conceitos apresentados no livro “O essencial do design gráfico” (Ribeiro, Marques e Sassaki, 2016). Isso garante que este conteúdo esteja de acordo que os conceitos e objetivos deste projeto, bem como com os demais elementos da composição. Os tópicos de atividades foram alinhados à direita para que deixassem a composição harmônica, contrabalanceando o peso da imagem à esquerda. Não houve necessidade do uso de recuo pois os textos ficaram dispostos em parágrafos únicos. Porém, se novas lâminas forem adicionadas à pasta e possuírem maior quantidade de texto, será usado o retorno duro.

No material institucional, as cores caracterizam cada lâmina por meio de sua aplicação nas imagens, formas, títulos e textos de destaque (figura 44). O fundo permaneceu branco para que não conflitasse com as imagens e possuísse contraste com o texto; além de dar certa sobriedade ao material.



Figura 44 - Lâmina projeto Mídia Frente e Verso

No caso da pasta (figuras 45 e 46), e folder (figuras 48 e 49), foram usadas apenas as cores principais da proposta cromática, já que são as institucionais da FJU. Além disso, como as fotos foram utilizadas como fundo, os textos ficaram na maioria das vezes na cor branca para melhor contraste. O folder possui fundo colorido em sua maioria para ser mais atrativo ao público, já que é um material promocional. Além disso, o uso da cor vermelha e as imagens transmitem os conceitos de energia e juventude.



Figura 45 - Pasta aberta (parte externa)



Figura 46 - Pasta aberta (parte interna)

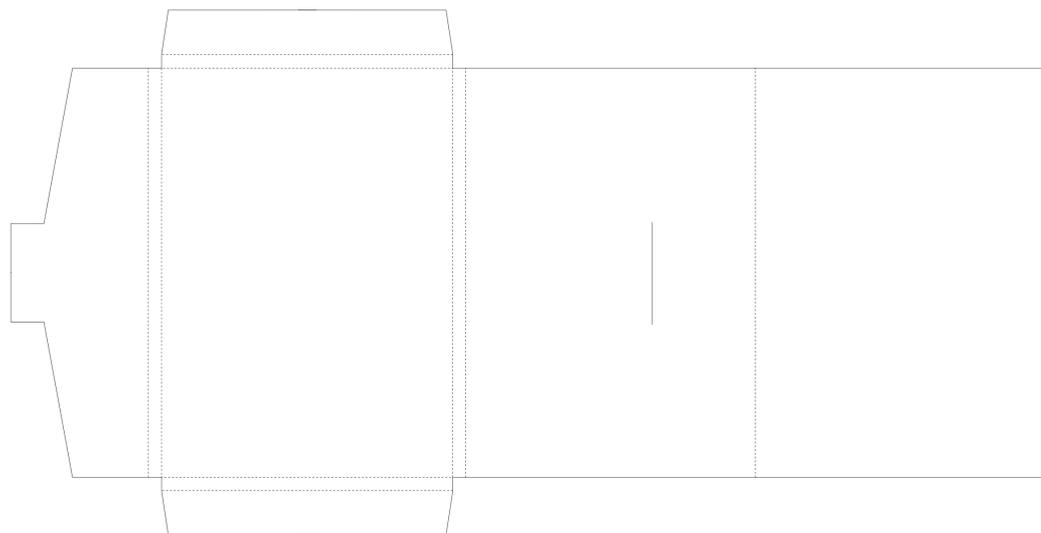


Figura 47 - Faca especial da pasta



Figura 48 - Folder aberto (frente)



Figura 49 - Folder aberto (verso)

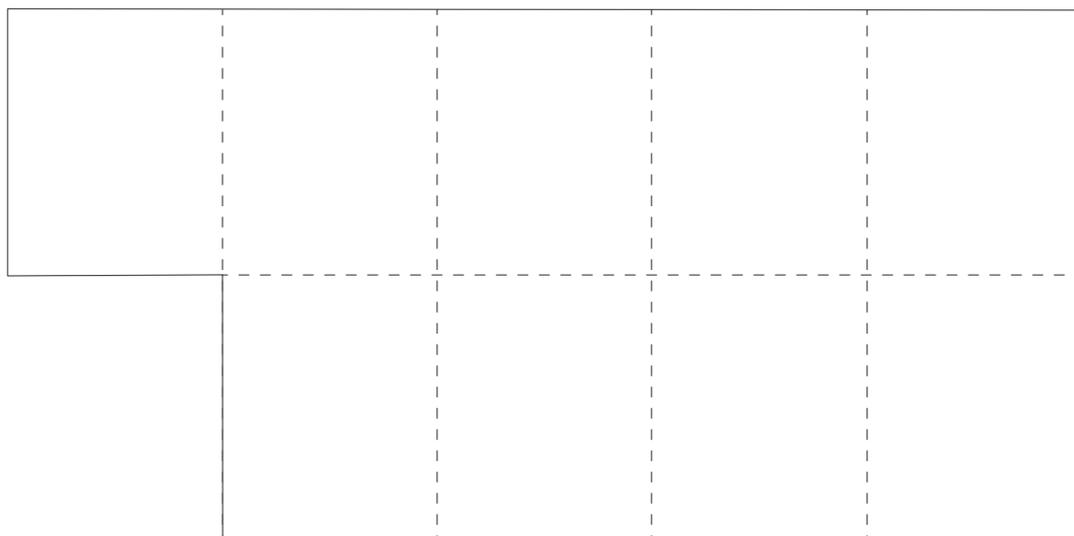


Figura 50 - Faca especial do folder

As formas, por sua vez, serviram de moldura para as imagens das lâminas (figuras 42 e 43) e ajudaram a trazer dinamismo para ambos materiais. No caso do material promocional, foram usadas para unificar cada parte do folder para que fizesse sentido individualmente, quando fechado e durante seu desdobramento (figura 49). Além disso, os triângulos em movimento enriqueceram a capa e agregaram mais energia e dinamismo (figura 51).



Figura 51 - Capa do folder

NORMATIZAÇÃO

A impressão dos materiais deste projeto deverá seguir as seguintes especificações:

Lâminas

- Formato da lâmina: 165,08 mm x 215,88 mm;
- Impressão offset 4/4 cores;
- Papel couchê 250g.

Pasta

- Formato da pasta fechada: 170 mm x 220 mm;
- Formato da pasta aberta: 577,2 mm x 294,3 mm;
- Impressão offset 4/4 cores;
- Papel couchê 250g;
- Laminação brilho;
- Acabamentos: Laminação brilho e faca especial.

Folder

- Formato do folder fechado: 85 mm x 106 mm;
- Formato do folder aberto: 425 mm x 212 mm;
- Impressão offset 4/4 cores;
- Papel offset 90g;
- Acabamentos: Faca especial.

CONCLUSÃO

Através deste projeto pôde-se notar a diferença que o Design pode fazer em uma organização ou empresa, como a sua ausência pode prejudicar um resultado e sua real importância, que vai muito além da estética.

Durante todo o processo, foram realizados diversos testes para garantir a qualidade dos materiais. Além disso, houve a contínua participação do responsável estadual da FJU para alinhamento dos objetivos e validação das etapas. Houve grande apoio e confiança em relação à autora para que realizasse o trabalho de acordo com os processos de Design e respeito às escolhas da mesma. Além disso, quando se viu necessidade, os demais voluntários do grupo se dispuseram com entusiasmo para a realização do ensaio fotográfico para o material promocional.

Por meio da Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos, adaptada para este trabalho, cumpriu-se os objetivos propostos de desenvolver materiais que representem com fidelidade o que é a FJU e a importância do seu trabalho, sem perder a identidade do grupo e usando recursos visuais que transmitam alegria e juventude.

Os materiais desenvolvidos foram aprovados pelo coordenador estadual da FJU, Jonatas Varollo, e serão utilizados pelo grupo com acompanhamento e gestão da autora, bem como os possíveis desdobramentos e melhorias futuros.

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CASTRO, Luciano Patrício Souza de; SOUSA, Richard Perassi Luiz de Sousa. **Estruturação de Projeto Gráficos: a tipografia como base do planejamento**. Curitiba: Editora Appris, 2018

COLES, Stephen (2012). **The Anatomy of Type**. 2012.

DABNER, David. **Guia de artes gráficas: design e layout**. Barcelona, Gustavo Gilli, 2003.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

HERRIOT, Luke. **Templates para design gráfico e design de embalagens**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MATTÉ, V. A. Proposta de metodologia projetual para produtos gráfico-impressos. **Expressão**. Vol. 1, n. 1 (jan/jun), p. 60-66. Santa Maria: UFSM, 2004.

RIBEIRO, Ana Paula; MARQUES, Karoline; SASSAKI, Rafaela. **O essencial do design gráfico**. São Paulo: Editora Ubu, 2016.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011.