

COMUNICAÇÃO VISUAL: UM PROJETO COLETIVO

RAFAELA JORGE CECCONI¹; BRANDON GUINALLI LACERDA²; ANDRÉ DE OLIVEIRA TORRES CARRASCO³

¹Universidade Federal de Pelotas – rafajcecconi@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – brandonguinalli@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – andre.o.t.carrasco@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A atividade apresentada neste trabalho foi desenvolvida pelos autores junto ao grupo PET Arquitetura e Urbanismo da UFPel e se trata do processo de desenvolvimento do projeto de divulgação virtual das atividades do grupo, realizado no Instagram. A temática emerge da necessidade interna de melhor distribuição de tarefas e também do interesse do grupo em aprender sobre diagramação, arte e softwares relacionados.

Frente às condições de isolamento social em função da pandemia de COVID-19 e, por consequência, da necessidade de constituir uma nova articulação do grupo, o objetivo da atividade consistia em um projeto de comunicação visual para a divulgação virtual das ações do PET Arquitetura e Urbanismo, facilitando a organização interna e o compartilhamento dos processos criativos e conhecimentos técnicos de cada um. Além do potencial de ensino, também pode ser considerada como uma atividade de extensão uma vez que possibilitou estabelecer diálogos com novos públicos. Para isso, os conhecimentos adquiridos em sala de aula e o livro “Instagram Skills” possibilitaram os conhecimentos necessários para que se obtivessem os resultados esperados.

2. METODOLOGIA

O desenvolvimento do trabalho foi dividido em 7 (sete) etapas, sendo elas: a) Criação de identidade visual; b) Criação de estratégias para divisão de tarefas; c) Criação de template de futuras postagens em redes sociais; d) Realização de oficina para compartilhamento do projeto; e) Criação de conteúdo; f) Criação das publicações; g) Compartilhamento dos processos criativos.

Sendo assim, para a primeira etapa fizemos uma revisão bibliográfica na qual encontramos argumentos que justificavam a construção de uma identidade visual própria para as postagens do grupo. Sendo assim, uma delas é apresentada no livro “Sintaxe da linguagem visual” escrito por Donis A. Dondis.

“As sutilezas compostivas de que dispõe o designer devem-se em parte à multiplicidade de opções, mas as técnicas visuais também combinadas e interatuantes em sua utilização compositiva. É preciso esclarecer um ponto: as polaridades técnicas nunca devem ser sutis a ponto de comprometer a clareza do resultado. Embora não seja necessário utilizá-las apenas em seus extremos de intensidade, devem seguir claramente um ou outro caminho. Se não forem definíveis, tornar-se-ão transmissores ambíguos e ineficientes de informação. O perigo é especialmente sério na comunicação visual, que opera com velocidade e a imediatez de um canal de informação.” (DONDIS, 1991, p. 139-140)

É possível perceber a importância de construir um projeto gráfico que possibilitasse que o grupo PET se comunicasse de uma forma mais clara, fácil e objetiva. Entendemos que nosso público carecia de informações, sobre os trabalhos desenvolvidos dentro do núcleo, em uma plataforma mais dinâmica (instagram), bem como, de informações vinculadas a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAUrb). Sendo assim estipulamos uma estratégia visual que tinha como objetivo atrair mais interessados aos projetos produzidos pelo PET Arquitetura e Urbanismo, bem como, manter o contato com os que já o faziam. Para a compreensão do que estávamos querendo desenvolver, criamos uma pasta colaborativa em uma rede social (Pinterest) a qual poderíamos alimentar com imagens que expressassem a estética idealizada pelos colaboradores. Após reunidas as imagens identificamos pontos convergentes entre elas que expressassem caracteres compostivos semelhantes, possibilitando a construção de um projeto que agradasse a todos.

Após identificada a ideia inicial, passamos para o desenvolvimento de um método que permitisse a criação das publicações e que não sobrecarregasse nenhuma das partes encarregadas de criá-las. Sendo assim, estipulamos um conjunto de nove publicações as quais nomeamos de “SET” (figura 01) e que futuramente seria desenvolvido, de forma rotativa, entre o grupo de bolsistas no núcleo. Com a criação do SET propusemos que cada um que estivesse desenvolvendo as publicações (podendo ser em dupla, individual, etc) estivesse automaticamente responsável pela composição dessas 9 publicações, da postagem das mesmas na plataforma (instagram) e da responsabilidade de avisar as (os) próximas(os) encarregadas(os) do SET a data do término de suas postagens para que a(o) seguinte assumisse as responsabilidades.

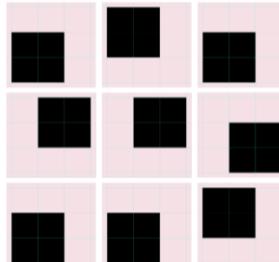


Figura 01 - Grid desenvolvido no Photoshop para o SET

Com a criação da estratégia para divisão de tarefas, seguimos com o desenvolvimento do template, que está diretamente ligado a como as publicações se comunicam com o público. Logo, estipulou-se um grid/malha, igual para cada post, e que se divide em nove quadrados, onde pudéssemos ter uma repetição de um módulo comum e possibilitasse a criação de um padrão de organização flexível, mas que ainda sim facilitasse a organização e leitura da imagem final produzida. Sendo assim, a disposição de quadrados maiores e menores ou, até mesmo, formas e ou imagens que compreendessem essas dimensões, estando inscritas nesses formatos quadrangulares estariam sim criando polaridades técnicas sutis, identificadas pelos tamanhos dos quadrados, porém sem comprometer a clareza do resultado.

Em seguida, após finalizado o template, realizaram-se algumas oficinas para o grupo PET Arquitetura e Urbanismo, nas quais foram apresentadas as etapas de criação e estruturação do projeto, assim como, as proposta para realização e andamento da atividade, com o objetivo de obter aprovação do grupo, compartilhar os conhecimentos adquiridos durante o processo e, também, ensinar como mexer nos programas utilizados para o desenvolvimento das

publicações e que frequentemente são utilizados para outros trabalhos dentro da graduação em Arquitetura e Urbanismo.

Em algumas reuniões, anteriores as oficinas, foi solicitado ao grupo que enviassem material, respectivo ao trabalho individual de cada um, bem como, um relato sobre a quarentena. Esses conteúdos foram debatidos e acordados em reunião e decidiu-se que para a criação dos seguintes os mesmos seriam novamente debatidos, sugeridos e acordados em grupo.

Por fim, o desenvolvimento das postagens propriamente ditas foram realizadas a partir da criatividade de cada desenvolvedor e de forma livre, porém respeitando as diretrizes pré-estabelecidas pelo template. Ao fim de cada 9 postagens se realizou uma reunião para que possibilitasse a troca de experiências entre os envolvidos no SET atual, os responsáveis pelo SET seguinte e demais interessados do grupo, objetivando a troca de experiências, relatando dificuldades, dicas, processos criativos e discutir alterações que possibilitem maior praticidade, legibilidade e agrado do grupo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto coletivo de comunicação visual possibilitou o compartilhamento de conhecimentos lúdicos usados no desenvolvimento de uma identidade visual sem que haja limites rígidos ao processo criativo de cada um e também técnicos sobre os programas digitais que subsidiaram o projeto. Além disso, o projeto conseguiu estabelecer um diálogo mais próximo com a comunidade acadêmica e alcançar um público maior na divulgação das atividades.

A figura 02 mostra um exemplo de como o projeto possibilitou uma comunicação mais próxima entre o grupo PET e a comunidade da Faurb. Um ex-aluno demonstrou interesse em aprender sobre REVIT, uma ferramenta digital importante para o desenvolvimento de projetos arquitetônicos. Pouco tempo depois o arquiteto Marcos Pretto, professor na @bimoficinacriativa que ministra cursos sobre a plataforma se prontificou a ministrar uma aula sobre o aplicativo. O PET Faurb conseguiu promover a oficina e além dessa, houveram outros eventos articulados pelo PET, mas sugeridos por alunas(os) e professores através das redes sociais.

A figura 03 mostra um gráfico disponibilizado pelo Instagram que evidencia um aumento significativo nas interações do grupo com a comunidade acadêmica. A figura 03 mostra que 371 pessoas acompanhavam as publicações, com a publicação do primeiro SET esse número progrediu para 401 e hoje, 5 meses depois chegamos a 671 pessoas acompanhando os conteúdos do grupo, podendo afirmar que atingimos um público maior e também mais diversificado.



Figura 02: PrintScreen do computador, mostrando a interação entre arquitetos e estudantes.

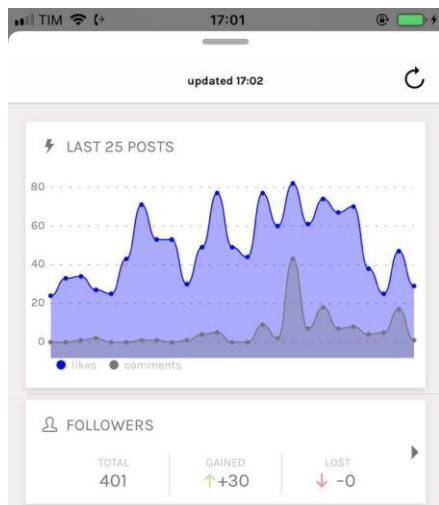


Figura 03: PrintScreen do celular mostrando o número de seguidores (401) em abril, utilizando o aplicativo UNUM.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se que a partir desse trabalho o grupo conseguiu desenvolver a atividade efetivamente de forma coletiva, possibilitando a contribuição de todos na construção da identidade visual. Esta, atrelada a plataforma virtual, gerou um diálogo necessário com o público já conhecido, assim como, criar com aqueles advindos de demais faculdades de Arquitetura e Urbanismo ou aqueles que expressassem afinidade aos temas das publicações. A partir disso foi possível dialogar sobre a expansão desse trabalho para as demais redes sociais utilizadas pelo grupo.

O processo possibilitou o aprendizado individual dos idealizadores da ideia, assim como coletivo. Trocas sobre conhecimentos técnicos de construção visual, projeto e processos criativos fomentaram a atividade. Constatou-se a pluralidade nos meios de criação o que possibilitou e possibilita a aprendizagem durante o trabalho em equipe, visando exercitar a capacidade de trabalhar em coletivo ideias que caracterizem o grupo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DONDIS, Donis A. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- ALCANTARA, B.; ALCANTARA, D.; ALCANTARA, J. **Instagram Skills**. Local de edição: Autores Paranaenses, 2018.
- Matt Willey. **TypoCirclePoster**. Matt Willey, Londres, 25 out. 2018. Posters. Acessado em 28 set. 2020. Online. Disponível em: <https://mattwilley.co.uk/Typocircle-Talk-Poster>