

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

ELOISA BAVARESCO TEDESCO

**RIZZE: DESIGN PARA A RECONFIGURAÇÃO DA IMAGEM DO CROSSFIT
E ACOLHIMENTO AO PÚBLICO INICIANTE**

**BENTO GONÇALVES
2025**

ELOISA BAVARESCO TEDESCO

**RIZZE: DESIGN PARA A RECONFIGURAÇÃO DA IMAGEM DO CROSSFIT
E ACOLHIMENTO AO PÚBLICO INICIANTE**

Monografia apresentada como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão do Curso de Design, do Campus Universitário da Região dos Vinhedos (CARVI), Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Me. Ana Valquíria Prudencio

**BENTO GONÇALVES
2025**

ELOISA BAVARESCO TEDESCO

**RIZZE: DESIGN PARA A RECONFIGURAÇÃO DA IMAGEM DO CROSSFIT
E ACOLHIMENTO AO PÚBLICO INICIANTE**

Monografia apresentada como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão do Curso de Design, do Campus Universitário da Região dos Vinhedos (CARVI), Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Me. Ana Valquíria Prudencio

Aprovado em: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. Júlio Cezar Colbeich Trajano
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Ma. Pamela Cardoso da Rosa
Universidade de Caxias do Sul - UCS

AGRADECIMENTOS

Agradeço profundamente a todos que fizeram parte desta jornada acadêmica e pessoal. À minha família, expresso minha gratidão mais sincera pelo incentivo incondicional e por estarem presentes em cada etapa. A paciência demonstrada nos dias mais intensos, as conversas de motivação, os conselhos e, sobretudo, a confiança depositada em mim mesmo quando minhas próprias inseguranças tentavam falar mais alto foram essenciais para que eu seguisse em frente. Sou especialmente grata pelos auxílios práticos e atentos durante a fase de prototipação deste projeto, quando cada gesto, cada opinião e cada esforço colaboraram diretamente para que esta ideia ganhasse forma.

Aos professores e orientadores, deixo meu reconhecimento pela dedicação e pelo compromisso em transmitir conhecimento de maneira generosa, crítica e inspiradora. O rigor metodológico, aliado à sensibilidade com que conduziram suas orientações, foi fundamental para ampliar minha compreensão sobre o papel do design, seu impacto social e suas múltiplas possibilidades de atuação.

Aos colegas e amigos que dividiram comigo essa trajetória, agradeço pela parceria constante, pela troca de ideias que expandiu reflexões importantes e pelas conversas que trouxeram leveza aos momentos mais desafiadores. A convivência diária, repleta de aprendizados e companheirismo, tornou esta caminhada significativamente mais rica.

Ao meu namorado, Eduardo, sou imensamente grata pela sua paciência e por sua presença constante, que me transmitiu segurança nos momentos de ansiedade e esgotamento. Sua confiança no meu potencial, mesmo quando eu mesma não acreditava, foi indispensável para que eu chegasse até aqui. A tranquilidade que ele me trouxe em dias de caos, somada ao apoio emocional que nunca faltou, fez toda a diferença para que eu conseguisse manter o foco, a motivação e o equilíbrio.

Agradeço também aos profissionais e praticantes do CrossFit que contribuíram generosamente com suas vivências, percepções e experiências ao longo deste processo, cada conversa, relato e insight fornecido foi essencial. O interesse demonstrado, a disponibilidade para colaborar e o acolhimento que recebi dentro desse ambiente foram fundamentais para que este projeto se consolidasse com autenticidade e relevância.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o desenvolvimento de uma solução integrada de design voltada ao acolhimento do atleta iniciante no CrossFit, buscando reconfigurar a imagem da modalidade e reduzir as barreiras físicas, emocionais e comunicacionais presentes nos primeiros contatos com o mundo desta modalidade. A pesquisa identificou que a barra olímpica tradicional é o equipamento que desperta insegurança entre iniciantes devido tanto a aspectos visuais quanto técnicos, o que motivou o redesign desse artefato como produto principal do projeto. A solução foi estruturada com base em metodologias de design de produto, serviço e identidade visual, incluindo a abordagem de Bernard Löbach para o desenvolvimento do produto, o Design Thinking de Serviços (Stickdorn e Schneider, 2010) para a construção da experiência e Ellen Lupton para a criação da marca e da comunicação da mesma. O resultado compreende a criação da marca Rizze, uma identidade visual que comunica acolhimento, um serviço completo de orientação ao iniciante, materiais de apoio, um aplicativo complementar e a barra para iniciantes, projetada para oferecer maior aceitação do público iniciante, segurança e progressão técnica. O conjunto dessas entregas forma um sistema coerente, replicável e centrado no usuário, capaz de transformar a jornada de quem começa no CrossFit, promovendo confiança, pertencimento e continuidade.

Palavras-chave: Atleta iniciante, acolhimento, reconfiguração, inclusivo, experiência, cuidado, motivação, pertencimento e comunidade.

ABSTRACT

This Final Graduation Project presents the development of an integrated design solution aimed at welcoming beginner athletes in CrossFit, seeking to demystify the modality and reduce the physical, emotional, and communicational barriers present in the initial stages of contact with this practice. The research identified that the traditional Olympic barbell is the piece of equipment that generates the greatest insecurity among beginners due to both visual and technical factors, which motivated its redesign as the main product of the project. The solution was structured based on methodologies from product design, service design, and visual identity, including Bernard Löbach's approach for product development, the Service Design Thinking framework (Stickdorn and Schneider, 2010) for experience construction, and Ellen Lupton's principles for brand and communication design. The results include the creation of the Rizze brand, a visual identity that communicates warmth and support, a complete service designed to guide beginners, supporting materials, a complementary mobile application, and the beginner-friendly barbell, developed to increase acceptance among new users while enhancing safety and technical progression. Together, these deliverables form a coherent, replicable, and user-centered system capable of transforming the journey of those starting CrossFit, fostering confidence, belonging, and continuity.

Keywords: Beginner athlete, welcoming, demystification, inclusive, experience, care, motivation, belonging and community.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Gráfico de comparação de lesão.....	19
Figura 02: Jéssica.....	36
Figura 03: Bernardo.....	37
Figura 04: Sketches: Barra Rizze.....	44
Figura 05: Produto final: Barra Rizze.....	45
Figura 06: Pesquisa INPI Rizze.....	46
Figura 07: Pesquisa lista de serviços INPI Rizze.....	46
Figura 08: Logo Rizze.....	47
Figura 09: Cartela de cores Rizze.....	48
Figura 10: Pattern complementar à marca.....	48
Figura 11: Flyers informativos.....	49
Figura 12: Banners, ambientação da marca.....	49
Figura 13: Sala de integração, ambientação da marca.....	50
Figura 14: Recepção, ambientação da marca.....	50
Figura 15: Fachada, ambientação da marca.....	51
Figura 16: Mapa mental de palavras.....	52
Figura 17: Aplicativo Rizze.....	54
Figura 18: Canvas de negócio.....	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Diretrizes da OMS para atividade física e comportamento sedentário....	13
Tabela 02: Equipamentos essenciais em um box de CrossFit e suas principais finalidades.....	16

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. OBJETIVO GERAL.....	11
1.1.1. Objetivos Específicos	11
1.2. JUSTIFICATIVA.....	12
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1. BAIXA ADESÃO A PRÁTICAS DE EXERCÍCIOS FÍSICOS.....	13
2.2. PSICOLOGIA DO EXERCÍCIO FÍSICO E MOTIVAÇÃO.....	15
2.3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CROSSFIT.....	16
2.3.1. Materiais do CrossFit	16
2.3.2. O iniciante no ambiente esportivo e a comunidade como rede de apoio	17
2.3.3. Estigmas e mitos associados ao CrossFit	18
2.3.4. Inclusão no CrossFit	20
2.3.5. Como o CrossFit ajuda a melhorar a qualidade de vida e o bem-estar físico	21
2.4. CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN.....	22
2.4.1. A experiência do usuário (UX) no ambiente de treinamento	22
2.4.2. Apoio ao Usuário Iniciante: Produto como Interface Acolhedora	26
3. METODOLOGIA DE PESQUISA	30
3.1. COLETA DE DADOS.....	32
3.2. ANÁLISE DE DADOS.....	33
3.3. PERSONAS	35
3.3.1. Jéssica	36
3.3.2. Bernardo	37
4. ENTREGA	42
4.1. ACOLHIMENTO QUE SE MATERIALIZA EM PRODUTO.....	42
4.2. A BARRA QUE CONVIDA A COMEÇAR	43
4.3. IDENTIDADE VISUAL	45
4.5. NEGÓCIO	55
5. CONCLUSÃO	57

1. INTRODUÇÃO

CrossFit é um programa de força e condicionamento físico de alta intensidade, baseado em movimentos funcionais constantemente variados. Ele combina elementos do levantamento de peso olímpico, ginástica e condicionamento metabólico, de crescimento progressivo para qualquer nível de praticante, com o objetivo de desenvolver um condicionamento físico amplo e equilibrado (CROSSFIT, INC., 2020). Somado a isso, Greg Glassman, criador do método de treinamento, aponta:

Existem dez competências físicas gerais reconhecidas: resistência cardiovascular/respiratória, resistência muscular, força, flexibilidade, potência, velocidade, coordenação, agilidade, equilíbrio e precisão. Você é tão apto quanto é competente em cada uma dessas dez habilidades (GLASSMAN, 2002, tradução nossa).

Frequentemente associado a um esporte de alta intensidade, alto risco de lesões e uma cultura voltada apenas ao desempenho de atletas profissionais, o CrossFit vem carregando ainda uma imagem estigmatizada entre iniciantes e alguns profissionais da saúde. Esse pensamento coletivo, muitas vezes fomentado por vídeos sensacionalistas e narrativas de lesões, alimenta a ideia de que o esporte é "violento" e inacessível para indivíduos sem alguma aptidão física (ARTIOLI, 2024). Em contrapartida, essa percepção de que o CrossFit é uma prática voltada apenas a pessoas altamente condicionadas ignora a essência da modalidade: um sistema de treinamento funcional escalável, cuja proposta central é justamente a adaptação às capacidades, objetivos e limitações de cada indivíduo. De acordo com a própria metodologia oficial da CrossFit, os treinos podem ser ajustados em intensidade, volume e complexidade, tornando a prática viável para pessoas de diferentes idades, níveis de aptidão física e condições de saúde (CROSSFIT INC., 2023). Essa escalabilidade permite que cada praticante evolua no seu próprio ritmo, valorizando o progresso pessoal, a superação de barreiras individuais e o fortalecimento físico e emocional de forma integrada. Estudos sobre treinamento funcional também reforçam que esse tipo de abordagem promove autonomia, inclusão e benefícios amplos à saúde, quando bem orientada e aplicada com responsabilidade (DA SILVA-GRIGOLETTO et al., 2020).

Somado a isso, Dominski, doutor em ciências do movimento humano pela Universidade Estadual de Santa Catarina (Udesc) também afirma que uma das características centrais do CrossFit é a capacidade de se adaptar a diferentes tipos de corpos e perfis de praticantes. Isso ocorre devido ao princípio da escalabilidade, que é um elemento fundamental da modalidade, o que muitos não sabem. Em outras palavras, esse exercício em específico busca ajustar a carga e a intensidade dos treinos de forma progressiva, respeitando as condições e limitações de cada pessoa (DOMINSKI APPUD ISMERIM, 2023).

Em contrapartida, um estudo publicado no *The Orthopaedic Journal of Sports Medicine* (2016), que analisou 622 praticantes de CrossFit no Brasil, mostrou que a modalidade apresenta bem menos lesões do que esportes como levantamento de peso, ginástica olímpica, musculação, futebol, basquete, corrida, voleibol e tênis. Neste estudo o CrossFit apresentou 31% de incidência de lesão, um índice bem menor que musculação e corrida.

Dessa forma, ao compreender as reais necessidades, medos e expectativas dos iniciantes, o design pode transformar ambientes, interfaces, equipamentos e sistemas de ensino para que o CrossFit seja percebido não como um obstáculo, mas como um instrumento de crescimento pessoal e bem-estar integral.

Com isso, este trabalho propõe uma abordagem centrada no ser humano para reconfigurar a imagem do CrossFit, quebrar tabus relacionados à sua prática e fomentar o engajamento de novos praticantes por meio de soluções de design que tem como prioridade a empatia, motivação e acessibilidade.

1.1. OBJETIVO GERAL

Desenvolvimento de um projeto de Design que auxilie no acolhimento ao atleta iniciante de Crossfit, possibilitando o crescimento pessoal e melhora da saúde e autoestima de indivíduos que possuem curiosidade de experimentar a modalidade mas não se sentem confortáveis com a forma com que o esporte é mostrado ao público não participante.

1.1.1. Objetivos Específicos

- A. Contextualizar superação de desafios e benefícios a saúde que o Crossfit pode trazer;
- B. Identificar as principais barreiras cognitivas e emocionais enfrentadas por iniciantes no CrossFit;
- C. Propor soluções de UX que melhorem a experiência do iniciante e traga acolhimento;
- D. Validar as soluções com usuários reais, buscando evidências de melhoria na percepção da modalidade e aumento da permanência nos treinos.

1.2. JUSTIFICATIVA

O estilo de vida e o exercício físico — especialmente o CrossFit — podem ser ferramentas poderosas na luta contra doenças como depressão, ansiedade, transtorno bipolar e esquizofrenia (PALMER, 2025).

Dessa maneira, em um contexto onde a saúde física e mental têm ganhado alta notoriedade torna-se muito relevante repensar como práticas esportivas são comunicadas e experienciadas considerando esse panorama, o design assume um papel de mediação entre distintas áreas do conhecimento — muitas vezes consideradas isoladas entre si — como destaca Calvera (2006). Essa capacidade de articulação interdisciplinar permite que o design atue diretamente na interface entre saúde e bem-estar, fomentando a melhora na qualidade de vida. Complementando essa visão, Norman (2024) ressalta que projetos bem-sucedidos exigem a colaboração entre diversas disciplinas, reforçando o caráter integrador do design.

O design têm um papel cada vez mais interdisciplinar no que se refere a utilizar métodos, experiências e resultados alcançados por designers, fisioterapeutas, educadores físicos e desenvolvedores de tecnologias voltadas ao bem-estar e uni-los para melhorar um fim e partir de sua abordagem sistêmica contribui significativamente para a melhoria da organização dos resultados (BRITTO, 2018).

Dessa forma, é preciso que soluções digitais, espaços físicos e ferramentas sejam apresentados de maneira empática, acessível e motivadora, tornando o ser humano o protagonista no seu máximo aproveitamento dentro da modalidade do CrossFit.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será abordado sobre a prática de exercícios físicos no dia a dia das pessoas, os benefícios, prazeres e a questão do bem-estar da prática de atividades físicas juntamente também, tratados com os anseios e medos das pessoas com o CrossFit.

2.1. BAIXA ADESÃO A PRÁTICAS DE EXERCÍCIOS FÍSICOS

A fim de promover a saúde e o bem-estar, a Organização Mundial da Saúde (OMS) orienta que adultos pratiquem entre 150 e 300 minutos semanais de atividade física de intensidade moderada — ou uma quantidade equivalente de atividade vigorosa. Já para crianças e adolescentes, a recomendação é de cerca de 60 minutos diários de exercícios aeróbicos moderados e enfatiza que qualquer quantidade de atividade física é melhor do que nenhuma, e quanto mais, melhor. Além disso, Diretrizes da OMS para atividade física e comportamento sedentário (2020) apontam mais 5 (cinco) mensagens de grande valia, além da citada acima:

Tabela 01 - Diretrizes da OMS (Organização Mundial da Saúde) para atividade física e comportamento sedentário

1	A atividade física é boa para o coração, o corpo e a mente	A atividade física regular pode prevenir e ajudar a controlar doenças cardíacas, diabetes tipo 2 e câncer, que causam quase três quartos das mortes em todo o mundo. A atividade física também pode reduzir os sintomas de depressão e ansiedade e melhorar o pensamento, a aprendizagem e o bem-estar geral.
2	Toda atividade física conta.	A atividade física pode ser realizada como parte do trabalho, esporte e lazer ou transporte (caminhando, patinando e pedalando), bem como tarefas diárias e domésticas.
3	O fortalecimento muscular beneficia a todos.	Idosos (com 65 anos ou mais) devem adicionar atividades físicas que enfatizem o equilíbrio e a coordenação, bem como o fortalecimento muscular, para ajudar a prevenir quedas e melhorar a saúde.
4	Muito comportamento sedentário pode ser prejudicial à saúde.	Pode aumentar o risco de doenças cardíacas, câncer e diabetes tipo 2. Limitar o tempo sedentário e ser fisicamente ativo é bom para a saúde.
5	Todos podem se beneficiar com o aumento da atividade física e a redução do comportamento sedentário	Incluindo mulheres grávidas, no pós-parto e pessoas que vivem com doenças crônicas ou deficiências

Fonte: OMS (Organização Mundial da Saúde) - (Prof. Dra. Edina Maria de Camargo e Prof. Dr. Ciro Romelio Rodriguez Añez, 2020)

Somado a isso, uma pesquisa do Datafolha, realizada entre 9 e 11 de dezembro de 2024 com 2.006 brasileiros de 16 anos ou mais em 113 municípios, revelou que 53% da população pratica atividades físicas no cotidiano, enquanto 47% não o fazem. A prática é mais comum entre homens (56%) do que entre mulheres (50%) e é mais frequente entre jovens de 16 a 24 anos (61%) do que entre pessoas de 45 a 59 anos (47%).

A pesquisa também destacou disparidades socioeconômicas: 66% dos indivíduos com renda familiar mensal acima de cinco salários mínimos praticam atividades físicas regularmente, em contraste com 47% daqueles com renda de até dois salários mínimos. Além disso, 66% dos mais instruídos (com ensino superior completo) se exercitam, comparados a 41% dos menos instruídos .

E para os que não praticam atividades físicas, a principal razão apontada é a falta de tempo (49%), especialmente entre pessoas de 25 a 44 anos (61%). Outros motivos incluem preguiça (13%), não gostar (9%) e problemas de saúde (5%), não se sentir bem (4%), falta de dinheiro (3%) e falta de interesse (2%).

Assim, os dados indicam que pelo menos 22% das pessoas não demonstram motivação suficiente para se engajar em um programa de treinamento, possivelmente por não enxergarem o exercício como algo relevante ou não atribuírem valor suficiente aos seus benefícios a ponto de incorporá-lo como uma prioridade em sua rotina.

O entendimento de uma atividade que demanda esforço físico é muito importante saber como ela é estruturada e apresentada aos participantes e para entender a modalidade de exercício físico que será tratada neste presente trabalho, em seguida será mostrado como o CrossFit procede.

Um treino de CrossFit é dividido em etapas: (1) Warm up: Aquecimento do corpo considerando o que vai ser trabalhado na aula. (2) Skill: Habilidades específicas e desenvolve aspectos como força e potência a depender da programação do dia. (3) WOD: Workout of the day, isto é, treino do dia, ou seja, parte final da aula de condicionamento metabólico de alta intensidade em que o participante completará os exercícios do dia estipulados pelo coach. Num geral, uma

aula se traduz em: Movimentos funcionais, variação constante e alta intensidade (DOMINSKI APPUD ISMERIM, 2023)

O crossfit surgiu na década de 1990 nos EUA e chegou ao Brasil em 2009. Porém a alta procura dele tornando-o um esporte cobiçado aconteceu nos últimos anos, conforme cita o profissional de educação física João Neto, motivo esse pelo fato de a modalidade formar “uma comunidade”, “uma das questões que ajudam muito é a da "comunidade" . Além disso, são aulas coletivas, isso já gera estímulo distinto das outras modalidades. Todo dia é um desafio novo, todo dia é uma etapa nova” (NETO, 2023). Somado a isso o crossfit, em nível mundial, tem grande visibilidade, visto que o esporte possui uma própria Copa do Mundo, chamada CrossFit Games, que é realizada anualmente nos Estados Unidos, afirma Redação do GE (2023). Ademais, segundo dados revelados pelo Official CrossFit Affiliate Map, existem mais de 11 mil boxes afiliados ao CrossFit no mundo e o Brasil, sendo o segundo país com o maior número de afiliações, tem cerca de 500 boxes (CROSSFIT, 2023).

Portanto, para relacionar essa modalidade e a relevância tão grande do CrossFit com as pessoas que o praticam, será tratado no próximo capítulo como os fatores psicológicos influenciam na escolha das atividades físicas que cada pessoa se conecta, gerando assim o interesse no esporte.

2.2. PSICOLOGIA DO EXERCÍCIO FÍSICO E MOTIVAÇÃO

A adesão a programas de exercícios físicos está profundamente ligada a fatores psicológicos, especialmente os relacionados à motivação. No contexto do CrossFit, compreender os aspectos emocionais que envolvem o iniciante é essencial para criar um ambiente mais receptivo. Estudos indicam que a percepção de autoeficácia, o suporte social e o prazer na prática são determinantes para que o indivíduo mantenha-se fisicamente ativo (MOTTA; GONÇALVES, 2010).

Somado a isso, a Teoria da Autodeterminação, desenvolvida por Deci e Ryan, propõe que a motivação pode ser intrínseca, extrínseca ou ausente (amotivação). A motivação intrínseca, associada ao prazer de realizar a atividade, é a mais eficaz para promover a permanência no exercício a longo prazo. Ambientes de treino que estimulam a autonomia, a competência e a relação interpessoal contribuem para o desenvolvimento dessa forma de motivação, favorecendo a experiência positiva dos iniciantes (SILVA; BERTOLINI, 2017).

Ademais, o sentimento de pertencimento e a percepção de progresso são essenciais para reduzir o risco de abandono da prática. No CrossFit, elementos como o acompanhamento técnico, o espírito de comunidade e a progressão adaptativa dos exercícios fortalecem o vínculo do praticante com a modalidade. Para os iniciantes, isso pode significar a transformação do exercício físico em uma atividade prazerosa e socialmente significativa (SILVA; OLIVEIRA, 2016).

Dessa forma, o design também pode colaborar com a motivação no contexto esportivo por meio de recursos visuais, educativos e interativos que comuniquem objetivos, progresso e pertencimento. A construção de experiências personalizadas e envolventes, a partir de estratégias de design instrucional, pode contribuir para tornar o ambiente de prática mais acolhedor e motivador (NEVES *et al.*, 2023).

Tanto importante quanto saber da notoriedade do exercício e a relação das pessoas com ele, é saber um pouco mais sobre os componentes e itens utilizados para a realização dessa modalidade, que será tratado a seguir.

2.3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CROSSFIT

Neste capítulo será abordado como é a prática do esporte, a comunidade e as vivências, os estigmas e tudo que engloba a modalidade como um todo.

2.3.1. Materiais do CrossFit

Tabela 02 - Equipamentos essenciais em um box de CrossFit e suas principais finalidades.

Rigs e Racks	Estrutura para agachamentos, barra fixa, muscle-ups e suporte para barras olímpicas.
Barras Olímpicas	Utilizadas para levantamento de peso (LPO) e exercícios de força.
Anilhas Bumper	Discos de borracha que permitem quedas seguras das barras.
Kettlebells	Exercícios funcionais para força, resistência e coordenação.
Dumbbells	Pesos manuais versáteis para força e condicionamento.
Wall Balls	Agachamentos com arremesso de bola contra parede; Desenvolvem força e resistência.
Jump Box	Exercícios pliométricos (saltos) para potência e

	agilidade.
Cordas	Naval, de pular e de escalada — para força, resistência e coordenação.
Argolas Olímpicas	Exercícios ginásticos que desenvolvem força e estabilidade.
Fitas de Suspensão	Exercícios com o peso corporal para força e estabilidade.
Super Bands	Elásticos para resistência e auxílio em movimentos como o pull-up.
Colchonetes	Exercícios no solo com segurança e conforto.
Sandbags	Exercícios funcionais com carga instável (sacos de areia).
GHD	Fortalecimento de glúteos, lombar e posteriores da coxa.
Ergômetros	Máquinas (remo, air bike, ski erg) para condicionamento cardiovascular.

Fonte: Adaptado de AUTORIDADE CROSS (2023), D1FITNESS (2023) e NEXTFIT (2023).

2.3.2. O iniciante no ambiente esportivo e a comunidade como rede de apoio

Um vídeo publicado pela Crossfit Inc (2023) — The CrossFit Coach — entrevistou Cristina Anderson, atual iniciante no esporte na época e acabou se tornando Coaching pelo amor ao esporte. Ela fala que nunca soube que existia nela a capacidade de se movimentar tão bem e de superar com determinação os desafios propostos pelo CrossFit. Ela estava na jornada de cura da saúde, cuidando de si mesma, reaprendendo a comer e sentir o corpo e foi com isso que a fez querer ir mais adiante nessa jornada, além disso subiu de nível na categoria de Coach porque sabia que poderia fazer a diferença na vida de outras pessoas.

Segundo Nicole Carroll, Diretora de Treinamento e Certificação da CrossFit HQ, a modalidade gera comunidade, autenticidade, humildade, respeito, pertencimento e camaradagem. Laços estreitos se formam e as pessoas se mostram honestas e imperfeitas e se esforçam até o limite:

Quando celebramos uns aos outros, quando temos sucesso e levantamos uns aos outros quando caímos, a comunidade é um resultado natural. Uma comunidade que se estende além das paredes da academia” — assim como os resultados que obtemos com nossos esforços dentro dela. A partir daí, a

comunidade se torna uma força autoperpetuadora, pois continua a nutrir a cultura que a criou (CARROLL).

A linguagem específica utilizada no CrossFit, com termos como "WOD" (Workout of the Day) e "PR" (Personal Record), também contribui para a formação de uma identidade coletiva entre os praticantes. Essa terminologia comum facilita a comunicação e reforça o sentimento de pertencimento a um grupo com objetivos e valores compartilhados (NASCIMENTO, 2022). Ainda, os autores de "How We Gather" compararam o CrossFit com a igreja, pelo fato de que os dois tem o mesmo propósito na vida das pessoas, um senso de servir e pertencimento, mesmo que o CrossFit seja uma experiência secular, a disciplina é a mesma, uma comunidade que partilha dos mesmos anseios e rumos (CARROLL).

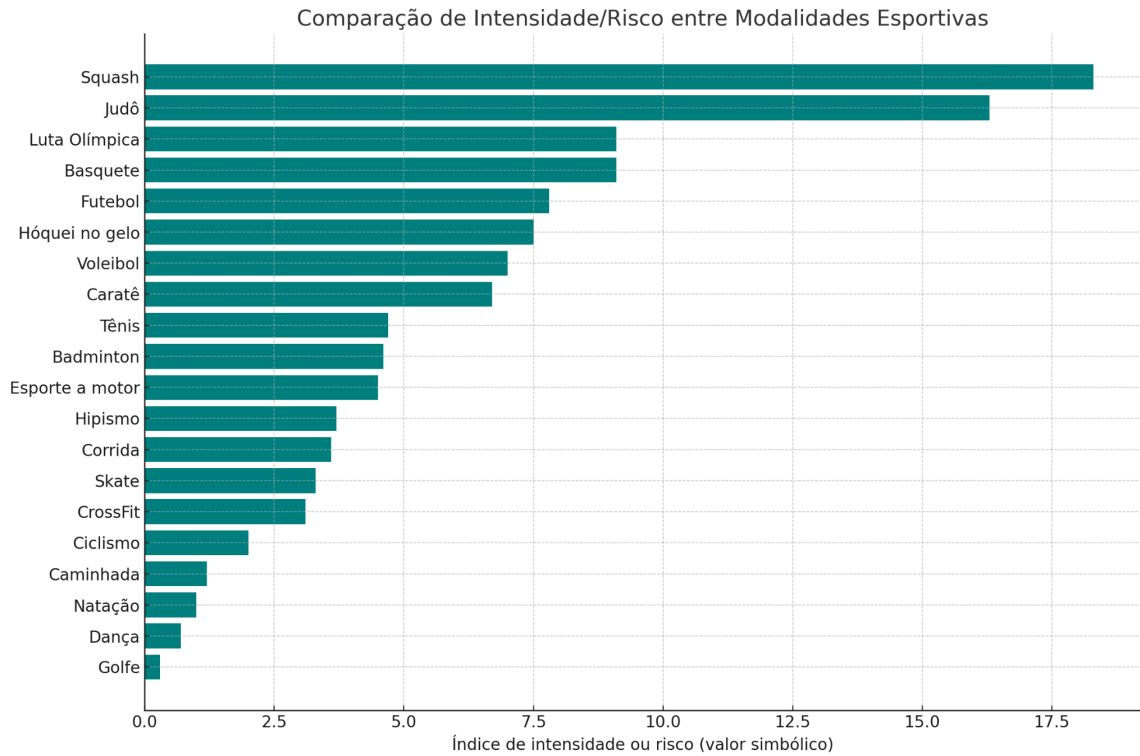
Ademais, eventos sociais organizados pelos boxes, como competições internas, confraternizações e desafios em grupo, são estratégias eficazes para fortalecer a comunidade. Essas atividades proporcionam oportunidades para os praticantes se conhecerem melhor, celebrarem conquistas e apoiarem uns aos outros, consolidando os laços sociais estabelecidos durante os treinos (RIBEIRO; LOPES, 2020).

Entretanto, dentre tantos efeitos e motivos positivos para que tantas pessoas possam experimentar desse esporte que trás inúmeros benefícios como já foi tratado acima, ainda assim há muitos estigmas e mitos que devem ser estudados. A seguir, será falado sobre isso.

2.3.3. Estigmas e mitos associados ao CrossFit

Abaixo, será tratado uma comparação entre diferentes modalidades esportivas quanto ao seu nível simbólico de intensidade e/ou risco.

Figura 01 - Gráfico de comparação de lesão



Fonte: Desenvolvido pela autora. Fonte: *International Journal of Sports Medicine e The Journal of Strength & Conditioning Research* [Revista Internacional de Medicina Esportiva e Revista de Pesquisa em Força e Condicionamento Físico], 2015.

Observa-se que atividades como squash (18,3), judô (16,3) e luta olímpica (9,1) se destacam como esportes de alta exigência física e complexidade técnica.

Em contrapartida, o CrossFit — frequentemente associado à ideia de risco elevado — aparece com um índice de 3,1, situando-se abaixo de modalidades populares como futebol (7,8), vôlei (7,0) e tênis (4,7). Essa posição sugere que, apesar de sua imagem de alta intensidade, o CrossFit pode apresentar um risco comparável ou até inferior ao de outras práticas esportivas amplamente aceitas, desde que acompanhado por orientação adequada e adaptação progressiva.

Isso reforça a necessidade de revisão crítica de preconceitos associados à modalidade, sobretudo em relação à sua acessibilidade a iniciantes, que será tratada no próximo capítulo, contribuindo para a ressignificação do crossfit, uma vez que o julgamento prévio está ligado ao medo da realização do esporte pelos riscos que podem trazer e como foi mostrado, os dados desmoralizam esse pensamento.

2.3.4. Inclusão no CrossFit

A acessibilidade no design não se limita a tirar ou alterar barreiras físicas. Ela envolve criar ambientes, produtos e serviços que possam ser usados por todas as pessoas com segurança, conforto e autonomia, mesmo que tenham limitações físicas, cognitivas ou sociais. No CrossFit, que muitas vezes é visto como um esporte de alto rendimento, pensar em acessibilidade significa adaptar as práticas, a linguagem e o espaço para receber diferentes tipos de praticantes — como pessoas com deficiência, iniciantes e quem tem pouca experiência com atividades físicas, por isso sinalizações adequadas e uma forma mais convidativa de retratá-las são importantes para tornar os espaços esportivos mais inclusivos (BRANDOLFF; STRAPASSON, 2022). Outro aspecto importante da inclusão diz respeito à diversidade etária e à presença crescente de praticantes idosos nos boxes de CrossFit. Ambientes com boa sinalização e acompanhamento técnico constante, contribuem para que esses indivíduos se sintam respeitados e motivados a permanecer na prática. A integração de públicos diversos, aliada ao olhar empático do design, torna o CrossFit uma atividade mais democrática, segura e acolhedora para todas as idades (SILVA; LIMA, 2021).

Incluir alguém no esporte vai além de deixar essa pessoa entrar. É preciso criar um ambiente que respeite os diferentes corpos, capacidades e histórias de vida. No CrossFit, isso exige mudar a forma de pensar: é importante valorizar o progresso individual, e não a comparação entre os praticantes. Isso ajuda no desenvolvimento físico e emocional de cada um, a partir do seu próprio ritmo. Pesquisas mostram que o CrossFit adaptado para pessoas com deficiência, como cadeirantes e amputados, ajuda na autoestima, na recuperação física e na socialização (WELLICHAN; SANTOS, 2020). A inclusão no CrossFit também envolve atenção a praticantes com condições temporárias, como gravidez, recuperação de cirurgias ou lesões musculoesqueléticas. Nestes casos, é fundamental que os treinos sejam orientados por profissionais capacitados para realizar adaptações seguras, sem comprometer a saúde do praticante. Estratégias como a substituição de exercícios de impacto por movimentos de baixo risco, o uso de equipamentos auxiliares (como elásticos, caixas mais baixas ou bancos) e o controle da intensidade ajudam a garantir que essas pessoas possam permanecer ativas e se sintam acolhidas no ambiente do box. Estudos indicam que a prática de

atividade física adaptada pode contribuir positivamente para o bem-estar físico e emocional durante processos de recuperação ou gestação (RIBEIRO; CAVALCANTI, 2020). Por isso a importância da maneira como o CrossFit é apresentado a essas pessoas é tão importante para a validação e aceitação desse esporte, como mencionado anteriormente por Maria Angélica Brandolff e Aline Miranda Strapasson.

Além disso, o uso de métodos como observação e entrevistas ajuda os designers a entender melhor como as pessoas se sentem durante os treinos. Esses métodos mostram detalhes que muitas vezes passam despercebidos, como o medo de ser julgado, o uso de linguagem difícil nos treinos ou a pressão por ter um corpo “ideal”. Com essas informações, é possível criar soluções mais acolhedoras e humanas. O design, nesse sentido, pode ajudar a aproximar diferentes realidades e tornar o CrossFit mais acessível para todos (AMPHILÓQUIO; SOBRAL, 2018).

Após ser tratado sobre como é a inclusão do CrossFit, é importante retratar como estudos mostram efetivamente os benefícios da modalidade, a seguir será falado sobre isso.

2.3.5. Como o CrossFit ajuda a melhorar a qualidade de vida e o bem-estar físico

Rodrigo Jاسبick – Médico Cardiologista e Representante do CrossFit Health no Brasil, relata que, após iniciar a prática do CrossFit, conseguiu reduzir o uso de medicamentos para hipertensão. Também destacou os benefícios do esporte para a saúde cardiovascular e o bem-estar geral, enfatizando a importância de médicos conhecerem a modalidade antes de julgá-la (GONTIJO APPUD. JASBICK, 2023).

Estudos em periódicos como *Journal of Strength and Conditioning Research* e *Brazilian Journal of Health Review* [Revista de Pesquisa em Força e Condicionamento Físico e Revista Brasileira de Revisão em Saúde] enfatizam sobre os benefícios do CrossFit na saúde cardiovascular, resistência muscular e bem-estar psicológico (2020). Ademais, o esporte pode desempenhar um papel fundamental na recuperação da maioria das condições de saúde mental e metabólica. E, para muitas pessoas, pode ser a solução mágica (PALMER, 2024).

No episódio 011 do The CrossFit Podcast, intitulado "Hope Over Hopelessness: Dr. Chris Palmer on the CrossFit Cure for Mental Illness", publicado em 22 de abril de 2025 do CrossFit Podcast, Dr. Chris Palmer conversa com Denise

Thomas sobre como o estilo de vida e o exercício físico — especialmente o CrossFit — podem ser ferramentas poderosas na luta contra doenças como depressão, ansiedade, transtorno bipolar e esquizofrenia. Exploram a conexão entre saúde metabólica e mental, discutindo como intervenções no estilo de vida, como nutrição, sono, exercício e conexão humana, podem reprogramar o cérebro e oferecer esperança para pessoas que enfrentam essas condições.

Dr. Jan Sprey, médico do esporte, também discute os benefícios do CrossFit para a saúde mental, especialmente na redução de sintomas de ansiedade e depressão. Ele ressalta a importância da prática regular de exercícios físicos, como o CrossFit, para o bem-estar psicológico (2025). Somado a isso, JC Hertz em seu livro “Aprendendo a Respirar Fogo”, afirma:

O CrossFit exige coragem e apetite pelo desconforto. Pressiona a pessoa como um todo, mente, corpo e espírito, contra a pedra de amolar da tensão e da fadiga, e as pessoas devem optar por permanecer ali até que sejam afiadas. Isso muda as pessoas. Ele altera suas identidades e os conecta. (HERTZ)

2.4. CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN

Neste capítulo, será tratado o tema na visão do design e como ele pode melhorar e aperfeiçoar a interação acolhedora entre a modalidade e o atleta.

2.4.1. A experiência do usuário (UX) no ambiente de treinamento

A incorporação da tecnologia no CrossFit tem desempenhado um papel crucial na democratização do acesso à modalidade, especialmente para iniciantes e indivíduos com limitações físicas. Aplicativos como o Pocket WOD e o WODster oferecem treinos diários, vídeos explicativos e contadores de tempo, permitindo que os usuários aprendam e pratiquem os movimentos básicos do CrossFit em ambientes seguros e adaptados às suas necessidades. Essa abordagem facilita a inclusão de pessoas que, por diversas razões, não podem frequentar academias tradicionais, promovendo a prática esportiva em casa ou em espaços comunitários (RUBBER PISOS, 2025).

Além disso, a utilização de tecnologias assistivas, como leitores de tela, aplicativos de tradução para Libras e dispositivos de comando por voz, amplia a acessibilidade das plataformas digitais de treino. Essas ferramentas são essenciais

para garantir que pessoas com deficiências visuais, auditivas ou motoras possam interagir com os conteúdos de forma autônoma e eficaz, promovendo uma experiência de aprendizado mais inclusiva (SOUZA, 2025).

A interação digital também se manifesta por meio de comunidades virtuais, onde praticantes compartilham experiências, desafios e conquistas. Aplicativos como o SugarWOD e o App Meu Box oferecem funcionalidades que permitem aos usuários registrar seus treinos, acompanhar o desempenho de colegas e interagir em redes sociais internas. Essas plataformas fortalecem o senso de pertencimento e motivação entre os usuários, criando um ambiente de apoio mútuo que é especialmente benéfico para iniciantes e pessoas em processo de reabilitação física (AUTORIDADE CROSS, 2025).

Norman (2013) destaca que o design — enquanto disciplina que conecta forma, função e significado — desempenha papel crucial na criação de experiências mais acolhedoras e acessíveis. Ao introduzir o conceito de design emocional, o autor argumenta que produtos e sistemas bem projetados não devem apenas ser funcionais, mas também despertar emoções positivas, como confiança, prazer e engajamento. No contexto da comunicação visual esportiva, o design pode ser utilizado de forma estratégica para aproximar públicos diversos, favorecendo sentimentos de pertencimento, identificação e motivação. Em outras palavras, uma linguagem visual empática e representativa tem o poder não apenas de informar, mas de transformar percepções e comportamentos, especialmente em modalidades como o CrossFit, que ainda carregam estigmas de exclusividade e alta performance.

The Design of Everyday Things (NORMAN, 2013): Fundamenta a importância do design centrado nas necessidades reais das pessoas. Em uma entrevista ministrada por Rafael Rez sobre experiência do usuário, Norman pontuou:

Não resolva o problema que foi pedido a você. É quase sempre o problema errado. Quase sempre que alguém vem a você com um problema, está te contando sobre os sintomas e a primeira e maior parte do design é descobrir o que é realmente necessário para ir à raiz do problema e resolver o problema correto (2008).

Seguindo a linha de Norman, com o design de experiência do usuário (UX), que refere-se à abordagem utilizada pelas equipes de design para desenvolver produtos que entreguem experiências significativas e satisfatórias aos usuários, no CrossFit, em particular, a natureza intensa e técnica da modalidade pode gerar

desconforto ou medo nos iniciantes. Com isso, um ambiente de treino que incorpora princípios de UX tende a ser mais acessível, inclusivo e eficiente. Isso inclui desde a ambientação física até os sistemas digitais de registro de desempenho, bem como os canais de feedback. Projetar com foco na experiência do usuário é, portanto, uma estratégia para transformar o espaço de treino em um ambiente mais acolhedor e funcional (NORMAN, 2013; NEVES *et al.*, 2023). Ademais, esse processo abrange todas as etapas da interação com o produto, desde a descoberta e aquisição até sua utilização contínua, envolvendo elementos como identidade da marca, usabilidade, funcionalidade e aspectos visuais, seu objetivo é tornar essa interação eficiente, intuitiva e satisfatória (INTERACTION DESIGN FOUNDATION).

Seguindo na mesma linha, os estudos de Pieter Desmet são fundamentais para compreender a influência das emoções nas interações entre pessoas e produtos. Desmet defende que o design deve ir além da funcionalidade e da estética, sendo capaz de provocar emoções positivas que contribuam para o bem-estar dos usuários. A partir dessa abordagem, surge o conceito de design positivo, que propõe uma atuação intencional do design na promoção de experiências emocionalmente satisfatórias, incentivando sentimentos como alegria, segurança e pertencimento. Nesse contexto, as emoções desempenham papel central na construção de vínculos afetivos e na percepção de valor dos produtos e serviços, tornando-se uma estratégia relevante na criação de experiências acolhedoras e significativas. Aplicado ao universo do CrossFit, o design positivo pode ajudar a reconfigurar a imagem da prática e acolher o atleta iniciante, reduzindo sensações de medo ou inadequação e fortalecendo a motivação e a adesão à modalidade (DESMET; POHLMAYER, 2024).

A maneira como o CrossFit é retratado nas mídias e nas plataformas digitais têm impacto direto na percepção da modalidade por parte de quem ainda não a conhece. Com frequência, o conteúdo visual voltado ao CrossFit destaca atletas altamente condicionados, realizando movimentos de elevada complexidade, o que reforça estereótipos de que o CrossFit seria voltado exclusivamente à alta performance (ATIVO, 2022). Essa abordagem pode criar barreiras simbólicas que afastam potenciais iniciantes que não se sentem aptos para esse esporte.

Essas representações visuais podem desencorajar pessoas que desejam iniciar a prática, mas que não se reconhecem nesse perfil dominante, criando uma barreira simbólica de entrada. Além disso, mitos como a masculinização do corpo

feminino ou a inevitabilidade de lesões são frequentemente perpetuados, gerando ainda mais distanciamento e receio por parte de potenciais novos praticantes (ATIVO, 2022).

Entretanto, observa-se um movimento de mudança por parte de profissionais da área e influenciadores que buscam apresentar uma imagem mais inclusiva e acessível do CrossFit. Ações e campanhas focadas em iniciantes, mulheres e pessoas com diferentes perfis físicos vêm ganhando espaço nas redes sociais, evidenciando que a modalidade é adaptável e acolhedora. Iniciativas como aulas específicas para mulheres iniciantes e a inclusão de pessoas com deficiência têm ajudado a desconstruir preconceitos e tornar o ambiente mais receptivo (IRON CT, 2025; AMANDA, 2025).

Além disso, a própria metodologia do CrossFit, conforme descrita em seus materiais oficiais, valoriza a adaptação dos exercícios à realidade de cada aluno. O uso de diferentes formas de comunicação — como demonstrações visuais, instruções verbais e feedbacks constantes — é incentivado como parte essencial do processo de ensino-aprendizagem, especialmente no atendimento a iniciantes (CROSSFIT INC., 2018).

Portanto, investir em representações mais inclusivas, realistas e diversas por meio do design gráfico e da comunicação visual é fundamental para facilitar o acolhimento de novos praticantes e desconstruir os mitos que ainda cercam essa prática. Ao considerar diferentes perfis, histórias e corpos, a comunicação torna-se uma ferramenta essencial na reconfiguração da imagem do CrossFit, promovendo um ambiente mais receptivo, seguro e inspirador para quem está dando os “primeiros passos”. O design, enquanto prática interdisciplinar, possui papel fundamental na mediação entre pessoas, sistemas e informações. No contexto esportivo, especialmente em modalidades com barreiras de entrada como o CrossFit, o design pode ser uma ferramenta estratégica para informar, orientar e acolher o iniciante. Por meio de materiais visuais acessíveis, sinalização adequada, interfaces amigáveis e conteúdos educativos, é possível reduzir a ansiedade inicial, ampliar o entendimento sobre a modalidade e facilitar a integração com a comunidade (BONSIEPE, 2011).

Uma das abordagens mais relevantes neste cenário é o design da informação, que organiza e comunica conteúdos de forma clara, eficiente e acessível. Quando aplicado em ambientes de iniciação esportiva, como os boxes de

CrossFit, esse tipo de design pode criar experiências mais inclusivas e compreensíveis para quem está começando. Elementos como sinalizações, instruções visuais, guias digitais e recursos interativos contribuem para o processo de aprendizagem e construção de autonomia do praticante (PRIMO; ULBRICHT; FADEL, 2019).

Além disso, a aplicação de princípios do design centrado no usuário favorece a criação de experiências mais empáticas. Isso significa considerar as necessidades, expectativas e limitações do público-alvo — no caso, o atleta iniciante — durante todo o processo de concepção e implementação das soluções visuais e espaciais. Essa abordagem fortalece o sentimento de pertencimento e inclusão, aspectos que impactam diretamente na permanência e no engajamento com a prática esportiva (NORMAN, 2006).

Em boxes de CrossFit, a presença de recursos visuais como cartazes educativos, manuais digitais, aplicativos de monitoramento de progresso e sinalização clara dos exercícios são exemplos práticos de como o design pode atuar como mediador entre o praticante e o ambiente esportivo. Quando bem aplicados, esses elementos ajudam a construir um espaço de acolhimento, onde o iniciante se sente menos intimidado e mais disposto a permanecer (NEVES *et al.*, 2023).

A comunicação desempenha um papel fundamental na construção da comunidade dentro do CrossFit. A prática é caracterizada por aulas coletivas, onde a interação entre os participantes é incentivada, criando um ambiente de apoio mútuo e motivação. Essa dinâmica favorece o desenvolvimento de laços sociais que vão além do espaço físico do box, promovendo um senso de pertencimento entre os praticantes (RIBEIRO; LOPES, 2020).

Além das interações presenciais, a comunicação no CrossFit se estende para plataformas digitais, como grupos em redes sociais e aplicativos de treino, onde os praticantes compartilham conquistas, desafios e dicas. Essa extensão digital da comunidade fortalece os vínculos entre os membros, permitindo que a motivação e o suporte mútuo continuem fora do ambiente físico de treino (GONÇALVES; REZENDE, 2023).

2.4.2. Apoio ao Usuário Iniciante: Produto como Interface Acolhedora

O design de produto é uma disciplina que se ocupa do desenvolvimento de objetos voltados à interação entre pessoas, tecnologias e contextos de uso. Segundo Bernd Löbach (2001), o produto deve ser compreendido como um sistema que integra funções técnicas, forma estética e significados simbólicos, atuando como um elo entre o usuário e o ambiente. Essa visão amplia o entendimento tradicional de produto, que muitas vezes é restrito à sua utilidade prática, e valoriza também sua capacidade de comunicar, mediar e transformar experiências.

Para Löbach, um produto bem projetado é aquele que atende às necessidades do usuário não apenas de forma funcional, mas também emocional e simbólica. Ele propõe que o processo de design leve em consideração os fatores humanos e sociais, assim como os aspectos ergonômicos, tecnológicos e culturais do objeto. Isso é especialmente relevante no contexto do design contemporâneo, onde os produtos não apenas resolvem problemas técnicos, mas participam ativamente da construção de identidades e da mediação de significados (LÖBACH, 2001).

No contexto deste trabalho, que trata a ressignificação do CrossFit e do acolhimento ao atleta iniciante, o design de produto exerce papel estratégico. O ambiente do box de CrossFit, muitas vezes associado a práticas intensas, equipamentos robustos e uma cultura de alta performance, pode causar insegurança e afastamento de praticantes iniciantes. Dentre os elementos que despertam mais receio está a barra olímpica, utilizada em diversos movimentos complexos e de carga elevada. A proposta de desenvolvimento de um produto de apoio para esse equipamento — como uma interface adaptativa ou acessório funcional — dialoga diretamente com a abordagem de Löbach, ao reconhecer o produto como meio para facilitar a experiência do usuário, gerar confiança e promover pertencimento.

Ao projetar um objeto voltado à inclusão, à segurança e à autonomia do praticante, o designer atua como mediador entre as necessidades individuais e os desafios da prática esportiva. Nesse sentido, o design de produto, embasado na perspectiva sistêmica de Löbach, contribui para transformar o ambiente do CrossFit em um espaço mais acolhedor, rompendo com estigmas de exclusividade e tornando a modalidade mais acessível a diferentes perfis de praticantes.

Além disso, no desenvolvimento de um artefato voltado ao acolhimento do atleta iniciante no CrossFit, é fundamental considerar os princípios ergonômicos associados à antropometria. Panero e Zelnik (1979) destacam que não existe um

“usuário médio”, sendo inadequado projetar apenas com base em medidas medianas; ao contrário, recomenda-se trabalhar com percentis de alcance e clearance, de modo a contemplar desde o 5º até o 95º percentil da população, garantindo acessibilidade e segurança para a maior parte dos usuários. Aplicando esses princípios ao contexto esportivo, o produto deve possibilitar que a barra seja acessada sem esforço excessivo, respeitando limites articulares e posturais, além de prever ajustes que acomodam diferentes estaturas e biotipos. Tais diretrizes asseguram que o design não apenas reduza riscos de desconforto e lesão, mas também favoreça a adaptação progressiva do iniciante, oferecendo estabilidade e confiança na execução dos movimentos.

Segurança: A ergonomia aplicada ao design de produtos esportivos deve priorizar a segurança do usuário, sobretudo em modalidades de alta intensidade como o CrossFit. Panero e Zelnik (1979) ressaltam que os projetos devem considerar tanto o alcance quanto às folgas (clearance), garantindo espaço adequado para o corpo em movimento. Nesse sentido, o artefato proposto deve prever margens de segurança que evitem colisões, compressões ou limitações articulares, assegurando que mesmo usuários com dimensões corporais distintas possam utilizar o equipamento sem risco de acidentes. Essa preocupação é especialmente relevante para iniciantes, que ainda não dominam plenamente a técnica e podem adotar posturas inadequadas durante os exercícios.

Conforto: Outro aspecto central da ergonomia é o conforto, entendido não apenas como ausência de dor, mas como a adequação entre corpo e equipamento ao longo do uso. Para Panero e Zelnik (1979), a ergonomia busca reduzir esforços desnecessários, prevenindo fadiga e aumentando a eficiência na execução das tarefas. Ao ser aplicado ao produto em estudo, esse princípio implica criar pontos de apoio que aliviam a sobrecarga em articulações sensíveis, como punhos, ombros e lombar, permitindo que o iniciante se concentre no aprendizado técnico sem experimentar desconforto excessivo. Assim, o design do artefato atua como facilitador do processo de adaptação à modalidade.

Adaptabilidade: Por fim, a adaptabilidade constitui um dos pilares para um projeto inclusivo e eficiente. Segundo Panero e Zelnik (1979), a variabilidade dos corpos humanos torna imprescindível a consideração de percentis como referência de dimensionamento, evitando a falácia do “usuário médio”. Isso implica oferecer ajustes que acomodam desde indivíduos de baixa estatura até aqueles mais altos,

ampliando o espectro de usuários contemplados. No caso do produto voltado ao CrossFit, a adaptabilidade garante que iniciantes de diferentes perfis antropométricos possam interagir com a barra de maneira segura e ergonômica, reforçando o caráter acolhedor e inclusivo do design.

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

Este trabalho configura-se como uma pesquisa aplicada, pois visa gerar conhecimentos voltados à resolução de problemas específicos no contexto do design para o acolhimento de iniciantes no CrossFit. A finalidade prática da investigação está relacionada à elaboração de estratégias comunicacionais e projetuais que contribuam para a reconfiguração da imagem da modalidade e a melhoria da experiência dos novos praticantes.

O objetivo da pesquisa é exploratório, uma vez que busca proporcionar maior familiaridade com o tema estudado, compreender os fatores que contribuem para a baixa adesão de iniciantes, identificar os estigmas associados ao CrossFit e investigar o papel do design na promoção de um ambiente mais inclusivo e acessível. Essa natureza exploratória permite levantar hipóteses e reflexões que subsidiam futuras intervenções projetuais.

A abordagem metodológica adotada é qualitativa, pois prioriza a compreensão aprofundada dos significados, percepções e experiências dos participantes. Diferentemente da pesquisa quantitativa, que se preocupa com a mensuração objetiva de dados, a pesquisa qualitativa permite interpretar os aspectos subjetivos da vivência do iniciante no ambiente do CrossFit, considerando elementos culturais, emocionais e sociais que permeiam essa prática.

O método de raciocínio utilizado é dedutivo, partindo de conceitos e teorias já estabelecidos nas áreas do design, educação física e psicologia do exercício — como experiência do usuário (UX), design inclusivo e motivação intrínseca — para então analisar os dados empíricos coletados. A intenção é verificar, a partir de um referencial teórico consistente, como tais conceitos se manifestam ou se ressignificam na prática cotidiana dos boxes de CrossFit.

Como instrumentos de coleta de dados, foram utilizados dois métodos principais: questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas — aplicado a praticantes: iniciantes, experientes e também a aqueles que não fariam de jeito nenhum o esporte — e entrevista com uma pessoa que é totalmente não adepta a modalidade. A combinação desses instrumentos permitiu a triangulação dos dados, ampliando a profundidade e a confiabilidade das análises.

Os dados obtidos serão interpretados à luz da fundamentação teórica previamente discutida, respeitando os princípios éticos da pesquisa com seres

humanos. Todas as informações foram coletadas de forma voluntária e com consentimento livre e esclarecido do participante, conforme os preceitos da Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde.

No Design de Produto, a pesquisa se ancora nos princípios de Gui Bonsiepe, que enxerga o design como um campo com potencial de atuação política e social, entende o produto como um meio de mediação entre o ser humano e o mundo. Através dessa lente, são consideradas soluções voltadas à inclusão física nos espaços de prática esportiva, como sinalizações acessíveis, equipamentos adaptados e configurações espaciais acolhedoras. Para ele, o design deve atuar em prol de contextos sociais mais equitativos, propondo intervenções sensíveis às necessidades dos usuários (BONSIEPE, 2011).

Por fim, no campo do Design de Experiência do Usuário (UX), o trabalho se apoia nas contribuições de Pieter Desmet, cuja pesquisa é voltada para o impacto das emoções nas interações com produtos e serviços. Desmet argumenta que o design deve considerar não apenas a funcionalidade e a usabilidade, mas também a experiência afetiva do usuário, promovendo emoções positivas como segurança, entusiasmo e pertencimento. No contexto do CrossFit, isso significa projetar soluções que acolham emocionalmente os iniciantes, reduzindo o medo do julgamento e fortalecendo a motivação através de experiências significativas e empáticas (DESMET; POHLMAYER, 2013).

Complementarmente, o pensamento de Marc Stickdorn e Jakob Schneider, por meio do Design de Serviço, reforça a importância de mapear e planejar cada ponto de contato do usuário com a experiência proposta, integrando empatia, escuta ativa e coesão na jornada. O Design de Serviço propõe que toda interação — desde o primeiro contato com a marca até o atendimento presencial ou digital — deve ser concebida de forma integrada, levando em conta as emoções, necessidades e expectativas do usuário em diferentes fases da jornada. No caso do CrossFit, aplicar essa abordagem significa projetar não apenas elementos visuais, mas também fluxos de experiência que favoreçam o acolhimento, como o agendamento facilitado de aulas iniciais, uma comunicação clara sobre os treinos adaptáveis, orientações personalizadas e rituais de integração com a comunidade local. Dessa forma, o design se torna não apenas uma ferramenta estética, mas um mediador da qualidade da experiência e da percepção do serviço como um todo (STICKDORN; SCHNEIDER, 2014).

A fundamentação prática do projeto utiliza referências de diferentes áreas do design. Para o campo do Design Gráfico, será adotada a abordagem de Ellen Lupton, que defende a clareza, legibilidade e acessibilidade como princípios fundamentais da comunicação visual. Seu trabalho embasa a criação de materiais informativos e visuais que tornem o CrossFit compreensível e convidativo, principalmente para públicos leigos ou iniciantes, reforçando o papel do design como ferramenta pedagógica (LUPTON, 2011).

3.1. COLETA DE DADOS

Com o objetivo de compreender as percepções, os estigmas e os fatores que influenciam o acolhimento de novos praticantes no ambiente do CrossFit, foi aplicado um formulário on-line com questões fechadas e abertas. A amostra foi composta por mais de 100 respondentes, abrangendo tanto praticantes regulares da modalidade quanto iniciantes e pessoas que nunca tiveram contato direto com o CrossFit. Essa diversidade de perfis proporcionou uma visão abrangente sobre o imaginário coletivo a respeito da prática, suas barreiras e potenciais.

As perguntas do formulário foram elaboradas para explorar a familiaridade dos participantes com atividades físicas em geral, seu interesse ou resistência em relação ao CrossFit, os receios associados à modalidade, bem como a compreensão sobre sua acessibilidade e adaptabilidade. Além disso, foi incluída uma pergunta aberta com o intuito de captar relatos pessoais e espontâneos sobre experiências e percepções relacionadas ao tema, enriquecendo a análise qualitativa.

No próximo capítulo, serão apresentados os dados serão apresentados e discutidos com base em categorias emergentes da análise das respostas, cruzando as informações com os tópicos desenvolvidos na fundamentação teórica, especialmente no que se refere à formação de estigmas, experiência do usuário, acolhimento, motivação e comunicação.

Além do formulário, foi feita uma entrevista via WhatsApp com uma pessoa que jamais praticaria a modalidade para entender os medos e aflições sobre esse esporte, trazendo questões que pudessem deixar ela livre para falar o que vem à mente, que também será mostrado a seguir.

3.2. ANÁLISE DE DADOS

As respostas abertas coletadas revelam padrões discursivos significativos que reforçam tanto os estigmas quanto os potenciais acolhedores do CrossFit. Um dos termos mais recorrentes é “superação”, mencionado direta ou indiretamente em cerca de quase metade das respostas. Esse dado demonstra como o imaginário do CrossFit está fortemente vinculado à ideia de desafio pessoal, resiliência e ultrapassagem de limites. Expressões como “esporte de superação e desafios” ou “representa superar mais a cada treino” destacam esse caráter motivacional da prática.

Outro campo semântico bastante presente nas respostas refere-se à saúde e bem-estar, como em “superação, disciplina e, principalmente, saúde” e “atividade física em equipe e superação”. Esses dados apontam para uma percepção positiva do CrossFit, vinculando-o a melhorias no estilo de vida e benefícios psicofísicos, enfatizando os efeitos da prática esportiva na autoestima e na motivação.

Além disso, alguns depoimentos reforçam a importância da dimensão coletiva e emocional, com destaque para a presença de palavras como “união”, “amigos”, “atividade em equipe” e “escape”. Essas menções levam a sinalizar que, para parte dos praticantes, o CrossFit ultrapassa a lógica do treino físico e se torna um espaço de pertencimento e vínculo emocional.

Há também menções ao alto desempenho físico, como em “exercícios de alta intensidade” ou “dedicação o tempo inteiro”, o que confirma que a modalidade ainda é associada por parte do público à ideia de intensidade extrema — o que pode contribuir para a construção de medos ou resistências iniciais, especialmente entre não praticantes.

Falando um pouco mais sobre o campo do formulário “Caixa de texto livre para compartilhar sua experiência com o Crossfit” as respostas demonstram que a vivência com o CrossFit ultrapassa a dimensão exclusivamente física e se estende ao campo emocional e social. Muitos participantes relatam experiências transformadoras, nas quais o CrossFit é descrito como um “divisor de águas” em suas vidas. A prática aparece como fator de reestruturação de hábitos, autocuidado e reconstrução da autoestima: “Foi um divisor de águas na minha vida e na minha saúde física e mental.” “É o melhor esporte. A gente conversa durante o treino, se diverte e ainda treina pesado.”

Outro padrão relevante está na dinamicidade e diversidade dos treinos, frequentemente apontados como diferencial da modalidade. O caráter não repetitivo contribui para manter a motivação e o engajamento, como afirmam alguns respondentes: “Atividade dinâmica, não existe tédio.” “As aulas são dinâmicas, rápidas e intensas. Buscam sempre estimular e desafiar.”

A presença da comunidade também se destaca como uma das características mais valorizadas, muitas vezes apontada como o principal fator de adesão e permanência: “A comunidade que vai se criando no ambiente do box é maravilhosa, te motiva a não desistir.” “É uma prática que me motiva pela união das pessoas e a superação diária.”

Por fim, destacam-se as menções à inclusividade e adaptabilidade da prática: “É uma atividade ampla, geral e inclusiva, ou seja, qualquer um pode fazer.” “Apesar de no início parecer impossível, me senti acolhido.” Essas falas mostram que, mesmo entre aqueles que ingressam com receios, o CrossFit pode se configurar como uma prática acessível, desde que exista um ambiente sensível às individualidades. Isso reforça a importância de estratégias de comunicação e design voltadas à ressignificação da modalidade, especialmente entre iniciantes.

Em síntese, a análise qualitativa dessa amostra revela que a percepção do CrossFit é multifacetada: se por um lado ele é reconhecido como uma prática desafiadora e motivadora, por outro ainda carrega elementos de intimidação ligados ao desempenho. Tais percepções precisam ser consideradas em projetos de comunicação, acolhimento e design voltados a iniciantes, com vistas a reforçar aspectos de comunidade, adaptabilidade e bem-estar.

Em questão da entrevista via WhatsApp de uma pessoa não-praticante de CrossFit, onde as perguntas se encontram no apêndice, revela de forma clara como a falta de informação prática, aliada à imagem que a modalidade transmite nas redes sociais, contribui para a formação de mitos, receios e percepções distorcidas.

Logo na primeira pergunta, a entrevistada associa o CrossFit a um “exercício de intensidade muito alta”, semelhante ao treino funcional, mas com impacto mais agressivo e voltado a jovens adultos. Apesar de nunca ter vivenciado a prática, a imagem formada é de exclusividade e alto desempenho físico, o que gera uma sensação de não pertencimento. A entrevistada acredita que o CrossFit não é para qualquer pessoa, principalmente por temer que a modalidade agrave dores já existentes, como as lombares — uma preocupação relacionada à própria

experiência negativa em academias convencionais.

A ausência de contato com o CrossFit, somada à falta de campanhas inclusivas, leva a um imaginário baseado quase exclusivamente no que é exibido nas redes sociais: corpos fortes, movimentos rápidos, campeonatos, barras e pesos altos. Ela aponta que raramente vê registros sobre processos de iniciação, treinos adaptados ou cuidados com iniciantes, o que contribui para o mito de que o CrossFit é apenas para “pessoas fortes e avançadas”.

Ainda que reconheça que o problema não está na prática em si, mas na forma como ela é comunicada e apresentada, a entrevistada deixa claro que sentiria curiosidade em conhecer a modalidade, desde que fosse num ambiente que oferecesse acolhimento, respeito às limitações, individualização dos treinos e uma linguagem mais humana e realista.

Entre as sugestões que surgem da conversa, destacam-se: Separação de turmas por níveis e condições físicas; Representação visual de pessoas comuns, não só atletas; Uso de vídeos reais de treinos adaptados e ênfase em valores como pertencimento, inclusão e bem-estar, em vez de performance.

A entrevista confirma que o desconhecimento prático combinado à imagem hiper atlética que o CrossFit projeta são fatores centrais que afastam potenciais praticantes. Esses dados sustentam a proposta de tema, que busca justamente reposicionar a linguagem visual e comunicacional da modalidade para torná-la mais acessível, educativa e emocionalmente acolhedora.

3.3. PERSONAS

Com base nas respostas dos questionários e da entrevista, foram definidas personas. Elas irão servir como ferramenta para ajudar a entender melhor o público-alvo.

Segundo Cooper et al. (2014), é uma representação fictícia, porém baseada em dados reais, que sintetiza comportamentos, necessidades, objetivos e frustrações de um grupo de usuários. Trata-se de uma ferramenta de design centrado no usuário que auxilia na tomada de decisões projetuais, permitindo que a equipe compreenda e projete soluções alinhadas às motivações e contextos do público-alvo.

3.3.1. Jéssica

Figura 02 - Jéssica



Fonte: Criada por IA, Gemini

Jéssica, 24 anos, é designer e trabalha majoritariamente sentada, o que contribui para uma rotina sedentária e para a sensação frequente de cansaço físico. Com renda mensal de aproximadamente R\$3.000 e morando em uma região urbana com acesso a academias, ela busca melhorar seu condicionamento físico e adotar um estilo de vida mais saudável, motivada principalmente pelo desejo de envelhecer com qualidade e bem-estar. Apesar dessa motivação, sua trajetória com atividades físicas não é contínua, e ela tende a migrar entre modalidades que não correspondem às suas expectativas ou não se encaixam em sua rotina agitada.

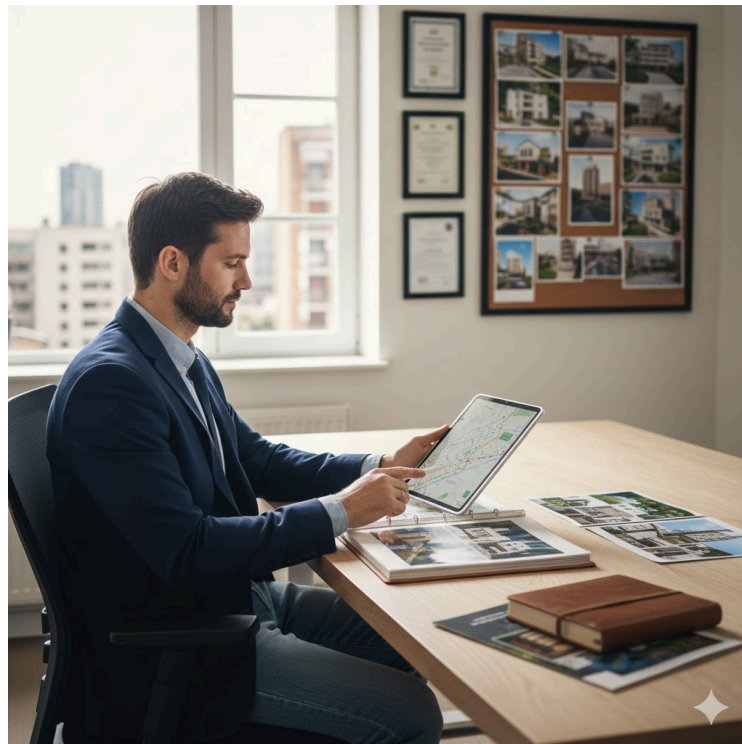
Jéssica enxerga o CrossFit como uma prática desafiadora, mas ao mesmo tempo distante da sua realidade como iniciante. Sua percepção, baseada em conteúdos das redes sociais e em relatos de terceiros, é de que o ambiente do CrossFit é voltado para atletas avançados de níveis de alta performance. Isso gera barreiras emocionais significativas, como o medo de se machucar, a insegurança diante de movimentos complexos e a vergonha de não acompanhar o ritmo de praticantes mais experientes. Além disso, ela não possui familiaridade com equipamentos tradicionais da modalidade, o que intensifica a sensação de incapacidade inicial.

Seu estilo de vida valoriza treinos curtos, eficientes e que possam ser encaixados em sua rotina intensa. Jéssica busca um espaço que não apenas ofereça aulas coletivas, mas que também entregue instruções claras, paciência e atenção individual. Ela prioriza ambientes acolhedores e comunicativos, onde se sinta orientada, segura e respeitada no seu ritmo. Para ela, boxes que demonstram preocupação com iniciantes, seja por meio de progressões didáticas, instrutores preparados ou equipamentos adaptados, tornam-se significativamente mais atrativos.

Sua motivação para escolher um box diferenciado está diretamente ligada à necessidade de se sentir parte de um espaço que compreende suas limitações e expectativas. A transparência sobre resultados, a clareza nas instruções e a oferta de soluções pensadas para iniciantes formam o conjunto de elementos que determinam sua decisão. Jéssica representa o perfil de usuária que busca no CrossFit não apenas um exercício, mas um ambiente de acolhimento, evolução gradual e confiança, elementos fundamentais para sua permanência e fidelização.

3.3.2. Bernardo

Figura 03 - Bernardo



Fonte: Criada por IA, Gemini

Bernardo, 30 anos, atua como corretor de imóveis em uma região metropolitana, profissão marcada por horários irregulares, deslocamentos frequentes e alto nível de cobrança emocional. Com renda mensal média de R\$5.000, depende diretamente de seu desempenho para garantir estabilidade financeira, o que intensifica o estresse e compromete sua rotina de autocuidado. Apesar disso, ele demonstra interesse em manter uma vida mais equilibrada, buscando melhorar seu condicionamento físico e adotar hábitos mais consistentes ligados à saúde.

O ritmo de trabalho de Bernardo exige agilidade, disposição e boa resistência física, e ele percebe que a falta de atividade regular compromete seu desempenho profissional. O CrossFit surge para ele como uma prática capaz de unir condicionamento, dinamismo e resultados visíveis. No entanto, assim como muitos iniciantes, Bernardo enfrenta barreiras importantes: o receio de movimentos técnicos, o medo de se machucar devido à falta de experiência e a sensação de inadequação diante de alunos mais avançados. Essas inseguranças, somadas à dificuldade de manter uma rotina fixa de treinos, tornam sua adesão à modalidade um desafio.

Bernardo valoriza ambientes bem organizados, profissionais qualificados e abordagens que transmitam credibilidade. Seu estilo de vida pragmático faz com que ele busque soluções que ofereçam eficiência e clareza: aulas que respeitem seu ritmo, progressões técnicas acessíveis e acompanhamento constante para evitar lesões. Ele aprecia boxes que adotam metodologias transparentes, comunicação direta e estrutura que inspire confiança. Por isso, espaços que oferecem suporte específico para iniciantes, com orientações claras e didáticas, tornam-se especialmente relevantes para ele.

Sua motivação principal para escolher um box diferenciado está associada ao equilíbrio entre segurança e evolução. Bernardo procura um ambiente que não imponha competição excessiva, mas que incentive seu progresso pessoal de forma mensurável. Ele valoriza boxes que investem em equipamentos adequados para diferentes níveis de prática, incluindo itens que reduzem barreiras técnicas e oferecem maior conforto e controle durante a aprendizagem inicial. Além disso, busca uma comunidade que estimule a constância e que compreenda os desafios de uma rotina profissional instável.

Assim, Bernardo representa o perfil de usuário que necessita de suporte técnico qualificado, flexibilidade e acolhimento para iniciar e permanecer na

modalidade. Seu comportamento reforça a importância de estratégias de design de serviço que considerem as particularidades do público iniciante, promovendo confiança e engajamento desde os primeiros contatos com o CrossFit.

3.4. BRIEFING

A. O quê?

Propõe-se a concepção de um modelo de negócio para um box de CrossFit com foco específico no acolhimento de iniciantes, priorizando uma linguagem acessível, motivadora e convidativa em todos os pontos de contato com o público. A proposta busca romper com o imaginário tradicional da modalidade, frequentemente associado a corpos hiper musculosos, intensidade extrema e exclusividade atlética, e construir uma nova narrativa visual e verbal que valorize a diversidade corporal, a adaptabilidade dos treinos e a evolução individual. Para isso, tanto a comunicação institucional (como redes sociais, identidade visual e campanhas promocionais) quanto o ambiente físico e a metodologia de ensino serão planejados para enfatizar acolhimento, segurança e pertencimento. O projeto prevê, por exemplo, o uso de imagens com pessoas comuns em suas jornadas de progresso, turmas organizadas por níveis e treinos adaptáveis desde o primeiro contato, criando uma experiência positiva, informativa e emocionalmente confortável para quem está dando seus primeiros passos no CrossFit. Por meio de serviços diferenciados e personalizados com o auxílio de um aplicativo de treinos que seja mais informativo e acessível entre as trocas de experiências de usuários com coaches e outros profissionais da saúde. Propõe-se o desenvolvimento de um artefato voltado ao uso dos praticantes iniciantes, com o objetivo de ampliar a sensação de segurança e conforto durante a execução de exercícios com barra que é o equipamento muito presente nas planilhas de treino do CrossFit e um dos elementos que mais geram apreensão entre os principiantes, devido a dinâmica dos exercícios com o uso dela. A proposta busca responder a essa percepção de risco e desconhecimento por meio de uma solução de design que auxilie na familiarização com a barra, reduzindo o impacto físico e psicológico causado pelo contato inicial com o equipamento. Ao proporcionar maior estabilidade, controle e entendimento dos movimentos, o artefato contribui para o processo de aprendizagem e adaptação progressiva, alinhando-se aos

princípios do design inclusivo e ao compromisso com a criação de experiências mais acolhedoras e acessíveis no contexto da modalidade.

Além dos artefatos físicos e gráficos, este projeto propõe o desenvolvimento conceitual de um aplicativo digital voltado especificamente para iniciantes no CrossFit. A plataforma tem como objetivo central ampliar o acolhimento e a autonomia dos novos praticantes, oferecendo recursos que eliminem dúvidas comuns e fortaleçam a sensação de pertencimento à comunidade. Entre suas funcionalidades, destacam-se um fórum de compartilhamento de experiências, onde atletas de diferentes níveis podem relatar suas trajetórias, desafios e superações, promovendo trocas empáticas e motivacionais. O aplicativo também disponibiliza vídeos demonstrativos de todos os exercícios previstos nas planilhas de treino, incluindo suas adaptações para diferentes níveis de condicionamento físico, faixa etária ou condição específica, como gestação ou reabilitação. Ao antecipar visualmente o conteúdo das aulas e suas possíveis variações, a proposta busca reduzir o estranhamento inicial e tornar a experiência com o CrossFit mais amigável, acessível e convidativa. Todos esses artefatos serão pensados à luz do design centrado no usuário, do design emocional e do design de serviço, com o objetivo de tornar a jornada do iniciante mais fluida, segura e estimulante desde o primeiro contato com o box.

Para apoiar a consolidação desse modelo de box voltado ao público iniciante, a proposta inclui a criação de uma identidade visual que transmita empatia, leveza e acessibilidade, utilizando cores acolhedoras, tipografias legíveis e elementos gráficos que se distanciam do imaginário agressivo comumente associado ao CrossFit. Além disso, será elaborado um manual do iniciante virtual, com linguagem clara e visualmente didática, apresentando os fundamentos da modalidade, explicando os principais movimentos e destacando a escalabilidade dos treinos juntamente com a adaptação de exercícios.

B. Porquê?

A partir da análise da percepção pública sobre o CrossFit, observou-se que muitos iniciantes têm receios relacionados à alta intensidade e ao ambiente competitivo. O projeto surge com o objetivo de acolher esses iniciantes por meio de soluções de design centradas na empatia, na clareza e na acessibilidade.

C. Para quem?

Focado especificamente em praticantes iniciantes de CrossFit

D. Como?

Ao longo do trabalho, quatro referências principais serão utilizadas para conduzir o processo de pesquisa e desenvolvimento: Ellen Lupton, no campo do design gráfico, contribuindo com princípios de clareza e hierarquia visual essenciais para a comunicação acessível, clara e amigável. Tipografia, cores e imagens que não remetem apenas à estética de competição, mas sim ao cuidado, evolução e aprendizado; Gui Bonsiepe, no design de produto, trará a noção de interface como ponto de contato entre o corpo e os objetos, valorização do design como mediação entre necessidades do usuário e o sistema (no caso, o universo do CrossFit). Criação de artefatos que auxiliem a adaptação dos exercícios e orientem os iniciantes com clareza e autonomia.; Peter Desmet, no campo da experiência do usuário (UX), reforçando a importância de fortalecer a motivação através de experiências significativas e empáticas projetando soluções que acolham emocionalmente os iniciantes e Marc Stickdorn e Jakob Schneider, com a abordagem do Design de Serviço, essencial para estruturar a jornada do iniciante de forma integrada e coerente.

Outro ponto importante será a comunicação para redes sociais, que buscará representar a diversidade dos praticantes, utilizando imagens reais de pessoas comuns em diferentes fases de evolução física, e narrativas inspiradoras que enfatizem bem-estar, progresso pessoal e pertencimento. O ambiente físico do box também será contemplado por meio de sinalização informativa e motivacional, que oriente os alunos de forma intuitiva, reduza a ansiedade de quem está começando e fortaleça a cultura de comunidade.

4. ENTREGA

Essa etapa consiste na materialização das soluções propostas ao longo do processo de pesquisa e análise. Nesta fase, os insights obtidos sobre o público-alvo, suas necessidades e barreiras são traduzidos em artefatos, serviços e experiências que respondem diretamente aos problemas identificados. Trata-se do momento em que as decisões projetuais ganham forma concreta, permitindo validar, ajustar e consolidar a proposta final do projeto. É, portanto, uma fase fundamental para transformar diretrizes conceituais em resultados aplicáveis e alinhados aos objetivos do trabalho.

4.1. ACOLHIMENTO QUE SE MATERIALIZA EM PRODUTO

A partir do questionário feito e da entrevista, um objeto específico que traz medo aos iniciantes não foi trazido à tona, isso porque a primeira impressão de um box de crossfit surge devido a vários fatores e barreiras de entrada comunicacional e visual, que será tratada nos próximos capítulos desse trabalho, e não se restringe especificamente a um objeto de uso da modalidade. Dessa forma, a barra para iniciantes foi desenvolvida como resposta direta às barreiras identificadas no processo de pesquisa com praticantes e potenciais praticantes de CrossFit, especialmente aqueles que demonstram insegurança diante dos movimentos técnicos. Muitos iniciantes relatam medo de se machucar, dificuldade de realizar os exercícios da modalidade e de terem desconforto. Assim, o produto surge como uma solução projetual que visa reduzir essas barreiras de entrada, oferecendo maior ergonomia, segurança e acolhimento no processo de aprendizagem. Sua importância reside no fato de que facilita o primeiro contato com a modalidade, promove confiança, permite progressões mais suaves e contribui para a permanência do usuário no box, reforçando a proposta de inclusão e de reconfiguração da imagem do CrossFit. A ideia da escolha da barra como objeto central de redesign surgiu a partir da identificação de que, entre todos os equipamentos utilizados no CrossFit, ela é aquela que mais gera barreiras físicas e emocionais para os iniciantes. Diferentemente de outros objetos da modalidade, como kettlebells, halteres, caixas ou cordas, que já são comuns em academias tradicionais e, portanto, familiares para a maioria dos usuários, a barra olímpica apresenta características que causam estranhamento e insegurança, especialmente

para quem está começando. Seu peso original, exigência de posicionamento técnico e o contato direto com os ombros e coxas durante movimentos de levantamento criam um cenário de desconforto e medo de lesão. Enquanto outros equipamentos não provocam essa sensação de ameaça, a barra se destaca como o ponto de maior dificuldade, devido aos exercícios feitos com ela. Assim, repensá-la torna-se estratégico: ao reduzir a complexidade do primeiro contato, o produto atua diretamente na diminuição das barreiras de entrada, fortalecendo a confiança, o acolhimento e a permanência do iniciante no processo de aprendizagem do CrossFit.

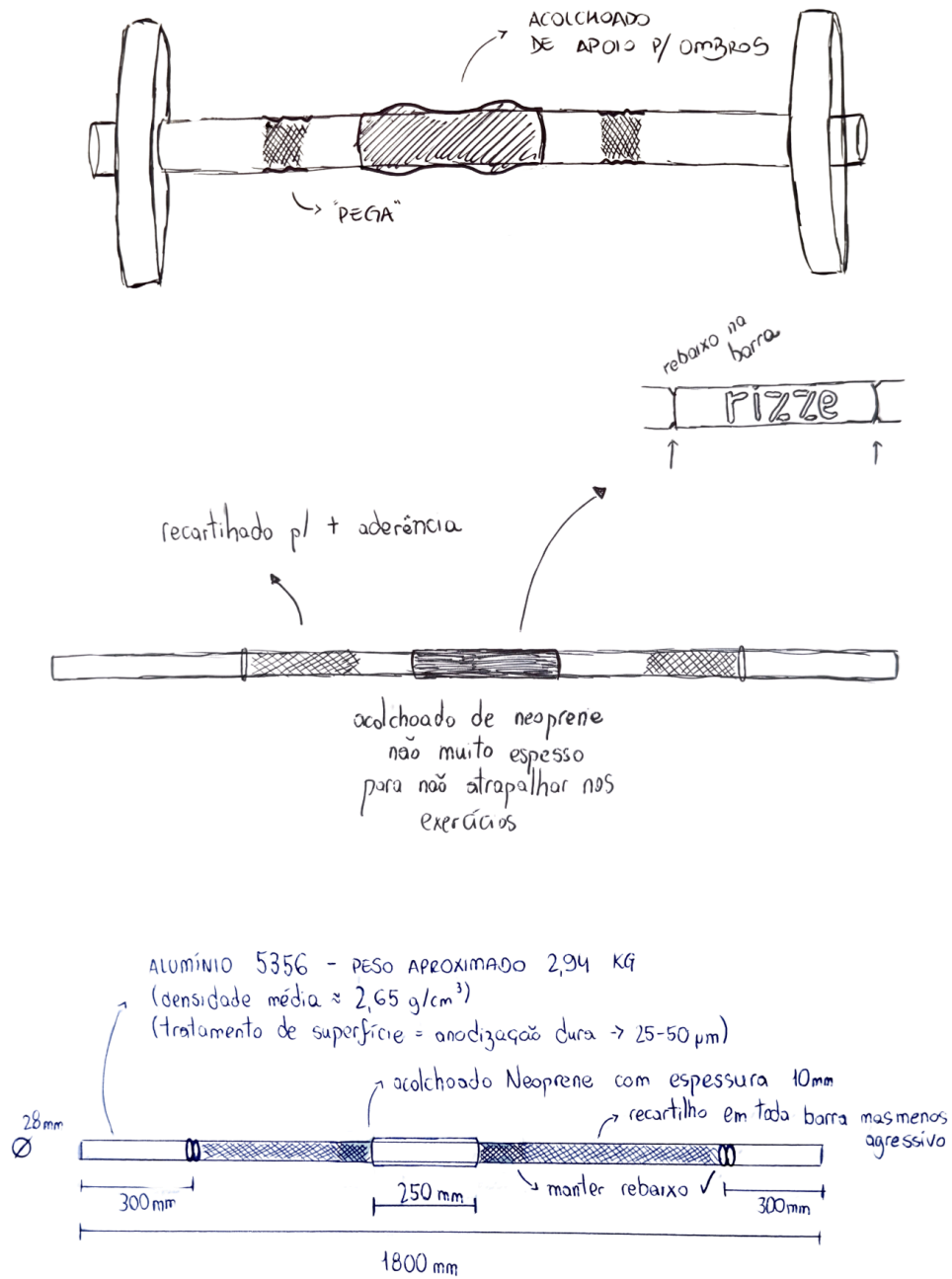
4.2. A BARRA QUE CONVIDA A COMEÇAR

Para o desenvolvimento do produto, foi seguida a metodologia de Bernard Löbach (2001), que estrutura o processo de design em quatro fases: preparação, geração de alternativas, avaliação e realização. Na fase de preparação, foram levantados dados sobre o contexto identificado, as necessidades do usuário, o objetivo do artefato, a escolha do porquê a barra e as análises de mercado das barras já existentes. Além disso, também foram analisadas as barreiras enfrentadas por iniciantes no CrossFit, destacando inseguranças técnicas, desconfortos físicos e percepções negativas relacionadas ao uso da barra olímpica tradicional e como poderia ser feito o redesign desse artefato para a diminuição desses problemas. Uma barra de exercícios precisa ser ergonômica principalmente para prevenir lesões, otimizar o desempenho e garantir conforto e segurança durante o treinamento. Por isso, foi utilizados os princípios de ergonomia de Julius Panero (1979) que garante que o equipamento se alinhe aos movimentos e à estrutura do corpo humano. Em seguida foram escolhidos os materiais a serem trabalhados para atender ao propósito com base nas suas especificações técnicas, tanto do acolchoado para os ombros, quanto da barra em si.

A partir desses insumos, iniciou-se a fase de geração de alternativas, na qual diferentes possibilidades de solução foram exploradas. As propostas foram então submetidas à fase de avaliação, etapa em que aspectos como viabilidade, aderência às necessidades dos usuários e coerência com os objetivos do projeto foram criteriosamente analisados. Por fim, na fase de realização, o conceito final da barra foi consolidado, transformando-se em um entregável concreto que responde diretamente às demandas identificadas na pesquisa. O uso da metodologia de

Löbch permitiu estruturar o processo de maneira sistemática e centrada no usuário, garantindo que o produto final refletisse tanto as necessidades funcionais quanto emocionais do atleta iniciante.

Figura 04 - Sketches: Barra Rizze.



01

Fonte: Elaborada pelo autor.

Figura 05 - Produto final: Barra Rizze.



Fonte: Elaborada pelo autor.

4.3. IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual desenvolvida para a marca busca traduzir, de forma clara e consistente, os valores que orientam o projeto: acolhimento, segurança, evolução e ressignificação do CrossFit para iniciantes. Foi desenvolvida considerando a metodologia proposta por Ellen Lupton (2013), a partir da causa do problema e criando possibilidades através de ferramentas exploratórias como busca por referências de outras marcas, considerando cores e formatos, para dessa forma, definir o visual do que mais se encaixa com a personalidade da marca. Mais do que um conjunto de elementos gráficos, a identidade visual funciona como um sistema de comunicação capaz de reforçar a proposta do serviço e criar um ambiente reconhecível e confiável para o usuário. A construção dessa identidade considerou tanto o posicionamento da marca quanto as percepções levantadas durante a pesquisa, garantindo que cada escolha (tipografia, paleta cromática, símbolo, aplicações e tom de comunicação) contribua para fortalecer a mensagem de inclusão e apoio ao praticante iniciante. Assim, o desenvolvimento visual torna-se parte fundamental da experiência, atuando não apenas como representação estética, mas como ferramenta estratégica para aproximar o público e consolidar o propósito do projeto.

Para o desenvolvimento do *namings*, foi pensado no posicionamento da marca, tema/problema, público alvo, tom, personalidade e os pilares da comunicação como forma de acolhimento. Após isso, foi feita uma pesquisa dos nomes no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) para assegurar que não haviam registros da opção escolhida.

Figura 06 - Pesquisa INPI Rizze

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

> Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (18/10/2025 às 18:12:55)
Marca: "Rizze"
 Foram encontrados **2** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **1**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
907258751	27/01/2014	-	Pedido considerado inexistente	CARLA MARIANA CURIONI	NCL(10) 30
908978154	10/02/2015	RIZZE	Registro de marca em vigor	RIZZE	NCL(10) 42

Páginas de Resultados:
1

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Fonte: INPI

Figura 07 - Pesquisa lista de serviços INPI Rizze

31 Produtos agrícolas, hortícolas, florestais e grãos não incluídos em outras classes; animais vivos; frutas, legumes e verduras frescos; sementes, plantas e flores naturais; alimentos para animais, malte.

32 Cervejas; águas minerais e gasosas e outras bebidas não alcoólicas; bebidas de frutas e sucos de fruta; xaropes e outras preparações para fabricar bebidas.

33 Bebidas alcoólicas (exceto cervejas).

34 Tabaco; artigos para fumantes; fósforos.

LISTA DE SERVIÇOS

35 Propaganda; gestão de negócios; administração de negócios; funções de escritório.

36 Seguros; negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários.

37 Construção civil; reparos; serviços de instalação.

38 Telecomunicações.

39 Transporte; embalagem e armazenagem de produtos; organização de viagens.

40 Tratamento de materiais.

41 Educação, provimento de treinamento; entretenimento; atividades desportivas e culturais.

42 Serviços científicos e tecnológicos, pesquisa e desenho relacionados a estes; serviços de análise industrial e pesquisa; concepção, projeto e desenvolvimento de hardware e software de computador.

43 Serviços de fornecimento de comida e bebida; acomodações temporárias

44 Serviços médicos; serviços veterinários; serviços de higiene e beleza para seres humanos ou animais; serviços de agricultura, de horticultura e de silvicultura.

45 Serviços jurídicos; serviços pessoais e sociais prestados por terceiros, para satisfazer necessidades de indivíduos; serviços de segurança para proteção de bens e pessoas.

Fonte: INPI

A marca final escolhida foi “Rizze”, que evoca crescimento e evolução: “Rise” (subir, elevar-se). “Sunrise” (nascer do sol). É uma metáfora muito positiva para o iniciante no CrossFit: começar de baixo e progredir, crescer, além de ser fácil de lembrar, curto e memorável.

A partir do *naming*, foi criado um logo que transmitisse o tom de voz da marca e sua personalidade. O uso do “z” como efeito de modernidade dá personalidade e pegada um pouco mais “urbana/fitness jovem”. O ponto do “i” entra como um detalhe importante enfatizando atenção e foco durante o exercício. O traço da letra “z” como representação minimalista da barra do CrossFit. Os dois “z” trazem harmonia com a tagline e dão mais personalidade para a marca.

Figura 08 - Logo Rizze



Fonte: Elaborada pelo autor.

Utilizando os mesmos conceitos da identidade visual, como forma de complementar, foi selecionada uma cartela de cores que representasse a marca, utilizando tons com representassem a comunidade e o acolhimento. Azul Profundo – #0d2459 Força, estabilidade e confiança. Azure Apagado – #93a8b4 Tranquilidade e clareza. Respiro e foco mental. Laranja – #eb7d39 Energia positiva e motivação. Movimento e entusiasmo e Amarelo Claro – #f5f5f0 Calor, luz e positividade. Acolhimento e bem-estar.

Figura 09 - Cartela de cores Rizze.



Fonte: Elaborada pelo autor.

A comunicação da marca Rizze foi planejada de forma estratégica para garantir consistência, clareza e acolhimento em todos os pontos de contato com o usuário iniciante. Considerando que muitos praticantes chegam ao CrossFit carregando inseguranças e percepções equivocadas sobre a modalidade, a comunicação desempenha um papel fundamental na construção de confiança e no fortalecimento da proposta de reconfigurar sua imagem. Assim, a marca se expressa por meio de uma linguagem acessível, acolhedora e instrutiva, que dialoga diretamente com as necessidades emocionais e informacionais do iniciante. Os principais pontos de contato incluem materiais impressos, como os flyers informativo, o ambiente visual do box, o aplicativo da marca, as interações com os coaches e a presença digital em redes sociais. Cada um desses elementos comunica de maneira alinhada aos valores da marca, reforçando orientação, clareza e progressão. Dessa forma, a comunicação se consolida como parte essencial do serviço, garantindo que o usuário tenha uma experiência contínua e coerente, desde o primeiro contato até sua adaptação completa à modalidade.

Figura 10 - Pattern complementar à marca



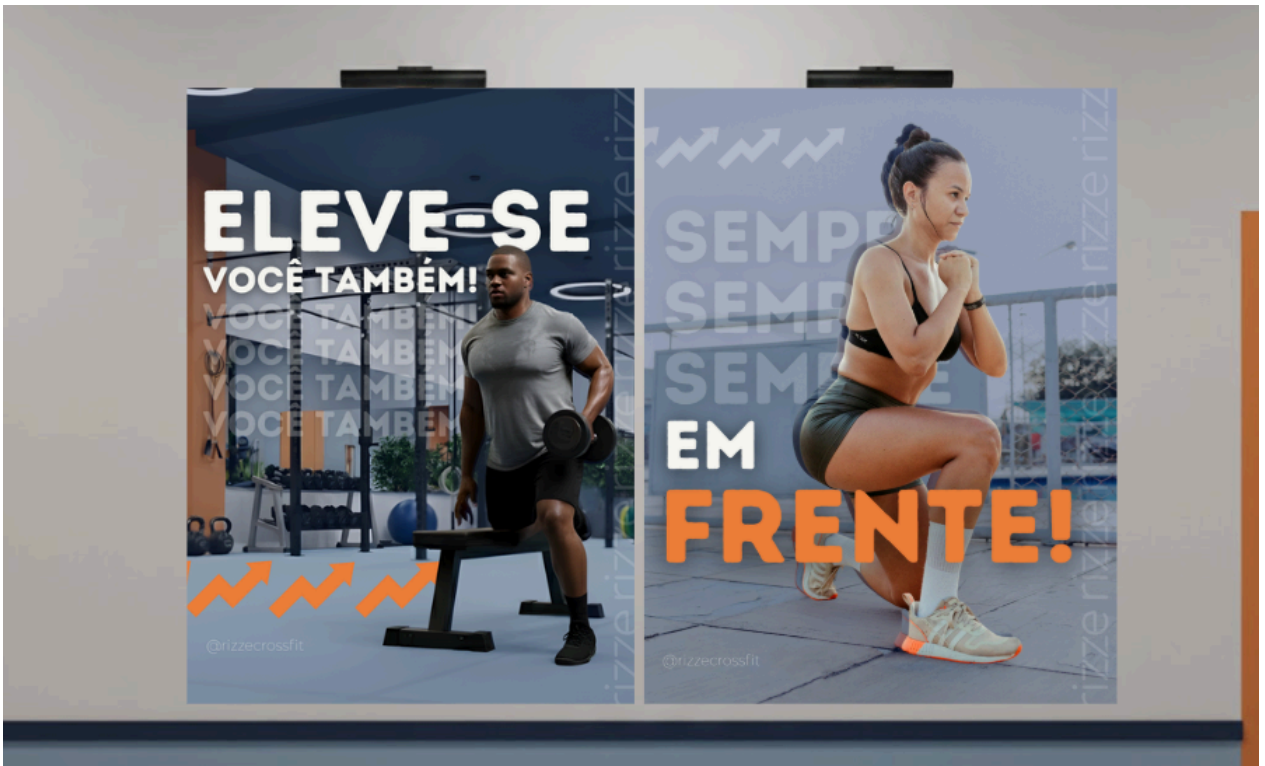
Fonte: Elaborada pelo autor.

Figura 11 - Flyers informativos.



Fonte: Elaborada pelo autor com o auxílio da IA

Figura 12 - Banners, ambientação da marca.



Fonte: Elaborada pelo autor com o auxílio da IA

Figura 13 - Sala de integração, ambientação da marca.



Fonte: Elaborada pelo autor com o auxílio da IA

Figura 14 - Recepção, ambientação da marca.



Fonte: Elaborada pelo autor com o auxílio da IA

Figura 15 - Fachada, ambientação da marca.



Fonte: Elaborada pelo autor com o auxílio da IA

4.4. SERVIÇO

Após a definição da marca e o desenvolvimento do produto, torna-se essencial evidenciar o serviço como o elemento que integra, orienta e evidencia toda a experiência proposta ao usuário iniciante no CrossFit. Para estruturar esse serviço, foi utilizada a metodologia do Design Thinking de Serviços, de Marc Stickdorn e Jakob Schneider, que enfatiza a centralidade do ser humano em todos os estágios do processo de design. Essa abordagem considera as emoções, necessidades e expectativas dos usuários como elementos essenciais para o desenvolvimento de soluções relevantes e significativas.

Como ponto de partida para o desenho do serviço, foram aplicadas ferramentas centrais da metodologia. A primeira delas foi o Mapa de Stakeholders, que permitiu identificar e organizar visualmente todos os atores envolvidos na experiência, desde iniciantes e coaches até gestores de box, fornecedores de equipamentos e a própria marca. Essa etapa possibilitou compreender como cada agente influencia, apoia ou impacta o processo de acolhimento. Em seguida, foi realizada a análise da jornada do usuário iniciante, mapeando o caminho que ele

percorre desde o primeiro contato com o CrossFit até sua adaptação aos treinos e ao uso dos equipamentos. Esse mapeamento evidenciou momentos críticos de insegurança, pontos de fricção e oportunidades de intervenção capazes de promover uma experiência mais clara e acolhedora. Por fim, utilizou-se o Service Blueprint, descrito por Stickdorn e Schneider (2010) como uma ferramenta fundamental para detalhar visualmente não apenas a jornada do cliente, mas também os processos internos, frontstage e backstage envolvidos na entrega do serviço. Essa ferramenta permitiu estruturar de forma precisa como cada etapa, interação e suporte técnico contribui para a experiência final do iniciante. Todo o processo detalhado encontra-se documentado no dossiê do projeto.

Como resultado desse processo, o serviço desenvolvido propõe uma experiência integrada dentro do box, voltada para o acolhimento do iniciante. O serviço inclui orientações progressivas, acomodação técnica, comunicação clara e o uso da barra para iniciantes, que funciona como mediadora no período inicial de adaptação. Além disso, a marca Rizze oferece materiais informativos, como flyers explicativos, que apresentam o espaço, os produtos e as orientações essenciais para a primeira semana de treino, reduzindo inseguranças e fortalecendo a sensação de pertencimento. O serviço também inclui protocolos de acompanhamento pelos coaches, que utilizam linguagem acessível, progressões pedagógicas e feedback contínuo para garantir que o iniciante se sinta seguro e capaz. Destinado a pessoas que carregam barreiras emocionais e físicas ao ingressar na modalidade, o serviço se consolida como uma experiência acolhedora, organizada e centrada no usuário, promovendo confiança, reduzindo medos e permitindo que cada pessoa inicie sua trajetória no CrossFit de forma segura, clara e motivadora.

Figura 16 - Mapa mental de palavras



Fonte: Elaborada pelo autor

Como parte fundamental da proposta de acolhimento ao iniciante, o serviço inclui também o desenvolvimento de um aplicativo da marca Rizze, que funciona como extensão digital da experiência vivenciada no box. O aplicativo foi pensado para apoiar a jornada do usuário antes, durante e após as aulas, oferecendo informações claras, acessíveis e estruturadas sobre a metodologia, progressões técnicas e uso da barra para iniciantes. Nele, o praticante encontra conteúdos educativos, vídeos demonstrativos, orientações sobre segurança, além de recomendações personalizadas para sua fase de aprendizagem. Essa ferramenta reduz inseguranças comuns dos iniciantes, que muitas vezes sentem vergonha de pedir explicações repetidas durante o treino. Ao disponibilizar materiais complementares de forma discreta e autônoma, o aplicativo fortalece a confiança e permite que o usuário avance no seu próprio ritmo. Além disso, o aplicativo atua como elo entre o serviço presencial e o suporte contínuo oferecido pela marca. Ele organiza a jornada do iniciante, reúne informações essenciais sobre o box, facilita o entendimento das progressões pedagógicas utilizadas pelos coaches. Dessa forma, amplia a experiência do serviço para além do ambiente físico, tornando a aprendizagem mais completa, acessível e contínua. O aplicativo, portanto, não é apenas um complemento tecnológico, mas uma ferramenta estratégica que reforça o propósito da Rizze: orientar, acolher e facilitar o início no CrossFit com clareza, segurança e autonomia.

Figura 17 - Aplicativo Rizze



Fonte: Elaborada pelo autor

4.5. NEGÓCIO

A proposta de negócio da marca Rizze nasce da combinação entre pesquisa aprofundada, entendimento do público iniciante no CrossFit e construção de soluções integradas que unem produto, serviço e identidade visual. Diferente de modelos tradicionais da modalidade, que costumam priorizar performance e intensidade, o negócio aqui desenvolvido surge para preencher uma lacuna expressiva no mercado: a ausência de experiências que acolham, orientem e reduzam as barreiras de entrada enfrentadas por novos praticantes. Assim, o design de negócio se estrutura a partir de princípios centrados no usuário, valorizando segurança, clareza e evolução progressiva como pilares estratégicos.

Do ponto de vista metodológico, o desenvolvimento do negócio se apoia nos princípios de Design Thinking, que visa estruturar um modelo de negócio centrado na experiência e no acolhimento do atleta iniciante, estimulando uma relação duradoura e significativa entre o usuário e a marca e que também compreende o design como ferramenta para gerar inovação orientada a valor, considerando simultaneamente o usuário, a viabilidade econômica e a estratégia organizacional. Nesse sentido, o negócio da Rizze foi planejado de forma sistêmica, conectando as soluções físicas (como a barra para iniciantes), os serviços (como o acolhimento pedagógico, os materiais informativos e o aplicativo) e a construção da marca, criando um ecossistema coerente e capaz de sustentar crescimento a longo prazo.

A proposta de valor da Rizze está diretamente associada à ressignificação do CrossFit e à criação de uma experiência mais acessível e humanizada. Enquanto o mercado oferece produtos e serviços predominantemente voltados à alta performance, a Rizze ocupa um posicionamento inexplorado: o de preparar, orientar e apoiar o praticante desde seus primeiros dias. Essa diferenciação estratégica não apenas gera valor ao usuário, mas também potencializa o box que adota a solução, reduzindo evasão e melhorando a percepção de qualidade do serviço oferecido, levando em conta as necessidades dos clientes, tais como: Equipamentos de qualidade, custos e planos de pagamento, treinamento e acompanhamento personalizado e ambiente motivacional.

No modelo de negócio, a Rizze se sustenta por meio de três frentes complementares: produto, serviço e plataforma digital. O produto, a barra para iniciantes, é responsável por solucionar barreiras técnicas e emocionais do usuário;

o serviço, que envolve acolhimento, materiais educativos, protocolos de orientação e suporte visual, cria a experiência dentro do box, e o aplicativo, extensão digital da marca, complementa o processo de aprendizagem, garantindo continuidade e autonomia. A combinação desses três sistemas fortalece a proposta ao construir um ciclo integrado de valor: o usuário inicia com segurança, permanece motivado e se desenvolve acompanhando conteúdos e suportes compatíveis com sua evolução.

Além disso, o negócio foi pensado para facilitar a expansão da marca. A Rizze não oferece apenas um produto isolado, mas um sistema replicável, que pode ser adotado por diferentes boxes e adaptado às particularidades de cada público iniciante, como um investimento futuro, franquias. A centralidade no acolhimento cria um diferencial competitivo capaz de transformar a percepção da modalidade e ampliar sua base de praticantes, gerando impacto social e comercial.

Assim, o capítulo de negócio evidencia que a Rizze vai além de uma solução pontual: trata-se de um modelo integrado e inovador, focado em transformar a experiência inicial no CrossFit por meio de design estratégico, centrado no usuário e alinhado às reais necessidades de quem está começando.

O modelo de negócio da Rizze foi estruturado a partir do Business Model Canvas, ferramenta proposta por Osterwalder e Pigneur (2011), que permite visualizar de forma integrada os principais elementos que sustentam a proposta de valor.

Figura 18 - Canvas de Negócio



Fonte: Elaborada pelo autor

5. CONCLUSÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso permitiu compreender, de maneira profunda e contextualizada, como o design pode atuar como agente transformador na experiência de iniciantes no CrossFit, uma modalidade frequentemente associada à intensidade, alta performance e desafios técnicos que acabam afastando novos praticantes. A partir da análise das barreiras físicas, emocionais e comunicacionais enfrentadas por esse público, tornou-se evidente a necessidade de propor soluções que tornassem esse primeiro contato mais claro, seguro e acolhedor.

O projeto desenvolvido responde diretamente a essa necessidade por meio de uma solução integrada composta por produto, serviço, modelo de negócio estruturado e identidade visual. O redesign da barra olímpica destacou-se como uma intervenção fundamental, uma vez que esse equipamento se revelou trazer barreiras de insegurança entre iniciantes. Ao aplicar metodologias de design de produto inspiradas em Bernard Löbach, foi possível criar um artefato pensado especificamente para esse público, priorizando ergonomia, aceitação e redução do medo associado ao uso da barra tradicional.

Paralelamente, o uso do Design Thinking de Serviços de Stickdorn e Schneider permitiu estruturar uma experiência completa e coerente no ambiente do box, contemplando etapas de acolhimento, orientação, comunicação clara e suporte contínuo. A construção da marca e de sua identidade visual, fundamentada nos princípios de Ellen Lupton, reforçou esses valores, garantindo que cada ponto de contato, tanto físico quanto digital, comunicasse cuidado, acessibilidade e inclusão.

A soma dessas entregas resultou na criação da Rizze, uma marca que materializa um novo posicionamento dentro do CrossFit: acolher antes de exigir, orientar antes de comparar, ressignificar antes de performar. O sistema desenvolvido é replicável, escalável e capaz de ser integrado, em pensamentos futuros, em diferentes boxes, ampliando o impacto para além do ambiente original.

Em síntese, este trabalho demonstra que o design, quando aplicado de maneira sensível e estratégica, é capaz de transformar experiências, reduzir barreiras e ampliar o acesso a práticas que, muitas vezes, se mostram intimidantes para grande parte das pessoas. Ao compreender o iniciante como sujeito central do processo e ao desenvolver soluções que dialogam com suas necessidades reais, o

projeto contribui para uma modalidade mais inclusiva, humana e sustentável, não apenas promovendo a entrada de novos praticantes, mas também fortalecendo sua permanência e seu senso de pertencimento.

REFERÊNCIAS

A COACH AMANDA. **Aula especial de CrossFit para mulheres iniciantes.**

Instagram: @acoachamanda, 2025. Disponível em:

<https://www.instagram.com/reel/DJr8bbOSiHb/>. Acesso em: 25 maio 2025.

AMPHILÓQUIO, Willian; SOBRAL, João Eduardo Chagas. **Design e sociedade: uma reflexão sobre acessibilidade, interação e inclusão.** Human Factors in Design, 2018. Disponível em:

<https://revistas.udesc.br/index.php/hfd/article/view/2316796307132018165>. Acesso em: 29 maio 2025.

ARTIOLI, Guilherme. **CrossFit: entenda por que tem praticantes tão fiéis e se**

realmente oferece maior risco de lesões. Estadão, 2023. Disponível em:

<https://www.estadao.com.br/saude/guilherme-artioli/crossfit-entenda-por-que-tem-praticantes-tao-fieis-e-se-realmente-oferece-maior-risco-de-lesoes/>. Acesso em: 19 abr. 2025.

ATIVO. **Desmentindo 5 mitos sobre a prática do crossfit.** Ativo.com, 2022.

Acesso em:

<https://www.ativo.com/cross-training/treinamento-cross-training/as-5-mentiras-sobre-pratica-do-crossfit/>. Acesso em: 25 maio 2025.

AUTORIDADE CROSS. **Principais aplicativos de WOD para Crossfit.** 2025.

Disponível em: <https://autoridadecross.com.br/principais-aplicativos-de-wod/>. Acesso em: 29 maio 2025.

AUTORIDADE CROSSFIT. **Equipamentos de CrossFit: o que é essencial para o seu box.** Autoridade CrossFit, 2023. Disponível em:

<https://autoridadecross.com.br/equipamentos-de-crossfit/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade: elementos para uma crítica da estética da mercadoria.** São Paulo: Blucher, 2011.

BRANDOLFF, Maria Angélica; STRAPASSON, Aline Miranda. **Acessibilidade como meio de Inclusão: um estudo em espaços de práticas esportivas na cidade de Esteio - RS.** Revista Profissional da Associação Brasileira de Atividade Motora Adaptada, 2022.

CASTRO, Marina Ramos Neves de. **Amarrar ressonâncias: considerações sobre desenho e antropologia.** Revista de Antropologia, v. 64, n. 2, 2021.

CNN BRASIL. **CrossFit faz mal? Entenda os benefícios e riscos da modalidade.**

CNN Brasil, 2022. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/crossfit-faz-mal-entenda-beneficios-e-riscos-da-modalidade/>. Acesso em: 28 maio. 2025.

COOPER, A.; REIMANN, R.; CRONIN, D. **About Face: The Essentials of Interaction Design.** 4. ed. Indianapolis: Wiley, 2014.

CROSSFIT INC. **Pergunte a um treinador: eu preciso estar em forma para começar no CrossFit?** CrossFit.com. Disponível em: <https://www.crossfit.com/essentials/ask-a-coach-do-i-have-to-be-fit-to-start-crossfit>. Acesso em: 15 mai. 2025.

CROSSFIT INC. **Guia de Treinamento Nível 2 do CrossFit.** Santa Cruz, CA: CrossFit, 2018. Disponível em: https://library.crossfit.com/free/pdf/CFJ_L2_Portuguese_TrainingGuide.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.

CROSSFIT INC. Página oficial da CrossFit. CrossFit.com. Disponível em: <https://www.crossfit.com/>. Acesso em: 17 mai. 2025.

CROSSFIT INC. **A Comunidade CrossFit (versão em português).** CrossFit.com. Disponível em: <https://www.crossfit.com/the-crossfit-community-portuguese>. Acesso em: 12 mai. 2025.

CROSSFIT INC. **A mágica da metodologia (versão em português).** CrossFit.com, 2023. Disponível em: <https://www.crossfit.com/magic-methodology-portuguese>. Acesso em: 21 abr. 2025.

D1 FITNESS. **Conheça os equipamentos essenciais para iniciar um box de CrossFit.** Blog D1 Fitness, [s.d.]. Disponível em: <https://d1fitness.com.br/blogs/equipamentos/conheca-os-equipamentos-essenciais-para-iniciar-um-box-de-crossfit>. Acesso em: 28 mai. 2025.

DA SILVA-GRIGOLETTO, M. E. et al. **Treinamento funcional: estado da arte e perspectivas futuras.** Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano, v. 22, e72646, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/rbcdh/article/view/1980-0037.2020v22e72646>. Acesso em: 29 abr. 2025.

DATAFOLHA. **53% praticam atividades físicas no dia a dia; índice é mais alto entre os mais instruídos e entre os mais ricos.** Folha de S.Paulo, 2025. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniao-e-sociedade/2025/01/53-praticam-atividade-s-fisicas-no-dia-a-dia-indice-e-mais-alto-entre-os-mais-instruidos-e-entre-os-mais-ricos.shtml>. Acesso em: 02 mai. 2025.

DESMET, Pieter M. A.; HEKKERT, Paul. **Estrutura da experiência do produto.** International Journal of Design, v. 1, n. 1, p. 57–66, 2007. Disponível em: <https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1666/595>. Acesso em: 14 mai. 2025.

DESMET, Pieter M. A.; POHLMAYER, Anna E. **Design positivo: uma introdução ao design para o bem-estar subjetivo.** International Journal of Design, [S.l.], v. 7, n. 3, p. 5–19, 2013.

DESMET, Pieter; POHLMAYER, Anna. **Design emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa.** Arcos Design, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 133–142, jan. 2024.

DOR NA COLUNA. **Como prevenir lesões no CrossFit: um guia para treinadores e atletas.** FST Fisioterapia Avançada, [s.d.]. Disponível em: <https://dornacoluna.fst.br/fisioterapia-avancada/prevenir-lesoes-crossfit-guia-treinadores-atleta.html>. Acesso em: 24 maio. 2025.

GLASSMAN, Greg. **What is Fitness? [O que é fitness?]** CrossFit Journal, Santa Cruz: CrossFit Inc., n. 1, p. 1–11, out. 2002. Acesso em: <https://library.crossfit.com/free/pdf/CFJ-trial.pdf>.

GONÇALVES, Camila; REZENDE, Mariana. **Experiência e intersubjetividade na prática do CrossFit: Processos comunicativos e estéticos.** Academia.edu, 2023. Disponível em: <https://www.academia.edu/118292155/>. Acesso em: 07 mai. 2025.

HARVARD BUSINESS SCHOOL. **O que é design centrado no ser humano?** Harvard Business School Online, 2021. Disponível em: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-human-centered-design>. Acesso em: 28 mai. 2025.

HOFFMANN, Rafael. **As funções do design.** Rafael Hoffmann – Aulas de Design, [s.d.]. Disponível em: https://www.rafaelhoffmann.com/aula/arquivos/introducao_design/conteudo_08_funcoes_do_design.pdf. Acesso em: 28 mai. 2025.

INGOLD, Tim. Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture. **Comentado em: Cadernos de Campo.** n. 24, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/96698>. Acesso em: 25 maio 2025.

INSTAGRAM. **Post sobre acolhimento e treino inclusivo no CrossFit.** Instagram, [s.d.]. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DHKJiVvuIV6/?img_index=1. Acesso em: 28 mai. 2025.

INTERACTION DESIGN FOUNDATION. **User Experience (UX).** Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-experience>. Acesso em: 25 maio 2025.

INTERACTION DESIGN FOUNDATION. **UX Design: User Experience Design.** Interaction Design Foundation, [s.d.]. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design>. Acesso em: 28 mai. 2025.

IRON CT. **Inclusão no CrossFit não é sobre limites, é sobre possibilidades!** Instagram: @iron.ct, 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DHtQkWCMLvZ/>. Acesso em: 25 maio 2025.

LOBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais.** São Paulo: Edgard Blücher, 2001, p. 54–55, 64–65.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: um guia para designers, escritores, editores e estudantes.** São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MENEZES, Paulo. Design étnico. In: MENEZES, Paulo. **Design, cultura e identidade**. São Paulo: Blucher, 2005. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/mw22b/pdf/menezes-9788579830426-03.pdf>. Acesso em: 25 maio 2025.

MOTTA, M. A. M.; GONÇALVES, L. C. **Motivação para a adesão ao exercício físico**. Revista Brasileira de Ciência e Movimento, v. 18, n. 2, p. 45–52, 2010. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/rbcm/article/view/3149>. Acesso em: 25 maio 2025.

NASCIMENTO, Pedro. **Tornando-se um praticante de CrossFit: corpo, linguagem e cultura**. Academia.edu, 2022. Disponível em: <https://www.academia.edu/104220931/>. Acesso em: 07 mai. 2025.

NEVES, M. B. das; COSTA, E. J. da; PEREIRA, F. A.; OLIVEIRA, N. P. de; MUNGO, W. S. **Design instrucional e educação: perspectivas para uma aprendizagem personalizada e eficaz**. ResearchGate, 2023. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/379741373>. Acesso em: 25 maio 2025.

NEVES, M. B. das; COSTA, E. J. da; PEREIRA, F. A.; OLIVEIRA, N. P. de; MUNGO, W. S. **Design instrucional e educação: perspectivas para uma aprendizagem personalizada e eficaz**. ResearchGate, 2023. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/379741373>. Acesso em: 25 maio 2025.

NEXTFIT. **Equipamentos de CrossFit: o que não pode faltar na sua academia**. Blog NextFit, 2022. Disponível em: <https://blog.nextfit.com.br/equipamentos-crossfit/>. Acesso em: 28 mai. 2025.

NORMAN, D. A. **The Design of Everyday Things. Revised and Expanded Edition. [The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition.]** New York: Basic Books, 2013.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

OLIVEIRA, Bárbara. **Por dentro do CrossFit: prática segura que impacta autoestima e saúde**. Jornal Opção, 2023. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/por-dentro-do-crossfit-pratica-segura-que-na-autoestima-e-saude-498479/>. Acesso em: 28 abr. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Diretrizes da OMS sobre atividade física e comportamento sedentário**. Genebra: OMS, 2020. Disponível em: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/337001/9789240014886-por.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2025.

PANERO, Julius; ZELNIK, Martin. **Human dimension and interior space: a source book of design reference standards**. New York: Whitney Library of Design, 1979.

PRIMO, L.; ULBRICHT, V. R.; FADEL, L. M. **Design da informação em conteúdos educacionais para experiência de aprendizagem inclusiva**. Anais do 9º Congresso Internacional de Design da Informação, 2019. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-da-informao-em-conte>

dos-educacionais-para-experincia-de-aprendizagem-inclusiva-33677. Acesso em: 25 maio 2025.

REVISTA FT. **Os fatores de adesão ao CrossFit: uma revisão bibliográfica através de teses e dissertações.** Revista FT, 2023. Disponível em: <https://revistaft.com.br/os-fatores-de-adesao-ao-crossfit-uma-revisao-bibliografica-aves-de-teses-e-dissertacoes/>. Acesso em: 28 abr. 2025.

RIBEIRO, F. S.; CAVALCANTI, R. N. **Adaptações no treinamento físico durante a gravidez e o pós-operatório: orientações para a prática segura.** Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde, v. 25, n. 2, p. 1–10, 2020.

RIBEIRO, Felipe dos Santos; LOPES, Fernanda Nogueira. **A cultura do CrossFit e as formas de sociabilidade entre praticantes.** Movimento, v. 26, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mov/a/YmdgW4dnSjwpT7zywqXQpSR/>. Acesso em: 07 abr. 2025.

RUBBER PISOS. **CrossFit a distância: exercícios e aulas online para o seu treino!** 2025. Disponível em: <https://rubberpisos.com.br/crossfit-a-distancia-exercicios-e-aulas-online-para-o-seu-treino/>. Acesso em: 29 maio 2025.

SANTOS, Emerson da Silva; ALMEIDA, Vitor de Oliveira; SILVA, Juliana Ferreira da. **CrossFit e o condicionamento físico: riscos e benefícios da prática.** Brazilian Journal of Health Review [Revista Brasileira de Revisão em Saúde], v. 3, n. 5, p. 12673–12684, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/19640/15737>. Acesso em: 04 abr. 2025.

SILVA, D. A. S.; BERTOLINI, S. M. M. G. **Antecedentes motivacionais para a prática de atividade física na atenção primária à saúde.** Revista Movimento, v. 23, n. 4, p. 1205–1218, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mov/a/KRcqmKp9LsCLMpMGXCKPKNG/?lang=pt>. Acesso em: 25 maio 2025.

SILVA, G. A.; LIMA, T. C. **Inclusão e envelhecimento ativo: o papel do exercício físico adaptado para idosos.** Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia, v. 23, n. 3, p. 11–20, 2021.

SILVA, M. R. A.; OLIVEIRA, M. S. **O papel do profissional de educação física e as motivações para a prática de atividade física em idosos.** Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 38, n. 4, p. 409–416, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/zxJ6M3kNrFRFXybTTLRvK9C/>. Acesso em: 25 maio 2025.

SOUZA, S. G. de. **Acessibilidade tecnológica: como tornar o mundo digital inclusivo para todos?** Focus Publicidade, 2025. Disponível em: <https://www.focuspublicidade.com.br/blog/acessibilidade-tecnologica-como-tornar-o-mundo-digital-inclusivo-para-todos>. Acesso em: 29 maio 2025.

SPREY, J. W. C. et al. **An Epidemiological Profile of CrossFit Athletes in Brazil. The Orthopaedic Journal of Sports Medicine [Um Perfil Epidemiológico de Atletas de CrossFit no Brasil]**, [S.l.], v. 4, n. 8, p. 1–6, 2016. DOI: 10.1177/2325967116663706. Disponível em: https://media.wix.com/ugd/dc3b90_a7b4ee4d8865486d9432e40243f1ee6a.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **This is service design thinking: basics – tools – cases [Isto é Design Thinking de Serviços: Fundamentos – Ferramentas – Casos]**. Amsterdam: BIS Publishers, 2014. Cap. 2 (Cinco princípios do service design).

USERTESTING. **Como a IDEO usa insights de clientes para projetar produtos inovadores que os usuários adoram**. UserTesting Blog, 2020. Disponível em: <https://www.usertesting.com/blog/how-ideo-uses-customer-insights-to-design-innovative-products-users-love>. Acesso em: 28 abr. 2025.

VIEIRA, Cláudia Lopes de Souza et al. **CrossFit: o exercício da moda ou o modismo do exercício?** Revista da Faculdade de Educação Física da Universidade de São Paulo, v. 26, n. 1, p. 89–98, 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/fpusp/article/view/148280/141898>. Acesso em: 09 abr. 2025.

WELLICHAN, Danielle da Silva Pinheiro; SANTOS, Marcella Garcia Ferreira dos. **Qualidade de vida na deficiência: o CrossFit adaptado para usuários de cadeiras de rodas e amputados**. Caderno de Educação Física e Esporte, v. 18, n. 3, 2020. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/cadernoedfisica/article/view/23957>. Acesso em: 29 maio 2025.

YANG, Y.; HU, H.; KOENIGSTORFER, J. **Efeitos de Aplicativos Gamificados para Smartphones na Atividade Física: Uma Revisão Sistemática e Meta-Análise**. Revista Americana de Medicina Preventiva (American Journal of Preventive Medicine), v. 62, n. 4, p. 602–613, 2022. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34893387/>. Acesso em: 29 maio 2025.

APÊNDICE A - PERGUNTAS ELABORADAS PARA O FORMULÁRIO

1. Você pratica alguma atividade física?

Resposta Sim para a Pergunta 1

2. Essa atividade é o CrossFit?

Resposta Sim para a Pergunta 2

3. Tinha algum medo ou receio quando iniciou?

Resposta Sim para a Pergunta 3

Qual/Quais?

4. Você ainda tem esses medos?

Resposta Sim para a Pergunta 4

5. Você acha que mantendo a regularidade desse esporte você vai um dia superar todos os desafios?

Resposta Não para a Pergunta 2

6. Teria a curiosidade/vontade de experimentar o CrossFit?

Resposta para a Pergunta 6

8. Tem algum medo ou receio?

Resposta Não para a Pergunta 8

10. E porque nunca fez?

Resposta Sim para a Pergunta 8

9. Qual/Quais?

EXPERIÊNCIA

Caixa de texto livre para compartilhar sua experiência com o Crossfit

APÊNDICE B - PERGUNTAS ELABORADAS PARA A ENTREVISTA

Bloco 1 – Percepções e Impressões Gerais

- 1) O que vem à sua mente quando você ouve a palavra “CrossFit”?
- 2) Você já teve algum contato direto ou indireto com o CrossFit? Se sim, pode me contar como foi?
- 3) Você acredita que o CrossFit é para qualquer pessoa? Por que sim ou por que não?
- 4) Se alguém próximo a você praticasse CrossFit, o que você pensaria ou sentiria sobre isso?

Bloco 2 – Barreiras, Tabus e Medos

- 5) Você se sentiria confortável em entrar em um box de CrossFit? Por que sim ou por que não?
- 6) O que mais te afasta da ideia de praticar CrossFit hoje?
- 7) Existe algo no discurso de quem pratica CrossFit que você considera exagerado ou até incômodo?
- 8) Você já ouviu alguma história ou teve alguma impressão negativa que influenciou sua visão sobre a modalidade? Pode compartilhar?
- 9) Na sua opinião, o que faz o CrossFit parecer “exclusivo” ou inacessível para alguns?

Bloco 3 – Comunicação e Acolhimento

- 10) Se você estivesse disposto(a) a tentar algo novo, o que te faria se sentir acolhido em uma modalidade como o CrossFit?
- 11) Que tipo de linguagem, visual ou abordagem faria você repensar sua opinião sobre o CrossFit?

12) Você acha que a forma como o CrossFit se comunica nas redes sociais atrai ou afasta pessoas como você? Por quê?

13) Você já viu alguma campanha ou conteúdo sobre CrossFit que te impactou positivamente? O que tinha de diferente?

14) Na sua visão, como um box de CrossFit poderia mudar para parecer mais receptivo a iniciantes?

Bloco 4 - Encerramento – Reflexão e Curiosidade

15) Você teria curiosidade de assistir a uma aula de CrossFit? O que precisaria estar presente para que você se sentisse confortável?

16) Se você pudesse dar um conselho para quem está tentando “vender” o CrossFit para iniciantes, qual seria?

17) Existe alguma modalidade ou atividade física que você acredita que o CrossFit poderia se inspirar em termos de acolhimento?

18) Quais valores ou sensações você gostaria de encontrar em qualquer prática esportiva?

19) Se fosse para pensar no “CrossFit ideal” para você, como ele seria?

APÊNDICE C - DOSSIÊ DE PROJETO

Documento anexado separadamente.

APÊNDICE D - MANUAL DE MARCA (MIV)

Documento anexado separadamente.

APÊNDICE E - DESENHOS TÉCNICOS RIZZE

Documentos anexados separadamente.

ANEXO 1 - TERMO PARA USO DE IMAGEM E ENTREVISTA



CURSO DE DESIGN

ÁREA DE CONHECIMENTO ARTES E ARQUITETURA
Campus Universitário da Região dos Vinhedos

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE ENTREVISTA E IMAGEM

Eu _____, CPF _____ depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, o pesquisador _____, que está realizando o seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), a realizar, ou utilizar minhas imagem, que se façam necessárias e/ou a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes. Ao mesmo tempo, libero a utilização destas imagens e/ou entrevista para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor do pesquisador da pesquisa, acima especificado, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos dos mesmos.
