



Diários Telúricos - Portfólio Agência NIC 2010¹

Izabelly de Souza MARQUES²

Larissa Moreira NOGUEIRA³

Pedro Eduardo Macêdo PARENTE⁴

Alberto Dias GADANHA JUNIOR⁵

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

A apresentação curricular de um profissional da área das artes, cinema, publicidade e design são feitas através do portfólio, que começa a ser desenvolvido quando o indivíduo, mesmo enquanto está na graduação, inicia as atividades referentes à sua área de atuação. O mesmo se dá entre as agências e empresas que desenvolvem projetos artísticos. Mostrar seu trabalho no meio profissional em que se insere é de fundamental importância. A Agência Experimental de Publicidade da UNIFOR, criada com o compromisso de preparar seus alunos estagiários para o mercado de trabalho, desenvolve anualmente o seu portfólio temático de trabalhos, mostrando os projetos desenvolvidos ao longo do ano anterior. O presente artigo apresenta o processo de conceituação e desenvolvimento do portfólio intitulado “Diários Telúricos”, com alguns dos projetos desenvolvidos pela agência ao longo do ano de 2010.

PALAVRAS-CHAVE: Agência experimental; flip-out; Moleskine; Portfólio; Publicidade.

INTRODUÇÃO

Desde 1999, a UNIFOR dispõe de uma agência interna experimental no Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) com o objetivo de suporte no aprendizado dos alunos de Publicidade e Propaganda, podendo assim colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, através da oferta de estágio. A Agência de Publicidade do Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) é formada pelos mesmos setores de uma agência de mercado: atendimento, planejamento, mídia, criação (redação e direção de arte), produção gráfica e RTVC (Rádio, TV e Cinema). O objetivo da agência não é obter lucros, mas sim o desenvolvimento pessoal e profissional de cada estagiário.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: izabelly_@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: larissa_m.n@hotmail.com.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: pedrom.parente@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso e Propaganda, email: alberto@gadanha.com.



Sendo assim, nossos clientes são instituições sem fins lucrativos, além da própria Universidade.

Novos estagiários ingressam semestralmente, passando por um processo de avaliação, de acordo com cada função, e entrevista para todas as vagas, que se dividem a partir dos departamentos e em três níveis: Júnior (alunos do segundo e terceiro semestres), Intermediário (alunos do quarto e quinto semestres) e o Sênior (alunos do sexto semestre em diante). Os acadêmicos designados a função de Sênior, além de sua função primária, deverão exercer monitoramento em sua área específica, ou seja, em uma agência de mercado, o estagiário Sênior teria as funções de um diretor de departamento, passando a co-orientar os demais estagiários de sua mesma área, juntamente com os professores orientadores.

2.OBJETIVOS

2.1. Gerais

- Documentar, compilar e apresentar os principais trabalhos desenvolvidos pelos estagiários da agência experimental no ano de 2010.

2.2. Específicos

- Promover a agência para os clientes em potencial;
- Gerar identificação com o público;
- Disponibilizar material de referência para os futuros estagiários e toda a comunidade acadêmica;
- Estimular a liberdade criativa dos estagiários, gerando um produto único da agência, através de técnicas e métodos de criação fora das limitações estabelecidas pelos clientes.
- Desenvolvimento da identidade visual da Agência Jr.

3. JUSTIFICATIVA

Portfólio é um produto (gerado em diferentes suportes e com base em vários tipos de materiais) pelo qual se podem mostrar suas melhores criações. Pode ser definido por um “conjunto de trabalhos de um artista (designer, desenhista, cartunista,



fotógrafo, etc) ou de fotos ou modelo, usado para a divulgação entre clientes, editores etc.” (Houaiss, 2004).

O portfólio é, então, responsável pela primeira impressão do autor com aquele que necessita de seus serviços: o potencial cliente. Principalmente para poder demonstrar de uma forma mais clara as características, estilo e qualidade do autor, tornando a relação cliente-produtor mais estreita. Agências de publicidade de todo o mundo elaboram periodicamente seus portfólios.

Inspirados pela tendência de utilização desta poderosa ferramenta de auto-propaganda, os estagiários da Agência de Publicidade do NIC também geram seus portfólios anualmente e, assim como algumas das grandes empresas do ramo, fazem uso de temas específicos. É essa apresentação dos melhores trabalhos que demonstra a evolução que foi propiciada pela experiência dentro da Agência, gerando futuros profissionais à altura das exigências do mercado, além de permitir aprendizado e experiência únicos através de um processo que sobressai ao cotidiano de uma agência, desde a conceituação ao acabamento.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS:

O conceito do portfólio da Agência de 2010 foi desenvolvido com a intenção de representar a Agência por meio de um diário gráfico – que funciona como um reservatório de idéias. Nele são registradas experiências, sensações e idéias que surgem no dia a dia do Professor Telúrio, dono do diário gráfico. É do seu conteúdo que o artista bebe quando a criatividade se esvai, sendo o mesmo caracterizado como um local destinado para relatar, desenvolver e criar tudo aquilo que nos aproxima do que temos de conceito a respeito da “publicidade perfeita” – uma vez que os trabalhos são produzidos por alunos que desenvolvem o aprendizado, exercício e práticas semelhantes aos vivenciados em uma agência de mercado.

É importante informar que o universo do Professor Telúrio já havia sido elaborado e abordado de uma maneira diferente no Portfólio do ano de 2009 da Agência do NIC, sendo esse material uma continuação da história desse personagem e seus companheiros de trabalho, que já são mascotes e símbolos da agência do NIC.



A fim de caracterizar melhor o diário gráfico, foi pensado em um nome que se assemelhasse às características do professor Telúrio, associando a idéia de utilização de um diário de anotações. Com esse enfoque, a equipe de criação sugeriu que o nome dado fosse num viés bem pessoal, denominando-o assim de “Diários Telúricos”, mesclando uma forma ordinária de denominar um diário enquanto objeto pessoal, com aplicação de uma linguagem científica, característica narrativa adotada para o professor Telúrio.

A etapa seguinte foi a estruturação da narrativa onde os escritos são em 1º pessoa, descritos na perspectiva do professor Telúrio, construindo de acordo com a sua personalidade, uma linguagem semelhante à científica, por meio de expressões idiomáticas tais como “Eureka!”, famosa exclamação atribuída ao matemático grego Arquimedes de Siracusa (287-212 a.C.).

O objetivo principal para o formato de diário é a possibilidade do cliente conhecer um pouco mais sobre a história e a ideia de um trabalho anterior, possibilitando assim compreender em parte como o trabalho é desenvolvido, mesmo que inserido na temática de portfólio 2010. Roger Von Oech (1994, p. 146) usa quatro personagens para descrever o processo criativo. O Explorador, o Artista, o Juiz e o Guerreiro. O Papel do Explorador é pesquisar, colher informações, procurar matéria prima para gerar novas idéias. O Artista tem sobre si a incumbência de pegar o material coletado pelo Explorador e com imaginação, bom humor e criatividade transformar tudo em idéias. O Juiz avalia o trabalho do Artista. Ele dita se aquela idéia é viável ou não, se ela precisa ser modificada de alguma forma, se ela já está pronta pra ser posta em prática ou se é necessário descartá-la e recomeçar o processo. Por fim o Guerreiro com coragem, ousadia e proatividade põe em prática as idéias que passaram pelo crivo do Juiz. A partir dessa linha de pensamento estruturamos uma leiaute do portfólio que pudesse ser explorado cada uma dessas características, chegando ao resultado final sempre ao lado do desenvolvimento de ideias.

A inspiração principal para o desenvolvimento do leiaute do portfólio pessoal do Professor Telúrio foi do celebrado caderno Moleskine, que segundo os criadores é herdeiro do lendário caderno usado nos últimos dois séculos por artistas e pensadores, como Vincent Van Gogh, Pablo Picasso, Ernest Hemingway e Bruce Chatwin.



O caderno foi escolhido pela sua característica nômade, que a própria empresa transparece - feita para oferecer um espaço de livre criação para quem o usa - e a afinidade que dos valores que a empresa prega com o personagem autor do livro. Assim como a empresa Moleskine, o Professor Telúrio gosta de quietude e poucas companhias para exercitar ao máximo seu poder criativo, priorizando a relação do homem com seu caderno, sem a interferência de fatores externos.

Histórias dos Personagens

Mesmo que o diário de anotações seja apenas do Professor Telúrio, e se caracterize como algo pessoal sempre existem comentários sobre os personagens que também compõem o Laboratório do Professor Telúrio: Milton e Rato, sendo importante frisar a existência desses personagens desde o anterior Portfólio, de 2009.

Professor Telúrio era um publicitário premiado que, após um ataque de nervos gerado pela decepção com a má qualidade da propaganda atual resolve se encerrar em um laboratório com o objetivo de criar a fórmula do Publicitário Perfeito.

Milton é um garoto curioso e observador, porém tímido e atrapalhado. Motivo de piada de todos ao seu redor, foi desafiado pelos colegas a subir até o misterioso laboratório do Professor Telúrio (afamado como local assustador e perigoso), que acabou por acolhê-lo como fiel ajudante, já que não tinha outra opção.

Rato vivia perambulando pelas ruas até que um dia foi parar no Laboratório Experimental e acabou sendo adotado como animal de estimação por Milton. Após ter uma das fórmulas derramadas acidentalmente pelo ajudante em sua cabeça, passa a pensar, falar e ajudar Telúrio em seus experimentos.

Desenvolvimento da Linguagem

Para a parte textual, o texto foi inteiramente moldado para algo inteiramente ligado ao Professor Telúrio, personagem e autor fictício do portfólio. O personagem possui traços de alguém obsessivo pela perfeição ainda não alcançada, mas sempre persistente através de experimentos malucos. É inteiramente normal durante o texto haver um comentário ou outro acerca dos seus ajudantes, Milton e Rato, personagens também resgatados do portfólio anterior que ainda vivem na Agência. É importante frisar sobre apenas a citação dos dois, pois mesmo que o Professor Telúrio seja o real



dono do Diário Gráfico, é sempre interessante pensar nele como um arquivo pessoal, podendo haver referências ao dia a dia do Professor.

QR-CODE

A ideia de apresentar novas tecnologias e formas de apresentação surgem com o auxílio da tecnologia de código de barras em 2D, também conhecida como QR Code. Com o intuito de tornar uma apresentação mais dinâmica, foram utilizadas em páginas de peças publicitárias, foi criado um QR Code que viabilizaria conteúdo citado durante a descrição ou até mesmo exclusivo para leitura do código visual 2D.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Com o diferencial de realizar o portfólio através de uma mídia digital, pensado em facilitar o acesso em caso de apresentações para clientes e para os alunos tenham interesse em conhecer um pouco melhor o trabalho realizado na Agência do NIC. Anexar um arquivo em uma mídia digital hoje em dia ajuda na popularização do trabalho realizado de uma maneira positiva para quem se interessar pelo assunto e para auto-propaganda.



Os componentes foram editados e finalizados nos seguintes programas da Adobe: Photoshop, Illustrator e Indesign, respectivamente nessa ordem.

Após a diagramação, foi gerado no próprio Adobe Indesign um arquivo com extensão .swf, que roda com o programa Flash, para gerar a característica de flip-out, técnica usada em arquivos digitais para simulação de passagem de páginas, causando a sensação de folheamento de página, como um diário gráfico físico.

6. CONSIDERAÇÕES



Através da realização deste projeto, foi possível para a equipe de criação explorar ao máximo a principal vantagem do exercício prático dentro da academia, que é proporcionar experiências de criação livres, permitindo o uso de novas técnicas a fim de enriquecer o processo do fazer publicitário. Além desse aspecto, a utilização de métodos que vem sendo aplicados em trabalhos recentemente na Agência, enriquece ainda mais as novas características, sendo o portfólio produto principal para representar.

“O maior trabalho humano produtivo ocorre quando os indivíduos estão empenhados em projetos significativos e relativamente complexos que acontecem ao longo do tempo, são atraentes e motivadores e conduzem ao desenvolvimento do entendimento e da habilidade.” Gardner (1995, p.191)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MOLESKINE. Http:// <http://moleskine.pt/moleskine/>. Acesso em: 10 de maio de 2011.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

VON OECH, Roger. **Um chute na rotina: os quatro papéis essenciais do processo criativo**. – USA : Perennial Library, 1987.

GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas: a teoria na prática**. 1. ed. Porto Alegre:Artes Médicas, 1995

ANEXO 1

Os demais autores do citado produto são orientadores do projeto, estagiários que permanecem em estágio e outros que já se desligaram da Agência por conta do tempo de atuação (alguns já concluíram seus cursos) e por contratação em agências de mercado.

Acauan Sanders

Bruno Moraes

Eduardo Melo

Álvaro Silva

Carolina Veras

Francisco Cardoso

Ariza Cruz

Charles Fernandes

Felipe Lima

Allan Cerqueira

Clara Dizioba

Gulherme Alvez

Carla Tenecy

Duca Silveira

Gerardo Matos



Gustavo Rios	Mardônio Andrade	Túlio Pinheiro
Izabelly Marques	Nathália Ehl	Vicente Monteiro
Ingrid Andrade	Ramon Aquino	Victor Goyana
João Cavalcante	Roque Lionel	Yuri Oliveira
Lara Costa	Rodrigo Gondim	
Larissa Nogueira	Stephanie Aguiar	Larissa Moreira
Luana Silva	Sarah Gomes	NOGUEIRA ³
Lucas Menezes	Saullo Leite	Pedro Eduardo Macêdo
Mansueto Bruno	Tayana Rocha	PARENTE ⁴
		Alberto Dias
		GADANHA JUNIOR ⁵