



Laboratório Experimental do NIC¹

Stephanie Aguiar de PAIVA²
Mardônio de Andrade SILVA³
Geórgia Sales de QUEIROZ⁴
Alberto Dias GADANHA JR.⁵

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

O principal objetivo de um *designer*, seja em que área de atuação, é gerar produtos com um resultado esteticamente agradável e que reúna as principais características de forma e função, gerando o máximo de identificação entre o que se produz e o público que o vai consumir. O Portfólio da Agência Experimental de Publicidade do Núcleo Integrado de Comunicação da Unifor foi gerado com o objetivo de aproximar o público da realidade de experimentação vivida pelos estagiários do setor. A partir desse conceito e da narrativa desenvolvida pelos redatores, o departamento de produção gráfica da Agência gerou um produto gráfico em formato de livro construído artesanalmente. Utilizando técnicas como o uso de *paper toys* e a combinação de papéis de diferentes texturas e acabamentos diversos, resultando em uma experiência tátil e visual repleta de significados.

PALAVRAS-CHAVE: design gráfico; experiência tátil; papéis; paper toy; portfólio.

INTRODUÇÃO

O ponto de partida de todo processo de *design* é a expressão de uma necessidade, de uma encomenda de um cliente para o designer (FUENTES, 2005, p. 25). A Agência Experimental de Publicidade do Núcleo Integrado de Comunicação da Unifor é, nesse projeto, ao mesmo tempo cliente e executora deste produto de *design* gráfico. Ao final de cada ano, é elaborado um portfólio apresentando as melhores peças desenvolvidas pelos estagiários. O tema do portfólio 2009 girou em torno da comparação da Agência Experimental com o laboratório de um cientista maluco, sempre em busca da fórmula do Publicitário Perfeito. O objetivo da equipe de criação foi a produção de dois materiais em formatos distintos: analógico e digital. A narrativa criada pelos redatores e as ilustrações

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: stephanieaguiarpaiva@hotmail.com.

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: mardonio_andrade@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: georgiaqueiroz@hotmail.com.

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



iniciais elaboradas pelos diretores de arte serviram como *briefing* para o projeto de *design* do material que seria desenvolvido para apresentação em formato impresso.

2 OBJETIVOS

2.1. Geral

Gerar um produto gráfico com o conceito de experimentação apresentando as peças da Agência Experimental do NIC em 2009.

2.2. Específicos

Promover a contextualização da forma (produto) com o conteúdo (trabalhos da agência);
Estimular a experiência tátil do leitor.

3 JUSTIFICATIVA

Segundo Villas-Boas (2000), *design* gráfico se refere à área de conhecimento e a prática profissional específicas relativas ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas destinadas à reprodução com objetivo expressamente comunicacional. O projeto de *design* gráfico consiste numa combinação de elementos estético-visuais textuais e não-textuais, podendo-se citar: elementos tipográficos, ilustrações, fotografias, etc.

Para que uma peça seja de *design* gráfico, deve-se obedecer à tríade projetual: problematização, concepção e especificação, exatamente a razão de ser do *design*. Villas-Boas ainda defende que uma peça de *design* gráfico tem uma função subjetiva, em que é levado em consideração o fenômeno de fetichização inerente ao sistema capitalista, haja vista que são atribuídos diversos valores simbólicos às mercadorias através de programações visuais. No caso da construção do portfólio, foi preciso encontrar uma maneira inovadora e que promovesse uma relação de sentido entre o conteúdo gerado pela Agência e o próprio formato do material de referência, resultando em um produto divertido e atraente.

“Durante a elaboração de um projeto de *design*, muitas vezes as expectativas do cliente estão orientadas para um sentido e as do designer para outro. Poder visualizar essas incompatibilidades e corrigi-las, [...], aumenta as possibilidades de sucesso para o projeto.” (FUENTES, 2005, p. 25). No caso do portfólio, por ser um trabalho interno da agência, onde a demanda partiu de uma necessidade do setor e que deveria ser solucionada por seus próprios estagiários, foi possível haver uma maior liberdade durante o processo de criação.

Essa particularidade culminou em um resultado inovador, onde foram utilizadas técnicas, processos e materiais diferenciados.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto partiu de um *briefing*, em que a narrativa do portfólio e a ilustração dos personagens já haviam sido criados. Foi decidido utilizar a técnica de *paper toy* – literalmente brinquedo de papel, que consiste em construir, por desenho esquemático, moldes abertos de um boneco ou objeto tridimensional - de modo a definir visualmente todo o projeto. Nessa etapa foram adaptadas as ilustrações dos personagens em bonecos de papel tridimensionais, bem como diversos elementos do cenário, todos produzidos artesanalmente. A idéia era utilizar o papel como matéria prima para gerar uma mínima percepção de realidade no cenário e nas expressões e movimentos dos personagens.

Sempre há espaço para a experimentação com o papel, porque às vezes é mesmo difícil ver o que vai ficar bom antes de começar o trabalho físico com o papel. O papel é um material por si só. O desafio maior é, antes, ser capaz de criar uma imagem em sua cabeça que você vai entender para que depois seja visto como um trabalho de papel (ABC Design, 2009, p. 36).

Para os três personagens foram pensados modelos diferentes de *paper toys* (figura 1). Inspirado no perfil desenvolvido na narrativa, o Professor Telúrio foi criado a partir de dois modelos: a boneca do filme *Coraline*, 2009, e o Chapeleiro Maluco, personagem da história de Lewis Carroll, *Alice no País das Maravilhas*, também no mesmo ano, ambos disponíveis na Internet. O primeiro modelo foi escolhido devido ao biótipo franzino, alto, que se assemelha ao do professor, e por conter um acessório, capa de chuva, que foi adaptada a um jaleco, próprio de um cientista. No entanto, este modelo não apresentava todas as características idealizadas para o personagem, por conter um saia e não ficar de pé. A solução foi utilizar o modelo do Chapeleiro Maluco, cujas pernas eram suficientes para que o *paper toy* se sustentasse.

O ajudante Milton, foi a adaptação de um *paper toy* também disponibilizado na Internet, O Cupido. No entanto, este modelo apresentava braços e pernas fletidos, asas, além de segurar arco e flechas. Para a adequação do personagem, foi necessário incluir pernas e braços estendidos. Os braços foram ainda aumentados para que passassem das pernas, uma vez que a uma das características do personagem é ser desleixado e largado.

O Rato, foi criado a partir do *paper toy* de um dos Ratos da banda do circo do filme *Coraline, 2009* disponível na internet. Este modelo continha um *cap*, e segurava uma baliza em uma das mãos. Além de retirar esses elementos, houve a necessidade de incluir um par de óculos por conta da personalidade do rato.



Figura 1 – Personagens interagindo com o portfólio.

Segundo Dondis (2007, p. 69) “a percepção da cor é o mais emocional dos elementos específicos do processo visual, ela tem grande força e pode ser usada com muito proveito para expressar e intensificar a informação visual”. Com base nessa intensificação emocional e nas “personalidades” de cada personagem, a paleta usada na composição dos seus vestuários, do cenário e dos acabamentos de todo o material foi predominantemente de cores vibrantes, retratando uma atmosfera lúdica e caricata (figura 2).



Figura 2 – Plano geral do cenário.

Na etapa seguinte, foram realizadas fotografias numa simulação de estúdio utilizando uma câmera NIKON D-90 sobre tripé e a iluminação do cenário foi feita usando-se um fresnel em supino suavizado por um filtro difusor de papel vegetal. As fotografias das situações foram feitas em um ângulo de visão que possibilitasse ao espectador sentir-se presente na cena.

As imagens foram tratadas no software Adobe Photoshop CS3 com o intuito de homogeneizar as cores, a iluminação e refinar detalhes.

4.1.Miolo

Considerando as limitações técnicas da Central de Impressão da Unifor (impressão digital a laser e saída máxima A3), com base no enquadramento das fotografias e para um melhor resultado estético, convencionou-se o formato 41 x 24 cm.

As características do projeto implicavam em: tiragem única, pouca disponibilidade de verba do cliente e limitação do formato de impressão disponível. Dessa forma, a solução encontrada foi a indicação do papel off-set 230g/m² como suporte para a maior parte das impressões, excetuando-se a dos balões e das peças exibidas no portfólio.

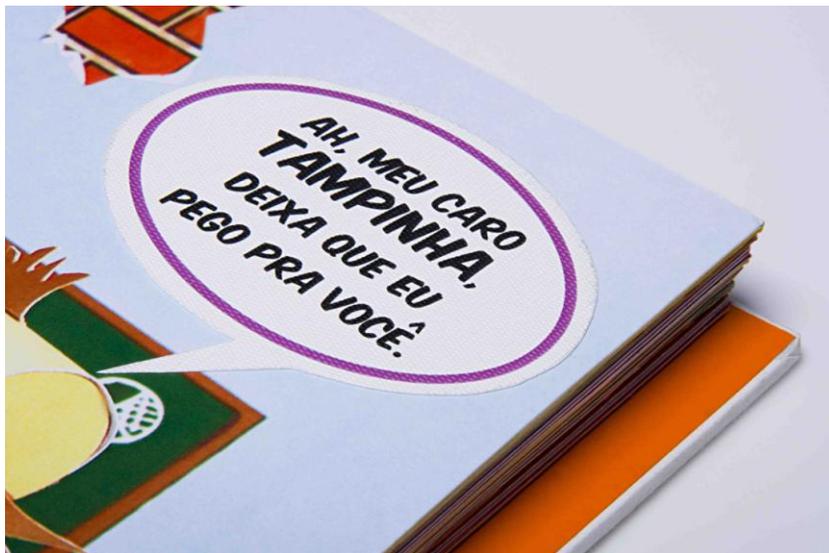


Figura 3 – Balão de fala em papel texturado.

Os balões de diálogo da narrativa contem textos escritos em tipografia sem serifa e manuscrita, inspirada em textos de quadrinhos. Selecionada do site de fontes gratuitas “dafont.com”, usou-se a fonte Komika Axis. Para a impressão dos balões definiu-se o papel *Rives Design Bright White* 250g/m², que possui uma suave textura de colméia (figura 3).

Pretendia-se que o leitor fosse estimulado a interagir com o produto, ou seja, exercitar a experimentação, conceito base do projeto.

Onde há uma textura real as qualidades táteis e óticas coexistem, não como tom e cor, que são unificados em um valor comparável e uniforme, mas de uma forma única e específica, que permite à mão e ao olho uma sensação individual, ainda que projetemos sobre ambos um forte significado associativo (Dondis, 2007, p.70).

“Uma superfície lisa ou brilhante, por exemplo, reflete a luz de modo diferente de uma outra porosa ou fosca [...] a textura acrescenta detalhes a uma imagem proporcionando mais qualidade à superfície como um todo e recompensando o olhar daquele que a observa.” (Lupton, Phillips, 2008, p. 53). Foi buscando a sofisticação e o impacto visual maior para as peças, objeto principal do portfólio, que procedeu-se a uma laminação brilhosa localizada sobre as mesmas (figura 4).



Figura 4 – Detalhe de uma peça com laminação brilhosa.

Para enriquecer o caráter lúdico do portfólio optou-se por utilizar folhas de Color Plus nas cores verde (Bahamas), azul (Buenos Aires), amarelo (Rio de Janeiro), vermelho (Pequim) e laranja (Cartagena), com gramatura 180g/m² destacadas dos elementos do próprio cenário. As folhas foram coladas nos versos de todas as páginas de forma aleatória mantendo-se a unidade cromática duas-a-duas para apresentação da peça e zoom (figura 5).



Figura 5 – Color Plus utilizadas no verso das folhas.

Foi ainda utilizado o Color Plus pastéis marfim 240g/m², com uma coloração levemente amarelada para reforçar a idéia de lembrança nas paginas das histórias prévias (*flashbacks*).

4.2. Capa

A capa do portfólio foi feita em papel Kapa de alta cartonagem revestido com papel Color Plus amarelo. Sobre o Color Plus foi ainda feita uma sobrecapa em *Rives Design Bright White*, com um recorte coincidente com a aplicação da ilustração título do portfólio, visando ressaltá-la (figura 5). O papel Rives, o mesmo usado nos balões de diálogo, assume a mesma função de estimular o leitor à experiência do toque, trazendo ainda uma maior nobreza ao material. “Texturas palpáveis afetam a maneira como uma peça é sentida pela mão, mas também afetam sua aparência” (Lupton e Phillips, 2008, pág. 53).

Para a encadernação, mantendo o caráter experimental, optou-se por uma tala de madeira rústica, sem acabamento de verniz, fixada com parafusos tradicionais (figura 6). Todo o processo de produção das páginas e encadernação foi artesanal, desde o recorte dos detalhes, refile e vincagem, passando pelo revestimento das capas até a afixação da tala.



Figura 6 – Detalhe da encadernação.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A idéia de gerar o portfólio Laboratório Experimental do NIC como um diário de registro das atividades do laboratório resultou em um livro no tamanho 41 x 24 cm, encadernado artesanalmente com talas de madeira e parafusos tradicionais, encontrados normalmente em lojas de ferragem. O objetivo era deixar a aparência do material o mais próxima possível da experimentação, respeitando o desejo inicial da Agência, que era dar sentido à relação de aprendizado prático-experimental vivenciada no setor.

O livro foi dividido em introdução, histórias prévias dos personagens (*flashbacks*), cenas do cotidiano do laboratório com as respectivas apresentações das peças do portfólio (*zooms* de partes do cenário) e créditos.

Na introdução o leitor é recebido por Rato, personagem que é uma representação do próprio estagiário da Agência, que o apresenta ao Laboratório e, em seguida, é mostrada uma visão geral de todo o cenário onde a narrativa acontece, iniciada a partir do aniversário do Professor Telúrio. Já nesta cena, é indicada a presença de um dos trabalhos que o leitor poderá visualizar com maior clareza na página seguinte, onde é apresentado o primeiro *zoom*. Essa ação se repete em todo o portfólio em cenas variadas.

As histórias prévias dos personagens são inseridas de maneira aleatória ao longo da apresentação das peças. Essas páginas tem coloração em sépia e a imagem é bidimensional (ilustração).

O encerramento do portfólio reúne os três personagens em uma cena em que Milton causa um apagão antes que Rato e o Professor Telúrio salvem a fórmula considerada a obra-



prima do Laboratório. Dessa forma, o leitor tem a sensação de que a busca pela fórmula do Publicitário Perfeito continuará.

Por fim, são descritos os créditos divididos em três partes: equipe de desenvolvimento do portfólio (em *paper toy*), lista dos estagiários da Agência do período de 2009 e ficha técnica dos *jobs* apresentados.

6. CONSIDERAÇÕES

O projeto de design gráfico do portfólio, desde a concepção até a finalização, possibilitou a geração de soluções criativas para a apresentação das peças da Agência Experimental do NIC. A liberdade de criação contribuiu para que pudéssemos realizar testes, tanto na adaptação das ilustrações dos personagens nos *paper toys* como para idealizar os objetos de cenário e materializá-los de maneira tridimensional.

Mesmo diante da limitação nos recursos financeiros, foi possível viabilizar um projeto extremamente rico em conteúdo atendendo de forma satisfatória o *briefing*, com a proposta de oferecer ao leitor sensações táteis que se assemelham à experiência do fazer manual, tão valorizado na atualidade, e que nós, da Agência, buscamos traduzir no produto impresso.

Para os alunos envolvidos, foi de suma importância o aprendizado e a oportunidade de vivenciar e contribuir para um projeto tão inovador, e com isso, enriquecer sua bagagem acadêmica e profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, D.A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FUENTES, R. **A Prática do Design Gráfico, uma metodologia criativa**. Fundamentos do design. São Paulo: Rosari, 2006.

GUIMARÃES, M. A. Numa folha qualquer. **ABC Design**. Curitiba, n. 29, p. 35-41, set./out./nov. 2009.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J.C. **Fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

VILLAS BOAS, A. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.