



Mil ideias, um destino¹

André HOFF²
Dionatas TERRES³
Márcio RAMPI⁴
Nathalia FREITAS⁵
Denise MARTINS⁶

UNISINOS, São Leopoldo, RS

RESUMO

O conjunto de informações apresentadas na ilustração busca produzir significados, levando em conta que o valor agregado se dá exatamente nos aspectos emocionais que a peça pode despertar (AZEVEDO 1996). Esta obra representa o profissional de comunicação englobando os elementos de sua carreira, vida e futuro.

PALAVRAS-CHAVE: ilustração; arte; portfólio; comunicação.

1 INTRODUÇÃO

“*Mil ideias, um destino*” foi desenvolvida em 2009 para a disciplina de Projeto Experimental do curso de Publicidade e Propaganda da UNISINOS. Esta criação pretendia ilustrar o portfólio dos trabalhos dos alunos do curso de Publicidade e Propaganda.

2 OBJETIVO

A peça é parte integrante do *briefing* de um concurso proposto a todos os alunos do curso de Publicidade e Propaganda da universidade. O evento tinha por objetivo orientar os alunos do curso de comunicação para a importância da criação de seu portfólio desde o princípio de sua carreira. Nossa proposta de criação se concentrou na elaboração da capa do portfólio dos trabalhos premiados no referido concurso.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade ilustração (avulso).

² Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: andhoff@gmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: di.terres@gmail.com.

⁴ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: marciorampi@yahoo.com.br.

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: freitas.nath@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: designdm@pop.com.br.

3 JUSTIFICATIVA

Buscamos inicialmente a essência do que representa ao profissional de comunicação possuir um portfólio: aumento de valor mercadológico, organização e demonstração de comprometimento com a própria carreira.

Desta forma, procuramos demonstrar estes valores associados a uma percepção de futuro, com os objetivos traçados e alcançados. Porém, para isso, necessitaríamos associar vários elementos que, só poderiam ser efetivamente representados através de uma ilustração.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADO

A metodologia de desenvolvimento é etapa essencial nesse processo. Assim, o trabalho foi organizado em metodologia apresentada por Peón. Portando, ao estudar a problematização proposta para a peça, fica evidente que a solução apresentada busca através de uma simbologia conceber respostas a todos os dados do *briefing*.

A ilustração⁷ do foi feita utilizando uma técnica simples de lápis, e com posterior arte-final com tinta nanquim. Após isso, o desenho escaneado foi para o a tela do computador, onde os níveis de preto ganharam tratamento no *software Photoshop*. Em seguida, as cores também foram colocadas utilizando o mesmo programa gráfico.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto é uma ilustração da capa do portfólio do curso de publicidade e propaganda da Unisinos/2009, participante do Propagandaria, evento interno do curso de Publicidade e Propaganda da universidade. Dimensões da peça: largura: 29,7 cm e altura: 42 cm.

6 CONSIDERAÇÕES

O trabalho tem como personagem central um profissional - expressando satisfação plena – com uma cabeça estilizada em forma de lâmpada, que representa o lampejo de suas idéias. Os fatores que desencadeiam a satisfação expressa pelo profissional estão representados simbolicamente pelos principais elementos e/ou situações com as quais o profissional bem

⁷ Conforme passo-a-passo em anexo.



preparado poderá se deparar ao longo de sua carreira, tais como: opções de caminhos a seguir, porta abertas para um futuro promissor, possibilidade de alçar vôos cada vez mais altos, vislumbrar caminhos distantes, encontrar a chave do sucesso, corrida contra o tempo, liberdade de expressão e estar sempre os melhores profissionais. E todos esses elementos estão representados por ramificações – todas oriundas da cabeça do personagem - como forma de mostrar que tudo é fruto de sua própria capacidade e de seu talento.

Assim, buscamos representar toda a importância que o portfólio pode representar na vida do profissional de comunicação e, principalmente, incentivar a criação de portfólios pessoais entre os alunos de comunicação, em função da frequência com que o mesmo será requisitado por empregadores no mercado de trabalho, salientando e informando a importância de um portfólio às carreiras de comunicação, e em especial a área de Publicidade e Propaganda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. São Paulo: Futura, 2002. 4ª ed.

PEÓN, Maria Luiza. **Sistemas de identidade visual**. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2001. 2ª ed. revista.

BERTOMEU, João Vicente Cegaro. **Criação na propaganda impressa**. São Paulo: Futura, 2002.

AZEVEDO, Wilton. **Os Signos do Design**. São Paulo: Editora Global, 1996. 2ª ed.

ECO, Umberto. **Semiótica e filosofia da linguagem**. São Paulo: Ática, 1994.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira, 2002.

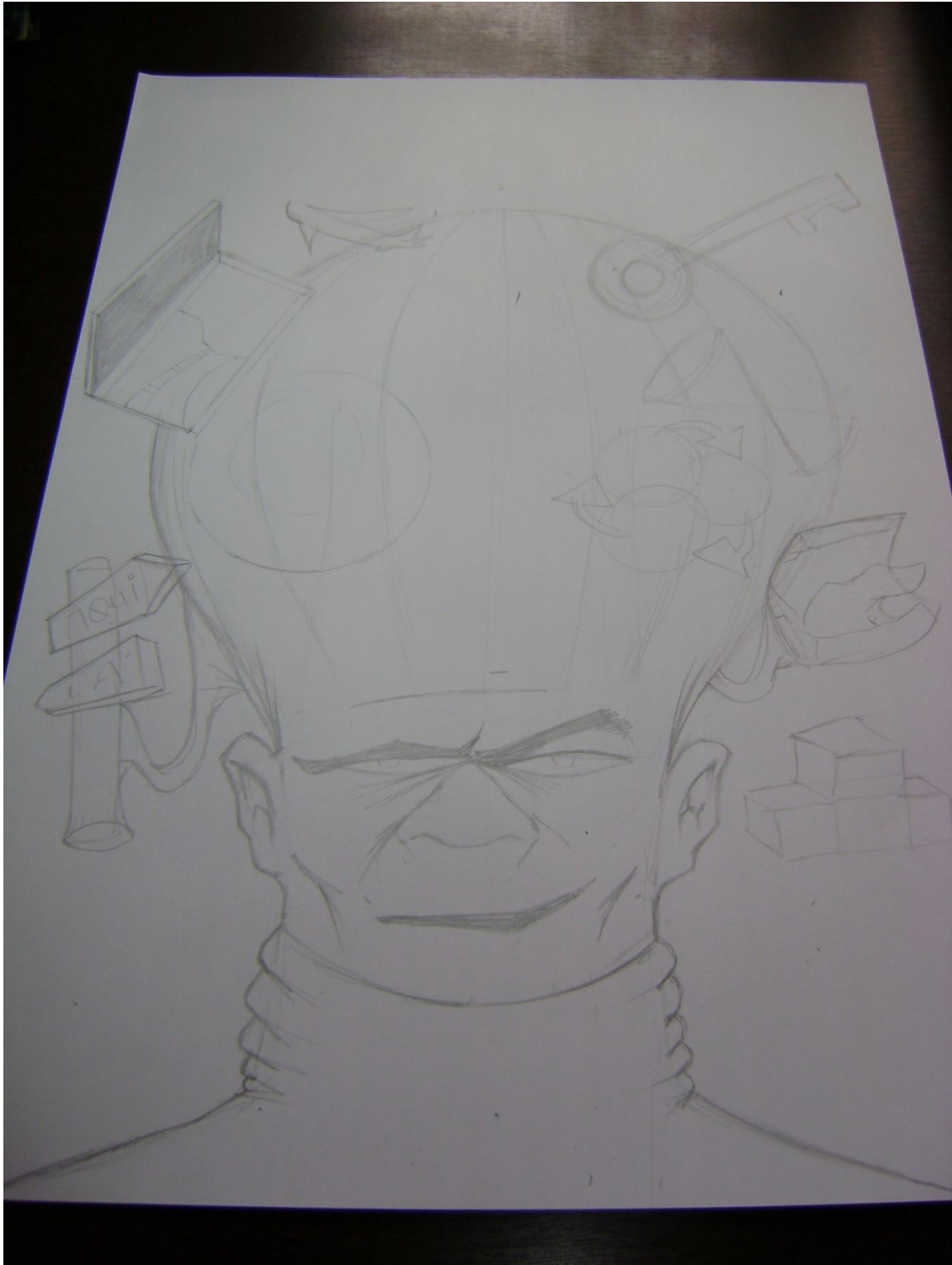


ANEXO

Etapas de construção da ilustração:



Etapa 1 da ilustração.



Etapa 2 da ilustração.



Etapa 3 da ilustração.



Etapa 4 da ilustração.



Etapa 5 da ilustração.