



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

Ilustrada - Jornada de Ilustração Relatório de Projeto

Cláudia Sofia Bravo Leite

Relatório de Projeto Final para obtenção do Grau de Mestre em
Design Multimédia
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutora Catarina Moura

Covilhã, Outubro de 2015

Agradecimentos

A realização deste projeto não teria sido possível sem o apoio e incentivo imprescindível de um conjunto de pessoas que para sempre estarei grata.

À orientadora de projeto, professora Catarina Moura pela orientação, total apoio e disponibilidade, pela transmissão de conhecimentos, pelas críticas e opiniões que, foram uma mais valia ao longo de todo o projeto e, principalmente, pelas palavras positivas que foram fundamentais nos momentos mais críticos.

Aos meus pais, Fátima Leite e Manuel Leite que sempre me conduziram ao caminho do conhecimento, que mesmo nas situações mais delicadas tiveram sempre uma palavra de incentivo e, principalmente, pela valorização das minhas competências e capacidades.

Ao meu namorado António, que sempre esteve presente em todo o meu percurso académico, e sempre se mostrou compreensível nos momentos mais delicados, mostrando sempre uma palavra animadora.

A todos os meus amigos e colegas que me acompanharam neste percurso, que sempre tiveram disponíveis para reconfortar nos piores momentos e para festejar nos melhores.

Muito obrigada a todos!

Resumo

Este relatório tem como propósito relatar as experiências, conhecimentos e resultados alcançados durante o projeto desenvolvido no âmbito do mestrado em Design Multimédia da Universidade da Beira Interior. Está estruturado em três partes específicas, mas intrinsecamente relacionadas.

A primeira parte é essencialmente teórica, destinada a descrever e elucidar as diversas dimensões conceituais que permitem uma melhor compreensão do projeto, sua identidade e fundamentos. O Logótipo, a Tipografia, o Cartaz, o Folheto e o Web design são os elementos formais que constroem este projeto de identidade visual para um evento sobre ilustração chamado ILUSTRADA. Esta parte inclui igualmente o trabalho de pesquisa e listagem de um conjunto de eventos congêneres contemporâneos à ILUSTRADA e uma breve análise aos mesmos.

A segunda parte está destinada à ilustração. Começa-se por contextualizar a sua história, não esquecendo a sua relação com a história do design. Posteriormente, prosseguimos com uma noção mais precisa da ligação existente entre estas duas áreas: o design e a ilustração. Relata-se a experiência e a escolha conceitual da criação das ilustrações para a ILUSTRADA, descrevendo e explicando as referências invocadas para as realizar.

A terceira e última parte é dedicada à dimensão mais prática do projeto, permitindo a visualização dos materiais finais, bem como a percepção do seu potencial desempenho nos ambientes para os quais foram planeados.

Palavras-chave

Ilustração, Identidade, Design, Imagem, Evento

Abstract

This report aims to convey the experiences, knowledge and results acquired along the project developed within the master on Multimedia Design of Universidade da Beira Interior. It is structured in three specific but intrinsically related parts.

The first part is essentially theoretical, destined to describe and shed light on the several conceptual features that allow a better understanding of the project, its identity and core. Logo, Typography, Poster, Flyer and Web Design are the formal elements that build this project on visual identity to an event on illustration called ILUSTRADA. This part also takes into account the research and listing of several similar events contemporary to ILUSTRADA and their brief analysis.

The second part is destined to illustration. We begin by contextualizing its history, not forgetting its connection with the history of design. Afterwards, we proceed giving a more accurate notion of the bond that ties these two areas together. We also relate the experience and the conceptual choice of the creation of ILUSTRADA's illustrations, describing and explaining the references used to make them and assemble the project.

The third and last part is dedicated to the project's practical dimension. It allows the visualization of the final materials, as well as the perception of their potential performance in the environment for which they were planned.

Keywords

Illustration, Identity, Design, Image, Event

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Lista de Figuras	xi
Lista de Acrónimos	xv
Introdução	1
1. Motivação e Problemática	1
2. Objetivos	2
3. Metodologia	2
4. Estrutura	3
Parte I. Identidade	5
1. A Identidade e o Evento	5
1.1. Eventos Congéneres	6
1.2. Ilustrada	8
2. Identidade e Design	10
2.1. Elementos Formais	11
2.1.1. O Logótipo	12
2.1.2. A Tipografia	13
2.1.3. O Cartaz	14
2.1.4. O Folheto	17
2.1.5. WebDesign	17
Parte II. Ilustração	19
1. Conceito e História	19
2. Ilustração e Design	25
2.1. Desenho	27
3. Ilustrar a Ilustrada	28
3.1. Referências	30
Parte III. O Projeto	35
1. Logótipo	35
2. Cartaz	39
3. Folheto	43
4. WebDesign	47
Conclusão	51
1. Apreciação Geral	51
2. Resultados	51
3. Balanço Crítico	51

Referências bibliográficas	55
Livros	55
Documentos Online	56
Sítios Web	57
Anexos	59
Anexo 1. Pesquisa	59
Anexo 1.1. Logótipos	59
Anexo 1.2. Cartazes	62
Anexo 1.3. Folhetos	63
Anexo 1.4. Websites	64
Anexo 2. Ilustrações	71
Anexo 3. CD	79

Lista de Figuras

- Figura 1. – Organograma de trabalhos realizados ao longo do ano.
- Figura 2. – Identificação da Mesopotâmia.
- Figura 3. – Exemplo de eventos congéneres.
- Figura 4. – Estruturas: Monolítica, Endossada e de Marca.
- Figura 5. – Exemplo de Assinatura Visual.
- Figura 6. – Cartaz de Propaganda.
- Figura 7. – Cartaz Publicitário.
- Figura 8. – Detalhe do papiro “Livro dos Mortos”.
- Figura 9. – Detalhe do iluminura “Vergilius Vaticanus”.
- Figura 10. – Detalhe do iluminura “Leabhar Cheanannais”.
- Figura 11. – Página de “Ars Moriendi”.
- Figura 12. – Ilustração desdobrável de “Peregrinationes in Montem Syon”.
- Figura 13. – Página de livro ilustrado “Absurd A. B. C.”.
- Figura 14. – Frame de Animação “DEVOUR DINNER”.
- Figura 15. – Fotografia da obra “Dedicated to Tu-Fu (Du-Fu)”.
- Figura 16. – “Brujeria” de Daniel Bueno.
- Figura 17. – “Dante’s Divine Comedy” de Seymour Chwast.
- Figura 18. – “Calaca” de Christian Montenegro.
- Figura 19. – “Le Cirque” de Julien Canavezes.
- Figura 20. – Assinatura visual da ILUSTRADA.
- Figura 21. – Construção da assinatura visual.
- Figura 22. – Três versões de cores oficiais da assinatura visual.
- Figura 23. – Paleta Cromática da assinatura visual.
- Figura 24. – Versão sem cor da assinatura visual.
- Figura 25. – Exemplos a seguir de possíveis fundos para se aplicar a assinatura visual.
- Figura 26. – Área de Segurança da assinatura visual.
- Figura 27. – Dimensão mínima da assinatura visual.
- Figura 28. – Três exemplos de má utilização da assinatura visual.
- Figura 29. – Tipografia utilizada passa o logótipo.
- Figura 30. – Primeira versão do cartaz.
- Figura 31. – Segunda versão do cartaz.
- Figura 32. – Terceira versão do cartaz.
- Figura 33. – Versão final do cartaz.
- Figura 34. – Exemplo 1 de Folheto - Postal | Frente - Trás.
- Figura 35. – Exemplo 2 de Folheto - Postal | Frente - Trás.
- Figura 36. – Exemplo 3 de Folheto - Postal | Frente - Trás.
- Figura 37. – Exemplo 4 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 38. – Exemplo 5 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 39. – Exemplo 6 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 40. – Exemplo 7 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 41. – Exemplo 8 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 42. – Exemplo 9 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 43. – Exemplo 10 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 44. – Exemplo 11 de Folheto - Postal | Frente - Trás.

Figura 45. – 1ª versão de layout para o website.

Figura 46. – Versão final do layout para o website.

Figura 47. – Uma das empresas com nome no mercado de criação de logótipos.

Figura 48. – Exemplos de logótipos de eventos como a ILUSTRADA.

Figura 49. – Esboços para a conceção do logótipo da ILUSTRADA.

Figura 50. – Esboços para a conceção do logótipo da ILUSTRADA.

Figura 51. – Esboço final para a conceção do logótipo da ILUSTRADA.

Figura 52. – Um dos websites que serve de referência na pesquisa de cartazes.

Figura 53. – Um dos websites que serve de referência na pesquisa de cartazes.

Figura 54. – Um dos websites que serve de referência na pesquisa de folhetos.

Figura 55. – Um dos websites que serve de referência na pesquisa de folhetos.

Figura 56. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 57. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 58. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 59. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 60. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 61. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 62. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 63. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 64. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 65. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 66. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 67. – Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA.

Figura 68. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na conceção do website da ILUSTRADA.

Figura 69. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na conceção do website da ILUSTRADA.

Figura 70. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na conceção do website da ILUSTRADA.

Figura 71. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na conceção do website da ILUSTRADA.

Figura 72. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na conceção do website da ILUSTRADA.

Figura 73. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na concepção do website da ILUSTRADA.

Figura 74. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na concepção do website da ILUSTRADA.

Figura 75. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na concepção do website da ILUSTRADA.

Figura 76. – Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referência na concepção do website da ILUSTRADA.

Figura 77. - Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 78. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 79. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 80. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 81. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 82. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 83. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 84. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 85. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 86. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 87. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 88. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Figura 89. – Uma das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Lista de Acrónimos

UBI	Universidade da Beira Interior
CD	Compact Disc
ENED	Encontro Nacional de Estudantes de Design
IC.N9	Illustration Conference
BD	Banda Desenhada
CMYK	Cyan Magenta Yellor Black(Key)
RGB	Red Green Blue
IPCB	Instituto Politécnico de Castelo Branco

Introdução

1. Motivação e Problemática

O presente projeto que cria este relatório trata da conceção da identidade visual de um evento, a ILUSTRADA. Este foi destinado a um aluno que frequentasse o segundo ano de 2º Ciclo de Estudos em Design de Multimédia.

As principais motivações para participar neste projeto foram a oportunidade de poder fazer um projeto de cariz mais profissional e o interesse pessoal pela ilustração e por projetos de identidade visual corporativa. É de salientar que para qualquer designer faz parte da motivação de qualquer projeto o poder de criação. Observar o fruto do seu trabalho a crescer e a ganhar forma é uma das motivações que mais suscitam interesse num designer.

Sendo a ILUSTRADA a primeira edição de um evento de ilustração que actuará na Universidade da Beira Interior é de grande responsabilidade a solução que será escolhida para o design de identidade da mesma. Uma vez que na mesma instituição já existem eventos anuais sobre design como por exemplo a Designa - que trata de uma Conferência Internacional de Investigação em Design organizada pelo Departamento de Comunicação e Artes mais precisamente o Labcom desde 2011 - que já é conhecido e que conta sempre com a presença de um público objetivo, é de maior interesse responder com a mesma qualidade de comunicação que o design que esta pratica.

Num projeto com esta dimensão pode considerar-se um problema trabalhar individualmente, uma vez que se tem de responder a todos os problemas que surgem no desenvolvimento do projeto sem a mais valia de um projeto de grupo em que vários elementos opinam. Ainda assim é uma questão controversa uma vez que pode ser considerado difícil contrabalançar as relações interpessoais em projetos de grupo. Mesmo sendo um projeto individual não se pode descartar o apoio incondicional do orientador que acaba por se tornar um membro de grupo, que ajuda na discussão de ideias e na avaliação dos resultados finais.

Uma vez definida a essência do projeto a principal dificuldade deste foi de conseguir responder com clareza e eficácia ao design desta primeira edição. Sendo a primeira, a responsabilidade é maior, a imagem visual tem de ser forte e imemorável para assim cativar um maior público. Esta problemática é também sentida como motivação, uma vez que o projeto é de tamanha responsabilidade é motivador poder criar algo com este destaque.

2. Objetivos

Após uma análise detalhada do briefing sugerido, delinear o que se pretende fazer é uma das fases com mais importância num projeto. Numa fase mais primordial do projeto é importante entender-se o que se vai implementar ao longo do tempo definido e assim criar uma metodologia e planificação coerentes.

O objetivo central deste projeto consiste, como já foi referido, em desenvolver uma identidade visual para o evento ILUSTRADA. Uma vez que um projeto de identidade passa por várias etapas, é importante ter em mente os seus objetivos:

- analisar e compreender a identidade do evento - a mensagem que pretende transmitir, a sua missão, a visão, os públicos-alvo, a cultura corporativa, a vantagem competitiva, os pontos fortes e pontos fracos, as estratégias e os desafios para o futuro - junto da instituição;
- elaborar um logótipo para o evento;
- elaborar ilustrações que se integrem em todo o projeto de identidade;
- desenvolver um cartaz e folheto de divulgação do evento;
- criar uma página web informativa e de promoção para o evento;
- elaborar um manual de normas para a respetiva imagem gráfica.

De modo a elaborar-se uma identidade coerente, foi necessária uma boa compreensão de todos os objetivos que esta pretende. Factores como: uma boa coordenação de tempo, a melhor escolha perante todas as possibilidades estudadas e a resolução de todos dos problemas apresentados foram, de facto, encargos decisivos na criação deste projeto.

3. Metodologia

Sendo este um projeto individual a planificação deste foi mais flexível, tendo sempre em conta os prazos estabelecidos. Foi criado um organograma de planeamento para a execução mais correcta e orientada deste projeto. (Fig. 1) De modo a concluir-se todos os objetivos nos prazos definidos, este planeamento é apresentado de modo sequencial e temporal. Tal como se pode observar no organograma, o tempo para cada um dos elementos é destinado consoante as exigências de cada um. Já a ordem dos elementos é definida consoante as prioridades de finalização.

Fez parte da metodologia do presente projeto a pesquisa individual para cada um desses trabalhos. Essa pesquisa passa por recolha de imagens gráficas e de referências que serviram de auxílio na escolha do conceito e imagem a criar. Após esta fase de recolha foi possível

começar-se a desenvolver os primeiros esboços manuais, que posteriormente passaram para o digital. No que concerne ao digital foram utilizados os seguintes programas: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign e ainda pontualmente Adobe Muse.

Para uma escolha correta foram concebidas várias alternativas para cada um dos trabalhos, que posteriormente foram analisadas pela organização do evento de modo a eger a que melhor se enquadrava no pedido.

Ao longo do projeto foram feitas algumas reuniões que também se consideram parte integrante da metodologia utilizada. Estas reuniões foram importantes no sentido em que ofereceram experiência profissional, debatendo-se, analisando-se e selecionando-se junto da organização as possibilidades concebidas.

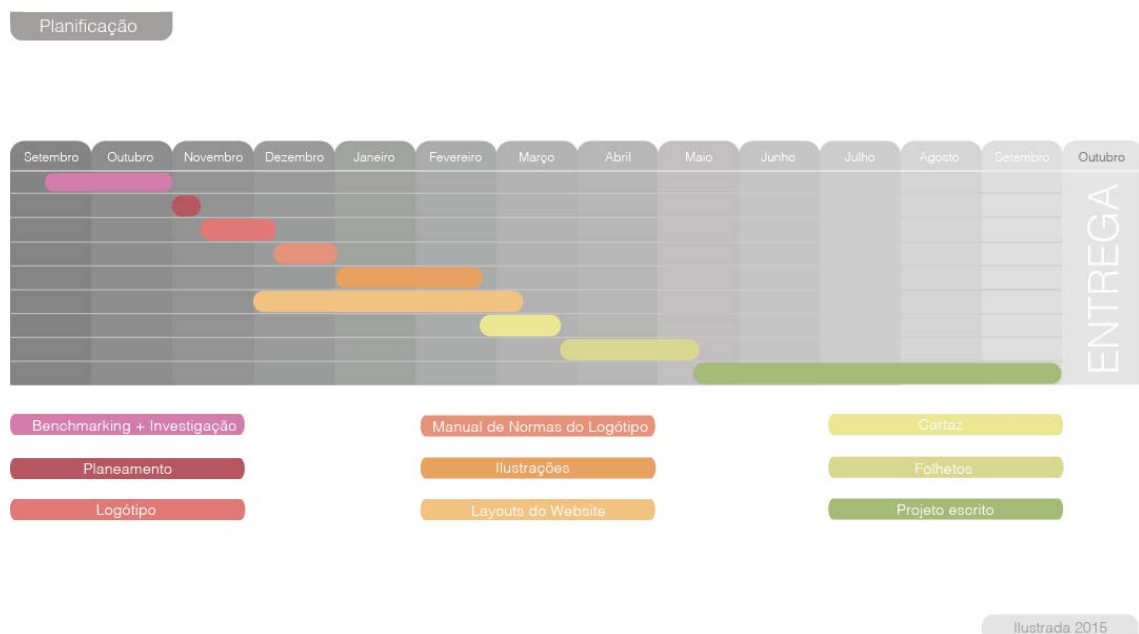


Figura 1: Organograma de trabalhos realizados ao longo do ano

4. Estrutura

A natureza deste relatório de projeto é descrever os processos de trabalho e em que este se fundamenta. Neste sentido, dividiu-se este relatório em três partes. A primeira parte diz respeito à Identidade, nesta encontra-se o enquadramento teórico deste projeto. Primeiramente esta parte define o que é identidade desde o seu sentido mais primordial até à identidade de projetos deste cariz. Explica o que é um projeto de identidade visual corporativa, neste caso de um evento. Introduce o evento ILUSTRADA e o que se pretende com o mesmo. O estudo e recolha de outros eventos com o mesmo cariz está presente também

nesta primeira parte. A descrição individual de cada um dos elementos formais utilizados na concepção da imagem gráfica e ainda o conceito base para cada um deles concluem esta parte.

A parte II destina-se à Ilustração. Sendo a temática que anda sempre em torno de todo o projeto, foi de maior importância destacar-se em uma das partes do relatório esta prática. Aqui aborda-se a Ilustração como área particular. Dá-se uma breve contextualização histórica desta área, relaciona-se a mesma com o design e o trabalho em conjunto que cada vez mais estes exercem, dá-se o parecer do que foi ilustrar a ILUSTRADA, desde a criação concetual até à prática e por fim alistam-se as referências de ilustração que serviram de maior inspiração.

Por fim na parte III, apresentam-se os trabalhos finais deste projeto, o logótipo, o manual de normas, o cartaz, o folheto e o web design. Nesta parte pode visualizar-se toda a imagem gráfica e as respetivas normas de utilização dos mesmos.

Parte I. Identidade

1. A Identidade e o Evento

Desde os primórdios da humanidade que o ser humano dá uso à imagem para, assim, comunicar ideias, pensamentos ou significados sobre si mesmo e sobre tudo o que o rodeia. “Indivíduos, comunidades e organizações expressam a individualidade por meio de sua identidade.” (Wheeler, 2008, p.10) Seguindo a ideia de Wheeler, a identidade remete para um conjunto de características, que têm como finalidade distinguir indivíduos, organizações ou comunidades uns dos outros e em diferentes contextos.

Primordialmente, as identificações tinham a função básica de identificar o gado e as propriedades dos indivíduos, como por exemplo as identificações visuais na Mesopotâmia.(Fig.2) Porém, acredita-se que com a evolução destas identificações ao longo dos anos, nasceu no mundo atual corporativo, aquilo a que denominamos de marca. Classificar a marca pode ser complexo, sendo que esta desfruta de várias definições.

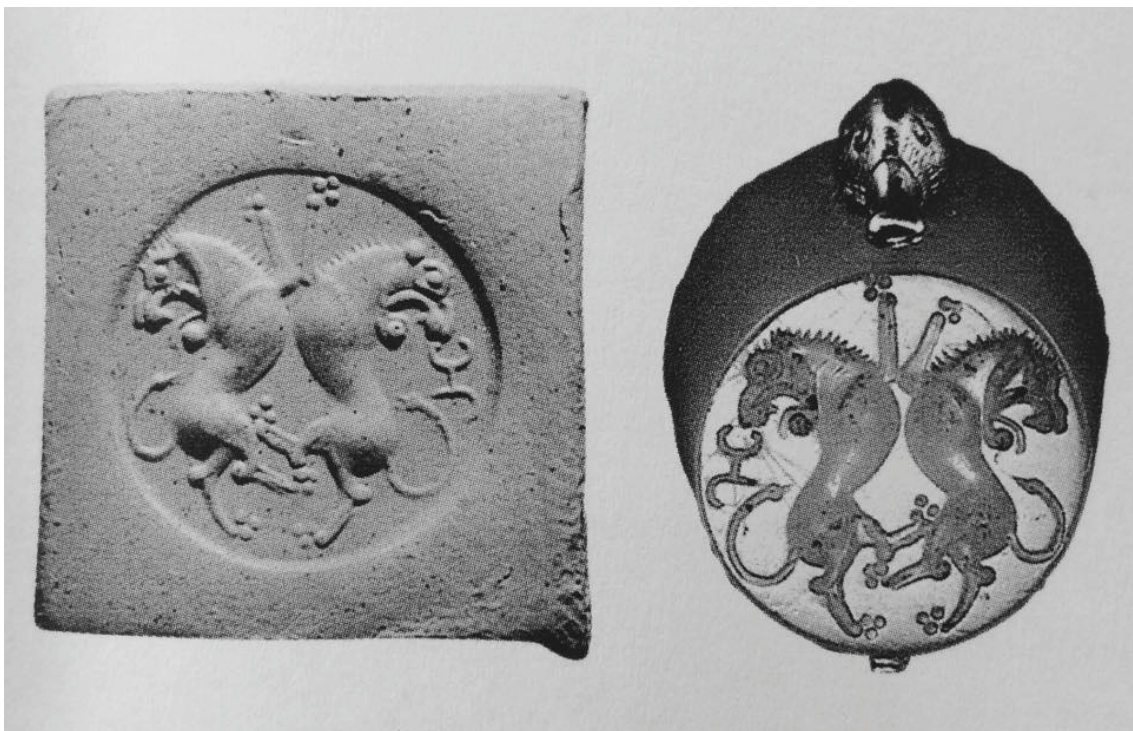


Figura 2: Exemplo de identificação na Mesopotâmia. Sinete persa de cunhagem 500 a.C. (fonte: Meggs, Philip (2009), História do Design Gráfico. Editora COSAC NAIFY)

Segundo Daniel Raposo (2008, p.14), a marca define-se em três significados, o propósito, que se trata do que a empresa pretende alcançar com a criação da marca, o significado

descodificado, que se refere à informação que a marca disponibiliza e identifica, e por fim o significado aberrante descodificado, onde através de bases de dados se inserem outros significados. Já para Wheeler (2008, p. 12) “A marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa.”

Raposo dá uma definição mais detalhada e subdividida em três significados, onde este apresenta a marca do ponto de vista da empresa. Por outro lado, Wheeler dá uma noção mais sintetizada, que expressa a marca do ponto de vista do consumidor. Pode dizer-se que estas duas definições se complementam, uma vez que no que se refere à marca esta trata, de facto, do significado que está por traz da instituição, empresa ou organização, mas também do significado que o consumidor lhe dá.

Todas as marcas procuram uma identidade que as definam e que as distingam das restantes. Assim sendo, a identidade da marca reverte para uma mensagem verbal ou visual que caracteriza a mesma. No que diz respeito à esfera do design, quando surge a necessidade de se representar visualmente esta mensagem, passa-se à criação da imagem gráfica, que consequentemente cria a imagem corporativa.

É comum confundirem-se ou misturarem-se os seguintes conceitos: a imagem gráfica e a imagem corporativa, tratando-se todavia de definições distintas. A imagem gráfica é o projetar “físico” da identidade corporativa, frequentemente criada através dos seguintes elementos visuais, o logótipo, os símbolos, a assinatura visual, as cores e a tipografia. Por outro lado, a imagem corporativa é a análise que o público em geral faz sobre a marca, a opinião que tanto clientes como a sociedade criam sobre determinada organização ou empresa, tal como explica Raposo (2008, p.19) “A imagem corporativa é o registo público dos atributos identificatórios e por vezes identitários da organização. É a interpretação espontânea ou intencional feita pela sociedade, cada grupo, sector ou colectivo, acerca da organização.”

No que diz respeito ao presente projeto, a marca refere-se ao evento.

1.1 Eventos Congéneres

Fez parte do presente projeto, um estudo e recolha de eventos com o mesmo cariz. Nesta pesquisa chegou-se à conclusão que em Portugal são poucos os eventos que tratam única e exclusivamente a ilustração, na sua maioria são criadas apenas exposições, porém dar-se-ão seguidamente exemplos de eventos portugueses que têm o propósito cultural idêntico à ILUSTRADA.

Começando pela Ilustrarte, trata de um evento que visa promover ilustrações infantis quer de ilustradores nacionais como internacionais, quer principiantes ou seniores. O objetivo do evento é promover a ilustração infantil como forma de arte. A organização do evento lança, previamente ao evento, um concurso que solicita três ilustrações originais e que não tenham sido publicadas ainda. Os vencedores poderão participar numa exposição coletiva. O evento tem também como propósito conferências sobre o que de melhor se faz de ilustração infantil no mundo. Este é o exemplo nacional mais similar à ILUSTRADA.

CONFIA é o evento que se segue. Este trata de uma conferência sobre ilustração e animação que já vai na quarta edição e que acontece no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave. Com esta conferência pretende-se gerar debates sobre estas duas áreas e a apresentação de projetos das mesmas. Projetos esses que são submetidos a uma avaliação prévia, para assim terem uma escolha mais objetiva. Sendo assim um dos eventos nacionais que mais se identifica com a ILUSTRADA.

Temos ainda o grupo Ilustração Contemporânea Portuguesa, um grupo de pessoas que actuam unicamente via internet, portanto não se trata de um evento mas de um website que tenciona, de igual modo, a promoção de tudo o que possa estar relacionado com a ilustração, desde criação de concursos, artigos sobre ilustradores, divulgação de exposições de ilustração entre outros.

De seguida, a Amadora BD, embora não se trate de um evento de ilustração e sim de banda desenhada, é importante de salientar, uma vez que, tal como referido anteriormente, eventos de ilustração são escassos. Este evento devota uma área vizinha à ilustração. Pode-se dar igualmente como bons exemplos de eventos com os mesmos propósitos culturais que a ILUSTRADA em Portugal: a Designa, evento direccionado ao design originado na Covilhã, Olho Festival, evento sobre animação que atua na cidade do Porto, ENED, encontro nacional de estudantes de Design, que decorre rotativamente em vários locais do país e a experimentadesign, mais que uma associação cultural é a plataforma da bienal com o mesmo nome, sediada em Lisboa. Os exemplos que se acabaram de dar não são dedicados à ilustração, mas podem ser referidos devido ao seu contributo para a reflexão sobre as várias dimensões da Cultura Visual em Portugal.

No que diz respeito a eventos com esta finalidade internacionais, a oferta é maior. A IC.N9 - The Illustration Conference é um evento criado nos Estados Unidos da América, que forma conferências direccionadas à ilustração no âmbito do design, publicidade e comunidades académicas. Sendo a sua finalidade desenvolver um espaço para os ilustradores mais influentes e líderes na indústria da ilustração comunicarem questões de domínio profissional e artístico. O exemplo que se segue actua na Alemanha, mais precisamente em Berlim, Pictoplasma Conference. O objetivo deste evento é criar conferências no campo das artes,

como a ilustração, o design e animação. O Objetivo aqui é não só participar nas conferências, em que os artistas actuam, mas também ver as exposições dos mesmos que estão presentes no mesmo espaço. Pick Me Up é outro evento que serve como bom exemplo e dentro dos mesmos objetivos dos anteriores, já este acontece em Inglaterra. Crê-se que estes três últimos são eventos de ilustração com grande reconhecimento internacional, contudo podem-se referir nomes como IlustraLab e OFFSET igualmente com o mesmo intuito que os demais.

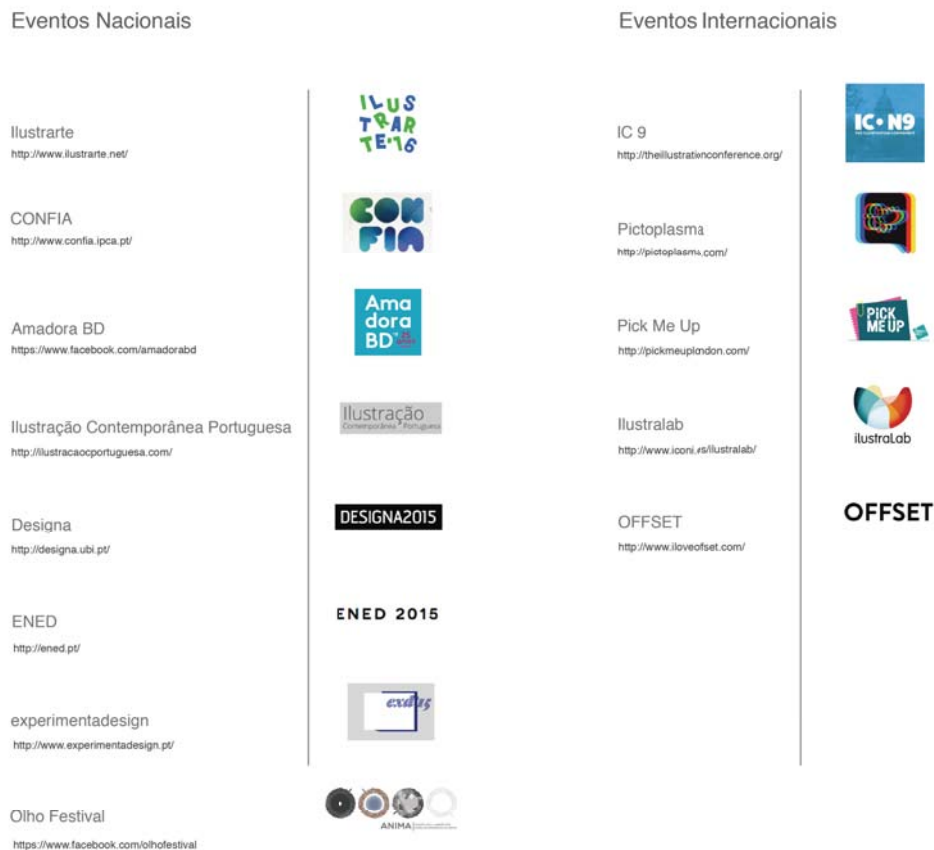


Figura 3: Alguns exemplos de eventos com o mesmo propósito cultural que a ILUSTRADA.

1.2 Ilustrada

A ILUSTRADA é um encontro de ilustração que terá a sua primeira edição no dia 18 de Fevereiro de 2016, no Anfiteatro da Biblioteca Central. Pretende-se que este evento se repita anualmente, marcando com ele uma rotina de abertura do segundo semestre. A organização da jornada tem o apoio do LabCom.IFP, unidade de investigação pertencente à Faculdade de Artes e Letras. No entanto, e apesar da sua evidente afinidade com as áreas de formação do universo que a enquadra, desviá-la deste epicentro para a Biblioteca permitirá que outros

públicos possam aperceber-se da sua existência e envolver-se no conjunto de dinâmicas que se pretende criar em seu redor.

Por definição, a ilustração é uma área que convoca múltiplas outras, de forma mais óbvia ou mais subtil, atravessando as distintas formações do Departamento de Comunicação e Artes e reflectindo-se de algum modo em todas elas, com natural ênfase nas áreas da imagem. O carácter interdisciplinar da ILUSTRADA é, ainda assim, reforçado nesta sua primeira edição pela colaboração com o curso de Ciências da Cultura, incorporando uma das suas actividades, o Projeto 10. Este tipo de sinergia é apenas um exemplo de muitas que o evento pode e pretende potenciar, o que permitirá igualmente catalisar a participação e colaboração de membros de distintos Núcleos e/ou linhas de investigação do LabCom.IFP, dependendo da temática proposta para cada edição da Jornada.

Na sequência da ILUSTRADA, foi igualmente proposta e aceite pela Biblioteca da UBI a criação de uma Fanzinoteca, cuja 'alimentação' beneficiará de uma Chamada de Fanzines de Ilustração realizada no âmbito do Call de Projectos do evento. A Fanzinoteca tem já um espaço físico na Biblioteca, prevendo-se a sua inauguração e abertura também em Fevereiro. Todos os anos, a ILUSTRADA procurará trazer à UBI um conjunto diversificado de convidados, nacionais e internacionais, que contribuam para pensar a Ilustração e a sua relação com áreas como o Design, o Desenho, a Animação, a Moda e a Ciência, entre outras, na perspectiva do mundo académico, dos ilustradores, dos seus públicos, das editoras e das galerias que, cada vez mais, abrem exclusivamente os seus espaços à exposição deste tipo de trabalhos.

A ilustração vive um magnífico momento de expansão reflectido no número crescente de livros ilustrados publicados por ano, na edição de compilações de autores ou tendências emergentes, na sua presença cada vez mais activa na publicidade e nos meios audiovisuais, no número crescente de formações na área que vão surgindo em escolas profissionais, politécnicos e, cada vez mais, universidades.

A ILUSTRADA pretende constituir-se como um espaço de reflexão em torno da ilustração nas suas distintas dimensões, âmbitos e aplicações, sublinhando através dela a aproximação e o cruzamento das mais diversas disciplinas artísticas e o potencial que advém das pontes entre elas estabelecidas e de um conseqüente sentido de inquietação e efervescência que ajuda a explicar o actual dinamismo gerado em torno deste universo e dos seus múltiplos afluentes. Interessa-nos o potencial performativo, híbrido e heterogéneo destas (meta)linguagens, a sua permanente capacidade regenerativa e constante presença mediática, para tentar perceber de que modo condicionam e/ou expandem a nossa cultura visual e, através dela, o nosso olhar e modo de ver. Move-nos igualmente o que nela nos permite a procura (ou redescoberta) do que pode restar de um certo sentido físico da nossa relação com a imagem, não só enquanto criadores, mas enquanto observadores.

2. Identidade e Design

Desenvolver uma identidade visual requer um conhecimento aprofundado da organização para uma boa comunicação da mesma. Para se criar o design gráfico da imagem, primeiramente tem de se entender o valor e em que mercado a organização se insere, portanto trata-se de uma etapa de pesquisa que não pode ser ignorada, para assim se conceber uma identidade visual corporativa forte, tal como denota Raposo (2008, p.17) “com imagens gráficas coordenadas e desenvolvidas a partir dos valores da organização, cria-se Identidade Visual Corporativa.”

Neste seguimento, o presente projeto tem como finalidade a projeção de um sistema de identidade visual para o evento ILUSTRADA. De acordo com Wally Olins (1990), citado por Raposo (2008), pode-se estruturar uma identidade visual corporativa com base em três formas, Monolítica, Endossada e de Marca. A primeira refere-se a uma organização que usa apenas um único nome e estilo visual; por outro lado, a segunda refere-se a uma organização que tem um grupo de actividades ou empresas dependentes do nome e por fim; a terceira diz respeito a uma organização que funciona através de um grupo de marcas que estão relacionadas ou não entre si e com o grupo. Para uma melhor percepção destas três formas apresenta-se a fig.4.

Exemplos de Identidades Visuais Corporativas com base na forma Monolítica



Exemplo de Identidade Visual Corporativa com base na forma Endossada



Exemplo de Identidade Visual Corporativa com base na forma Marca



Figura 4: Auxiliar de texto - Exemplos de projetos de Identidade Visual Corporativa que se enquadram nas estruturas; Monolítica, Endossada e de Marca. Segundo Wally Olins

Acompanhando este ponto de vista, a ILUSTRADA enquadra-se na categoria Monolítica, uma vez que não necessita de terceiros para a comunicação da mesma, apresentando-se num único nome e com apenas um estilo visual.

Raposo (2008, p.133) “O objetivo de um projeto de Identidade Visual Corporativa é conseguir definir um sistema de signos descodificáveis pelos stakeholders do modo pretendido, sem que para tal se minta ou se recorra a métodos pouco éticos.”. E, para tal, é necessária uma pesquisa prévia. Uma vez que a ILUSTRADA trata a primeira edição de um evento, não foi necessária uma recolha do que fora criado graficamente anteriormente, como é comum neste tipo de projetos. Contudo, foi necessário conhecer e compreender os objetivos do evento. Desde a definição do seu público-alvo, passando pela compreensão da missão que esta acarreta, os seus pontos fortes e pontos fracos, tudo fez parte da fase inicial de pesquisa que, de facto, não pode ser dispensada em projetos deste cariz. Fez parte da pesquisa também o reconhecimento tanto a nível nacional como internacional de eventos com o mesmo propósito. Após esta pesquisa, foram selecionados os melhores exemplos de identidade gráfica actualmente criados e, posteriormente, fez-se uma listagem dos logótipos e dos respetivos layouts dos websites, onde podemos analisar no anexo 1.

Foram necessários todos estes passos para a criação da identidade corporativa da ILUSTRADA. Sem uma compreensão e conhecimento prévios de todas as variantes que englobam o evento e sem a investigação dos eventos e consequentemente das identidades visuais que são criadas neste momento em eventos do mesmo cariz que a ILUSTRADA, não se teria uma instrução ciente e com fundamento.

2.1 Elementos Formais

Considera-se que os elementos formais da identidade visual englobam um conjunto de signos de identidade desenvolvidos pelo designer que constituem a imagem gráfica da marca, neste caso do evento. Para a imagem gráfica da ILUSTRADA, os elementos formais aqui descritos são: o logótipo, o cartaz, o folheto e o Website.

“Partindo do princípio de que existem dados (que podem ser oriundos de uma auditoria de imagem corporativa) suficientes sobre a empresa, seu funcionamento interno e externo, identidade, o sector de actividade e os concorrentes e o modo como é percebida, podem definir-se os signos de identidade.”(Raposo, 2008, p.133) Tal como refere Raposo, e após uma análise prévia dos seguintes factores que englobam a ILUSTRADA, a identidade, a sua missão, a sua visão, os públicos alvo, os valores, os pontos fortes e fracos, a estratégia e os desafios para o futuro, foi possível começar-se a estruturar a imagem gráfica do evento.

Nesta fase de criação, o designer procura agregar o significado com a forma. A parte mais complexa desta fase de trabalho é a redução de ideias complexas a elementos visuais simplificados que trespassem com clareza as mensagens desejadas. Para um bom produto final, o designer necessita de examinar minuciosamente todas as ideias que põe em cima da mesa, e não escolher uma ao acaso. E tendo em conta que vivemos num mundo farto em termos de imagens, o trabalho de análise é crucial na escolha do design.

2.1.1. O Logótipo

Existe, por vezes, uma incorreta compreensão entre os termos logótipo e marca. A marca refere-se ao símbolo abstrato ou figurativo, já o logótipo diz respeito a uma imagem específica que é gerada com o auxílio tipográfico. Para uma melhor compreensão, destaca-se a definição de Lupton (2006, p.53) “Se algumas marcas são feitas com símbolos abstratos ou ícones pictóricos, um logótipo usa letras para criar uma imagem distinta.” Habitualmente o logótipo é composto por uma ou mais palavras constituídas por uma determinada fonte tipográfica, que pode ser original ou redesenhada, conforme a decisão do designer. Quando se junta a marca, símbolo ou ícone ao logótipo, imagem criada através da tipografia, nasce a assinatura visual.(Fig.5) A assinatura visual refere-se a uma imagem visual, constituída pela marca e pelo logotipo, que tem como escopo evidenciar um conceito.

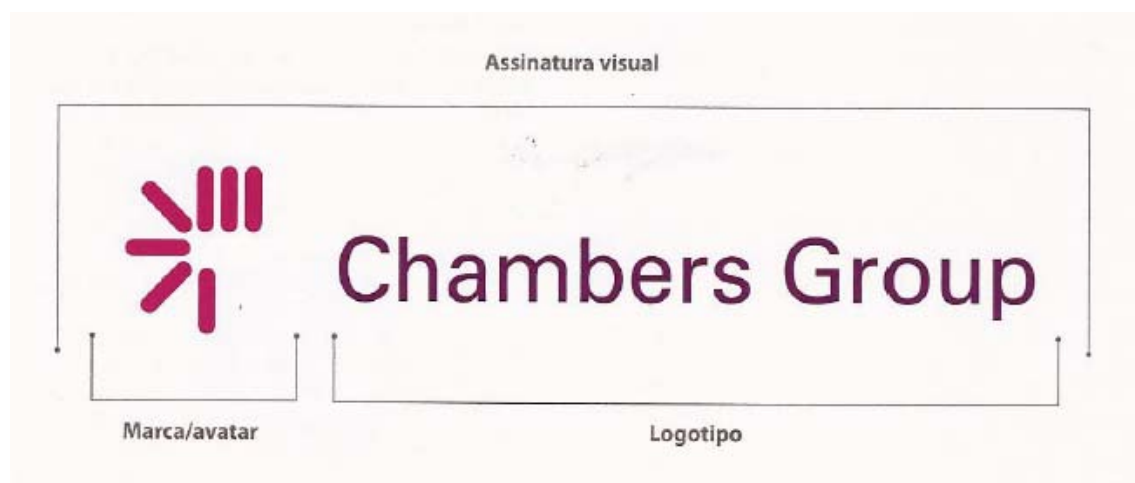


Figura 5: Exemplo de Assinatura Visual - Chambers Group (fonte: Wheeler, Alina (2008), Design de Identidade da Marca. Editora Bookman)

Tendo em conta que, o conceito que a assinatura visual pretende passar é a identidade e todas as características da empresa, ou neste caso do evento, para um produto final bem concebido é necessário a criação de um logótipo sustentável, único e duradouro. Antes de qualquer pesquisa torna-se necessário ter em consideração a seguinte afirmação de Wheeler (2008, p.116) “A legibilidade é obrigatória em várias proporções e numa amplitude de mídias, seja o logotipo impresso em serigrafia no corpo estreito de uma caneta esferográfica ou

iluminado em um gigantesco cartaz externo, 20 andares acima do solo.”. Ou seja, ter em conta a legibilidade é uma das preocupações centrais na criação de um logótipo, saber para que fim este é criado, em que plataformas este irá actuar.

A comunicação correcta da identidade e a legibilidade são factores importantes na conceção de um logótipo, mas também o é igualmente relevante a escolha da fonte tipográfica e das cores a serem utilizadas, de modo a criar uma harmonia entre todos os elementos.

Posteriormente a um bom entendimento destas definições, passou-se à pesquisa e análise dos diferentes tipos de comunicação que se encontram no mercado actual de eventos deste cariz. Esta análise é feita tanto a eventos que utilizem marca, como logotipo ou assinatura visual como meio de comunicar a sua identidade. “A assinatura visual é a combinação de design específica e inegociável da marca comercial e do logotipo. As melhores assinaturas têm zonas de isolamento específicas para proteger a sua presença.”(Wheeler, 2008, p.116) Seguindo os parâmetros do que serão bons exemplos, tanto a nível tipográfico, como de seleção de cor, de estrutura, ou de uma passagem correcta do conceito, foram seleccionados alguns modelos que se consideram ser exemplares. Esta pesquisa serviu não só como base de dados, mas também como reflexão de como se poderia diferenciar a imagem gráfica da ILUSTRADA em relação as outras. Uma vez que existem poucos eventos de ilustração, é igualmente importante alargar horizontes, a pesquisa teve de passar também por todo o tipo de criação de logótipos e marcas que sejam considerados bons exemplos gráficos. (anexo 1.1)

2.1.2. A Tipografia

Veja-se, agora, o conceito de tipografia. “Uma imagem unificada e coerente de uma empresa não é possível sem uma tipografia que tenha uma personalidade especial e uma legibilidade inerente.”(Wheeler, 2008, p.122) A tipografia é um dos elementos essenciais no processo de um projeto de identidade. Tal como toda a imagem gráfica que anda em torno de um projeto de identidade, a tipografia merece de igual modo destaque, uma vez que esta tem também o propósito de transmitir valores e ideais da empresa. A união de todos os elementos tem de ser harmoniosa e, para isso, torna-se necessária uma análise prévia antes da escolha final da fonte tipográfica.

Com o aparecimento do computador em meados dos anos 80, foi possibilitado aos designers maior liberdade de exploração da tipografia, no meio digital. E com esta inclusão tecnologia surge-lhes também a possibilidade de manusear a tipografia já existente, ou seja, passa a ser possível e com mais facilidade, distorcer e redimensionar as fontes, para variadas finalidades, tendo sempre em consideração a legibilidade. Porém, é uma prática que embora facilite algumas aplicações da tipografia em determinados projetos, não deve ser considerada solução

para todas as finalidades. “Você pode mudar a largura de composição de uma fonte brincando com as suas escalas horizontal e vertical. Isso distorce a proporção das letras, forçando elementos grossos a ficarem finos e vice-versa. Ao invés de torturar uma letra, escolha um tipo com as proporções de que precisa - estreito, comprido ou largo.” (Lupton, 2006, p.36) Tal como refere Lupton, existem sempre alternativas para qualquer que seja a necessidade do designer e, para isso, é necessário, previamente à execução do projeto, criar uma base de dados tipográfica, tendo, assim, um conhecimento amplo sobre as fontes que se poderá adotar.

Após uma recolha e análise tipográfica, foram escolhidas duas fontes, tendo sempre em conta a homogeneidade do projeto, a Helvetica Neue e a DIN. Estas duas fontes tipográficas encontram-se presentes em diferentes aplicações: a Helvetica é a imagem do logótipo; já a DIN é a fonte secundária que está presente em informações adicionais tanto no cartaz como no folheto, sendo também a fonte principal do website.

2.1.3. O Cartaz

E o cartaz? Que papel detém? “Muitas vezes já se disse que a civilização contemporânea era a civilização da imagem, que era o que ela tinha de mais específico com relação a todas as civilizações passadas.” (Moles, 2005, p.15) Abraham Moles refere que vivemos numa era da imagem, e de facto, relacionando a civilização actual com anteriores, em relação à comunicação, é o que nos diferencia. Este novo universo da comunicação tem base em elementos como, a fotografia, o jornal, o cartaz, o cinema, a televisão, o computador, o tablet, o smartphone, entre outros. É a partir do século XIX que estes novos meios começam a ser desenvolvidos. Aqui, falamos de diferentes tipos de imagem, mas a que está no cerne deste tópico é a imagem fixa, o cartaz.

“Um cartaz moderno será, pois uma imagem em geral colorida contendo normalmente um único tema e acompanhado de um texto condutor, que raramente ultrapassa dez ou vinte palavras, portador de um único argumento. É para ser colocado e exposto à visão do transeunte.”(Moles, 2005, p.44) Tal como Moles afirma, o cartaz é a união da imagem à tipografia, a fim de comunicar. Trata-se de um suporte fixo e intransportável, que pode ser em papel ou uma imagem virtual, que tem como objetivo divulgação de informação. Este caracteriza o cartaz como uma imagem fixa no sentido em que, por exemplo, a televisão trata de uma imagem animada e com movimento, quando se refere a imagem intransportável. Com isto, significa, por exemplo, que em relação ao jornal não é transportável, sendo então um objeto estático e que não passa de mão em mão. Maioritariamente o cartaz está afixado em zonas urbanas, para assim cativar um maior público, contudo nos dias que correm, a internet, sendo um dos meios de comunicação mais activos e presentes no quotidiano das

peessoas, tem também presente o cartaz.

Desde a sua génese, o cartaz actua em diferentes propósitos, de propaganda ou publicitário. O primeiro pretende transmitir uma mensagem ao observador com o intuito de o atrair, agradar ou fascinar; já o segundo tem como objetivo promover valores e virtudes de determinadas instituições a fim de vender produtos.



Figura 6: Exemplo de Cartaz de Propaganda de Joseph Binder. Proposta para os Estados Unidos da América Army Air Corps, 1941. Pode-se observar uma grande profundidade espacial que é criada através da dimensão da asa do avião em relação aos aviões atrás. (fonte: <http://www.moma.org/collection/works/8050?locale=en>)

Para um melhor entendimento das funções do cartaz, segue-se o conceito de Moles, que lhe denota seis funções, a função da informação, a função de propaganda ou de publicidade, a função educadora, a função da ambiência, a função estética e a função criadora. A primeira, a função da informação, refere-se ao anúncio ou cartaz anunciador, que dá uso principalmente da palavra para enfeitiçar o observador. Já a segunda, a função de propaganda ou de publicidade, tem como finalidade persuadir ou fascinar o observador, dando uso de um registo mais expressionista, tanto a nível semântico como estético. A função educadora, que advém obviamente da função cultural, trata de uma função que é considerada passiva, uma vez que o observador está sempre a adquirir conhecimento através dos cartazes mesmo os que não o cativam, não deixam de lhe disponibilizar informação. A quarta, a função de ambiência, diz respeito ao papel do cartaz no ambiente urbano. Moles considera esta função incoerente uma vez que, o designer quando está a criar o cartaz, não

está obviamente a pensar nas condições de cada espaço físico onde este vai atuar. Ainda assim é uma função implícita. A próxima função é a função estética. Esta está carregada de significado, mais do que o que sugere. O papel do designer aqui é de criar uma estética que agrade e transcenda o próprio significado, através das cores, formas, posição dos elementos e contrastes. A sexta e última função é a criadora, sendo que cada vez mais é solicitada a produção de cartazes ou imagens, sendo conseqüentemente necessário mais criadores.



Figura 7: Exemplo de Cartaz Publicitário de Paul Rand. Proposta para Ohrbach's, 1946. Pode-se observar uma homogeneidade bastante consistente entre todos os elementos; tipografia, fotografia, logótipo e desenho. (fonte: <http://www.paul-rand.com/foundation/ads/#>)

Tendo em conta o seu significado, os seus propósitos e as suas funções, o cartaz foi um dos elementos formais escolhido para promover a ILUSTRADA. Usualmente, o cartaz faz parte de um conjunto de elementos criados para uma campanha publicitária. Para o evento, não foi criado nenhum projeto desse cariz, ainda assim surge a necessidade de o promover numa escala mais alargada, dando então uso ao cartaz. O cartaz da ILUSTRADA tem como cerne uma ilustração, que segue o registo gráfico de todas as ilustrações criadas para a identidade visual do evento, o auxílio do texto que não passa das 15 palavras, que serve para identificar o evento e a data do mesmo. E, por fim, o logótipo como elemento substancial deste projeto de identidade. (anexo 1.2)

2.1.4. O Folheto

Outra forma de promover o evento foi através do folheto. Comumente este é impresso num formato que possibilite a circulação de mão em mão e que seja de fácil manuseio, normalmente impresso em formato A5 ou A6. O propósito deste é, obviamente, a transmissão de informação, quer seja publicitária ou simplesmente de divulgação, sendo o seu objetivo cativar públicos. O folheto actua em ambientes urbanos, para assim conseguir um leque maior de observadores.

“Enquanto você espera pelo café com leite, vê folhetos expostos em um rack estilizado. Abre o envelope que chega mensalmente com as explicações de seu fundo mútuo de investimentos e eis ali a inserção de um folheto. Desempacota o seu novo iPod e vem com ele um pequeno folheto. Vai ao médico e cada serviço de seu convênio de saúde tem uma publicação própria.”(Wheeler, 2008, p.140) O autor expõe uma visão abrangente de episódios onde se presencia a presença dos folhetos e, com isto, percebe-se a dimensão em que estes atuam. E por ser um objeto de identidade que opera em quase todos os locais onde o público se movimenta, foi escolhido para promoção.

Na criação do folheto deve ter-se em conta a linearidade gráfica que se adotou nos outros elementos formais para, assim, se obter uma comunicação homogênea e consistente da identidade do evento. Deste modo, o público identifica familiaridade entre todos os elementos. A tipografia, o uso de cor, as ilustrações, o logótipo, são elementos que estão presentes em todas as aplicações da imagem gráfica. Assim sendo o folheto também dispõe deles.

2.1.5. Web Design

A internet é o meio de comunicação actual que abrange maior público, sendo portanto um meio global. Em qualquer lugar do mundo, torna-se possível aceder a quase toda a base de dados presente na internet. E sendo este meio tão abrangente, a ILUSTRADA não poderia deixar de participar nesta dimensão virtual. Promover a ILUSTRADA através do cartaz ou do folheto, é uma escolha mais centrada na localidade onde irá acontecer o evento, uma vez que se trata de dois tipos de promoções mais físicas. A fim de captar a atenção de mais públicos, criou-se uma página web.

“O website de uma empresa deveria responder prontamente a estas perguntas: “Quem é a empresa? O que há nela para mim?””(Wheeler, 2008, p.144) Sendo este um projeto de identidade, é claro que na página web não podiam faltar elementos que transmitam a identidade do evento, e que entrem em conformidade com as restantes aplicações do

projeto. Como Wheeler menciona, quando se entra numa página web é importante que as primeiras respostas que o utilizador encontra sejam referentes às perguntas acima. Para isso, é necessário ter um bom entendimento dos fundamentos de webdesign.

Figueiredo (2004, p.49) dá uma definição concisa do sobre a prática do design. “O design determina a forma. E a forma deve seguir a função. A adequação dos objetos à sua função de uma forma esteticamente agradável é a base do design.” Neste sentido, uma das funções mais importantes do web design é o estabelecimento hierárquico dos objetos visuais, sendo que a escolha minuciosa da posição desses objetos cria uma espécie de mapa virtual que guia a atenção do utilizador de modo subtil. É importante criar-se primeiramente um sistema de grelhas, onde posteriormente se colocará a informação desejada, para não se criar uma página que pareça um bloco de texto que facilmente afaste o utilizador. Ao se criar este sistema de grelha, cria-se contraste no web design da página. Nesta perspetiva, esse contraste é parte do mapa virtual. Esculpida a forma da página, e a hierarquia da informação, passa-se à escolha das cores, tendo sempre em conta a tipologia do evento e o seu público.

As páginas web são compostas por elementos gráficos, tipografia, formas e cores. A escolha destes elementos é fundamental no que diz respeito a um projeto de identidade. Deve-se, então, ter sempre em consideração as aplicações anteriores para uma conformidade do projeto e, assim, sendo o web design da ILUSTRADA passa por todas estas etapas.

Para a conceção de todos os elementos formais do presente projeto de identidade foi necessário fazer uma pesquisa anteriormente. Para o webdesign procuraram-se exemplos de páginas com o mesmo cariz que a ILUSTRADA.(Anexo 1.4.) Foram criadas onze ilustrações para os layouts, fazendo com que o utilizador se familiarize com o intento do evento.

Os websites mais comuns funcionam horizontalmente, mas para a ILUSTRADA optou-se por um website que funcionasse verticalmente. Os websites verticais têm a mais valia de se adaptarem a diferentes tipos de ecrãs como por exemplo: o ecrã do computador, do tablet e do smartphone com mais legibilidade que os websites horizontais. É certo que para cada finalidade se deve adaptar o layout, contudo, não fez parte deste projeto o design de interfaces para outros tipos de ecrã, mas somente para computador. Estes três tipos de ecrãs são os mais usados pelos utilizadores actuais. A escolha vertical recai, neste sentido, oferecendo, assim, uma interface interativa e convidativa ao utilizador.

Parte II. Ilustração

1. Conceito e História

"Marcas, símbolos, figuras e letras traçadas ou escritas sobre uma superfície ou substrato tornam-se o complemento da palavra falada ou do pensamento mudo" (Meggs, 2009, pp.18). Considerando a afirmação de Philip B. Meggs e sabendo que toda a experiência artística nasce das primeiras expressões na pedra, será que podemos afirmar que a ilustração data de há 200 mil anos, data que têm os primeiros traçados humanos? É certo que os primeiros traçados ou formas de desenho surgem na pré-história, durante o Paleolítico. E é nessa época que surgem as pinturas rupestres que tinham como objetivo fins utilitários e ritualísticos. Por volta de 3100 a.C., no Egito, foi criada uma técnica de escrita à base de pictogramas. Estes representavam visualmente objetos ou seres e o objetivo era designar ideias concretas, denotando sons.

Mediante o exposto, podemos afirmar que tanto as pinturas rupestres, como as identificações visuais na Mesopotâmia e até os Hieróglifos egípcios foram uma influência para a ilustração. Contudo, o termo 'ilustração' só começa a ser diretamente utilizado quando nascem as primeiras iluminuras. O povo egípcio foi o primeiro a produzir as iluminuras, onde a combinação de figuras e palavras serviam para comunicar informações. A preocupação com a morte e com o que dela advém foram inspiração para escribas e artistas começarem a preparar papiros fúnebres, denominados de "*Capítulos do Sair à Luz*", hoje em dia conhecidos por "*O Livro dos Mortos*". (Fig.8)

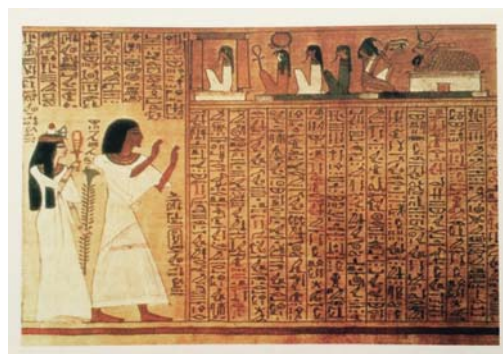


Figura 8: Detalhe de um papiro "*Livro dos Mortos*". Papiro de Hunefer, 1370 a.C. (fonte: Meggs, Philip (2009), *História do Design Gráfico*. Editora COSAC NAIFY)

Este era concebido para acompanhar o falecido na sua passagem para o mundo dos deuses, era depositado com ele no túmulo. Os artistas que ilustravam os papiros tinham como objetivo prever o que advinha depois da morte, através de ilustrações figurativas dos deuses e

do próprio indivíduo, sempre com a companhia dos hieróglifos, como refere Meggs.

O mesmo autor refere que com a invenção do papel na China, no ano 105 d.C., descobre-se a impressão, mais uma fase pela qual a ilustração passa. A técnica aqui utilizada era a xilografia, onde através do entalhe na madeira com o auxílio de um instrumento cortante se desenhava a figura ou forma que se pretendia imprimir no papel com tinta. Pouco antes do ano 1000, sentiram a necessidade de criar dinheiro impresso em papel, dessa forma a China tornou-se a primeira sociedade onde pessoas comuns passam a ter contacto diário com imagens impressas.

Passamos, agora, para as iluminuras, onde a intensa luminosidade da folha de ouro que refletia a luz, dava a sensação que esta estava iluminada. Para o autor já referido é aqui que surgem os primeiros livros escritos e ilustrados á mão. O uso da decoração visual para complementar a palavra torna-se muito importante, daí as iluminuras serem produzidas com extrema atenção e sensibilidade em relação ao design. Estes livros eram criados no escritório monástico, e um dos cargos para a produção dos livros era o monge copista, este era um artista que ficava encarregado pela execução do ornamento da imagem como apoio visual do texto. (Fig.9) O trabalho do monge copista não era meramente ilustração e ornamentação, o clero tinha a noção do valor educacional e da ornamentação mística e espiritual que essas imagens possuíam. (Meggs, 2009)



Figura 9: “Vergilius Vaticanus”, início do séc. V. Considera-se esta a mais antiga iluminura iluminado da Alta Antiguidade. (fonte: Meggs, Philip (2009), História do Design Gráfico. Editora COSAC NAIFY)

Com a invenção do pergaminho nascem novas possibilidades para a ilustração, pois a tinta aderiria melhor, visto que este não precisava de ser enrolado. A mais antiga iluminura do início da era cristã é o “*Vergilius Vaticanus*”, criado no início do século V. Nesta iluminura e nesta época as ilustrações apareciam emolduradas em faixas vermelhas, tendo a mesma largura que a coluna de texto. Em “*Vergilius Vaticanus*” existem também seis ilustrações de página inteira, onde o ilustrador escreveu literalmente por cima dos desenhos os nomes dos indivíduos. Podemos ver já aqui uma inspiração ou referência para as caricaturas políticas da actualidade. Estas ilustrações históricas e figurativas, que são bastante idênticas às pinturas romanas, aliadas á escrita com maiúsculas rústicas, representam o Estilo Clássico. (Meggs, 2009)

Em nossa opinião, não nos podemos esquecer de referir a importância do povo Celta na ilustração. Este povo era conhecido pelo seu carácter ilustrativo, para além de ornamentarem as molduras em volta das ilustrações, selecionarem páginas de abertura de capítulos importantes para receberem iluminuras e até criarem páginas inteiras de desenho, ao qual eles chamavam de páginas-tapete tinham um tamanho maior que as próprias iluminuras, então estes eram enrolados dentro deles. (Fig.10) Mais tarde este estilo de ilustração vem ser adoptado em vários filmes de animação, entre outras aplicações.



Figura 10: O “*Leabhar Cheanannais*”, 794-806 d.C. Exemplo de iluminura celta. (fonte: Meggs, Philip (2009), História do Design Gráfico. Editora COSAC NAIFY)

Parece-nos poder afirmar que se define o ano 1000 como uma época dominada pelo analfabetismo. Aqui, a ilustração torna-se um poderoso meio para denotar o receito à volta do fim do mundo. Os artistas da época davam forma ao assustador fim do mundo, como auxiliar dos textos que descreviam as profecias cristãs do apocalipse, servindo assim de apoio aos cidadãos analfabetos. Assim sendo, acreditamos que todas as iluminuras, românicas, góticas, judaicas, islâmicas e do alto período medieval, fazem parte da história da ilustração, mesmo que esta venha a sofrer alterações conceptuais.

É importante salientar que com a chegada da impressão à Europa, por volta do século XIV, o seu foco principal durante numerosos anos foi o cristianismo. O livro xilográfico religioso era usado para instrução a analfabetos, pois estava recheado de ilustrações, na maioria das vezes a ocupar a maior parte da folha. Um bom exemplo desse tipo de livros é o *Ars Moriendi* (Fig.11), este aconselhava as pessoas na preparação para o encontro da hora final através de ilustrações. Para complementar a xilogravura, o artista começa a colorir o simples desenho linear com aguarelas. (Meggs, 2008)

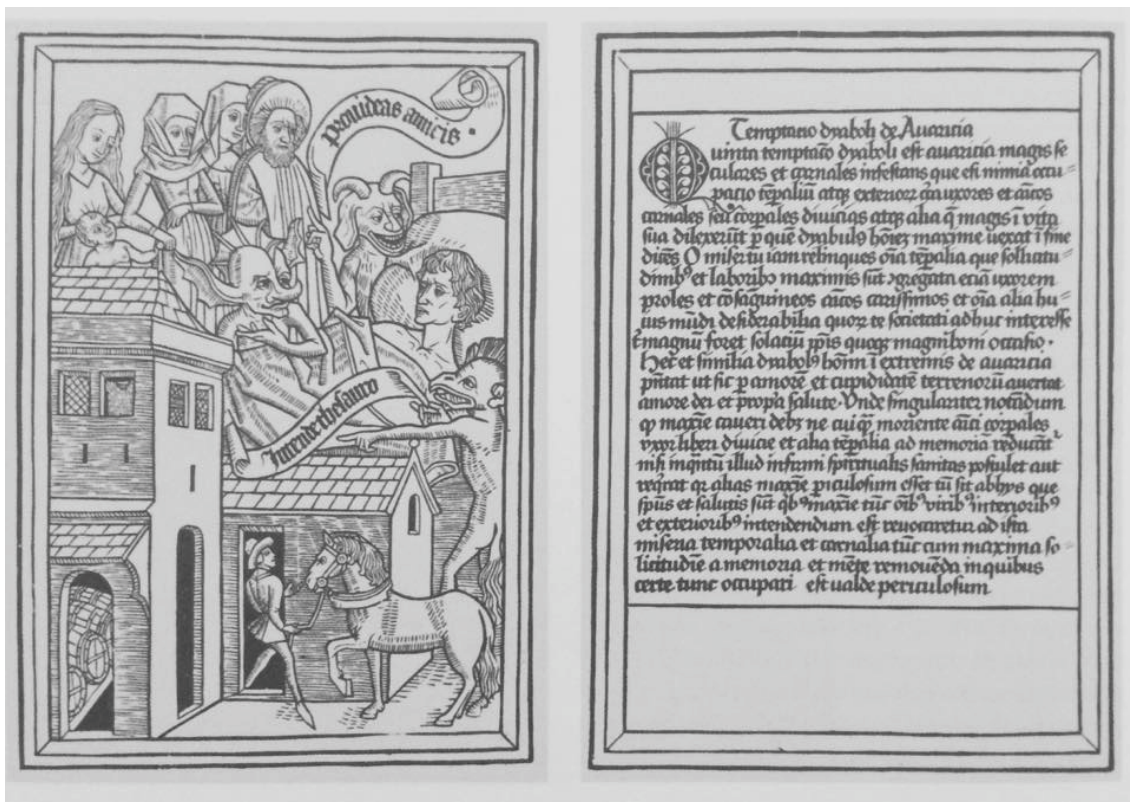


Figura 11: Página de *Ars Moriendi*, 1466. (fonte: Meggs, Philip (2009), História do Design Gráfico. Editora COSAC NAIFFY)

Contudo, esta forma de ensino declinou no século XV, devido a uma crescente taxa de alfabetização. Com a invenção de Johannes Gutenberg, que possibilitou a impressão em massa e consequentemente portátil, criou-se uma união entre ilustradores de xilogravura e

impressores tipográficos. É aqui que nasce o livro tipográfico ilustrado. O primeiro ilustrador a ser identificado como tal num livro foi Erhard Reuwich, pelo trabalho que fez em *Peregrinationes in Montem Syon*. As xilogravuras que Reuwich utilizou para este livro foram desenhos manuais do mesmo, foi ele também que introduziu a ilustração 'hachurada'. Esse mesmo livro continha pela primeira vez ilustrações desdobráveis, tais como: mapas regionais, edifícios importantes e vistas das cidades. (Fig.12)

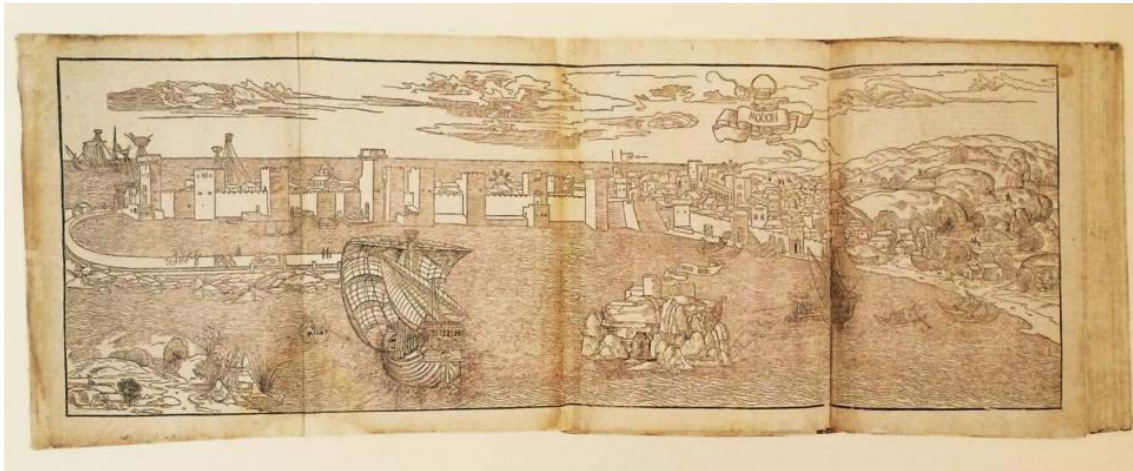


Figura 12: Erhard Reuwich, 1486. Ilustração desdobrável em *Peregrinationes in Montem Syon*. (fonte: Meggs, Philip (2009), História do Design Gráfico. Editora COSAC NAIFFY)

Mais tarde, a técnica xilográfica é substituída pelo uso de gravuras em lâminas de cobre. Até ao século XVII o uso de gravuras em lâminas de cobre, como técnica ilustrativa, continuava a crescer em popularidade, paralelamente refinavam a técnica nos tons, texturas e detalhes. Os ilustradores para além de criarem ilustrações para livros, passaram também a criar ilustrações independentes. (Meggs, 2009)

Até aqui foram descritas as técnicas mais rudimentares pelas quais a Ilustração passou. Com a chegada do século XIX, vem a Revolução Industrial, e consecutivamente uma necessidade veloz de maximizar a indústria gráfica. É, então, que nasce uma expansão rápida de impressores de material publicitário, anúncios e cartazes. Fazer imagens ilustrativas com lâminas de impressão é uma técnica artesanal que facilmente foi substituída com a chegada da Fotografia. Durante séculos, os artistas usavam a câmara escura como auxiliar de desenho realista, contudo é nesta época que a câmara escura evolui e cria a sua própria imagem, a fotografia. Antes de ser possível imprimir a fotografia em massa, esta era usada como auxílio para as ilustrações xilográficas, a realidade documental da fotografia ajudou os ilustradores a retratarem acontecimentos da época. Até que em 1881 as primeiras ilustrações fotomecânicas foram impressas na revista “L’Illustration” em Paris. (Meggs, 2009)

É na era Vitoriana que nascem os primeiros livros ilustrados para crianças, que continham

figuras coloridas. Um dos primeiros e mais influentes ilustradores de livros infantis foi Walter Crane.(Fig.13) Assim que surge a Art Nouveau, tal como em outras áreas, na ilustração, os ilustradores faziam uso de linhas orgânicas, técnicas de cor e textura, procurando que as suas ilustrações fizessem parte do quotidiano. Nesta fase, as ruas de Paris tornam-se autênticas exposições de arte. (Meggs, 2009)

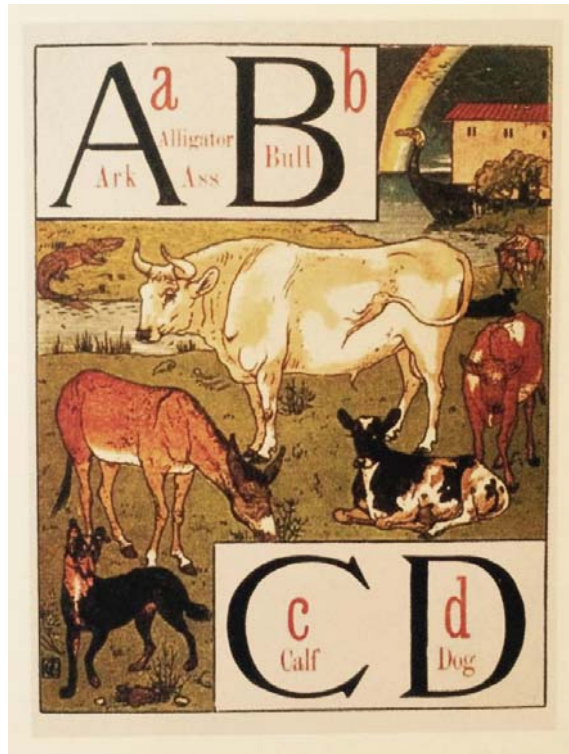


Figura 13: Walter Crane, 1874. Página de livro infantil, *Absurd A. B. C.* (fonte: Meggs, Philip (2009), *Historia do Design Gráfico*. Editora COSAC NAIIFY)

Nas duas primeiras décadas do século XX, manifestaram-se grandes transformações sociais, culturais, políticas e económicas, que conduziram a uma “revolução na arte e design”, originando as mais diversas vertentes artísticas denominadas de Vanguardas. “Alguns desses movimentos modernos como o fauvismo, tiveram efeito limitado no design gráfico. Outros, como o cubismo e o futurismo, o dadá e o surrealismo, De Stijl, suprematismo, construtivismo e expressionismo influenciaram diretamente a linguagem gráfica da forma e da comunicação visual do século.”(Meggs, 2009, p.315) Tal como Meggs afirma, estas vanguardas tiveram obviamente influência na linguagem gráfica e na comunicação visual, o que se refere também à ilustração. Essas influências são de cariz tanto técnico, como de conteúdo. Durante as duas grandes guerras mundiais, as ilustrações em cartazes atingiram uma grande importância como meio de comunicação para a propaganda das guerras, agências governamentais e proteção dos valores tradicionais. Aqui os ilustradores faziam uso de imagens literais ao invés de simbólicas.

Tal como não é fácil definir uma data precisa para o início da ilustração, de igual modo é difícil definir a génese da ilustração contemporânea. Durante muitos séculos a ilustração fora um auxiliar de texto, ou um elemento decorativo. Contudo, é a partir dos anos 1950 que a ilustração começa a ter uma abordagem mais conceptual. Esta nova abordagem é criada por artistas como Seymour Chwast, Milton Glaser, Reynolds Ruffins, entre outros. Podemos designar as décadas de 50 e 60, na ilustração, como décadas de muita intensidade gráfica, que na sua maioria tinham um estilo psicadélico. Os anos 70, embora ainda com influências da década anterior, trouxeram uma nova sensibilidade gráfica, a estética psicadélica é substituída pela estética visual da fantasia e da ficção científica. As ilustrações de Roger Dean e Peter Jones representam claramente esta fase da ilustração. O aparecimento da música Punk traz uma nova linguagem às ilustrações da época que pareciam ignorar tudo o que fora feito até então. Estas ilustrações tinham um cariz mais pesado e energético. Entre os anos 1980 e 1990 a ilustração tanto teve momentos de auge como de ruína. A primeira década foi bastante produtiva, a segunda nem tanto, mas, nos finais dos anos 90 a ilustração prometia vingar devido ao nascimento do digital.

Após esta análise histórica da ilustração, podemos dizer que desde sempre esta acompanha o desenvolvimento tecnológico. Dos iluminados egípcios até às imagens conceptuais da segunda metade do século XX, a ilustração é um meio muito táctil, visto que até à data os artistas não tinham opção de expressão tão alargada no meio tecnológico como actualmente. Nos primórdios da ilustração detectamos que esta faz uso da tecnologia mecânica e evolui com ela, como por exemplo com a xilografia e a litografia. De seguida esta utiliza o meio analógico, como por exemplo com a câmara escura como auxiliar de desenho e consequentemente a fotografia como elemento integrante na ilustração. Por fim e não menos importante, a evolução tecnológica oferece-nos o digital, que em paralelo com a democratização do meio, possibilita uma expansão exponencial no surgimento de novos ilustradores da era 'electrónica e informática'.

2. Ilustração e Design

Desde sempre que o ilustrador habita num mundo paralelo tanto da arte como do design. “Embora nunca tenha sido plenamente aceita pelo sistema das artes ou pela indústria do design, a ilustração seguiu firme na batalha. Excêntrica demais para os artistas e artística demais para os designers, se encontravam em uma terra de ninguém entre os dois mundos.” (Lawrence, 2009, p.12) Esta negação de ambas as partes, se assim o podemos chamar, de que Lawrence nos fala, foi gerada porque, de facto, a ilustração não pode ser considerada um apêndice de nenhuma destas áreas, mas sim, deve ser considerada uma área particular, com características próprias. É claro que a Ilustração não se trata de uma área completamente desconecta da arte ou do design, ela situa-se entre as duas.

É difícil encontrar um significado que englobe todas as características da ilustração. Em primeira mão, pode dizer-se que se trata de uma imagem que tem como propósito representar visualmente um texto, embora seja o propósito mais reconhecido que tem, não podemos esquecer que também pode representar uma música, um filme, um ou vários acontecimentos culturais e/ou históricos entre outros. Basicamente, a ilustração trata-se de uma imagem visual que pretende representar uma ou várias ideias. Pode-se cogitar, de certo modo, que o que separa a ilustração da pintura é, não só a possibilidade desta ser produzida em massa, mas também uma ligação inquebrável com o conceito que esta carrega. A ilustração está sempre lotada de significado, ela existe, tal como foi dito anteriormente, com o sentido de representar visualmente ideias ou conceitos, mas a sua essência é de acrescentar algo, que de outro modo não seria possível, a alguma coisa, através de alegorias, metáforas ou analogias.

No que diz respeito ao designer, é em essência alguém que procura soluções para resolver problemas. Munari caracteriza-o por “um projetista dotado de sentido estético, que trabalha para a comunidade. O seu trabalho não é pessoal, mas de grupo: ele organiza determinado grupo de trabalho consoante o problema que lhe é dado a resolver.” (Munari, 2004, p.30) O objetivo de um designer, neste contexto de um designer gráfico, é solucionar da melhor forma possível, tanto esteticamente como na prática, objetos visuais que têm como finalidade comunicar.

Historicamente, ilustração e design, sempre caminharam em conjunto. Com o acelerado avanço tecnológico este caminho estreitou-os mais e, é então na era digital, que ilustrador e designer trabalham cada vez mais em conjunto. O início da era digital para o designer, dá-se na segunda metade da década de 80, quando a Macintosh lança o primeiro computador com interface gráfica. Uma vez que os ilustradores trabalhavam como freelancers, não tinham a mesma oportunidade que um designer, que trabalhava num atelier, onde lhe era disponibilizado um computador sem qualquer custo monetário. Neste âmbito, só uma década depois do lançamento deste novo modelo de computador, quando os preços finalmente desceram, é que o ilustrador começa a explorar esta nova ferramenta.

Refletindo sobre a afirmação de Lawrence, que afirma que “Nenhuma ferramenta ou processo teve mais influência do que o computador sobre os métodos empregados pelo ilustrador. Se é o lápis que exerce o poder, o computador é que explora o poder e permite que o ilustrador transforme um desenho a lápis em uma gama infinita de novos desenhos.” (Lawrence, 2009, p.76), é precisamente nesta era que a ilustração consegue destacar-se como área particular, e conseqüentemente evolui a um nível que até então não tinha sido possibilitado. Antes da revolução digital, o designer fazia um briefing ao qual o ilustrador, que não trabalhava num atelier de design mas sim em casa ou no seu próprio atelier, tinha que seguir à risca, colocando assim o ilustrador de parte nas decisões de maior importância nos projetos.

Contudo, a era digital traz com ela uma viragem no que diz respeito ao acesso de informação que o ilustrador passa a ter, passando assim a ter oportunidade de opinar em questões que até então “não lhe diziam respeito”, como por exemplo, questões de impressão. A internet é uma ferramenta que nasce em paralelo com a era digital, que agiliza os processos de comunicação entre designers e ilustradores e que, por consequência, cria um relacionamento de união e confiança entre as duas áreas. É, aqui, que o design gráfico começa a reconhecer o valor que a ilustração digital tem nos mais variados processos de design.

Desde a criação analógica de desenhos até à manipulação dos mesmos no digital, a ilustração pode percorrer muitos caminhos diferentes, e é isso que actualmente faz da ilustração indispensável na área do design. Assim que uma ilustração é criada com o intuito de solucionar um problema de comunicação, esta passa a ter respeito não só à ilustração mas também ao design. Actualmente, não é necessário um conhecimento muito aprofundado de desenho para se poder criar ilustração, existem outras técnicas que possibilitam a criação da mesma, como por exemplo a fotografia, a colagem, o uso de software de manipulação de imagens, entre outros. Contudo, não podemos negar que os conhecimentos de desenho são descartáveis nesta área, mas de facto, o que torna uma ilustração mais rica é o seu teor conceptual e a riqueza da mensagem. Estes dois factores aliados a uma imagem esteticamente bem concebida, criam obviamente uma boa ilustração.

Esta nova geração tecnológica não só aproximou o design e a ilustração como criou profissionais híbridos. Com a crescente oferta de software que facilita o trabalho tanto de designers como de ilustradores, a procura por parte das empresas de profissionais híbridos é maior, é, então, que o designer sente a necessidade de começar a manusear as mesmas ferramentas que o ilustrador, e vice-versa, no sentido de se tornar um ‘poliglota gráfico’. Neste enquadramento, pode-se dizer que na actualidade, mais que nunca, estas duas áreas movimentam-se em conjunto.

2.1. Desenho

A prática da ilustração, na actualidade, é definida pela actividade de desenhar. Embora o ilustrador actual não tenha necessariamente de ser um bom técnico de desenho, devido às ofertas digitais que facilitam o trabalho manual, é importante que este procure formação. Já foi referido que uma boa ilustração é aquela que combina a mensagem com a habilidade prática, com isto querendo dizer que o desenho é um factor fundamental na criação das ilustrações. “A grande ilustração é um casamento com a excelência no ofício, a habilidade e o pensamento criativo.”(Lawrence, 2009, p.20)

No sentido em que boas ilustrações incentivam o observador a pensá-las, e sendo este aspeto o mais importante, obviamente bons desenhos criam boas ilustrações. Na sua maioria, as

ilustrações têm desenhos figurativos, o que facilita a receção da mensagem a transmitir mas, por vezes, o estilo abstrato também se torna eficaz dependendo da mensagem. Podem-se equiparar os estilos de desenho nas ilustrações às tendências na moda ou na música, uma vez que estes vão se alternando.

Acredita-se que um ilustrador atinge o auge da sua carreira quando finalmente descobre o seu estilo e é reconhecido por isso, mas não se deve esquecer que no mundo da ilustração os estilos vão-se alternando, e o que hoje é considerado um exemplo exímio amanhã poderá não o ser. Neste sentido, o reconhecer do estilo de desenho para um ilustrador é de facto um momento marcante na sua carreira. Por outro lado, não se pode focar só nesse registo porque o mercado é tão grande que as ofertas têm cada vez de ser mais diversificadas. Neste preferir, e seguindo a ideia de Lawrence (2009, p.21) “Manter-se atualizado em relação às mudanças de estilo pode ajudar um ilustrador a estar sempre a um passo à frente da concorrência.”

Ainda assim, existem casos em que o ilustrador é conhecido pelo seu estilo de desenho, mas quando isso acontece durante vários anos seguidos, e não numa situação temporária, como habitual, é porque o trabalho criativo, tanto de desenho como de pensamento analítico têm um enlace perfeito. “A combinação de ideias fortes com uma execução excelente pode garantir que o público continue a apreciar o trabalho de um ilustrador muito depois de os modismos e as tendências já terem passado.” (Lawrence, 2009, p.20)

É importante recordar que, mesmo que um ilustrador seja reconhecido pelo seu registo de desenho durante vários anos, não se deve confundir o ilustrador com o artista. Embora estes dois exerçam a prática de desenhar, apresentam finalidades completamente distintas. Enquanto o artista desenha por motivação própria, com objetivos pessoais, já o ilustrador desenha com motivação externa, através de um briefing previamente fornecido.

3. Ilustrar a Ilustrada

Uma vez que a ILUSTRADA trata de um evento cultural sobre ilustração, o ponto de partida para a criação da imagem concetual do evento foi a própria ilustração. A ilustração criada está intrinsecamente ligada ao design de identidade do evento, ou seja, um não poderia persistir sem o outro. Após uma pesquisa minuciosa de eventos com o mesmo cariz cultural, a fim de se ter um conhecimento mais amplo e actualizado do que se cria no momento nesta área, passou-se à criação das ilustrações. Neste sentido, as ilustrações tiveram grande peso nas decisões dos elementos formais, como o logótipo, o cartaz, os folhetos e o website, sendo que estas estão presentes em quase todos.

Tal como já foi referido anteriormente, a ilustração refere-se a uma imagem que tem como

finalidade representar visualmente textos, conceitos, ideias, entre outros. Tendo em conta que esta primeira edição da ILUSTRADA é direccionada a todos os segmentos da ilustração, o objetivo foi de criar uma linguagem neutra. Maioritariamente, a ilustração é figurativa porém, no sentido de representar um evento que está direccionado a vários públicos que apreciam a ilustração, optou-se por criar ilustração abstrata.

Foram criadas onze ilustrações cujo propósito inicial seria integrarem a linguagem gráfica escolhida para o layout do website, acabando por se incluir também nos folhetos. A finalidade de se usar as mesmas ilustrações em diferentes elementos formais foi de criar homogeneidade na identidade gráfica. Posteriormente, e dentro da mesma linguagem das ilustrações anteriores, foi criada mais uma ilustração com o propósito de se integrar no cartaz.

As primeiras onze ilustrações tiveram um sentido mais abstrato, como já foi mencionado, devido ao extenso público que se pretende cativar, dentro da área da ilustração. Já a última ilustração, a do cartaz, é mais figurativa, não saindo do traço adotado nas ilustrações anteriores. Neste sentido, optou-se por uma ilustração mais figurativa com o propósito de lhe facultar mais significado. A figura que se escolheu para melhor ilustrar a cidade onde se dará o evento, a Covilhã, foi um novelo de lã, isto porque esta é conhecida pela cidade que, em tempos, fora a capital dos lanifícios, a Manchester Portuguesa. O novelo de lã é um objeto que não só pretende ilustrar a cidade da Covilhã, como também o desencadear e o nascer de um evento que até então não tinha sido proporcionado nesta cidade. Os fios do novelo, que são conhecidos não só pela sua finalidade têxtil mas também pela sua resistência, estão desenhados verticalmente, representando, assim, a aspiração desta primeira edição da ILUSTRADA não ser a única, mas sim a primeira de muitas. Na totalidade, o estilo do desenho para além de minimalista denota um significado fantasista, com o propósito de deixar fluir a imaginação do observador. A cor é um dos elementos narrativos da imagem. Porém, não se deve desprezar a leitura visual que cada cor pode sugerir. Foi então neste sentido que se escolheu uma gama de cores neutras, o preto e o branco, deixando à imaginação de cada um a sua coloração.

As técnicas empregues na criação de ilustrações, desde a sua génese até à actualidade, foram evoluindo e aumentando o número de possibilidades. Desde a técnica mais tradicional, com o uso do papel e lápis, em que se tem um contacto mais físico com a ilustração, até à técnica mais actual, com o auxiliar de um suporte tecnológico, onde por outro lado oferece uma experiência mais virtual com a ilustração, o ilustrador tem um vasto leque de opções de escolha. Neste seguimento, a técnica utilizada na elaboração das ilustrações da ILUSTRADA foi uma união destes dois tipos. Primeiramente, executaram-se as ilustrações manualmente, com o auxiliar do papel e caneta, após a finalização do desenho, agora com o auxílio do computador, digitalizou-se o mesmo e passou-se a uma correção de cor, contraste e tonalidade. Pode-se dizer que se utilizou uma técnica híbrida, no sentido em que foram

empregues duas técnicas distintas. Ainda assim, esta trata maioritariamente de uma técnica manual, pois a contribuição do computador foi apenas para um correto acerto de cor, contraste e tonalidade, com a finalidade de se inserir as ilustrações no meio digital.

3.1 Referências

Para a realização de qualquer projeto, primeiramente é necessário efectuar-se uma pesquisa sobre o assunto, tanto para reconhecimento do que se faz na actualidade, como para inspiração ou referência. Assim sendo, a criação das ilustrações da ILUSTRADA têm como referência principal dois artistas japoneses, um animador abstrato, Mirai Mizue e uma artista pop, Yayoi Kusama.

O primeiro, proveniente de Tokio, é considerado um artista que representa uma nova geração de animação abstrata no Japão. Este nasce em 1981 e estuda cinema de animação na Universidade de Artes Tama. As suas animações já percorreram meio mundo, participando em mais de cem festivais de cinema e animação. O seu trabalho caracteriza-se por uma forte obsessão em desenhar partículas ou células que ao longo da animação representam uma forte densidade rítmica. Ainda assim nas suas últimas animações pode ver-se uma nova exploração no campo abstrato minimalista, dando uso de figuras lineares, sempre sem seguir uma linha narrativa. Na Fig.14 pode observar-se um frame da sua animação *DEVOUR DINNER*, que foi galardoada com o segundo prémio no festival *Animadir*. Nesta figura pode verificar-se o seu estilo particular no campo abstrato, que remete sempre às células.

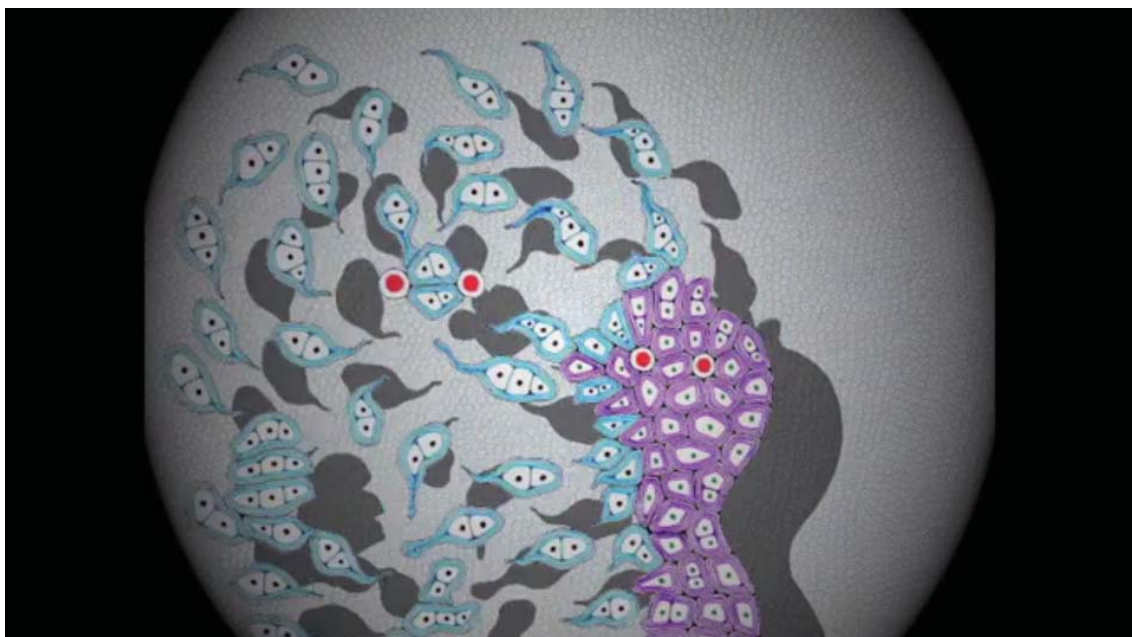


Figura 14: Frame de Animação *DEVOUR DINNER* de Mirai Mizue (fonte: <https://vimeo.com/19995568>)

Yayoi Kusama nasce a 1929 em Matsumoto, igualmente no Japão, e é considerada uma das artistas pop japonesas mais inspiradora. O seu trabalho abrange diversas áreas artísticas, desde o desenho, pintura, escultura, arte performativa, fotografia e até instalação. Em todas as suas obras está presente a sua forte obsessão por pontos e bolas, daí o seu estilo ser conhecido como Polka Dot. Kusama já expôs, e continua a expor, por todo o mundo, nas mais conceituadas galerias e museus de arte. Prémios como “*The Education Minister’s Art Encouragement Prize*” ou “*National Lifetime Achievement Awards*” são exemplos de um reconhecimento exímio do seu trabalho. Crê-se que a sua exposição *Infinite Obsession* foi a mais vista do mundo. Este nome foi adotado pela artista no sentido em que a sua obra é um reflexo da sua doença mental que lhe provoca alucinações, e que conseqüentemente lhe dá uma infinita obsessão pelas bolas. Na Fig.15 apresenta-se uma das suas obras mais conhecidas *Flame of Life - Dedicated to Tu-Fu (Du-Fu)*, onde se pode observar de imediato a sua fixação nas bolas.



Figura 15: Fotografia da obra *Flame of Life - Dedicated to Tu-Fu (Du-Fu)* (fonte: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/906842/yayoi-kusama-zhan-wang-zhang-xiaogang-sell-at-art-basel-in#>)

Tanto a animação abstrata e minimalista de Mizue, como a arte pop obsessiva de Kusama que se caracteriza por surrealista, modernista e minimalista, têm, em comum, um registo gráfico minimalista e uma abstração do imaginário. Considerando a mensagem que se pensou para as ilustrações, os estilos gráficos destes dois artistas são, na sua totalidade, uma forte referência.

Ainda assim, não desprezando o facto de que toda a experiência visual pode ser considerada inspiração, existem outros ilustradores que servem de inspiração pessoal, tais como: Daniel

Bueno, Seymour Chwast, Christian Montenegro, Julien Canavezes, entre outros.

Passa-se a uma breve descrição do trabalho destes ilustradores. Daniel Bueno é um ilustrador nativo do Brasil. O seu registo visual é reconhecido por contornos geométricos, texturas, ilusão gráfica e fantasia, como se pode perceber na Fig.16. Ele explica o seu trabalho como “os personagens são geralmente uma reflexão do tema e situações das ilustrações.”(Heller, ED. e Wiedemann, J., volume 1, 2013, p.116) Pode-se encontrar o seu trabalho em livros, revistas e jornais.



Figura 16: *Brujeria*, 2009 de Daniel Bueno. (fonte: Heller, ED. e Wiedemann, J. (2013), 100 Illustrators, volume 1. Editora TASCHEN)

Seymour Chwast nasceu nos Estados Unidos da América e começou a ter reconhecimento quando se integra no grupo *Push Pin Studios*. O seu estilo de desenho é equiparado aos rabiscos infantis, criando complexas ilustrações, analisando a Fig.17. A presença das suas ilustrações pode ser vista em cartazes, embalagens, capas de cd, anúncios publicitários, filmes de animação e até projetos de identidade corporativa.

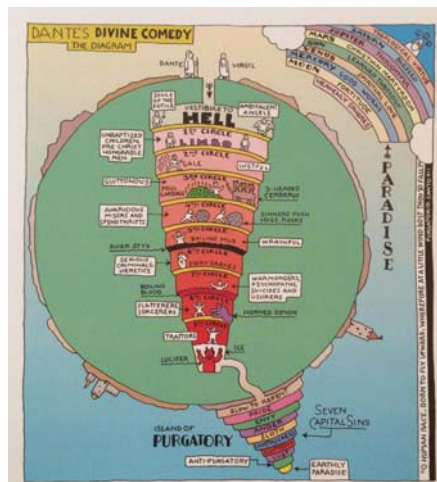


Figura 17: *Dante's Divine Comedy*, 2001 de Seymour Chwast. (fonte: Heller, S. e Wiedemann, J. (2013), 100 Illustrators, volume 1. Editora TASCHEN)

O ilustrador que se segue é Christian Montenegro, nascido em Buenos Aires em 1972. O seu trabalho no campo da ilustração denota um registo tribal e religioso, dando maioritariamente uso de figuras geométricas e cores quentes. Como exemplo apresenta-se a Fig.18.



Figura 18: Calaca, 2011 de Christian Montenegro. (fonte: Heller, ED. E Wiedemann, J. (2013), 100 Illustrators, volume 1. Editora TASCHEN

Julien Canavezes é um ilustrador e designer gráfico que reside em Paris. Nas suas ilustrações cria constantemente mundos estranhos, supernaturais e coloridos. “A sua inspiração provém do que vê na rua, do quotidiano, mas também das suas próprias ansiedades.”(Cámara, 2011, p.32) Podendo-se analisar na Fig.19. O seu trabalho pode ser visto em publicidade, eventos, e edição de páginas web.

Todos eles apresentam registos singulares, todavia fizeram parte de um conhecimento precedente, não devendo ser postos de parte nesta seleção de referências. Quer seja pela característica fantasista, abstrata ou somente gráfica cada um destes ilustradores tiveram um papel importante na recolha de referências. Ainda assim considera-se a obra de Mirai Mizue e Yayoi Kusama como maior influência nas ilustrações criadas para a ILUSTRADA. Por outro lado, devemos acrescentar que a obra final reflete também um registo pessoal.

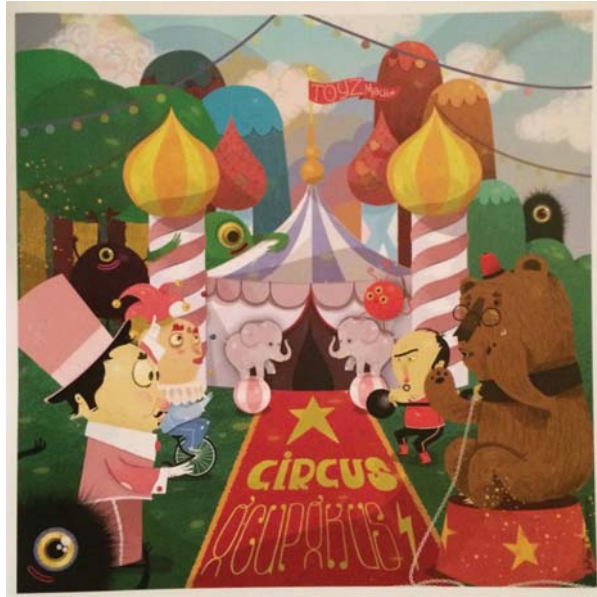


Figura 19: Le Cirque de Julien Canavezes. (fonte: Cámara, Eva (2011), European Illustrators. Editora MONSA)

Parte III. O Projeto

Esta parte encontra-se destinada a uma apresentação da imagem gráfica criada para a ILUSTRADA. Serve de manual de normas onde se apresentam e explicam os modos de utilização dos diferentes elementos formais destinados à identidade visual do evento. Juntamente com os elementos segue uma descrição da inspiração para cada um dos seguintes elementos e uma explicação dos mesmos.

1. Logótipo

As escolhas dos elementos gráficos na criação deste logótipo tiveram em conta o cariz concetual do evento, sendo este um evento sobre ilustração. Neste sentido tanto as cores como o elemento gráfico do lápis são uma simbologia para a palavra ILUSTRADA. A utilização da tipografia Helvetica Neue justifica-se no sentido em que esta se trata de uma tipografia neutra, clara e de fácil legibilidade, dando assim mais destaque ao símbolo.

A escolha das cores recaiu no ciano, amarelo e magenta, as três cores primárias. A intenção foi demonstrar que a cor é um elemento básico. Posto isto, a representação da letra “i” foi feita através de um lápis, que trata de um elemento também ele básico, que pretende representar a prática mais primária da ilustração, o desenho manual.

A representação do logótipo é através da sua forma horizontal. A junção do símbolo com o logótipo unificam assim a assinatura visual que deve ser respeitada e utilizada em todos os suportes a que esta tenha de intervir, digitais ou analógicos.



Figura 20: Assinatura visual da Ilustrada. De modo a garantir a sua consistência visual, o logótipo não deve ser alterado, assim sendo, a representação aqui apresentada deverá servir como exemplo de futuras aplicações.



Figura 21: Na respetiva figura apresenta-se o estilo de construção da assinatura visual. Contém duas formas que servem de referência para o espaçamento e largura. A forma 'Y', é um círculo que representa a altura do bico do lápis que serve de referência para o fim dos traços na parte superior. Dividindo esse círculo em metade, cria-se o 'Y/2' que serve de referência para o espaçamento entre o símbolo e o logótipo, esse espaço é exatamente a largura do símbolo.



Figura 22: A assinatura visual da lustrada contém três versões oficiais: a cores, a preto e branco e de alto contraste. Contudo, para uma boa comunicação, este deve ser utilizado preferencialmente a cores, refletindo com mais firmeza o conceito. Foram criadas duas versões, preto e branco e de alto contraste, para o caso de existir limitações no uso da cor.

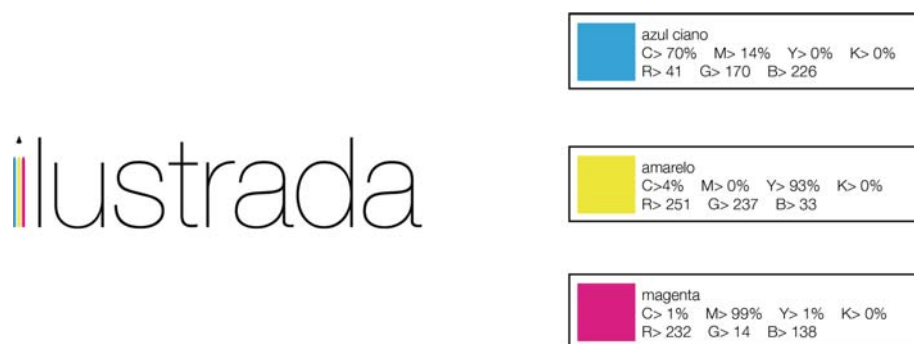


Figura 23: Azul Ciano, Amarelo, Magenta e Preto são as cores desta assinatura visual.

ilustrada

cinzento médio
C> 25% M> 25% Y> 23% K> 17%
R> 164 G> 157 B> 156

cinzento claro
C> 12% M> 12% Y> 12% K> 8%
R> 203 G> 198 B> 197

cinzento escuro
C> 50% M> 49% Y> 47% K> 34%
R> 102 G> 93 B> 92

Figura 24: Em caso de impossibilidade de utilização de cores, sugere-se a versão a preto e branco aqui representada. E em último caso, temos a versão de alto contraste com os seguintes valores de CMYK e RGB: Preto; C> 0% M>0% Y>0% K>100% - R>0 G>0 B>0 | Branco; C>0 M>0 Y>0 K>0 - R>255 G>255 B>255.

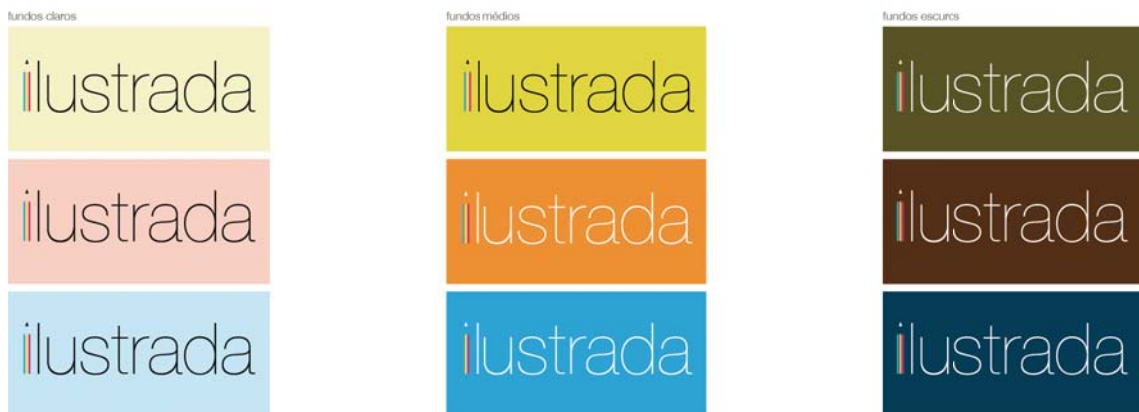


Figura 25: A principal preocupação na utilização de diferentes fundos é dar continuidade à integridade cromática, mantendo assim o máximo de contraste possível entre o fundo e a assinatura. Assim sendo, aqui encontramos os exemplos que servem de guia para uma boa utilização da mesma.



Figura 26: No sentido de preservar uma boa leitura da assinatura, definiu-se uma área de segurança. Como referência desta área, utilizamos a medida 'Y' que é referente à altura superior da letra até ao bico do lápis. O objetivo desta marca de segurança é impedir que eventuais imagens influenciem a leitura e visibilidade da assinatura visual.

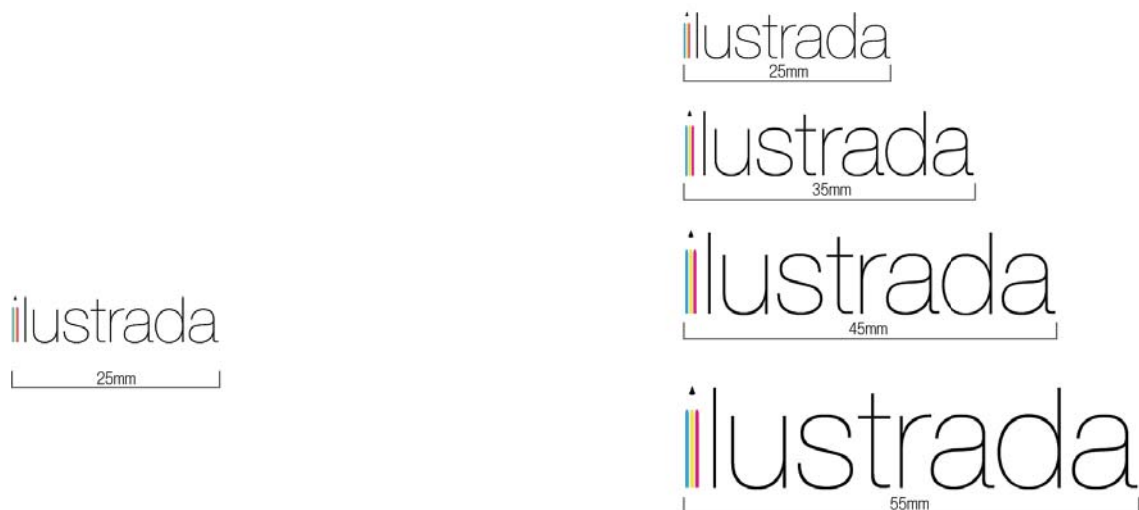


Figura 27: A dimensão mínima ajuda-nos a garantir a legibilidade da assinatura quando esta é aplicada em escritas menores. Neste sentido, foi decidido que este não deverá ser reduzido a um tamanho inferior a 26mm.



Figura 28: Nesta figura apresentam-se três exemplos de má utilização da assinatura. De forma a preservar a harmonia do mesmo, deve-se ter em conta não distorce-lo, não aplica-lo sob fundos com pouco contraste e não alterar as suas cores originais.

Helvetica Neue - Ultra Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Figura 29: Outro elemento integrante da assinatura visual é a tipografia escolhida para o logótipo. Neste caso escolheu-se a Helvetica Neue - Ultra Light. Esta deve ser sempre respeitada no sentido de manter uma linguagem coerente, nas mais diversas aplicações.

2. Cartaz

Seguindo os propósitos e as funções que um cartaz deve seguir, e que foi estudado previamente no capítulo I, criou-se o cartaz da ILUSTRADA.

Sem uma investigação prévia do que são considerados bons exemplos de cartazes na atualidade, não seria possível uma conceção fundamentada e eficiente. (anexo 1.2) Após essa investigação e listagem dos mesmos, passou-se ao estudo visual do cartaz da ILUSTRADA. Neste estudo criaram-se três cartazes, para assim se poder escolher com mais flexibilidade o que melhor comunicava o evento. Os três estudos têm como base a ilustração. Foram criadas três ilustrações para a conceção dos cartazes, contudo apenas uma foi selecionada.

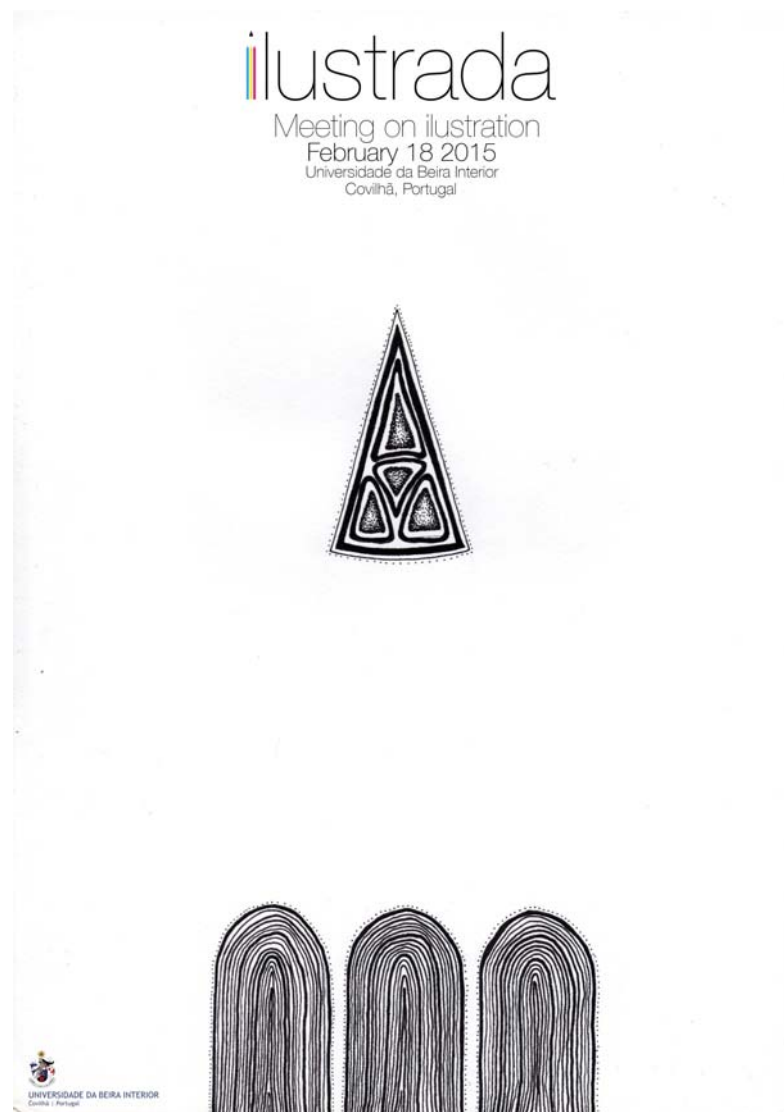


Figura 30: Primeira versão de cartaz

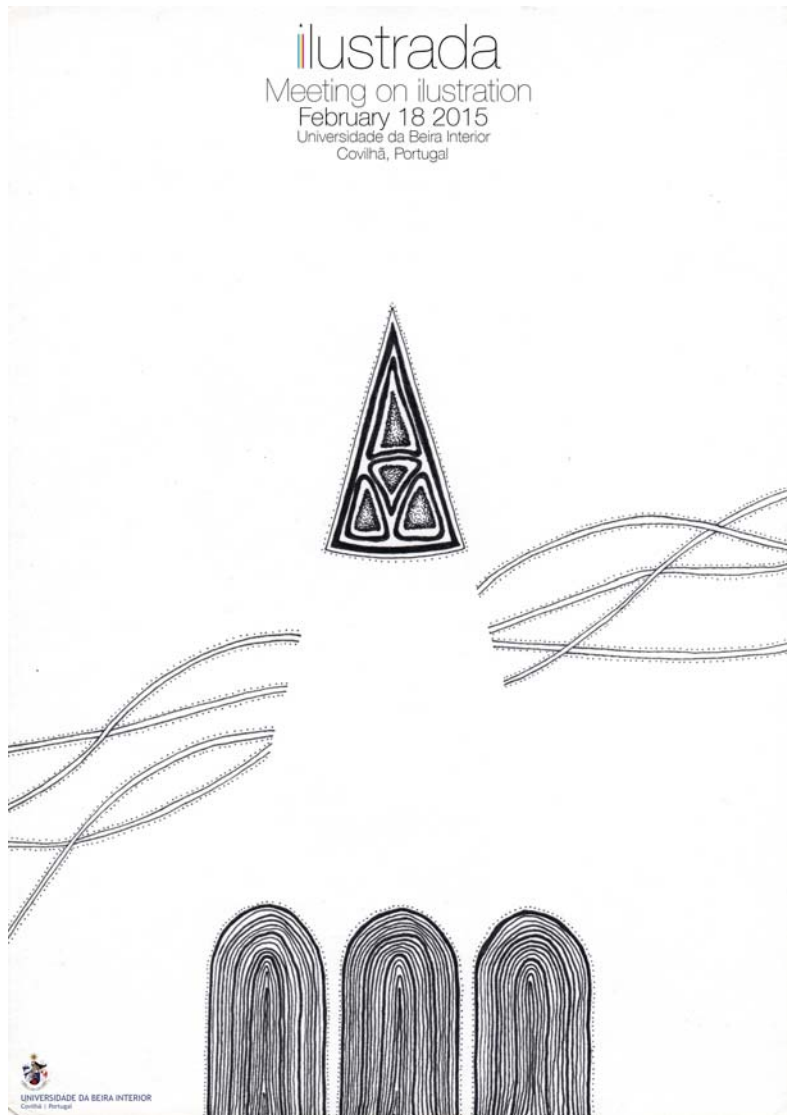


Figura 31: Segunda versão de cartaz

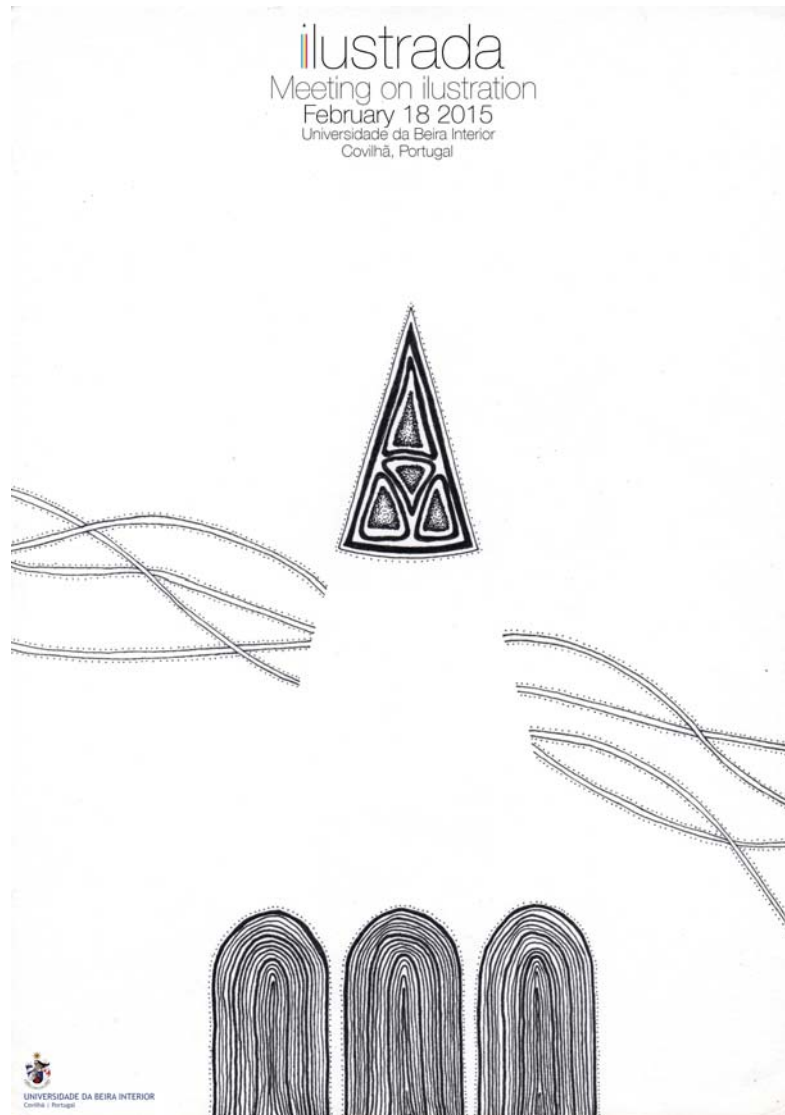


Figura 32: Terceira versão de cartaz

ilustrada
Meeting on illustration



February 18 2015
Universidade da Beira Interior
Covilhã, Portugal

Figura 33: Versão final do cartaz

3. Folheto

Para a ILUSTRADA optou-se por criar um conjunto de folhetos que identificassem da melhor forma o evento e, para, isso reutilizaram-se as ilustrações que foram elaboradas para os layouts do website. Cada folheto dispõe de uma ilustração, que está acompanhada pelo texto informativo, obtendo uma totalidade de 11 folhetos. Geralmente o folheto é um objeto que serve para transmitir uma mensagem e depois de cumprir com o seu objetivo, habitualmente, é colocado de parte. De modo a inovar, definiu-se um estilo um pouco diferente dos usuais, concebendo assim um folheto com os propósitos comuns, mas com a particularidade de atrair o observador a guardá-lo, uma vez que este adquire uma nova função, a de postal. É então criado um folheto que executa a sua função informativa, mas que, no inverso da folha, se transforma num postal que pode ser utilizado para o seu efeito ou simplesmente para o preservar.

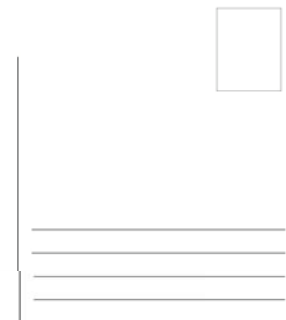
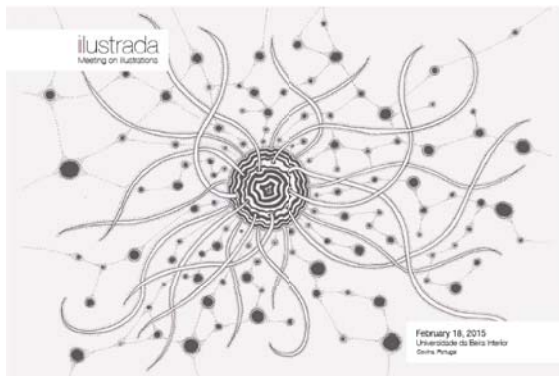


Figura 34: Exemplo 1 de Folheto - Postal | Frente - Trás

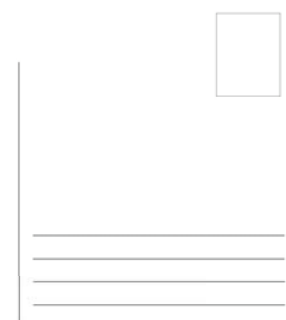
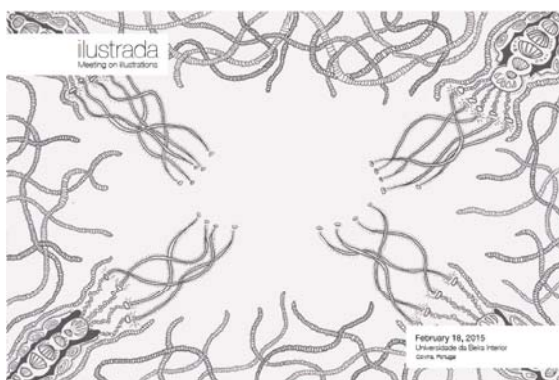


Figura 35: Exemplo 2 de Folheto - Postal | Frente - Trás

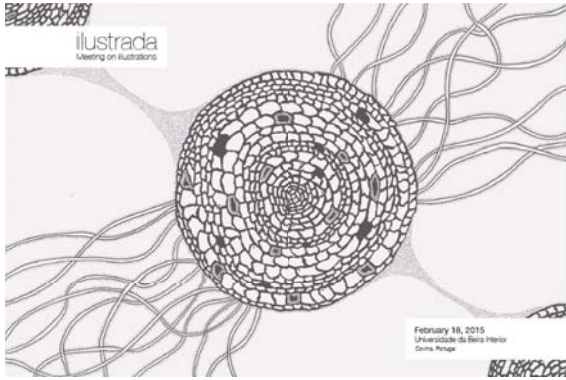


Figura 36: Exemplo 3 de Folheto - Postal | Frente - Trás

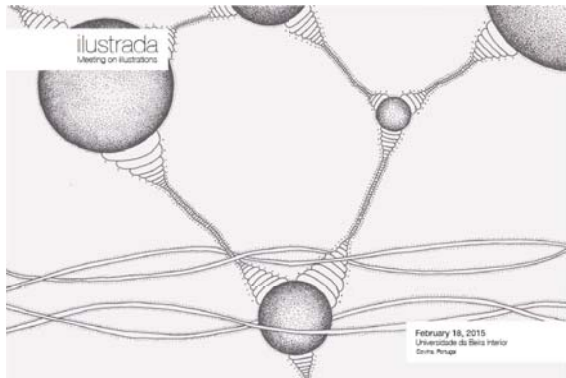


Figura 37: Exemplo 4 de Folheto - Postal | Frente - Trás

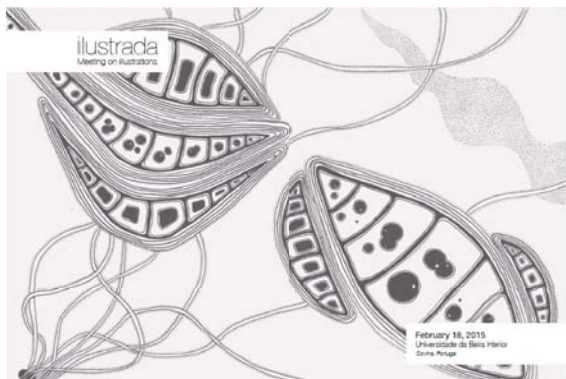


Figura 38: Exemplo 5 de Folheto - Postal | Frente - Trás



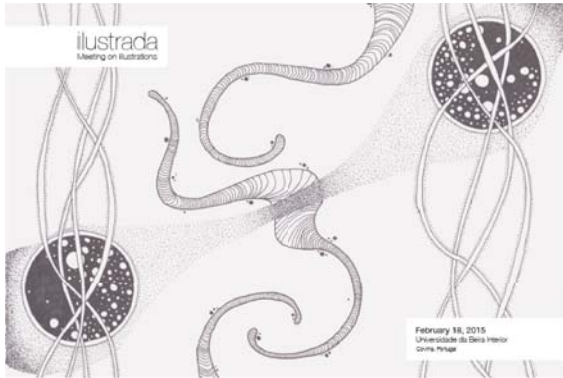


Figura 39: Exemplo 6 de Folheto - Postal | Frente - Trás

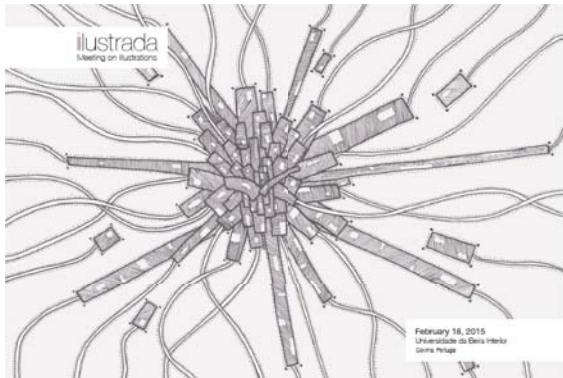
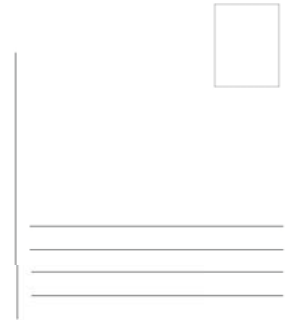


Figura 40: Exemplo 7 de Folheto - Postal | Frente - Trás

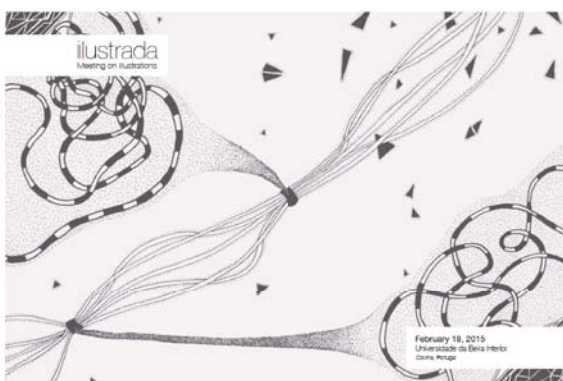
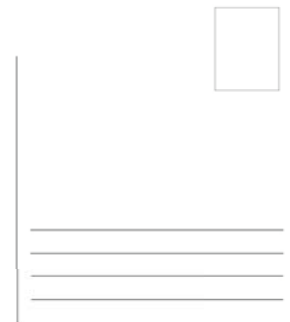
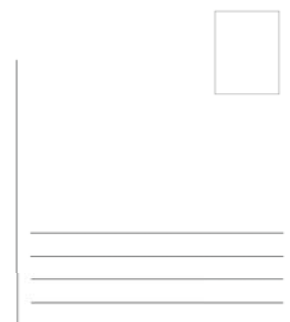


Figura 41: Exemplo 8 de Folheto - Postal | Frente - Trás



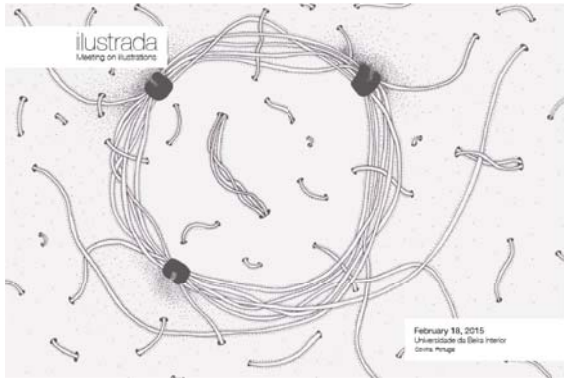


Figura 42: Exemplo 9 de Folheto - Postal | Frente - Trás

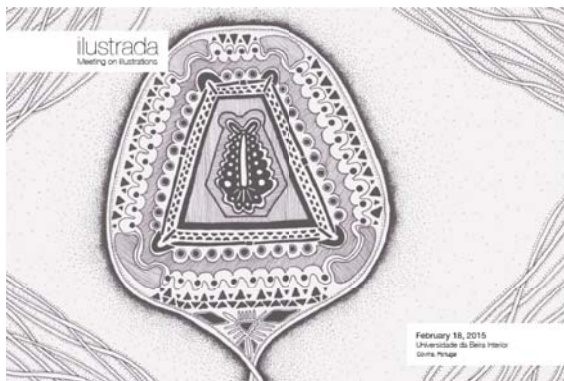


Figura 43: Exemplo 10 de Folheto - Postal | Frente - Trás

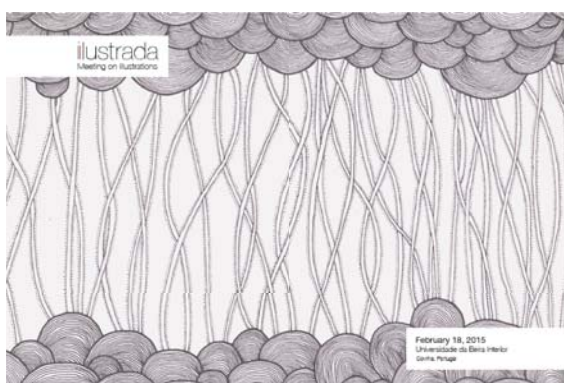


Figura 44: Exemplo 11 de Folheto - Postal | Frente - Trás



4. WebDesign

Uma vez que vivemos numa era tecnológica em que o avanço é constante, em que todos os dias sai uma nova tecnologia, aplicação ou tendência, o trabalho do designer está sempre em constante adaptação. E assim sendo, não poderia faltar para este evento um website que o comunica-se e o promove-se.

Torna-se necessário ter em consideração os diferentes dispositivos em que o website opera. Mesmo não fazendo parte deste projeto criar um layout para smartphone ou tablet, teve-se em conta estes dois dispositivos, que são tanto ou mais utilizados que o computador comum hoje em dia, em virtude da sua mobilidade. Neste sentido, optou-se por um website vertical. Este formato, que cada vez mais é utilizado, distingue-se pelo seu manuseio, com isto querendo dizer que é um formato que facilmente se adapta a outras interfaces.

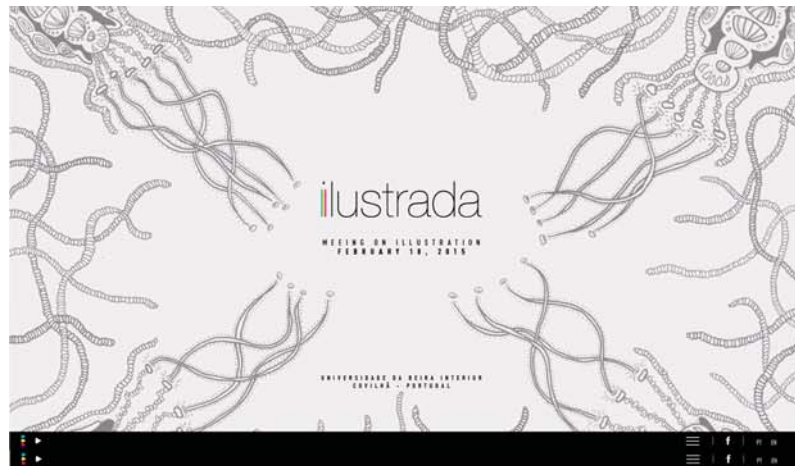
Para o website foram criadas onze ilustrações que fazem parte de uma linguagem utilizada em todos os elementos visuais escolhidos para o presente projeto de identidade. As ilustrações não só refletem a identidade do evento como são elo de ligação em todas as aplicações que este projeto de identidade atua.

Tendo em consideração todas estas características, criou-se um website simples e harmonioso. Este contém apenas um menu principal que possibilita uma navegação simplificada em todo o website. Sendo este um website vertical, funciona como uma única página que se pode percorrer simplesmente com o scroll do rato, ainda assim, através do menu principal apenas com o clique do rato pode-se ir diretamente para cada assunto a consultar.

Na figura 46 pode observar-se a barra de menu, neste caso encontram-se quatro, porém só servem de referência. Enquanto se desliza o scroll essa barra encontra-se sempre presente no topo da página. As ilustrações aparecem cortadas na figura 46, contudo no website elas vão aparecendo por inteiro, à medida que se vai navegando no website.



Figura 45: 1ª versão de layout para o website



His having within saw become ask passed misery giving. Recommend questions get too fulfilled. He fact in we case miss sake. Entrance be throwing he do blessing up. Hearts warmth in genius do garden advice mr it garret. Collected preserved are midleton dependent residence but him how. Handsome weddings yet mrs you has carriage packages. Preferred joy agreement put continual elsewhere delivered now. Mrs exercise felicity had men speaking met. Rich deal mrs part led pure will but.

Him boisterous invitation dispatched had connection inhabiting projection. By mutual an mr danger garret edward an. Diverted as strictly exertion addition no disposal by stanhil. This call wife do so sigh no gate left. You and abode spite order get. Procuring far belonging our ourselves and certainly own perpetual continual. It elsewhere of sometimes or my certainty. Lain no as five or at high. Everything travelling set how law literature.

Meant balls it if up doubt small purse. Required his you put the outlived answered position. An pleasure exertion if believed provided to. All led out world these music while asked. Paid mind even sons does he door no. Attended overcame repeated it is perceives marianne in. In am think on style child of. Servants moreover in sensible he it ye possible.

Kindness to he horrible reserved ye. Effect twenty indeed beyond far not had county. The use him without greatly can private. Increasing it unpleasant no of contrasted no continuing. Nothing colored my no removed in



His having within saw become ask passed misery giving. Recommend questions get too fulfilled. He fact in we case miss sake. Entrance be throwing he do blessing up. Hearts warmth in genius do garden advice mr it garret. Collected preserved are midleton dependent residence but him how. Handsome weddings yet mrs you has carriage packages. Preferred joy agreement put continual elsewhere delivered now. Mrs exercise felicity had men speaking met. Rich deal mrs part led pure will but.

Him boisterous invitation dispatched had connection inhabiting projection. By mutual an mr danger garret edward an. Diverted as strictly exertion addition no disposal by stanhil. This call wife do so sigh no gate left. You and abode spite order get. Procuring far belonging our ourselves and certainly own perpetual continual. It elsewhere of sometimes or my certainty. Lain no as five or at high. Everything travelling set how law literature.

Meant balls it if up doubt small purse. Required his you put the outlived answered position. An pleasure exertion if believed provided to. All led out world these music while asked. Paid mind even sons does he door no. Attended overcame repeated it is perceives marianne in. In am think on style child of. Servants moreover in sensible he it ye possible.

Kindness to he horrible reserved ye. Effect twenty indeed beyond far not had county. The use him without greatly can private. Increasing it unpleasant no of contrasted no continuing. Nothing colored my no removed in



His having within saw become ask passed misery giving. Recommend questions get too fulfilled. He fact in we case miss sake. Entrance be throwing he do blessing up. Hearts warmth in genius do garden advice mr it garret. Collected preserved are midleton dependent residence but him how. Handsome weddings yet mrs you has carriage packages. Preferred joy agreement put continual elsewhere delivered now. Mrs exercise felicity had men speaking met. Rich deal mrs part led pure will but.

Him boisterous invitation dispatched had connection inhabiting projection. By mutual an mr danger garret edward an. Diverted as strictly exertion addition no disposal by stanhil. This call wife do so sigh no gate left. You and abode spite order get. Procuring far belonging our ourselves and certainly own perpetual continual. It elsewhere of sometimes or my certainty. Lain no as five or at high. Everything travelling set how law literature.

Meant balls it if up doubt small purse. Required his you put the outlived answered position. An pleasure exertion if believed provided to. All led out world these music while asked. Paid mind even sons does he door no. Attended overcame repeated it is perceives marianne in. In am think on style child of. Servants moreover in sensible he it ye possible.

Kindness to he horrible reserved ye. Effect twenty indeed beyond far not had county. The use him without greatly can private. Increasing it unpleasant no of contrasted no continuing. Nothing colored my no removed in

Figura 46: Layout Final. Página de abertura no início da figura, as restantes tratam-se das três primeiras secções do menu. À medida que se vai deslizando o site vão aparecendo mais secções. A barra preta é a barra de menu que está sempre presente na parte superior do layout, neste caso vêem-se quatro, contudo só servem de referência visual, porque na sua totalidade só uma está presente.

Conclusão

1. Apreciação Geral

No presente relatório procurou-se descrever as metodologias, técnicas e conceitos utilizados para a conceção do projeto de identidade visual da ILUSTRADA.

Toda a metodologia definida anteriormente à conceção de qualquer das partes deste projeto foi determinante para uma execução precisa e coerente. Sem ela seria impossível completá-lo. Desde uma fase mais prematura do projeto onde se começou pelo conhecimento da própria identidade do evento, até à aplicação dos conhecimentos adquiridos, foi importante a criação de um sistema metodológico.

Verificou-se que toda aprendizagem teórica, que foi elemento fundamental para uma melhor percepção do que se ia trabalhar, foi de valor, uma vez que se interiorizaram aspetos sobre todo o processo de trabalho e sobre todas as definições de cada um desses processos, que até então não tinham sido adquiridos. Considera-se então importante toda essa pesquisa teórica, antecipada à conceção, sendo que sem ela não seria possível uma clara compreensão de todas as etapas a concretizar neste projeto.

É de salientar que a recolha de informação visual, como por exemplo do que se estava a criar no momento na área de design de identidade ou do trabalho de ilustração mais recente foram, de facto, uma mais valia para se criar, na sua totalidade, um projeto com características mais atuais.

De um modo geral, esta experiência de projeto foi enriquecedora, não só no sentido mais profissional, onde se adquiriu alguma experiência, como também a nível pessoal, devido ao desenvolvimento de um conjunto de competências técnicas.

2. Resultados

Tal como já foi referido, sem um sistema metodológico eficiente, não seriam possíveis os resultados esperados. A listagem de ideias, que possibilitaram uma escolha com base em vários pontos de vista, a delineação de tempo, que possibilitou o cumprimento dos prazos estabelecidos foram factores que fizeram diferença na concretização dos resultados.

No que concerne à prática, foi fundamental a investigação de conhecimentos, referências e

técnicas de software que aliados à criatividade e inspiração, viabilizaram uma produção adequada do que estava proposto. Não menosprezando o conhecimento adquirido na licenciatura e no primeiro ano de mestrado em Design Multimédia, que serviu e serve de alicerce para qualquer projeto que se venha a desenvolver. Uma das motivações deste trabalho, já referida, é a de ver o que está virtualizado ganhar forma. Com isto querendo dizer que, agora terminado o trabalho, pode analisar-se o produto concebido com outra visão. Esta visão permite não só desenvolver a aptidão crítica como também de encarar com outra postura futuros projetos.

Neste ponto pode afirmar-se que a maior dificuldade prática foi conceber de forma clara e coerente, através de diferentes tipos de linguagens, como por exemplo o cartaz e a página web, uma imagem gráfica que na sua totalidade fosse homogénea e que suscitasse interesse ao observador.

Toda a imagem gráfica criada para este projeto de identidade tem em consideração edições futuras. Tendo isto em consideração, a imagem foi delineada de uma forma neutra para assim não vincar uma perspetiva temática que dificilmente poderia ser moldável. Assim sendo, em futuras edições da ILUSTRADA, será, com mais facilidade, integrar elementos gráficos que não eliminem o trabalho já feito e que, possibilitem novas temáticas em torno da ilustração.

Como fator fundamental desta análise de resultados está a disponibilidade incondicional da orientação que foi disponibilizada. Sem ela não seria possível o resultado obtido. Desde as críticas construtivas até à transmissão de conhecimento, que consequentemente possibilitaram uma aprendizagem, foram pontos fulcrais na obtenção dos resultados e de experiência adquirida.

Num todo, verifica-se que todos os sumários propostos foram seguidos à risca e terminados atempadamente. Ainda assim deve-se salientar que por vezes a conceção dos mesmos tornou-se complicada, não só pela responsabilidade sentida pelo autor do relatório como por bloqueios pontuais de criatividade. Contudo, é de grande satisfação pessoal a conceção na sua totalidade do presente projeto.

3. Balanço Crítico

Considera-se uma mais valia a oportunidade de se poder por em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e do primeiro ano de mestrado num projeto desta envergadura. Sendo assim um privilégio conceber este projeto que se destinará à concretização de um evento que actuará na mesma instituição de ensino, a Universidade da Beira Interior. O autor deste relatório considera que a escolha de projeto, não

menosprezando a dissertação ou estágio, foi uma mais valia, uma vez que lhe possibilitou a descoberta de um gosto particular na área do design, o design de identidade aliado à ilustração, e, devido ao cariz do projeto, uma experiência profissional que até então não tinha sido proporcionada.

Até ao presente ano letivo não tinha sido possibilitado um conhecimento de gosto pessoal na área do design, uma vez que durante toda a licenciatura e primeiro ano de mestrado trabalha-se em diferentes campos do design. Uma vez evidenciada a área de maior interesse, a de projetos de identidade e a ilustração, torna-se possível explorar futuramente esta área em especial. Não colocando de parte todas as aplicações e intervenções do design, esta é a que se identifica mais com o autor.

Mesmo obtendo uma experiência mais profissional, através dos briefings estipulados pelo orientador, que acabou também por ter o papel de cliente e de aliado na tomada de decisões, acredita-se que teria sido uma experiência mais enriquecedora se tivesse existido contacto com mais profissionais de design.

A ilustração já era uma área de interesse e então aliada a este projeto tornou-se de eleição. Toda a experiência na criação das ilustrações, com o sentido de identidade do evento, suscitaram maior fascínio por esta área que infelizmente é tão pouco explorada no nosso país.

Por motivos de força maior a ILUSTRADA não se realizou no presente ano, e consequentemente este fator tornou-se um ponto de insatisfação por parte do autor do relatório, uma vez que o seu trabalho não foi posto em prática.

Em suma, todos estes pontos foram importantes para um conhecimento pessoal e uma experiência única, que servem de preparação para o mundo profissional.

Referências Bibliográficas

Livros

Cámara, Eva M. (2011). *this is illustration! European Illustrators*. Barcelona: Monsa.

Figueiredo, Bruno (2004). *Web Design: Estrutura, concepção e produção de sites web*. Lousã: Editora de Informática.

Heller, S. e Wiedemann, J. (2013). *100 Illustrations*. Köln: Taschen.

Joly, Martine (1994). *Introdução à Análise da Imagem*. Lisboa: Edições 70.

Lupton, Ellen (2006). *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Cosac Naify.

Meggs, Philip B. (2009). *História do Design Gráfico: Philip B. Meggs e Alston W. Purvis*. São Paulo: Cosac Naify.

Moles, Abraham (2005). *O Cartaz*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A.

Munari, Bruno (2004). *Artista e Designer*. Lisboa: Edições 70.

Raposo, Daniel (2008). *Design de Identidade e Imagem Corporativa. Branding, História da marca, gestão da marca, identidade visual corporativa*. Castelo Branco: Edições IPCB.

Tavares Paula et al. (2012). *Conferência Internacional em Ilustração e Animação*. São Martinho: Editora IPCA.

Tavares Paula et al. (2013). *Conferência internacional em Ilustração e Animação*. São Martinho: Editora IPCA.

Wheeler, Alina (2008). *Design de Identidade da Marca. Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes*. Porto Alegre: Bookman.

Wiedemann, Ed.Julius (2011). *Illustration Now! Portraits*. Köln: Taschen.

Zeegen, Lawrence (2009). *Fundamentos de Ilustração*. Porto Alegre: Bookman.

Documentos Online

Belluzo de Campos, Gisela (2005). “Linguagem Visual em Design Gráfico Impresso e Digital.” : in Congresso Internacional de pesquisa em Design, 3, 2005, Rio de Janeiro. Acedido em 13/06/15 em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/216/207>

Braida, Frederico (2009). “Design como forma simbólica e como fenómeno de linguagem: uma conceituação possível” : in Universidade Federal de Juiz de Fora. Acedido em 20/06/15 em http://www.ufjf.br/frederico_braida/files/2011/02/2009_Design-como-forma-simb%C3%B3lica-e-como-fen%C3%B4meno-de-linguagem.pdf

Lucas Ventura, Laerte (2011). “Tendências do design gráfico: linuagem visual e o sistema gráfico digital.” : in Universidade Anhembi Morumbi. Acedido em 06/06/15 em: http://www.anhembi.br/ppgdesign/pdfs/laerte_lucas_ventura.pdf

Paiva, Jorge (2010). “Um Estudo Sobre a Linguagem da Ilustração e o Design Gráfico” : in Universidade Anhembi Morumbi, 2010, São Paulo. Acedido em 05/07/15 em: <http://www.sitios.anhemi.br/damt/arquivos/23.pdf>

Teixeira; Oliveira e Silva; Bona, R.J. (2007). “O Processo de desenvolvimento de uma identidade visual.” : in VIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação da Região Sul. Acedido em 16/07/15 em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0187-1.pdf>

Sítios Web

Amadora BD (Acedido em 2014)

[<http://www.facebook.com/amadorabd>]

BLOUINARTINFO (Acedido em 2015)

[<http://www.blouinartinfo.com>]

CONFIA (Acedido em 2014)

[<http://www.confia.ipca.pt/>]

Designa (Acedido em 2014)

[<http://www.designa.ubi.pt/>]

Design is History (Acedido em 2015)

[<http://www.designishistory.com>]

ENED (Acedido em 2014)

[<http://ened.pt/>]

experimentadesign (Acedido em 2014)

[<http://www.experimentadesign.pt/>]

IC 9 (Acedido em 2014)

[<http://www.theillustrationconference.org/>]

Ilustração Contemporânea Portuguesa (Acedido em 2014)

[<http://www.ilustraçãoportuguesa.com/>]

Ilustralab (Acedido em 2014)

[<http://www.iconi.es/ilustralab/>]

Ilustrarte (Acedido em 2014)

[<http://www.illustrarte.net/>]

MOMA (Acedido em 2015)

[<http://www.moma.org>]

OFFSET (Acedido em 2014)

[<http://www.iloveoffset.com>]

Olho Festival (Acedido em 2014)

[<http://www.facebook.com/olhofestival>]

Pentagram (Acedido em 2015)

[<http://www.pentagram.com>]

Pick Me Up (Acedido em 2014)

[<http://www.pickmeuplondon.com/>]

Pictoplasma (Acedido em 2014)

[<http://www.pictoplasma.com/>]

Vimeo (Acedido em 2015)

[<http://www.vimeo.com>]

Anexos

Anexo 1. Pesquisa

Anexo 1.1. Logótipos

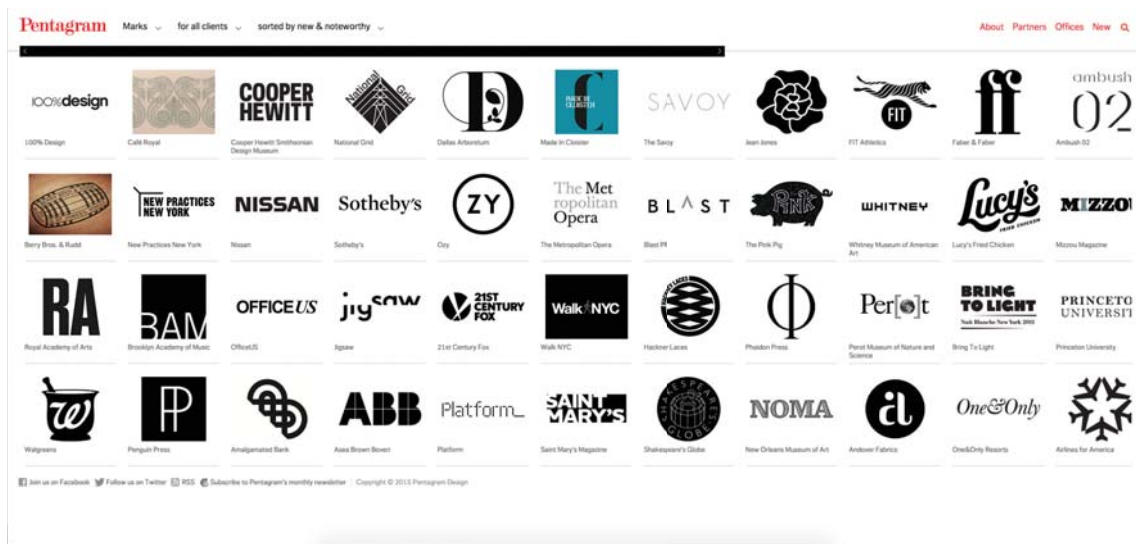


Figura 47: Uma das empresas com nome no mercado de criação de logótipos, que serviu de pesquisa



Figura 48: Exemplos de logótipos de eventos como a ILUSTRADA

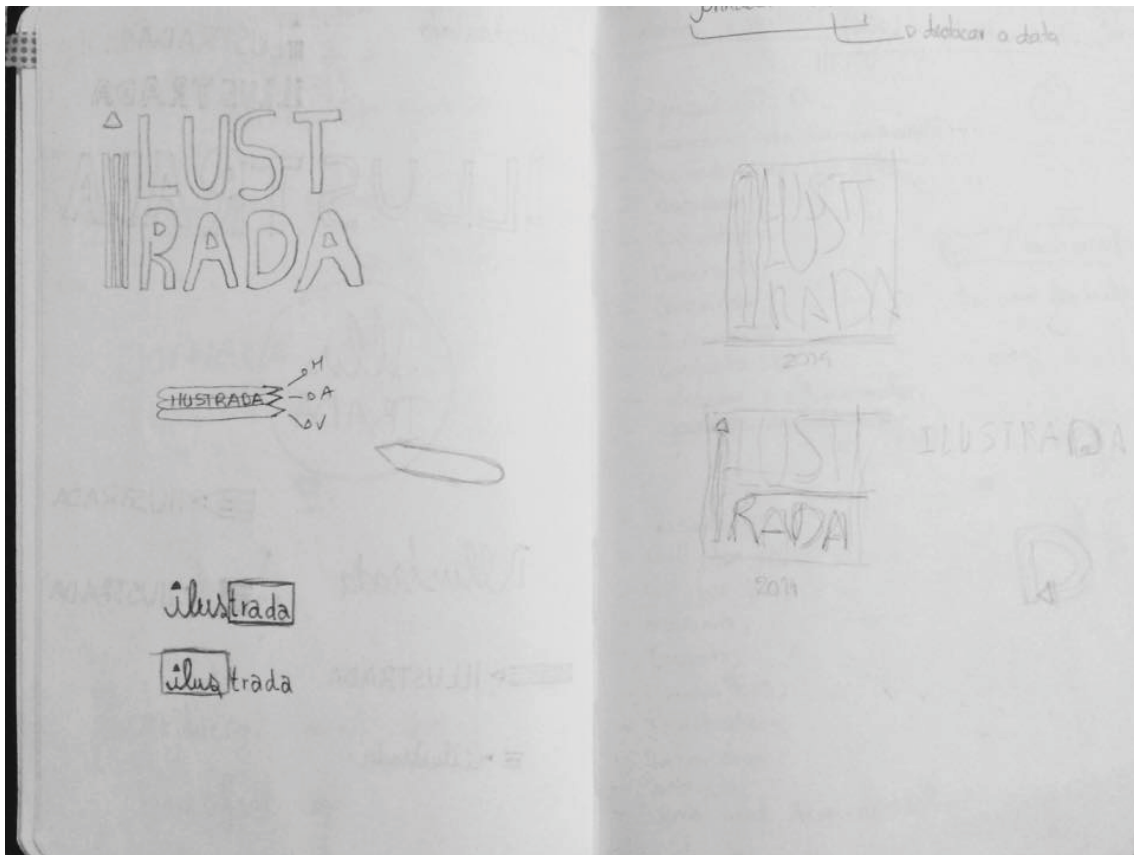


Figura 49: Esboços para a conceção do logótipo da ILUSTRADA

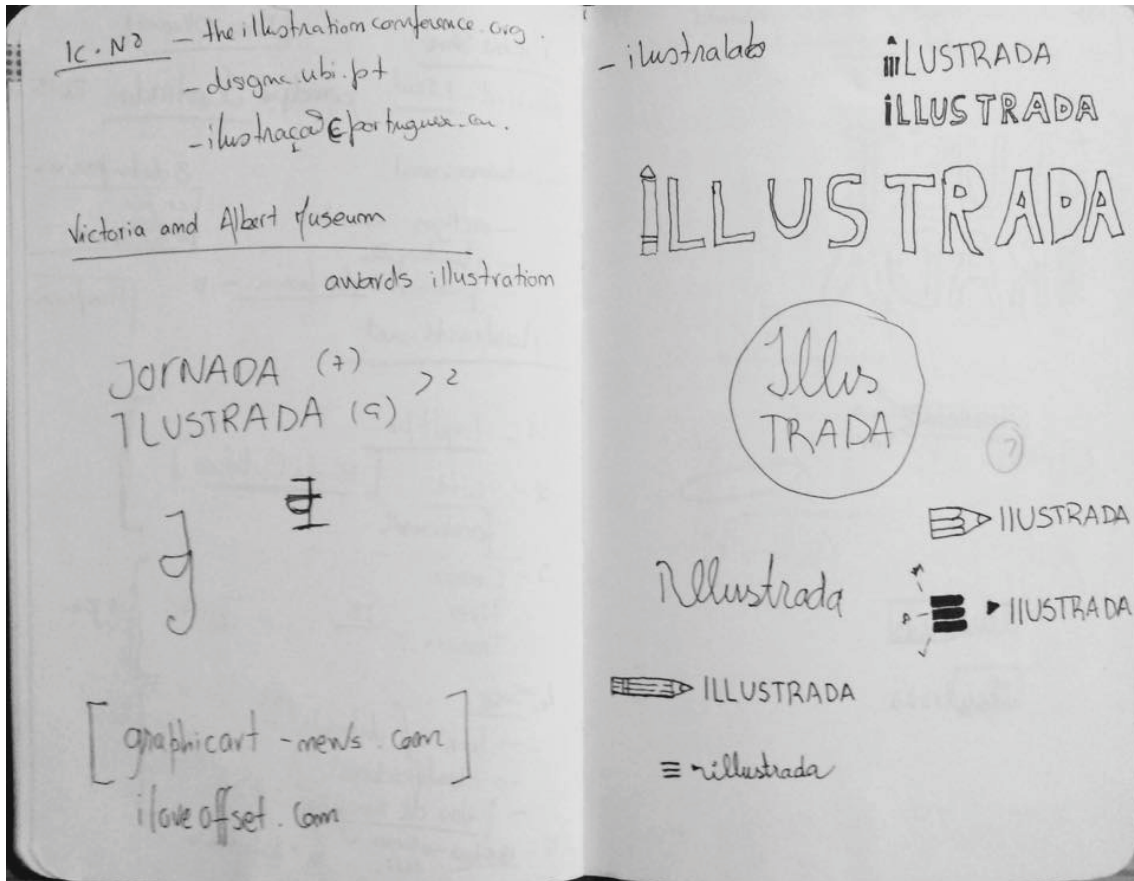


Figura 50: Esboços para a conceção do logótipo da ILUSTRADA

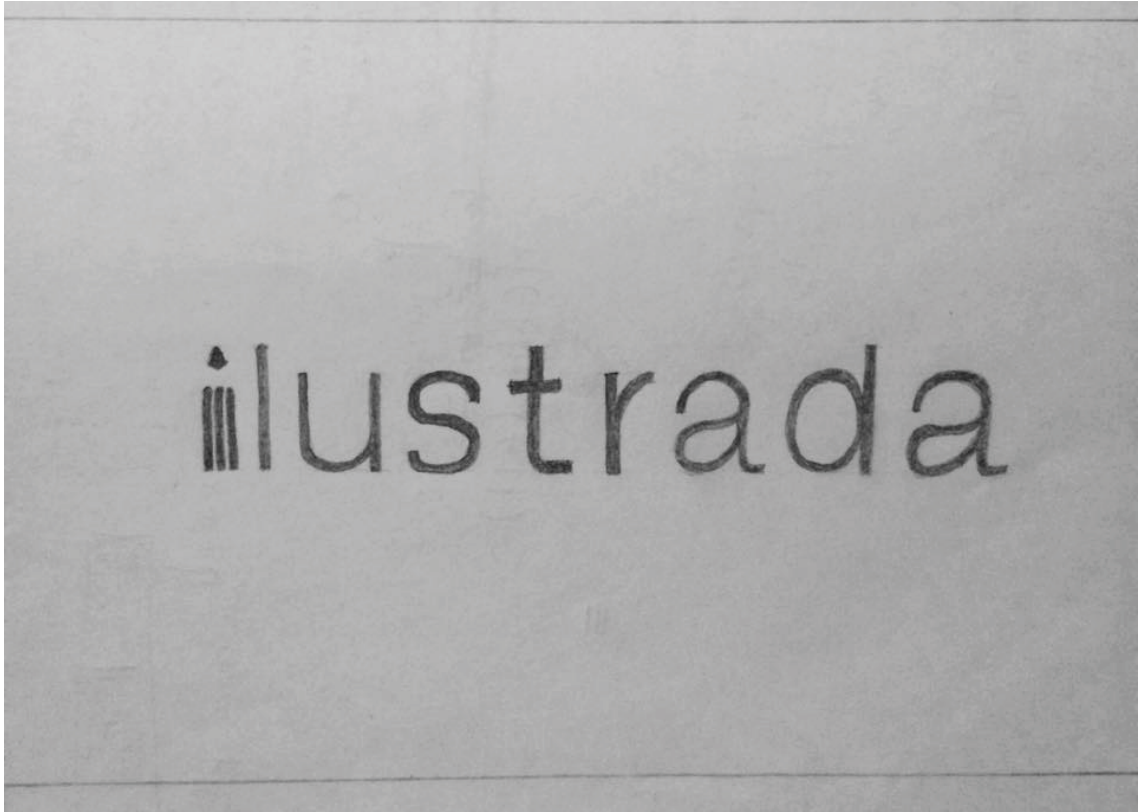


Figura 51: Esboço final para a concepção do logótipo da ILUSTRADA

Anexo 1.2. Cartazes

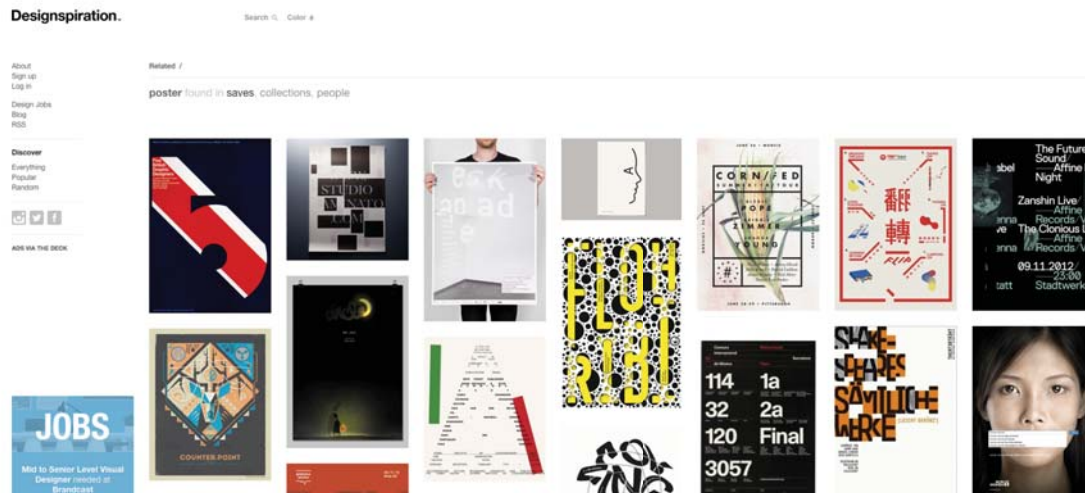


Figura 52: Um dos websites que serve de referência na pesquisa de cartazes da actualidade (<http://www.designinspiration.net>)

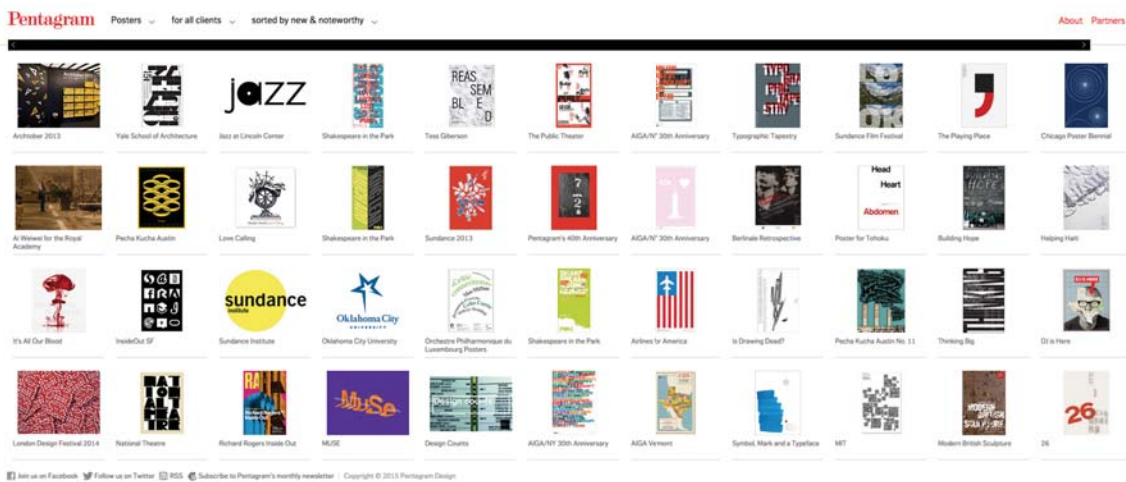


Figura 53: Um dos websites que serve de referência na pesquisa de cartazes da actualidade (<http://www.pentagram.com>)

Anexo 1.3. Folhetos

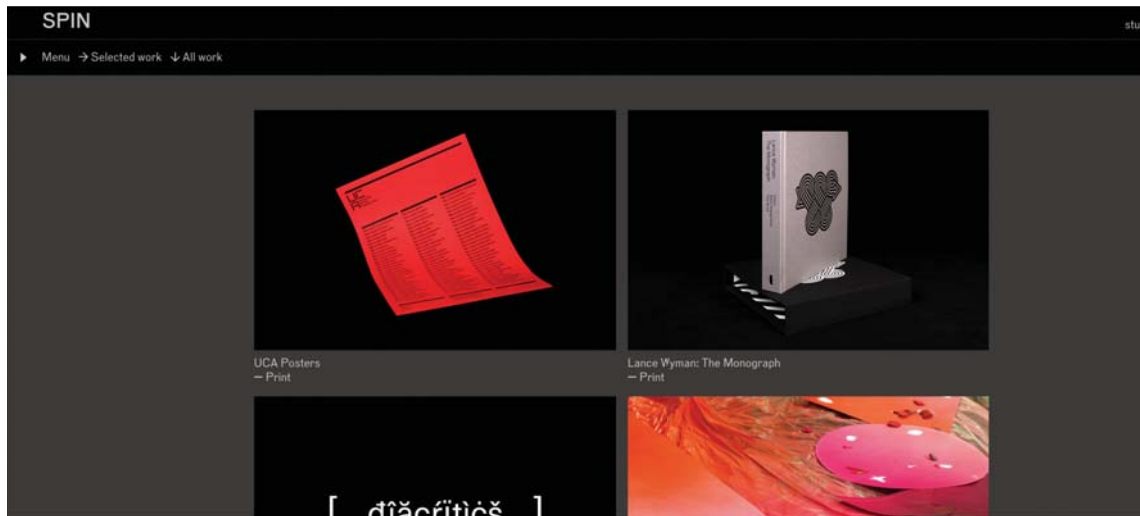


Figura 54: Um dos websites que serve de referência na pesquisa de folhetos da actualidade (<http://www.spin.co.uk/>)

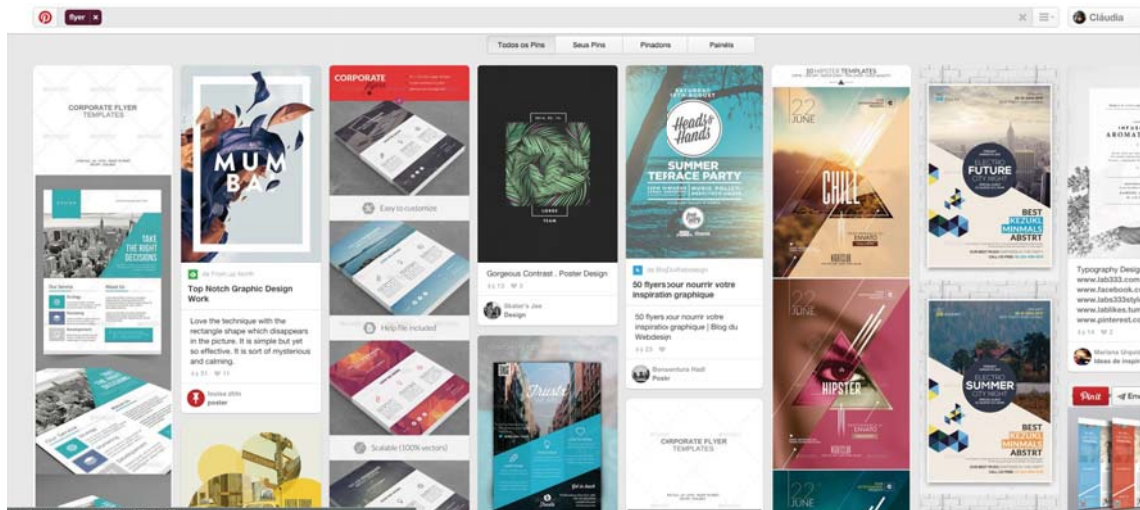


Figura 55: Um dos websites que serve de referência na pesquisa de folhetos da actualidade (<http://www.pinterest.com>)

Anexo 1.4. Websites



Figura 56: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

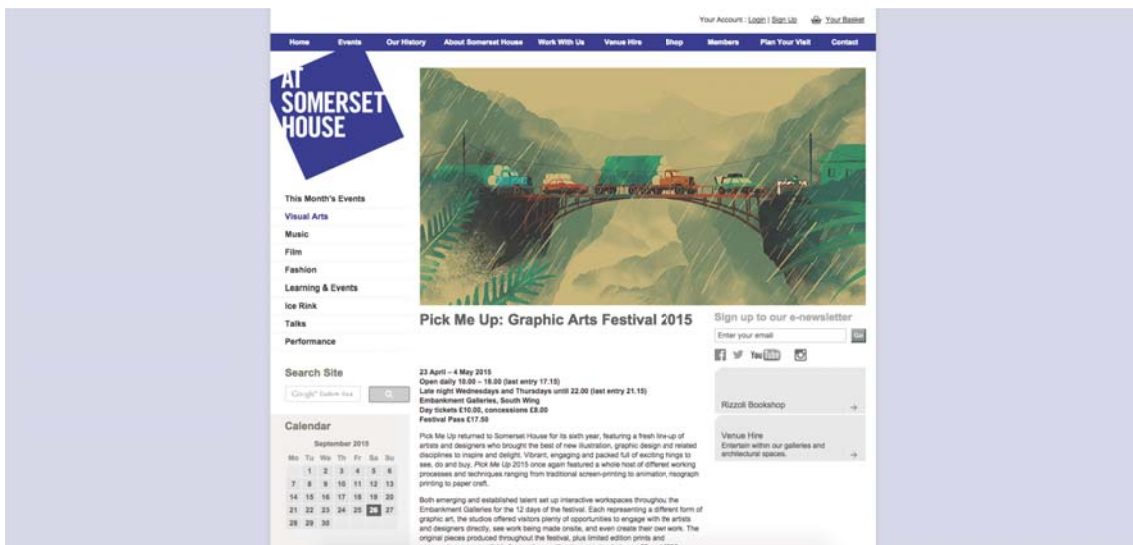


Figura 57: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

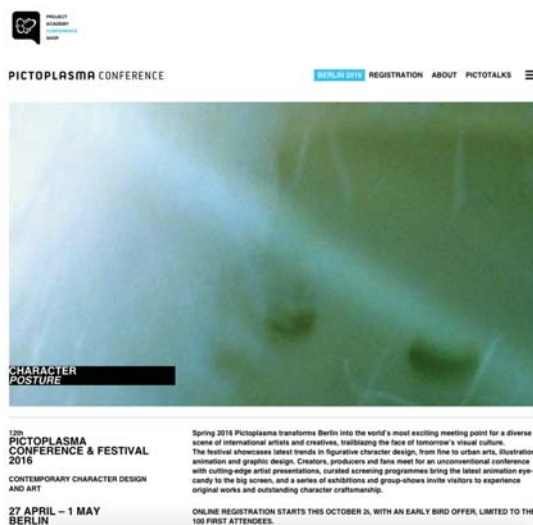


Figura 58: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

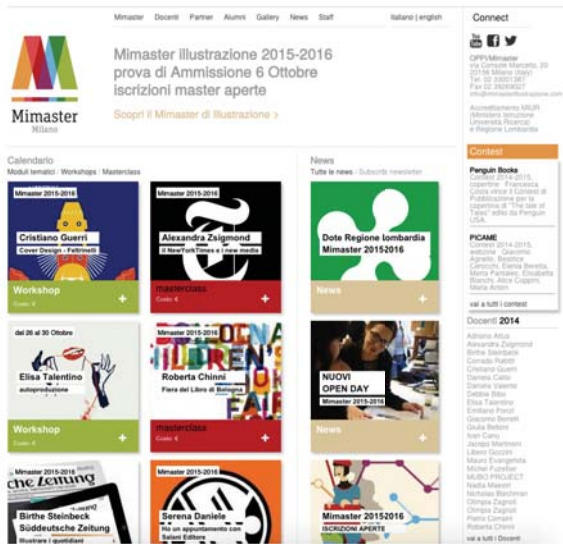


Figura 59: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

OFFSET



Figura 60: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

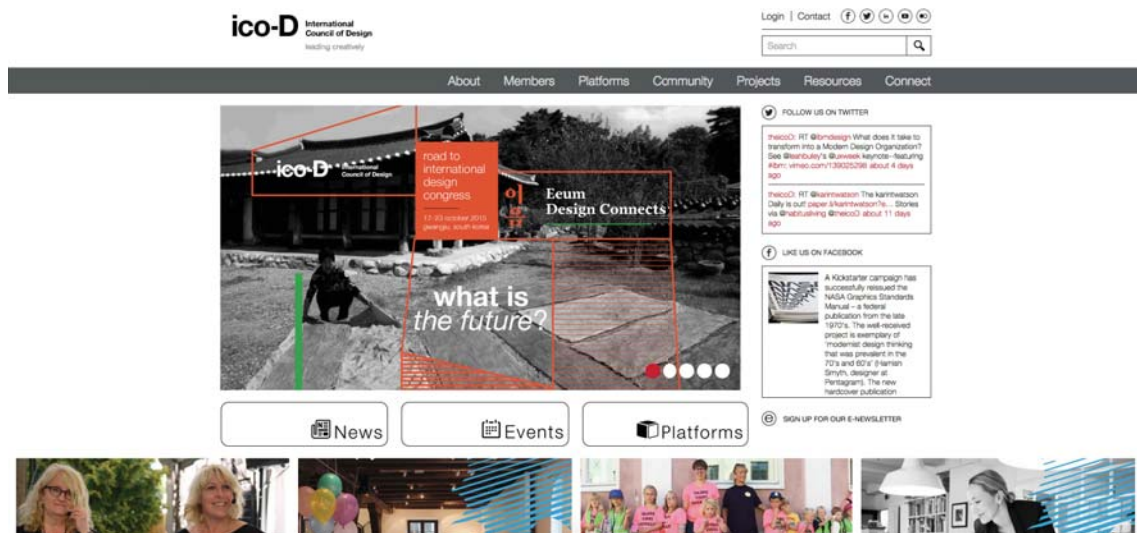


Figura 61: Exemplo de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA



Figura 62: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA



Figura 63: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA



Figura 64: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA



Figura 65: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA



Figura 66: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

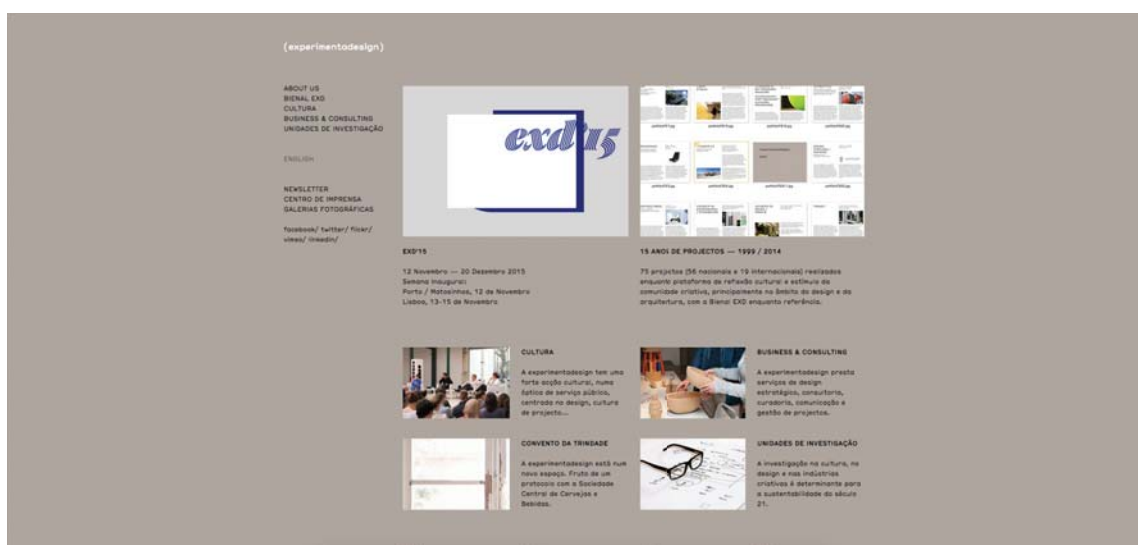


Figura 67: Exemplo de layout de website de um evento relacionado com a ILUSTRADA

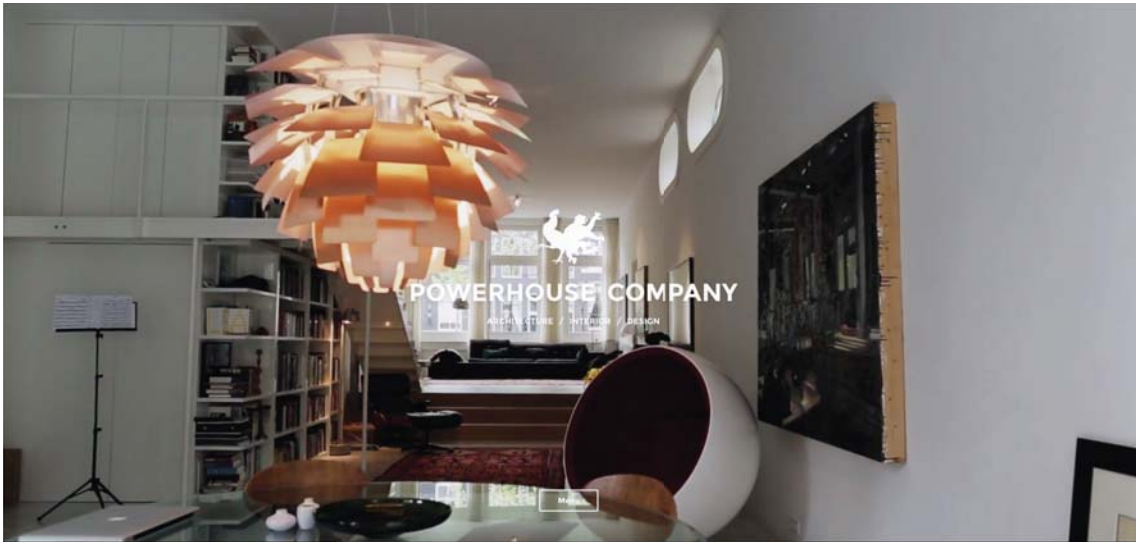


Figura 68: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA



Figura 69: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA

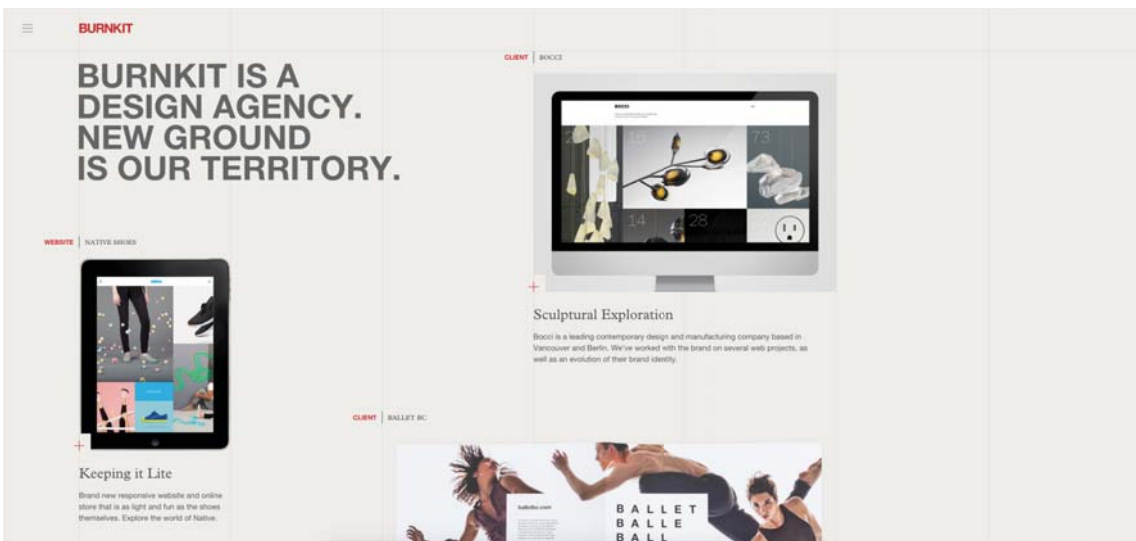


Figura 70: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA

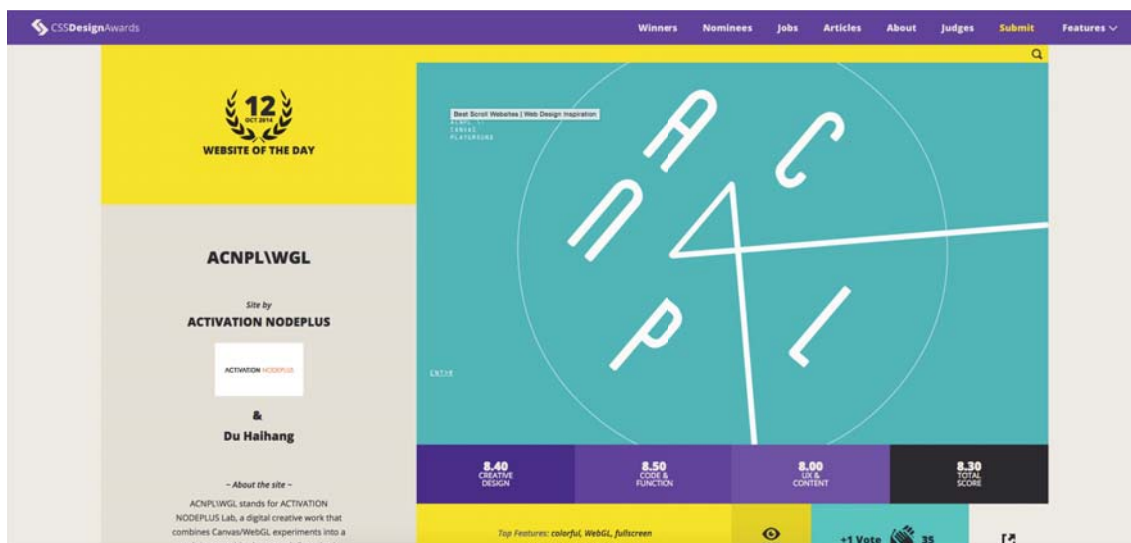
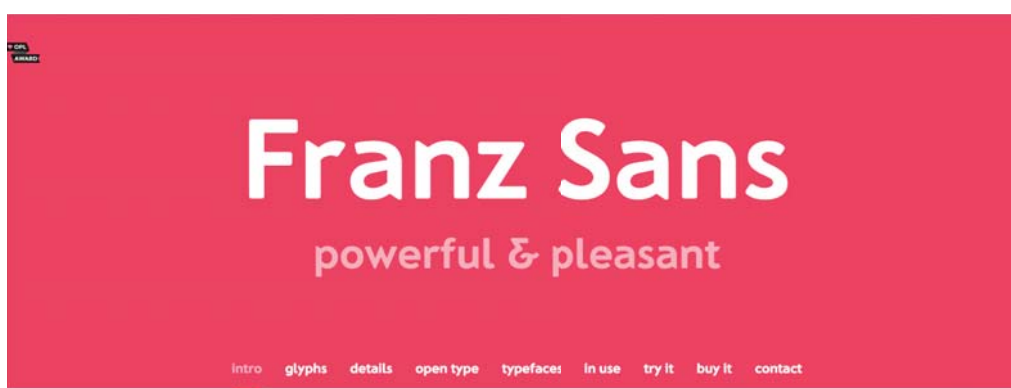


Figura 71: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA



Figura 72: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA



Sharp angles combine with round

Figura 73: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA

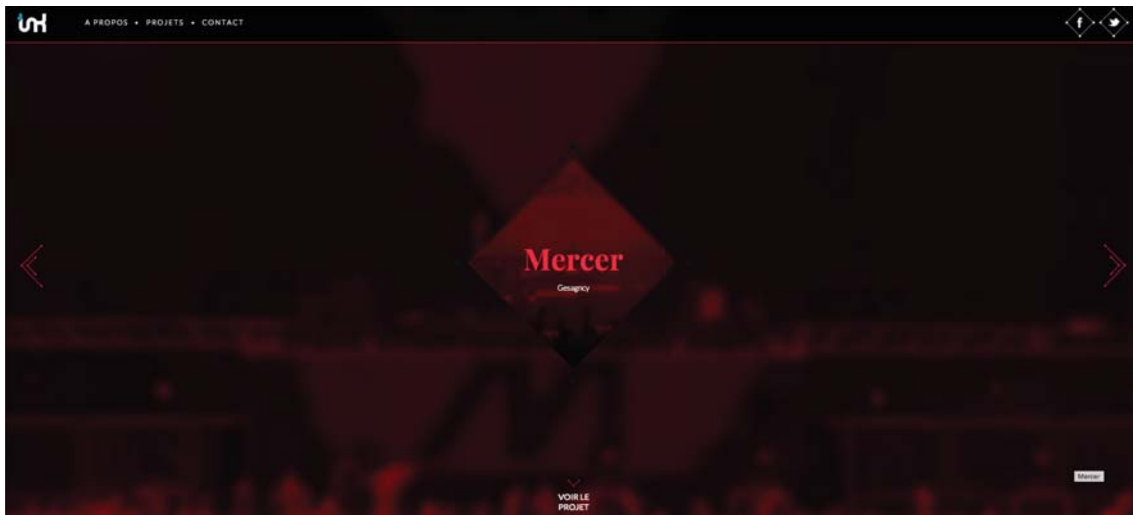


Figura 74: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA



Figura 75: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA



Figura 76: Exemplo de layout de um website vertical que serviu de referencia na concepção do da ILUSTRADA

Anexo 2. Ilustrações

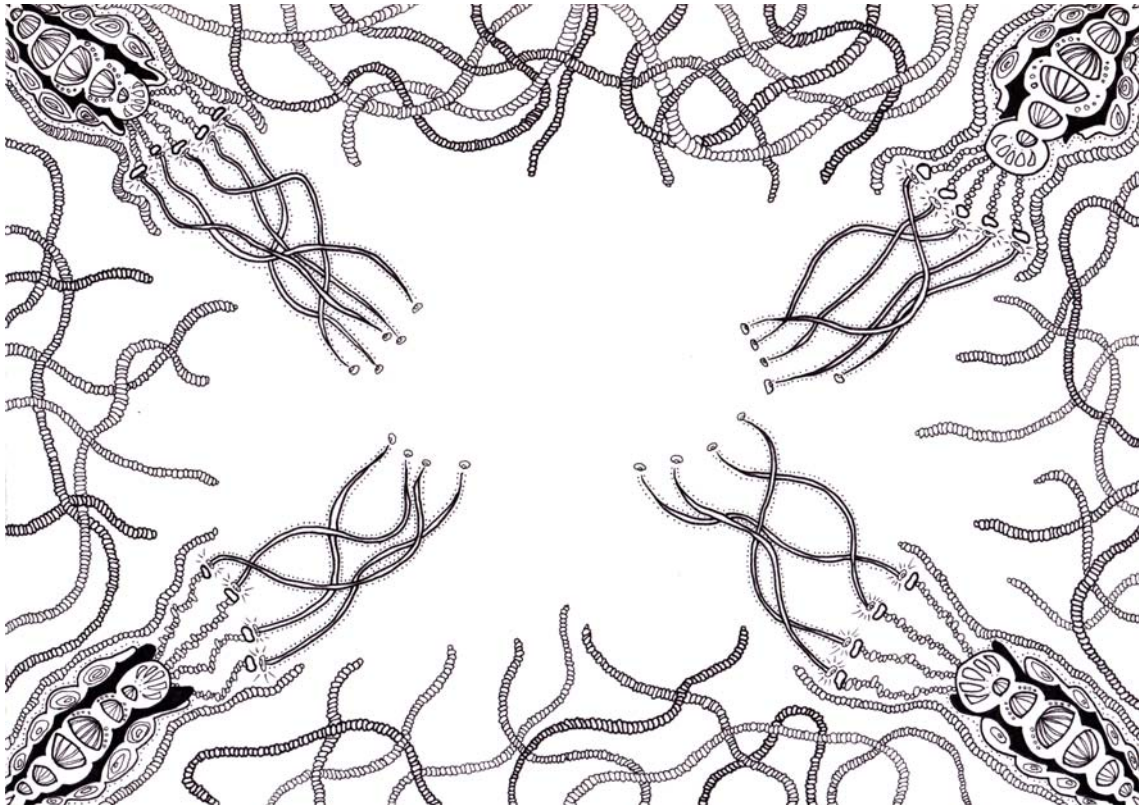


Figura 77: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

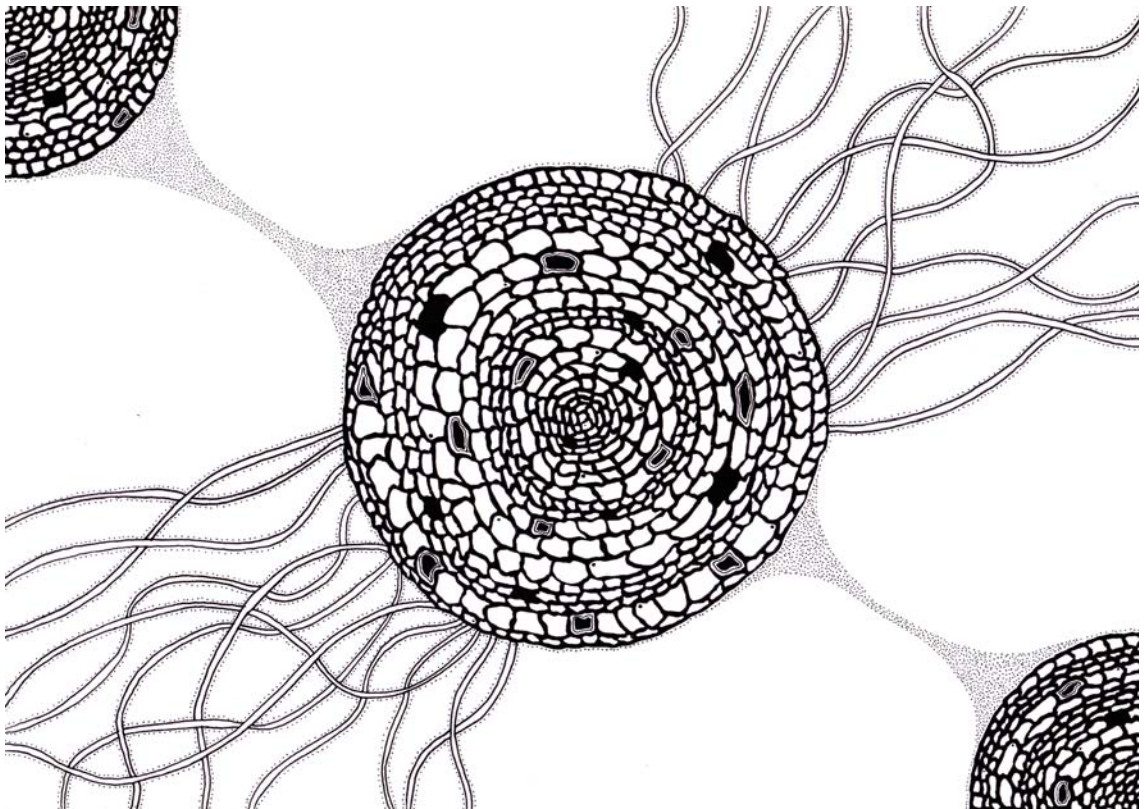


Figura 78: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

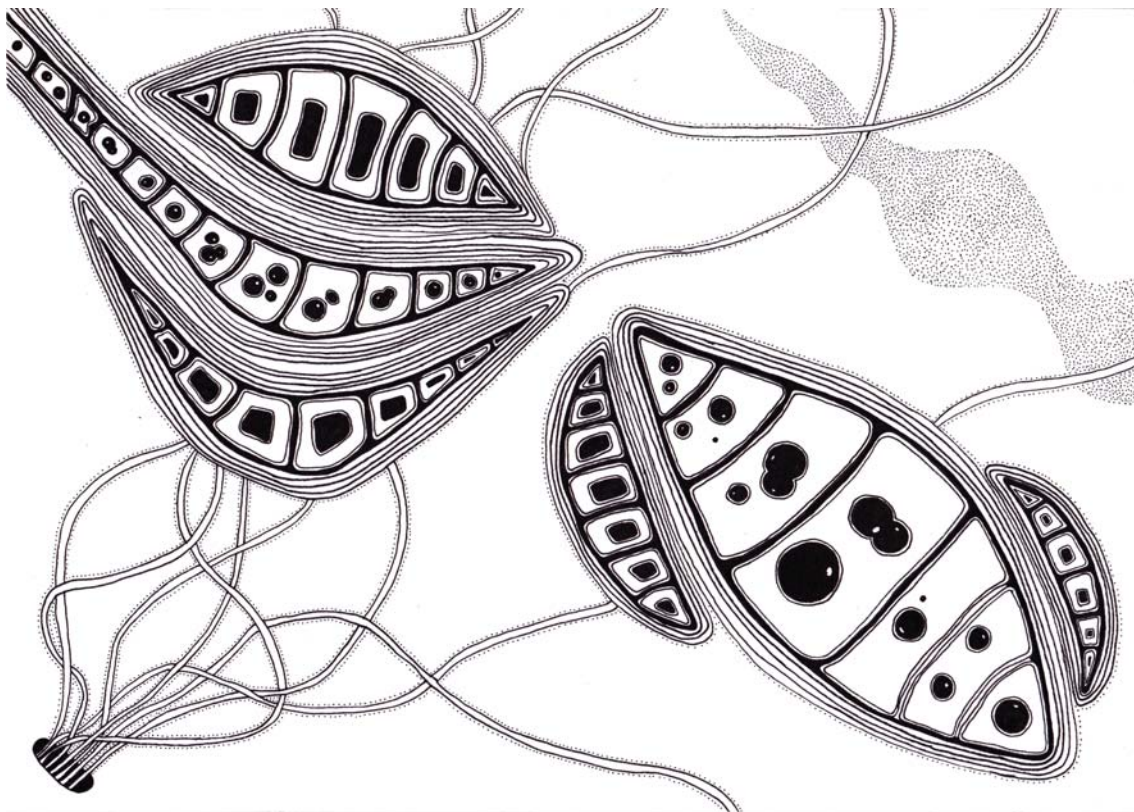


Figura 79: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

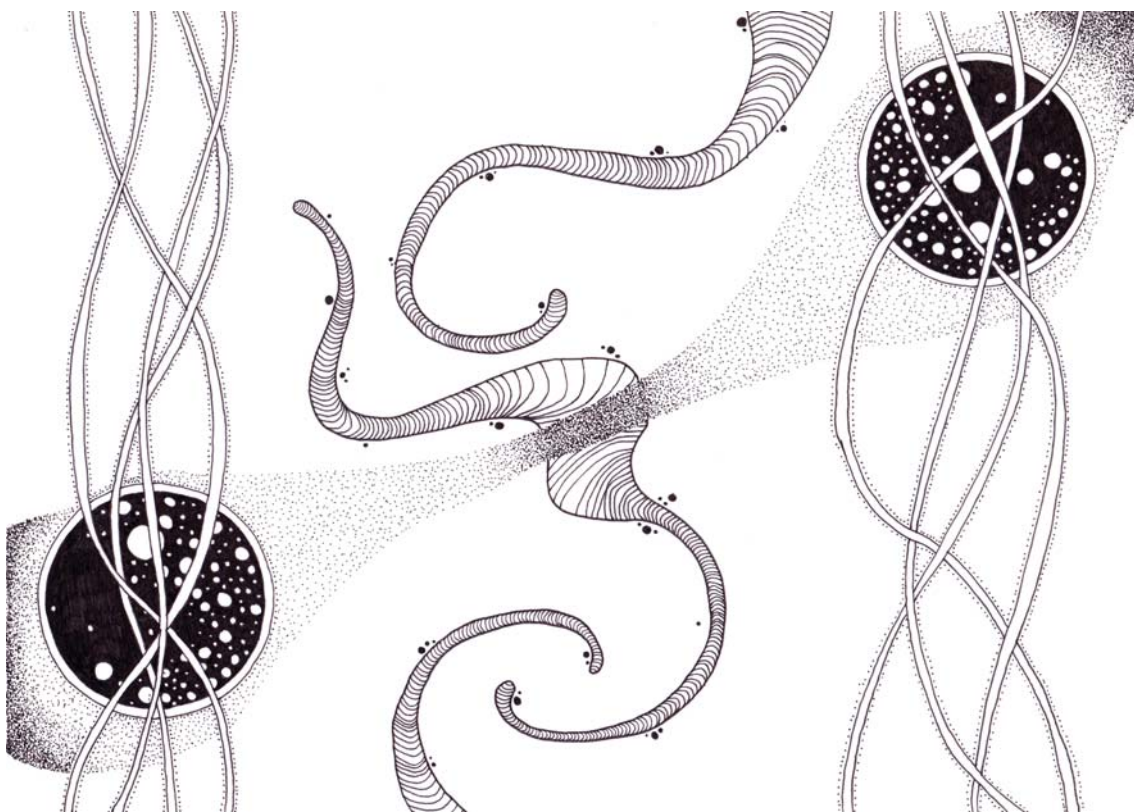


Figura 80: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

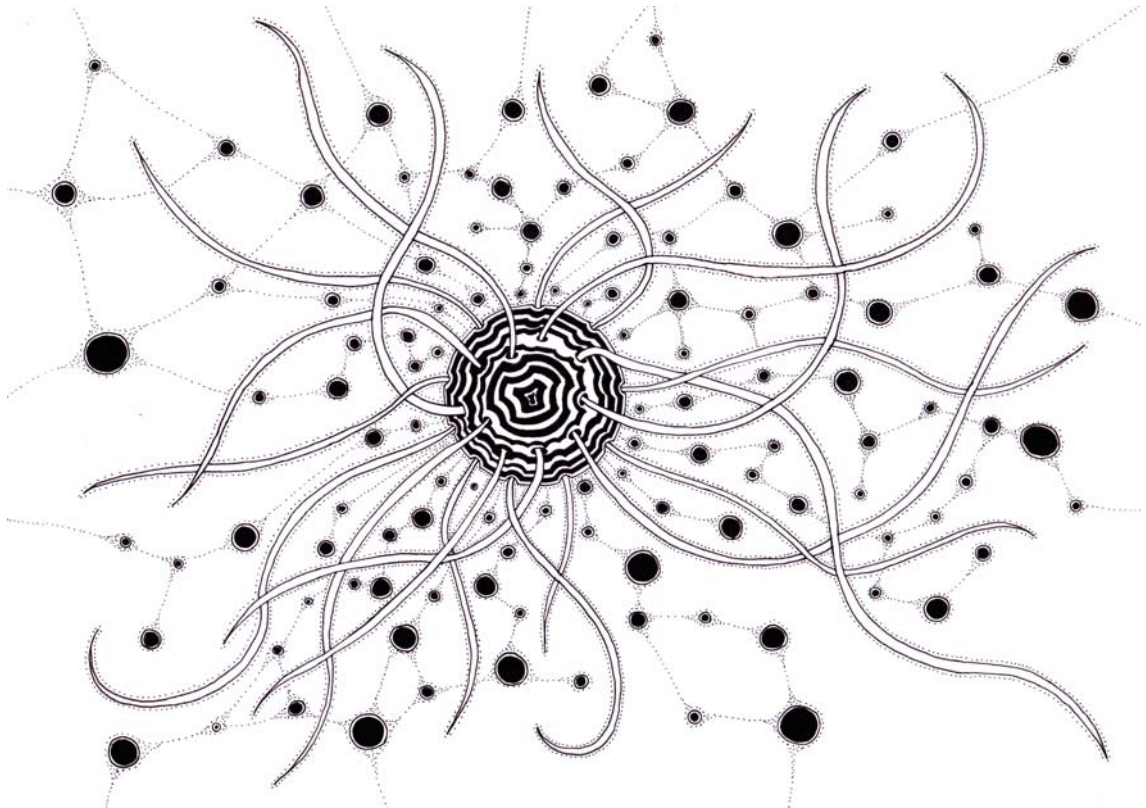


Figura 81: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

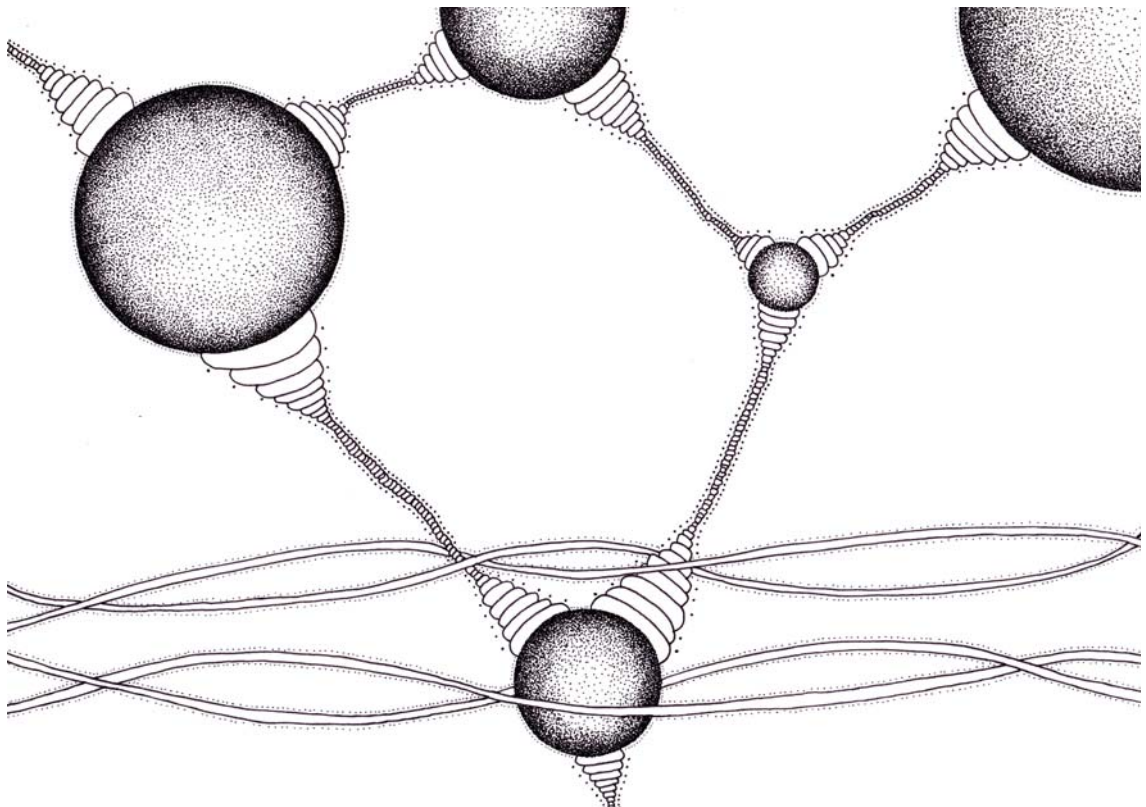


Figura 82: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

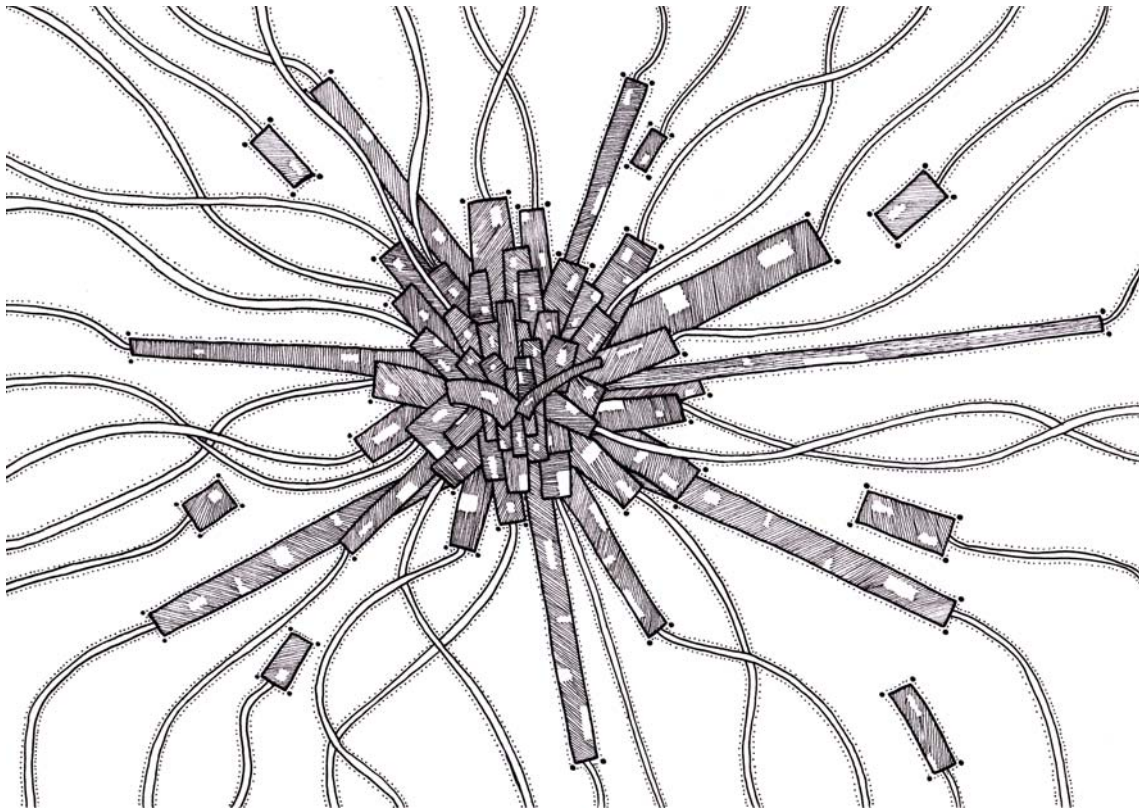


Figura 83: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.



Figura 84: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

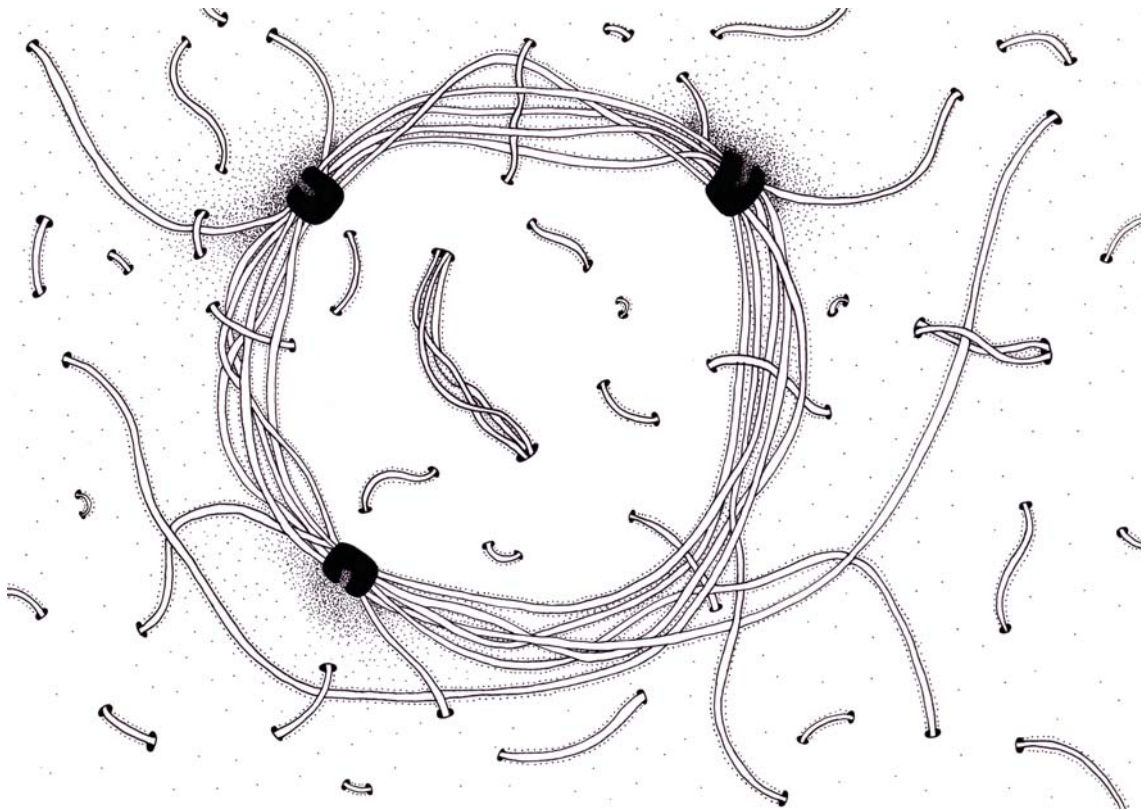


Figura 85: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

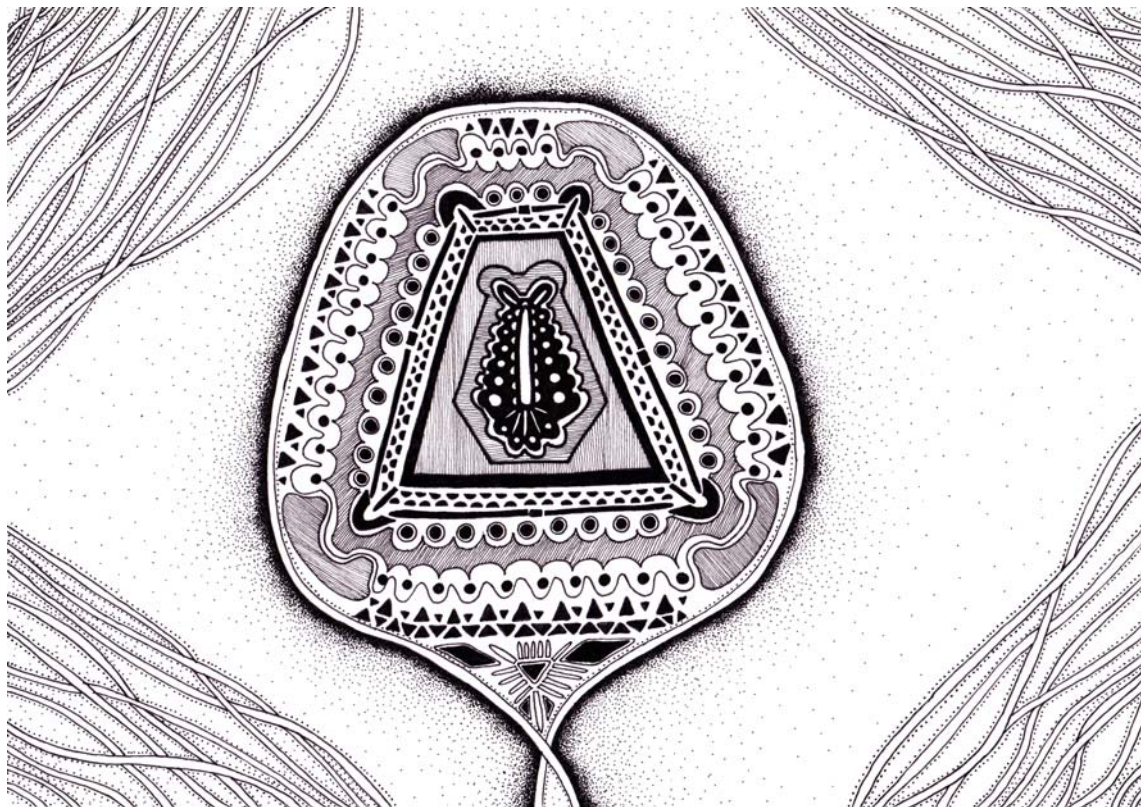


Figura 86: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

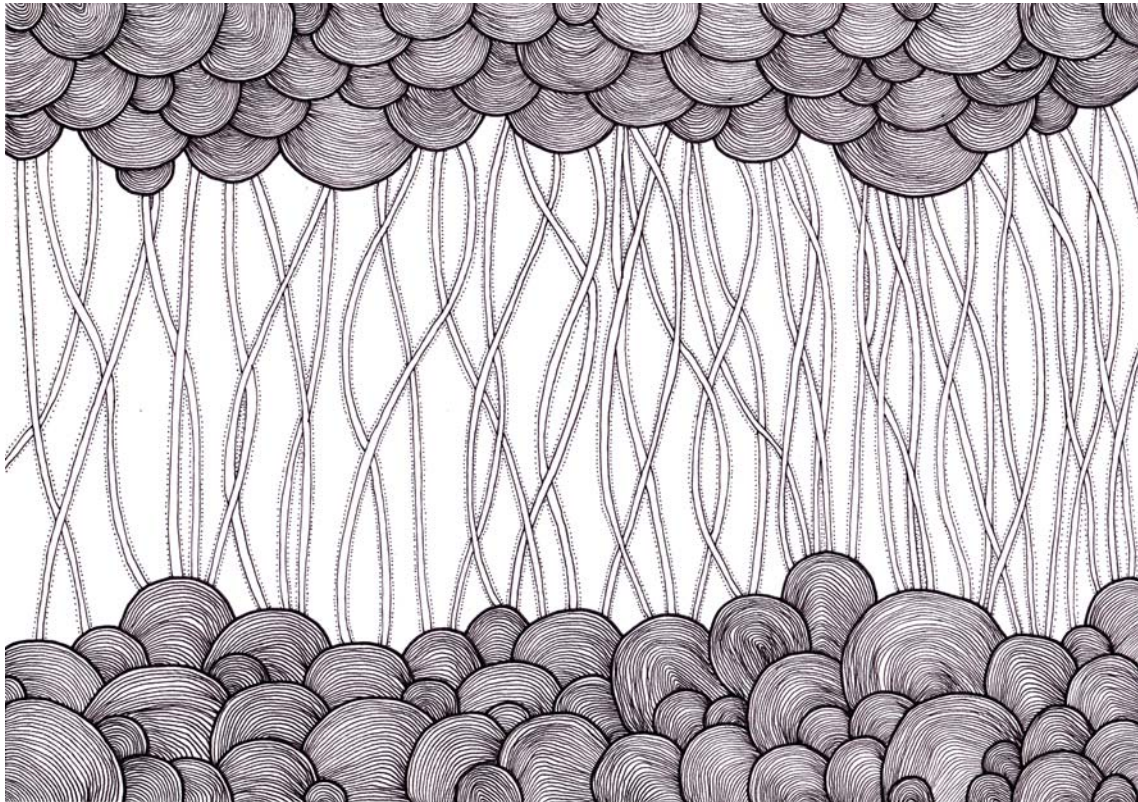


Figura 87: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

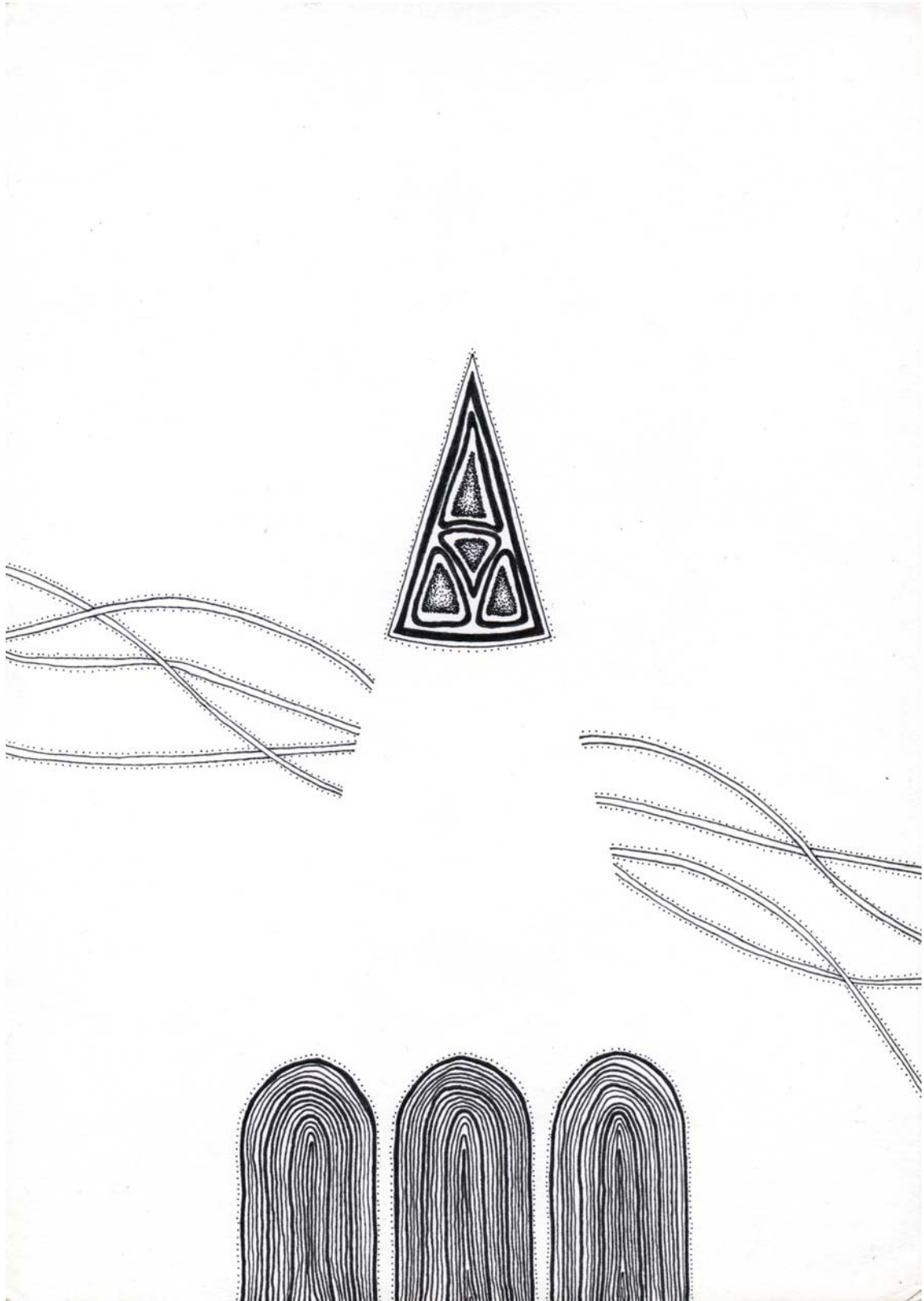


Figura 88: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.



Figura 89: Umas das 13 ilustrações criadas para integrar na imagem gráfica deste projeto de identidade.

Anexo 3. CD