



## IOLANDA ENGARRAFADA<sup>1</sup>

Rafael Monteiro WATANABE<sup>2</sup>

Lara Lima SATLER<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

O uso de ilustrações em anúncios publicitários e/ou ações de comunicação não é um tópico novo na história desse tipo de imagem pictorial; pelo contrário, ele é muito comum – e até esperado – quando falamos em revistas, anúncios e, ponto clássico, histórias infantis. Mas então nos deparamos com uma questão que apenas poderia surgir com o tempo – vinculado à evolução das técnicas e tecnologias imagéticas: estaria a ilustração, em sua modalidade artístico-manual, se tornando obsoleta frente ao surgimento de softwares gráficos? É na tentativa de respondermos essa questão – que assombra tantas outras áreas artísticas e culturais – que iremos nos deparar com certos aspectos comportamentais específicos do mundo do design-gráfico, direção de arte e outras expressões visuais: até que ponto o domínio da técnica interfere na criação?

**PALAVRAS-CHAVE:** ilustração; direção de arte; experimentação manual; publicidade; comunicação.

### INTRODUÇÃO

No ano de 2010, a Inova – Laboratório de Agência Experimental em Publicidade e propaganda da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás – passou por uma reformulação em seu formato que, até então, tratada apenas como Agência Experimental, era moldada como uma agência de publicidade comum, espelhada no mercado; nesse ano, ela passa, então, a ser um Laboratório de Agência.

Uma das propostas dessa reformulação institucional era repensar a publicidade, como componente da comunicação, aprendida em sala de aula. Não apenas repensar meios, estratégias e métodos, mas repensar o próprio pensar em comunicação, assim como o seu fazer.

Disso, surgiram propostas para situar os alunos do laboratório nesse processo – tanto os novos membros como os veteranos. Uma delas, desenvolvida no segundo semestre do

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Ilustração.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, email: pp.watanabe@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Mestre e Especialista em Filosofia. Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, todos pela Universidade Federal de Goiás onde é Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: satlerlara@gmail.com.



ano, foi a oferta de uma oficina de ilustração que tinha como objetivo ‘soltar o traço’ dos integrantes do laboratório e desinibir a criatividade artística do grupo.

Nessa oficina, ministrada pela ilustradora Sara Ottoni<sup>4</sup>, foi trabalhado a questão do desenho 'sensitivo', gerado pelo impulso, através do estímulo visual, e dela surgiram outros trabalhos que, mais tarde, foram usadas para uma exposição.

A importância desse momento não se deu apenas pelas obras geradas por ele (ou ao uso dessas obras, posteriormente), mas à instigação plantada em alguns alunos do laboratório sobre o fazer artístico e visual na publicidade, tal instigação será evidenciada mais à frente.

Ainda nesse segundo semestre de 2010, alguns alunos do laboratório, movidos por essa nova postura da Inova em pensar a comunicação e o fazer publicitário, se reuniram para lançar uma revista experimental em comunicação, e, disso, nasceu a Manteiga de Garrafa, onde a ilustração que deu origem a esse documento compôs um inspirativo junto a um texto literário – que levou o nome de “Iolanda e o Mar”.

## **2 OBJETIVO**

A ilustração teve como objetivo ser um dos “inspirativos” que comporiam a primeira edição da revista Manteiga de Garrafa. Esses inspirativos, como o nome propõe, têm como função o “inspirar”, o “instigar”, o “atizar”, seja o olhar ou o pensar, através de um texto e/ou de uma imagem.

Ela também vem para nos atentar – e então ajudar a responder – a uma questão que evidencia o bloqueio criativo de muitos estudantes de cursos onde é preciso, ou possível, trabalhar com o uso da imagem, como os estudantes de publicidade e propaganda, por exemplo: É necessário, para a criação e execução de qualquer conteúdo visual, o domínio dos softwares gráficos, como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e Corel?

Veremos que a criação acontece antes que o criador chegue à execução das técnicas gráficas e do uso dos softwares, e não o contrário.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A importância da discussão levantada no item anterior, apesar de soar um pouco como “o que veio primeiro?” é relevante quando olhamos para casos particulares como, por

---

<sup>4</sup> Ilustradora graduada em Artes Visuais com habilitação em Design Gráfico pela Universidade Federal de Goiás. Obras disponíveis em <http://sarahotoni.blogspot.com/>



exemplo, os estudantes de cursos como publicidade e propaganda, design-gráfico e artes-visuais, onde todos os profissionais formados têm – não obrigatoriamente, no caso da publicidade e propaganda – que se comunicar através de imagens que muitas vezes foram criadas por eles próprios.

No caso dos estudantes de design-gráfico e artes visuais, talvez, seja esperado que essa preocupação não seja tão grande, visto que o perfil desses estudantes já implica em desbloqueio criativo e facilidade com expressões artísticas (como o desenho). Talvez. Se nos perguntarmos ‘quantos pessoas interessadas por design não prestaram concurso para essa área por não saberem usar softwares gráficos?’ veremos que é uma questão preocupante.

Umberto Eco, em sua fala em uma conferência na The Italian Academy for Advanced Studies in America, em 1996, nos traz uma breve história do surgimento da escrita, para então nos apresentar seu ponto de discussão: a possível “morte” do livro diante do surgimento do hipertexto.

Não nos cabe, aqui, dar continuidade a essa linha de reflexão. Mas vale tomar como referência o medo original, citado por Eco, que engendra todo tipo de manifestação artística-cultural humana: o medo de algo novo “matar” aquilo que é velho.

No entanto, o Faraó estava revelando um medo eterno: o medo de que um novo feito tecnológico pudesse abolir ou destruir algo que considerássemos precioso, útil, algo que representasse para nós um valor em si profundamente espiritual. Foi como se o Faraó apontasse primeiro para a superfície escrita e, depois, para uma imagem ideal da memória humana, dizendo: "Isto matará aquilo". (ECO, 1996.)<sup>5</sup>

Esse medo também é presente na criação gráfica quando pensamos que a criação de softwares gráficos pode substituir a criação artística – o artista, o diretor de arte, será aquele que dominar o software gráfico; e é este medo que pode funcionar, e funciona, como bloqueio criativo.

Nessa mesma linha de pensamento, surge o termo “novas tecnologias” que, geralmente, é diretamente relacionado ao mundo da informática. Vale trazer para discussão um trecho de um texto de Philip Dubois, em que este diz:

A expressão “novas tecnologias” no domínio das imagens nos remete hoje a instrumentos técnicos que vêm da informática e permitem a fabricação de

---

<sup>5</sup> Da Internet a Gutenberg: Conferência apre ntada por Umberto Eco na The Italian Academy for Advanced Studies in America (12 de november de 1996). Disponível em: <<http://www.inf.ufsc.br/~jbosco/InternetPort.html>>. Acesso em 06.mai.2011.

objetos visuais. Uma perspectiva histórica elementar mostra claramente, porém, que não foi preciso esperar o advento do computador para se engendrar imagens sobre bases tecnológicas. De certo modo, é evidente que toda imagem, mesma a mais arcaica, requer uma tecnologia (de produção ao menos, e por vez de reprodução), pois pressupõe um gesto de fabricação de artefatos por meio de instrumentos, regras e condições de eficácia, assim como de um saber. (DUBOIS, 2002, p.31)

É importante essa desmistificação do termo “novas tecnologias” para que lembremos que o importante, aqui, não é o uso da técnica – pois toda representação imagética precisará de uma – mas sim a sobreposição da técnica ao próprio ato criativo.

Esse trabalho se justifica, então, quando nos leva a refletir sobre a importância do momento criativo – da criação em si – e da técnica. Mais à frente veremos, durante o processo de criação da ilustração que deu origem ao trabalho, que as técnicas que deram suporte para sua feitura poder ser reproduzidas por qualquer pessoa, profissional ou não, que domine as mesmas ferramentas que dispunha o artista da obra.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Sob a responsabilidade de levar um inspirativo à revista, foi pensado, primeiramente, na obrigação do uso de técnicas manuais, das quais a pintura foi escolhida.

Diante dessas responsabilidades e dentro dos recursos disponíveis, a obra foi pensada, inicialmente, para ser executada a partir da técnica da aquarela – onde os pigmentos da tinta em uso se encontram suspensos ou dissolvidos em água. Porém, não havendo disponibilidade de tintas específicas para essa técnica, foi usada tinta acrílica para tecido seco, para emular o efeito da aquarela.

Em um segundo momento, como experimento, a mesma tinta seca foi usada diretamente sobre o papel – uma folha de canson A3 de gramatura 120 g/m –, em seguida, foi-se usada a tinta em seu estado natural.

Durante todo o processo, foi-se utilizado um pincel comum, desgastado, e um lápis 2B para delimitação de áreas, quando necessário.

#### **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A partir das especificações e dos recursos oferecidos, por meio da técnica da criação sensitiva – a mesma trabalhada pela ilustradora Sara Ottoni, citada anteriormente –, partiu-

se do sentimento primeiro: a necessidade do movimento, do fluxo, da sinuosidade, das curvas como elemento propulsor do que viria a se tornar a ilustração.

Até então, a ilustração ainda não possuía nenhuma forma previamente pensada, ela não possuía um rascunho, mesmo que mental – nem ao menos uma referência visual: tudo isso viria do artista, durante o próprio processo.

Então o primeiro passo – o primeiro traço: uma curva.

Foi-se traçada uma linha curva, no centro da folha canson A3, com o lápis 2B. Dessa curva, o artista, sensitivamente – e aqui cabe o equívoco da afirmação – imaginou, sentiu que aquilo seria uma mecha do cabelo. Mas que cabelo?

Naturalmente, a imagem de uma mulher foi se projetando no papel. Veríamos, ao canto inferior direito, apenas seus olhos e sua testa; sua pele não teria cor, senão a cor do próprio papel, e seu cabelo seria azul (uma das cores disponíveis dentre as tintas de acrílico para tecido), azul da cor do mar.

“Isso, ela teria o mar em sua cabeça.”

Até esse momento, o único elemento propriamente no papel, desconsiderando o olhar o artista, ainda era aquele único traço curvo de lápis. Mas uma coisa importantíssima havia mudado nesse meio tempo: agora a ilustração existia. Foi aí, propriamente falando, que houve a criação. Qualquer passo dado a partir desse momento passa a ser a execução daquilo que já foi criado (no caso, sensitivamente).

Tendo a ilustração criada, o artista por sua vez iniciou o processo de passa-la para o papel, de torna-la material; para isso ele delimitou, com o lápis 2B, onde seriam as mechas de cabelo, prioritariamente, onde ficaria cada olho e que espaço a ilustração ocuparia na folha.

Com o cabelo rascunhado em lápis, então, foi aplicada o preenchimento em aquarela – que o artista simulou com o uso do pincel molhado junto à tinta acrílica seca. Uma camada delicada de azul preencheu todo o cabelo, desenhou todas as mechas e curvas.

Então, com a mesma tinta acrílica azul para tecido, em seu estado natural, o movimento do mar – dos cabelos – tomou sua forma mais definida; e com a tinta seca restante, experimentou-se dar textura a esses movimentos.

Feito os cabelos, os traços dos olhos, sobrancelhas e nariz foi feito com o mesmo pincel, porém com tinta acrílica preta, em estado natural.

Então se tinha a ilustração, que primeiro partiu de uma sensação, foi criada e tornou-se material; e, a partir dela, pensou-se em seu nome – Iolanda (um nome que cria



movimento em sua pronúncia, ao mesmo tempo que remete a “onda”) – e no texto que iria junto dela – Iolanda e o Mar.

Após sua finalização, Iolanda foi digitalizada para que pudesse ser usada na revista. Ela passou por uma pós produção no programa Adobe Photoshop, onde foi recortada e teve suas cores balanceadas (devido a diferença no perfil de cor da impressão e da digitalização).

A ilustração finalizada digitalizada, sem a presença do texto, pode ser vista no anexo 1, no final desse documento, onde também pode ser visto, no anexo 2, a ilustração compondo a página da revista.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Iolanda como ilustração, especificamente, teve um objetivo particular: o de apontar o sucesso do fazer manual ao compor uma página do meio revista que, comumente, é tido apenas como fruto originário de softwares gráficos e/ou outros maquinários (câmera fotográfica, por exemplo).

É em sua criação, naquele momento entre ser apenas um traço e existir – mas ainda assim ser apenas um traço no papel –, que podemos notar que a técnica, por si só, não é a única a fornecer uma base para que a criação aconteça. Digo que não é a única porque podemos, na mesma linha de criação sensitiva, desenvolver um tipo de criação automática, onde apenas fazemos traços aleatórios determinado número de vezes e usar o resultado final para diversos fins (artísticos ou não).

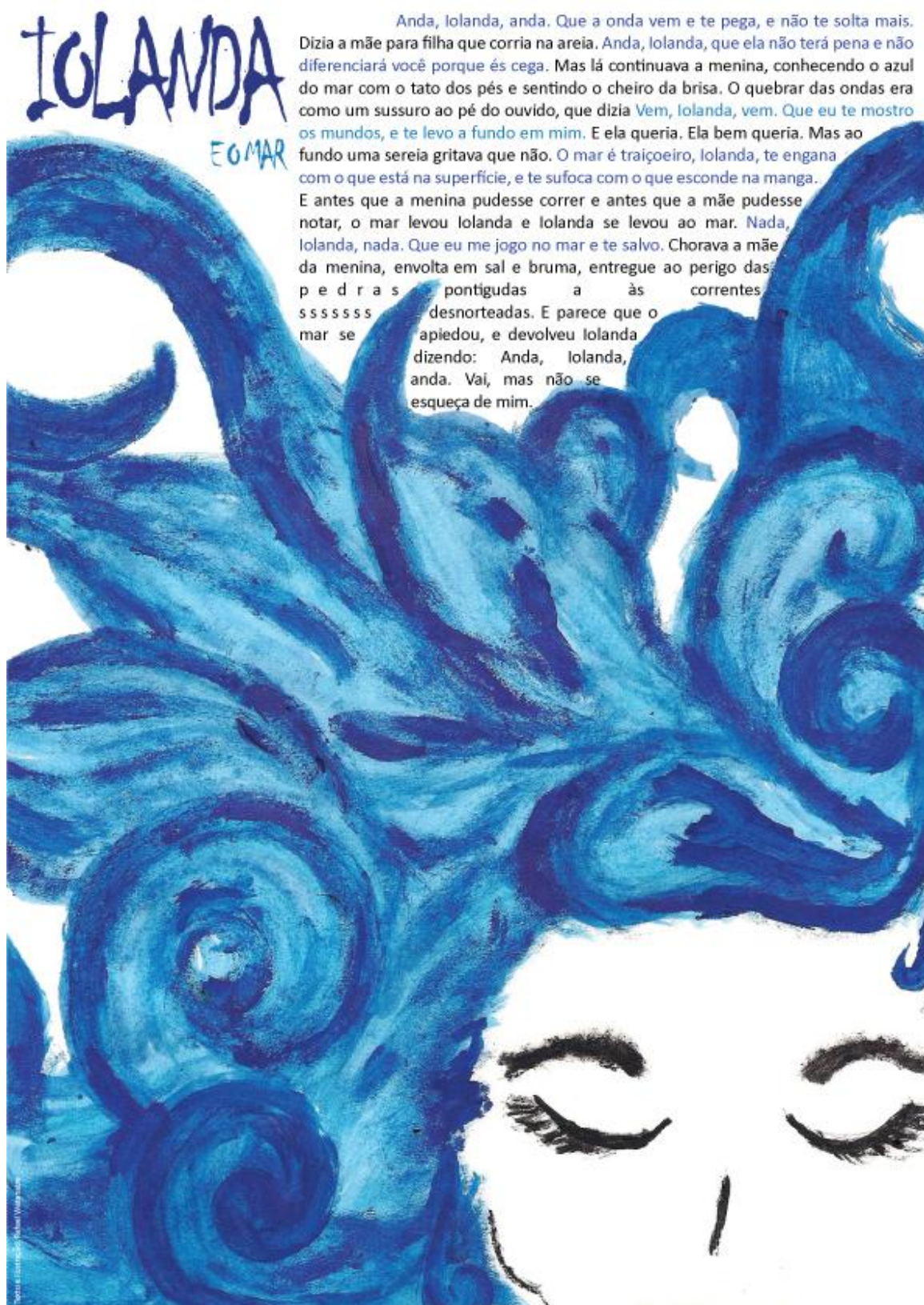
Tendo o processo de criação de Iolanda como exemplo, podemos, então, ter novas noções do que é, por exemplo, o diretor de arte na publicidade ensinada nas salas de aula. Ele é – necessariamente – o executor de suas próprias ideias ou simplesmente executa o que lhe é pedido?



## Anexo 1 – Iolanda Finalizada Digitalizada



## Anexo 2 – Iolanda Finalizada compondo uma página da revista.\*



\*A ilustração ocupava um pouco da página anterior, não sendo totalmente página dupla. Para este documento, foi selecionado apenas a página da direita, afim de exibir a interação do texto com a ilustração.





## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ECO, Umberto. **Da Internet a Gutenberg**: Conferência apresentada por Umberto Eco na The Italian Academy for Advanced Studies in America (12 de novembro de 1996). Disponível em: <<http://www.inf.ufsc.br/~jbosco/InternetPort.html>>. Acesso em 06.mai.2011.

DUBOIS, Philip. **Máquinas de imagens**: uma questão de linha geral. In: Cinema, vídeo. Godard. São Paulo: COSACNAIFY, [S.d.].