

IAN CLAZIE

PORTFÓLIO DIGITAL DE DESIGN



**UM GUIA PRÁTICO PARA APRESENTAR
SEUS TRABALHOS ONLINE**

Blucher

CRIANDO SEU
PORTFÓLIO
DE
DESIGN
DIGITAL

Criando seu portfólio de design digital

Título original: *Creating Your Digital Design Portfolio*

Copyright © RotoVision SA 2010

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida, armazenada em um sistema de recuperação, ou transmitida sob qualquer forma ou por qualquer meio, eletrônico, mecânico, fotocópia, gravação ou outro, sem autorização do detentor dos direitos autorais.

Embora tenhamos feito todos os esforços para manter contato com os proprietários de material protegido por direitos autorais produzidos neste livro, nem sempre fomos bem-sucedidos. No caso de uma consulta de direitos autorais, entre em contato com o editor.

NOTA DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADES: Os conselhos oferecidos neste livro são apenas para fins informativos. Consulte um advogado para questões jurídicas.

Direção de arte: Tony Seddon

Design da capa: Emily Portnoi

Conceito do design: Emily Portnoi

Diagramação: Rebecca Stephenson

Composto em Verdana, Delta Jaeger e Kontrapunkt

Impresso na China por 1010 Printing International Ltd.

A meu pai

FICHA CATALOGRÁFICA

Clazie, Ian

Criando seu portfólio de design digital / Ian Clazie
[tradução Edson Furmankiewicz]. -- São Paulo: Blücher, 2011.

Título original: *Creating your digital design portfolio*.
ISBN 978-85-212-0600-2

1. Arte digital 2. Arte por computador 3. Design
4. Design auxiliado por computador
- I. Título.

11-04196

CDD-745.4028507

Índices para catálogo sistemático:
1. Design digital: Artes 745.4028507

Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4º andar
04531-012 - São Paulo - SP - Brasil
Tel.: 55 11 3078-5366
editora@blucher.com.br
www.blucher.com.br

Segundo Novo Acordo Ortográfico, conforme 5. ed. do *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*, Academia Brasileira de Letras, março de 2009

É proibida a reprodução total ou parcial por quaisquer meios sem autorização escrita da editora.

Todos os direitos reservados pela Editora Edgard Blücher Ltda.

CRIANDO SEU
PORTFÓLIO
DE
DESIGN
DIGITAL

IAN CLAZIE

Blucher

Sumário



INTRODUÇÃO

6

ESTRATÉGIA

11

Capítulo Um: Desenvolva uma estratégia 12

Conheça seu ramo de negócio	12
Conheça os diretores de criação, arte e design	14
Crie seu "discurso de elevador"	16
Como você vai usar seu portfólio?	18
Coloque mensagens claras em seu site	20
Forneça uma clara descrição de seu trabalho	22
Crie um portfólio com aparência profissional	24
Encontre um conceito forte para seu site	26
Capture seu público	28

Capítulo Dois: Implemente sua estratégia 30

Considere uma solução temporária	30
Crie um portfólio em seis etapas	32
Serviços gratuitos de criação e hospedagem de portfólios	34
As principais categorias de estrutura de conteúdo	40
Arquitetura da informação	48
Design de navegação	50
Exibição de descrições	52
Otimização da área de tela	54
Usabilidade	56
XHTML, CSS e JavaScript	58
Trabalhando com Flash	60
Players de vídeo e janela "caixa de luz"	62
Colaborando com o desenvolvedor	64
Colaboração em massa (<i>crowdsourcing</i>)	66
Hospedagem Web	68
Reveja sua estratégia	70
Encontre material de referência inspirador	72
Amplie o foco	74
Estreite o foco	76
Esboce suas ideias	78
Crie impacto visual	80
Construa um protótipo	82

Galeria da Seção Um 84

CONTEÚDO

91

Capítulo Três: O que incluir 92

Demonstre seu processo criativo	92
Ilustre o alcance de suas habilidades	96
Um portfólio bem focado	100
Quanto é demais?	102
Desenvolvendo novos trabalhos para seu portfólio	104
Preparando as imagens para visualização digital	108
Filmando para seu portfólio	110
Digitalizando	112
Trabalhando com vídeo	114
Declarando seu objetivo	116
Descrições de projeto	118
Estudos de caso	120
Biografia e currículo	122
Mantendo um blog	124
Informações para contato	126

Capítulo Quatro: Aspectos jurídicos e ética 128

Trabalho realizado para um empregador anterior	128
Lei de direitos autorais: protegendo seu trabalho	130
Trabalhos derivados e uso aceitável	134
Dando o crédito aos colaboradores	136

Galeria da Seção Dois 138



COLOCANDO ONLINE 145

Capítulo Cinco:

Lançando seu portfólio 146

Pré-lançamento (<i>soft launch</i>)	146
Teste o site inteiro	148
Obtenha feedback	150
Conectando-se com potenciais empregadores	152
Apresentando seu portfólio pessoalmente	154
Apresentando pelo telefone	156
Discutindo seu trabalho	158
Perguntas a fazer em entrevistas	160
Material autopromocional	162
Fazendo o acompanhamento após as entrevistas	164

Capítulo Seis:

Obtendo o máximo do seu portfólio 166

Destaque-se da multidão	166
Evite erros comuns de apresentação	168
Autopromoção online	170

Galeria da Seção Três 172

MANUTENÇÃO 179

Capítulo Sete:

Mantendo seu portfólio 180

Fazendo upload do novo trabalho	180
Protegendo peças impressas	182
Armazenando arquivos digitais	184

Recursos	186
Colaboradores	188
Índice	190
Agradecimentos	192

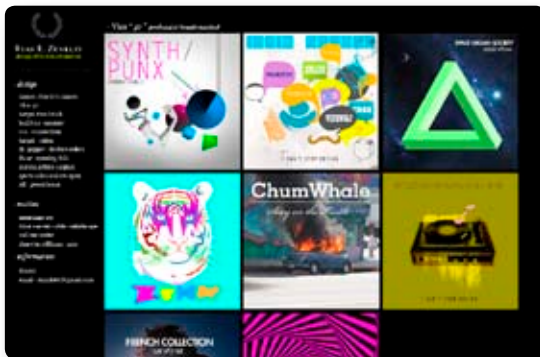
Introdução



O objetivo deste livro é ajudar designers gráficos, ilustradores e outros profissionais de criação a navegar pelo desafio de criar um portfólio digital. Ele contém conselhos práticos para começar seu trabalho em um formato digital portátil pronto para compartilhar na Web. Ele também discute o pensamento por trás da criação de um portfólio, seus objetivos e sua estratégia de comunicação.

Existe um segundo propósito em jogo aqui: o livro também serve como um catálogo de portfólios de exemplo cuidadosamente escolhidos para inspiração e referência. Alguns dos exemplos são portfólios de pessoas e alguns são sites de estúdio de design, mas as lições a serem aprendidas com esses sites são universais.

Em termos simples, este livro é sobre a construção de portfólios digitais eficientes. Quanto melhor seu portfólio, mais fácil será sua entrevista com potenciais empregadores e clientes.



1//



2//

Talvez você ainda esteja se perguntando: por que entrar na era digital? Há muitos benefícios em ter um portfólio digital. Isso significa que qualquer pessoa pode acessar seu trabalho a qualquer momento e de qualquer lugar, tornando-o altamente portátil. Um rápido email de um avaliador para outro é tudo o que é necessário para propagar suas capacidades, criatividade e informações de contato.

Outras vantagens incluem a capacidade de alterar os dados e conteúdo de forma rápida e fácil, sem ter que redistribuir qualquer material físico. Você também ganha a capacidade de criar links para informações, sites, projetos ativos e colaboradores online relevantes.

Ter um portfólio digital também pode ajudar a modernizar a sua marca pessoal, uma vez que isso demonstra um conhecimento prático de comunicação digital e tecnologia. Na maioria dos casos, parecer estar atualizado pode criar uma imagem favorável para um potencial empregador ou cliente.



Dependendo do que você está tentando alcançar, a capacidade de gerar tráfego "orgânico" em seu site portfólio pode ser essencial. Tráfego orgânico são visitas de pessoas que chegam ao seu site via um mecanismo de pesquisa ou seguindo um link de outro site. Vamos discutir maneiras de estimular o tráfego orgânico e conversações digitais que podem beneficiar seus objetivos de negócio.

Seu portfólio é como um palco. O momento antes de ser avaliado é parecido com o instante antes que a cortina se abra. Seu público não sabe o que esperar. Se o trabalho que você está apresentando é a peça em si, então seu portfólio é o palco e os cenários. Ter um portfólio tradicional não digital é um pouco como ter seu palco localizado em uma pequena cidade do interior. Ter um portfólio digital é mais parecido com ter um palco na Times Square.

1// Ryan Zunkley,
ryanzunkley.com

2// Adam Rix,
adamrx.com

3// GrandArmy,
grand-army.com

O que é particularmente interessante em mostrar seu trabalho online é que trabalhos que demonstram grande criatividade são reconhecidos e comentados mais facilmente na Web. Pode não acontecer da noite para o dia, mas se seu trabalho é original, inspirador ou instigante, colocá-lo na Internet acabará por levar a comentários, conversas, colaborações e clientes.

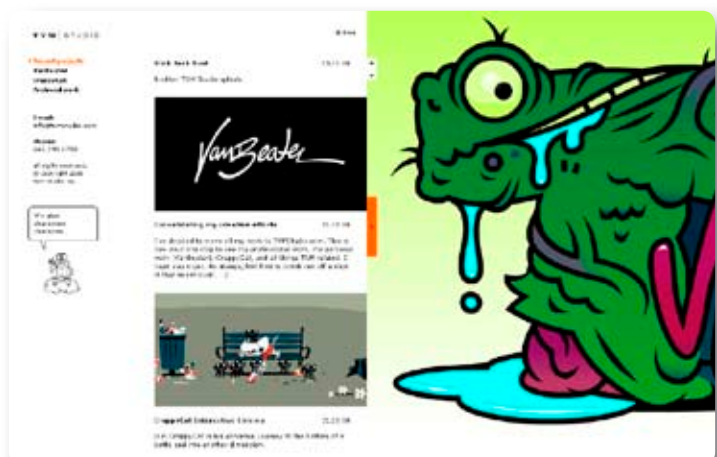
Para chegar lá, primeiro vamos desenvolver uma estratégia e, então, nós vamos usar táticas inteligentes para implementar a estratégia e construir um portfólio digital. Discutiremos a abordagem correta para preencher um portfólio com seu trabalho e, por fim, vamos explorar maneiras de tirar o máximo proveito do seu portfólio. Aqui você encontrará conselhos práticos e inspiradores que o capacitarão a produzir um portfólio digital profissional e útil que comunica a mensagem certa sobre você.



1//

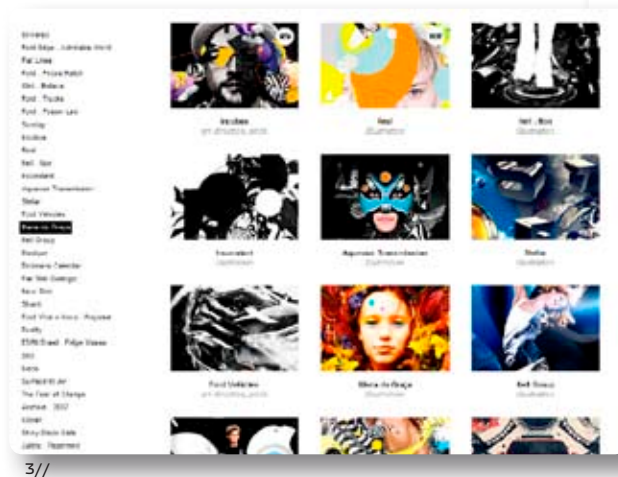
O conteúdo deste livro pode ser dividido de outra forma: ele oferece ajuda para criar um portfólio digital profissional com rapidez e facilidade para quem não precisa reinventar a roda, e ajuda para, bem... reinventar a roda.

É importante cobrir o básico e o cobrir bem e, então, tornar-se criativo e mergulhar fundo. Se você é naturalmente propenso a mergulhar fundo em vários assuntos ao mesmo tempo, este livro explica como evitar que você se afogue completamente.



2//

Criar um portfólio e expor seu trabalho pode gerar ansiedade. Muitas vezes, você vai querer saber o que as pessoas realmente pensam do seu site. Elas estão escondendo sua verdadeira reação? É aqui que o pensamento por trás daquilo que você está tentando fazer pode realmente ajudar. Se você iniciar o processo fazendo-se algumas perguntas básicas — que vamos abordar na primeira seção deste livro —, você deve achar mais fácil levar em conta um feedback e lidar com uma potencial rejeição, se ou quando você não for contratado para o emprego dos sonhos.



Este livro foi concebido para inspirar, e para instruir. Não deixe que todos os detalhes técnicos o atrapalhem se você estiver se sentindo empolgado e pronto para mergulhar fundo. Tentar seguir todas as recomendações deste livro é provavelmente impossível. Dito isso, saiba que regras você pode quebrar e quando isso pode ser útil. Definir metas específicas e quantificáveis para você mesmo irá pavimentar o caminho para as decisões importantes que você vai precisar tomar. Vamos começar com a pergunta “O que você quer alcançar?”

1// *Jan Pautsch.Lilienthal,*
thismortalmagic.com

2// *Trevor Van Meter,*
tvstudio.com

3// *Danilo Rodrigues,*
cargocollective.com/danilorodrigues

ESTRATÉGIA

Formar uma estratégia para seu portfólio digital é um passo importante se você quer tirar o máximo proveito do resultado final. Para atingir seus objetivos, você precisa criar algo que vai ajudá-lo a se conectar com seu público-alvo. Adquirir conhecimentos sobre seu ramo de negócio e seus potenciais empregadores e clientes é um bom lugar para começar sua pesquisa.

Ao construir um portfólio digital, é recomendável cobrir o essencial primeiro, antes de ir além. Vamos discutir o que é esse essencial e, então, passar para os detalhes do design digital da experiência do usuário, algumas considerações técnicas e, por fim, maneiras de fazer as coisas mais criativamente.

CAPÍTULO UM: Desenvolva uma estratégia

Conheça seu ramo de negócio



1//



Criar seu próprio portfólio é um pouco parecido com qualquer outro projeto de criação que você possa empreender. Existem certas informações essenciais que seu *briefing* deve conter. Como você é designer e cliente neste projeto, você terá que responder a seguinte pergunta para si próprio: Quem é seu público-alvo?

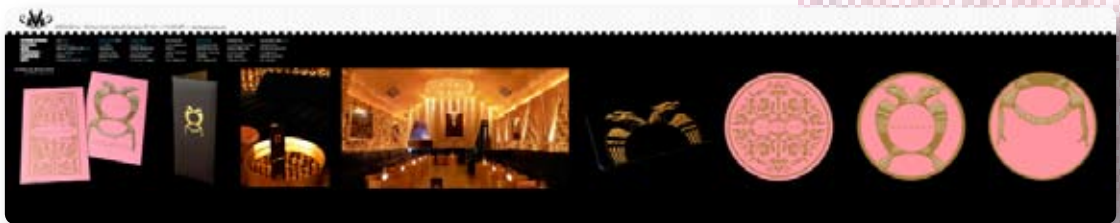
Para criar um portfólio eficiente, você precisará de uma estratégia baseada em suas ideias sobre quem são seus prospectivos empregadores e o que eles estão procurando. Você precisa descobrir:

1. O que eles esperam ver em relação ao tipo de função ou projeto ao qual você está se candidatando para desempenhar ou realizar? (Quais são as exigências básicas que realmente precisam ser atendidas?)
2. O que provavelmente irá surpreendê-los num sentido favorável? (Como você pode impressioná-los de modo a poder se destacar da multidão?)

Para descobrir onde está seu público-alvo, você deve ter alguma ideia sobre o tipo de trabalho que está procurando e sobre o ramo de negócio em que ele reside. Conhecer o contexto em que seus potenciais empregadores operam ajudará você a formar sua estratégia.

Como esse pensamento é aplicado na prática? Aqui estão algumas perguntas sobre as quais refletir ao considerar as pessoas que você deseja atingir:

1. O mundo dessas pessoas é dinâmico e caótico, ou controlado e reflexivo?
2. Elas operam em uma área onde a qualidade e o domínio de uma arte são colocados acima de tudo, ou o impacto comercial, a praticidade e a comunicação clara têm prioridade?
3. O ramo de negócio específico que você visa segue uma velha e conhecida trilha ou se distancia dela, e quanto se distancia? Que valor eles dão à originalidade *versus* a execução competente de processos testados e aprovados?



2//

Por exemplo, imagine que você está procurando um ilustrador para um trabalho editorial com periódicos exclusivos, bem peculiares e feitos quase artesanalmente. O provável diretor de arte que você visa deve ter a perspectiva de que a originalidade é uma alta prioridade.

Por outro lado, se você é um designer gráfico procurando design impresso corporativo, incluindo relatórios anuais, uma parte fundamental de sua estratégia será enfatizar seu profissionalismo e responsabilidade.

Se ramos de negócio que você visa englobam uma grande variedade de contextos, considere uma estratégia baseada na flexibilidade, facilidade de navegação e informações claras sobre seu trabalho e as funções que você desempenhou em projetos colaborativos, a fim de garantir que seus potenciais clientes ou empregadores possam facilmente encontrar os exemplos de trabalho relevantes para eles.

1// Michele Angelo,
superepress.com

Este designer atuando em Barcelona coloca ênfase no trabalho artístico exclusivo e de alta qualidade para atrair clientes à procura de algo novo.

2// Monica Brand and Francisco
López, mogollon-ny.com

Demonstrar seu trabalho em vários contextos pode indicar sua capacidade de assumir um projeto por inteiro e inspirar confiança em sua capacidade de realizá-lo.

Conheça os diretores de criação, arte e design

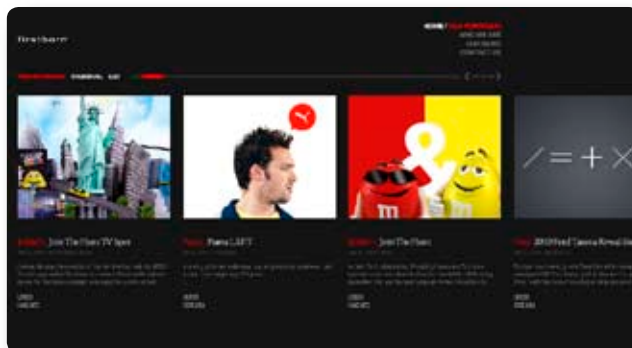
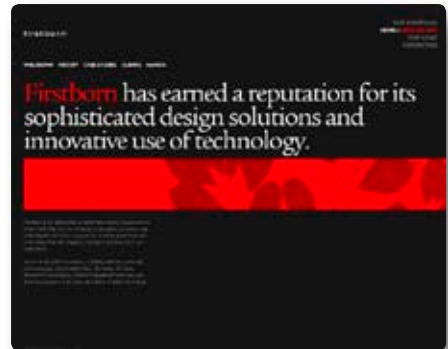
Depois de fazer alguma pesquisa sobre o ambiente do seu público-alvo, considere os próprios indivíduos. Bons designers de sites sempre fazem um esforço para se colocar na pele de quem vai utilizar seus sites. Navegar por um site é diferente de ler um livro ou uma revista ou de assistir televisão. Quando uma pessoa está à frente de um computador, com distrações como a maciça quantidade de informações e entretenimento na Web e o constante fluxo de comunicação via email, mensagens instantâneas e outros meios, é muito mais difícil disputar sua atenção e foco.

Você tem literalmente frações de segundo para causar uma boa primeira impressão sobre um potencial empregador. Diretores de criação, diretores de arte, diretores de design e clientes diretos geralmente têm uma característica em comum: se eles estão procurando alguém para contratar, parte da razão disso é que eles têm mais trabalho do que podem fazer e são extremamente ocupados. Isso encurta seu tempo de atenção ainda mais.

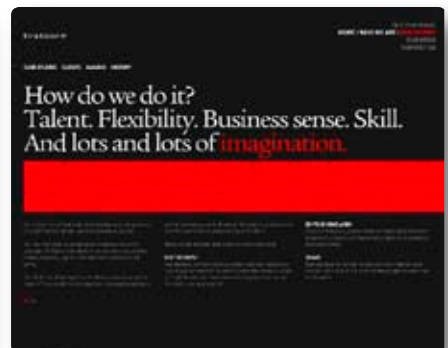
O que isso significa para seu portfólio?

- Faça a primeira impressão ter importância.
- Coloque seu melhor trabalho na frente.
- Facilite para o visitante encontrar o caminho de volta.
- Facilite para ele conhecer suas habilidades e funções.
- Facilite para ele manter contato com você.

Vamos cobrir todos esses aspectos em detalhes neste livro.



1//



Portanto, se essas qualidades são verdadeiras para a contratação da maioria de profissionais em todos os ramos de negócio, o que dizer sobre as pessoas específicas que você pretende alcançar? Se você está à procura de trabalho em um ambiente de agência, vale a pena saber como as agências estão estruturadas. Você sabe a diferença entre um diretor de criação e um diretor de arte no tipo de agência que você está visando? O que é exatamente um diretor de design?

Na maioria dos contextos, um diretor de criação é responsável pela idealização, comunicação e estratégia de criação como um todo. Os diretores de arte e design são os responsáveis pela execução das ideias, mensagens e estratégia. A diferença entre um diretor de arte e um diretor de projeto está aberta à interpretação; mas, um diretor de arte, em um contexto de publicidade pelo menos, costuma ser uma pessoa com experiência em redação ou criação de texto, enquanto um diretor de design costuma ser um designer com experiência em gerência.

Se você estiver se candidatando a um cargo em uma agência, pense em quem deve avaliar os candidatos para essa função e considere a provável origem e orientação dessa pessoa. Se está procurando trabalhar diretamente com clientes, a gama de perspectivas é ainda maior. Um cliente pode ter que trabalhar diretamente com um profissional de marketing voltado para a comunicação. Outro pode vê-lo lidando com alguém em recursos humanos. Quanto mais amplo o tipo de público, maior a necessidade de flexibilidade, usabilidade e de mensagens claras. Tenha em mente que se sua meta é chegar a clientes diretos, uma abordagem ampla e um pouco mais neutra pode ser mais prática na geração de mais negócios do que uma abordagem que enfatiza sua originalidade e sua capacidade de pensar fora dos "caminhos batidos".



2//

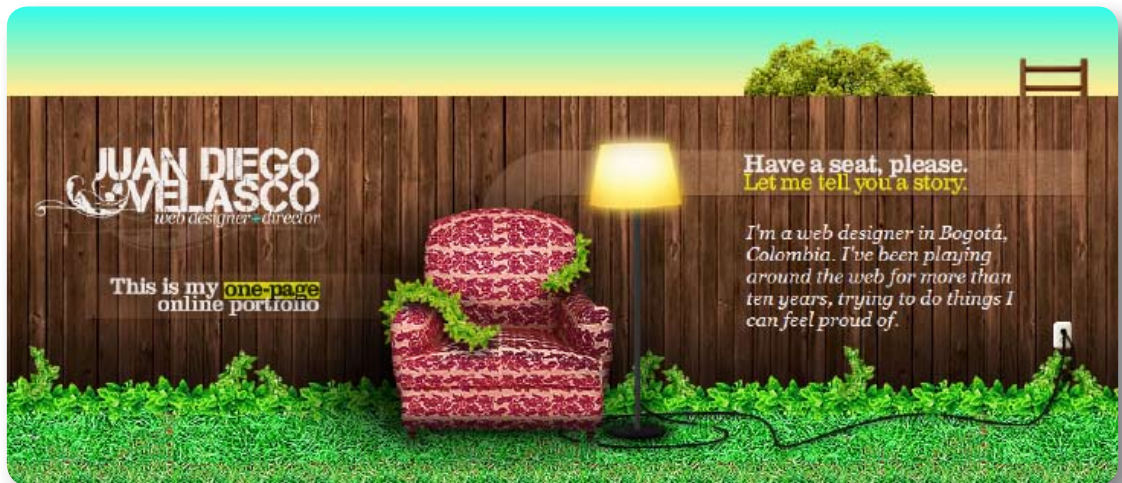
1// *Firstborn,*
firstbornmultimedia.com
Quando você conhece seu público,
 você pode falar com ele diretamente.
No caso da Firstborn, o público são
os clientes diretos que precisam saber
que eles estão contratando um líder
na área deles.

2// *Hello Monday,*
hellomondays.net
Como a Hello Monday, considere
consultar fontes de inspiração nas
descrições do seu trabalho a fim de
indicar o nível de pensamento que
você coloca em seus projetos.

Crie seu “discurso de elevador”

Seu “discurso de elevador” é uma descrição do que você faz nos termos mais diretos possíveis. Em alguns casos, é uma descrição do que você gostaria de fazer ou ser pago para fazer. Dessa forma, sua abordagem de autopromoção pode funcionar como uma declaração de objetivos.

Escrever uma clara declaração de objetivos é um pouco parecido com o desafio que uma empresa iniciante enfrenta na definição do seu modelo de negócio. Um bom conselho é ir direto ao ponto quando descrever onde seu foco reside. Se o avaliador ficar com muitas dúvidas ao analisar seu portfólio, ele rapidamente passará para outro candidato. Essas dúvidas surgem pelo fato de ele não saber o que você faz nem o que você pode fazer por ele.



1//

Escreva uma declaração em que você acredita e não tenha medo de colocá-la logo no início:

“Designer gráfico, ilustrador e cartunista *freelancer*.”

“Design têxtil, design de embalagens e fotografia é o que eu faço.”

“Muitas ideias brilhantes, designs atraentes e conceitos modernos são criados aqui.”

Você deve ser capaz de descrever o que você faz em 25 palavras ou menos. Caso contrário, precisará se esforçar muito para atrair a atenção de uma pessoa que está com pouco tempo disponível e só quer saber se você será o único que ela avaliará ou não.



2//



Dica técnica

A interface do seu portfólio não é o único lugar onde seu “discurso de elevador” será útil para orientar os visitantes – o título das páginas HTML também é um bom local. Colocar uma versão ainda mais condensada entre as tags <title> dentro da área <head> em um arquivo HTML fará com que o texto apareça no topo da janela do navegador, na descrição de um atalho ou um favorito, e nos resultados de pesquisas do Google.

Levando isso um passo adiante, você pode colocar todo seu discurso de convencimento dentro da tag <meta name=“Description”...>, que também será lida pelo Google e aparecerá como a sinopse abaixo do link para seu site em uma página de resultados de pesquisa. Se você ignorar esse aspecto da tecnologia das páginas Web, os mecanismos de pesquisa irão procurar por qualquer texto que apareça na sua página para usar como sinopse do seu site. Palavras como “portfólio”, “sobre” e “contato” não dizem muito sobre você nem sobre o que está oferecendo.



Dica rápida

Se o tipo de trabalho que você faz exige que você se encontre pessoalmente com os clientes, é importante indicar sua localização desde o início. Considere a possibilidade de adicioná-la ao final de sua declaração de objetivos. Por exemplo: “Design gráfico e design de embalagem em São Francisco”. Tornar clara essa informação extra ajuda a pessoa certa a encontrá-lo rápida e facilmente.

1// Juan Diego Velasco,

juandiegovelasco.com

Esse site oferece uma das melhores e mais eficientes maneiras de receber seus visitantes entre os milhares de portfólios digitais que há por aí.

2// Orman Clark,

ormanclark.com

Direta e descritiva, essa introdução deixa poucas questões sem resposta.

Como você vai usar seu portfólio?

Um portfólio é como uma ferramenta no sentido de que ajuda a criar coisas. De modo geral, ele ajuda a criar oportunidades de trabalho. É importante descobrir o tipo de oportunidade de trabalho que você está tentando criar com ele para melhor determinar o tipo de ferramenta de que você necessita.

Eis um exercício rápido: responda as seguintes perguntas da melhor forma que puder no momento. Talvez você precise voltar a este exercício depois de fazer um pouco mais de reflexão e pesquisa.

Pretendo usar meu portfólio mais como...

- A) ... beneficiar-me dos visitantes do meu site.
- B) ... ou será essencialmente uma extensão da minha marca?

Preciso de algo que...

- A) ...gere seu próprio público,
- B) ... ou usarei isso apenas para pessoas específicas verem?

Precisarei...

- A) ... de uma mala direta...
- B) ... ou será essencialmente uma extensão da minha marca?



1//

Se você respondeu mais A que B, talvez enfrente um caminho um pouco mais desafiador. Mas, você abrirá seus olhos para um novo mundo — os domínios do marketing digital e das redes sociais. Esteja ciente de que qualquer incursão feita aqui pode exigir um pouco de paciência; na maioria dos casos, as maiores recompensas surgem mais à frente na estrada. Dito de outra forma, quanto mais esforço você dedica, mais recompensas provavelmente você obterá.

Se você respondeu mais B que A, talvez tenha uma tarefa bastante simples em suas mãos. Muito provavelmente, você se beneficiará de um site bem apresentado que você pode indicar para avaliadores individuais para conseguir uma entrevista e expor pessoalmente seu trabalho.

Exemplos de táticas de determinação da estratégia:

Se tráfego orgânico é necessário (cenário A), ter uma clara declaração de objetivos inicial torna-se ainda mais importante. Incorporar um blog pode ajudar a melhorar sua posição nos resultados de uma pesquisa de um mecanismo de busca, o que terá um efeito bola de neve sobre seu tráfego.

Se você tem uma vasta gama de habilidades e precisa personalizar seu portfólio para se adequar rapidamente a diferentes abordagens de se promover e a diferentes entrevistas, esta é uma consideração importante para identificar de antemão.

Como veremos nas seções a seguir, há abordagens que se prestam mais ou menos a facilitar mudanças rápidas de conteúdo. Algumas soluções, especialmente portfólios altamente conceituais feitos sem componentes padronizados, podem ser difíceis de atualizar rapidamente com conteúdo diferente.



Dica rápida

Se você estiver se posicionando para trabalho freelance ou montando um negócio, pode ser muito importante ter seu próprio nome de domínio (isto é, “seunome.com”). Se você está à procura de emprego, isso é menos importante. Pense em seu endereço Web como uma extensão da sua marca. Uma vantagem específica de um nome de domínio exclusivo, conciso e fácil de lembrar é que seu site será mais facilmente encontrado, quer seja por divulgação boca a boca ou por pesquisa online.

1// Guðmundur Bjarni Sigurðsson, gummsig.com

Exemplo de um site que visa gerar interesse de tráfego orgânico (cenário 4).

2// Sean Freeman, thereis.co.uk

Exemplo de um site que faz pouco para atrair visitantes ocasionais e tem um apelo mais de nicho (cenário B).

Coloque mensagens claras em seu site



P: Quais são os ingredientes essenciais de um portfólio bem-sucedido?

“Mantenha tudo simples e elegante. Os projetos devem ser apresentados em uma passada de olhos com uma breve nota sobre o trabalho, a tarefa, o papel desempenhado pelo candidato, e um link se for digital e não uma miscelânea de referências preguiçosas.”

—Elke Klinkhammer, diretor de criação, Neue Digitale, Alemanha

1// Ray Sison,

skilledconcept.com

Você não pode ficar sem saber quais são as funções do profissional de criação.

2// Ronnie Wright,

ronniewright.co.uk

Aqui, mensagens claras transmitem não só informações, mas também a personalidade.

Falamos sobre como criar seu “discurso do elevador” e a importância de ser capaz de declarar sucintamente o que você faz e quais são seus objetivos. Ter mensagens claras sobre seu site — o design da informação que comunica suas capacidades e objetivos aos visitantes — é um ingrediente essencial para um portfólio eficiente.



1//

Uma abordagem poderia ser:

1. Anote aquilo em que você é bom.
2. Anote aquilo em que você quer ser bom.
3. Mescle os dois.
4. Agora, torne-os mais concisos.
5. Injete um pouco de personalidade.
6. Revise tudo.
7. Coloque em um lugar de destaque do site, de modo que seja uma das primeiras informações que as pessoas leiam.

Ter mensagens claras sobre seu site facilita para as pessoas saber quem você é e o que você pode fazer por elas.

Exemplos de proposições objetivas que utilizam mensagens claras:

“Experiente diretor de arte publicitária em Londres com formação em design gráfico.”

“Ilustrador *freelancer* em Chicago agora disponível.”

“Fotógrafo de moda.”

Se isso lhe parecer apenas a adoção de um rótulo quando você não se acha rotulável, tudo bem. Há momentos em que é melhor deixar de fora a descrição do que você faz porque seu trabalho fala por si. Para a maioria das portfólios, porém, é útil ter algumas palavras simples e claras para oferecer aos visitantes, uma maneira fácil de eles começarem a descobrir quem você é, o que você faz e se querem contratá-lo.



2//



Dica de design

Se planeja usar o design tipográfico para integrar seu “discurso de elevador” em sua interface, tenha em mente os fundamentos do design tipográfico e do design de informações, e seja cauteloso se eles não forem seus pontos fortes. Seu trabalho pode ser excelente, mas se o design em torno da sua mensagem é ruim, ele vai refletir negativamente sobre você. Atenha-se aos seus pontos fortes e considere o seguinte como guia:

- 1º Na hierarquia das informações: seu nome.
- 2º: Seu “discurso de elevador”, declarado de maneira simples, sem erros nem ambiguidades.
- 3º: Seu melhor trabalho.
- 4º: Acesso rápido e fácil ao resto do seu trabalho e mais informações sobre sua experiência e suas habilidades.

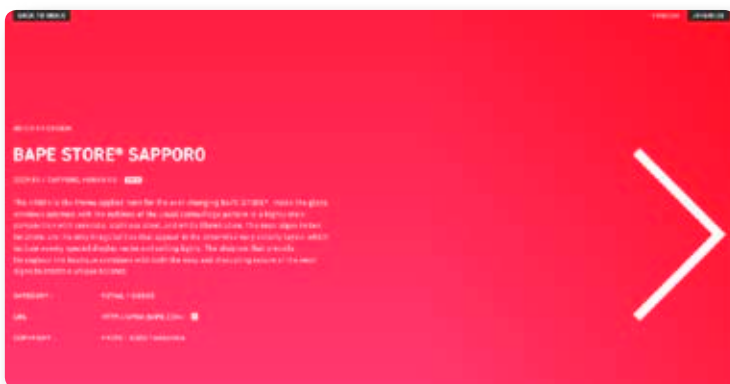
Forneça uma clara descrição de seu trabalho

Descrever seu trabalho nas legendas ao lado de cada peça apresentada em seu portfólio é uma boa oportunidade para informar um avaliador sobre suas capacidades e processos de pensamento. Você deve incluir estas informações importantes:

1. Título do projeto
2. Nome do cliente
3. Sua função (e os devidos créditos dos outros colaboradores)
4. O *briefing*
5. Ideia chave
6. Sua solução
7. Resultados
8. Links relevantes

Isso pode parecer muita informação para incluir em cada peça, mas cada um desses pontos pode ser descrito de forma muito sucinta (quanto mais sucinto, melhor). Um avaliador lendo rapidamente um parágrafo está à procura de fatos importantes, não querendo ler romance.





3//

Considere esta possível estrutura para ter uma ideia de como esses elementos se amarram:

- Título do projeto
- Nome do cliente
- Sua função
- O *briefing* no mínimo de palavras possível. A ideia chave que define a frase seguinte que, por sua vez, irá descrever como você respondeu ao *briefing*. Uma frase para resumir rapidamente como você escolheu resolver esse *briefing*. Uma breve menção a como o cliente se sentiu sobre o trabalho ou como foi seu desempenho, se houver uma forma de medir esse resultado particular.
- Link para um site relacionado

Para peças que foram criadas como projetos pessoais, a mesma estrutura pode se aplicar e ser igualmente eficaz:

- Título do projeto
- Projeto pessoal
- Sua função, etc.



Dica técnica

Se você quer gerar tráfego orgânico obtendo uma boa classificação de página no Google, experimente utilizar as técnicas de Search Engine Optimization (SEO), incluindo a otimização de palavras-chave. O software do Google irá rever seu site e criar um índice das palavras em suas páginas. As descrições do seu trabalho são um excelente local para incluir as palavras que você acha que as pessoas usarão para encontrá-lo.

1// Sean Freeman,
thereis.co.uk

As descrições podem ser bem concisas e continuar eficazes.

2// Firstborn,
firstbornmultimedia.com

Uma abordagem mais completa.

3// Wonderwall,
wonder-wall.com

A estrutura consistente facilita o processamento das informações.

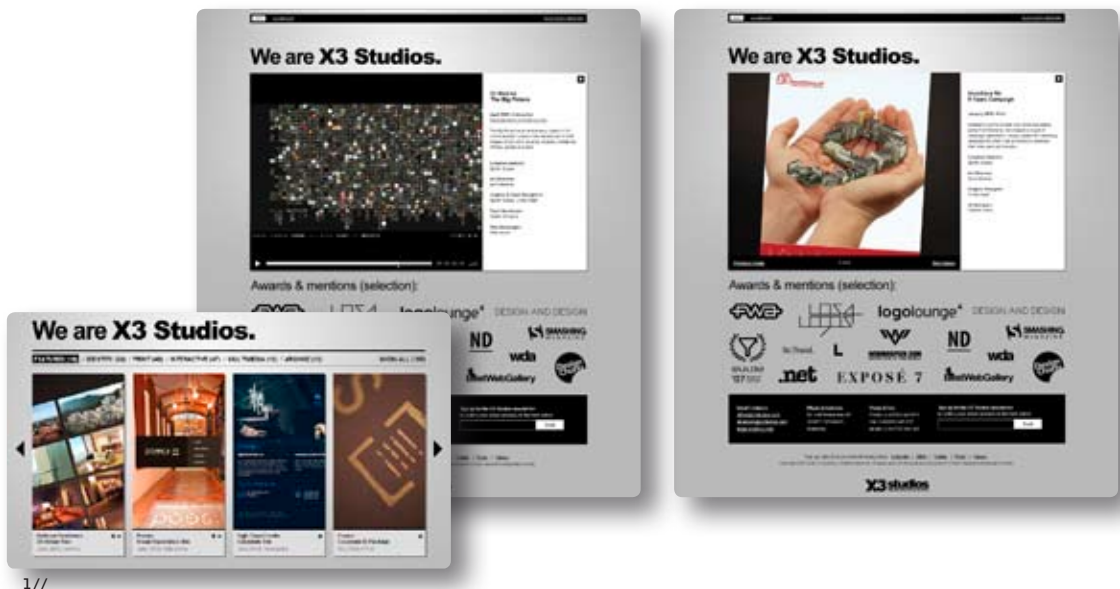
Crie um portfólio com aparência profissional

As realidades comerciais que seus potenciais empregadores enfrentam os levam a buscar aliados profissionais para encarar esses desafios. Uma maneira de se apresentar como um profissional seguro, bem informado e confiável é garantindo que seu portfólio digital tenha uma aparência limpa, profissional e convidativa. Há momentos para quebrar todas as regras, incluindo essa. Mas se você optar por quebrá-la, considere que a aparência do seu portfólio diz muito sobre o que significaria dar o emprego a você.

Então o que exatamente é uma aparência profissional para um portfólio?

É útil aqui considerar alguns “contêineres” de portfólios do mundo real que armazenam peças de comunicação visual para ter uma ideia do assunto. O que as pastas de portfólio e as galerias de arte têm em comum? Ambas tendem a ser limpas e minimalistas, ter cores suaves e ser altamente funcionais. Elas são assim para que o trabalho se destaque. Essas são maneiras testadas e comprovadas de não fazer a “embalagem”, a forma de apresentação, ofuscar o conteúdo.

Quando vale a pena quebrar essa regra? Quando a própria embalagem é uma parte significativa da demonstração de suas habilidades. Tome cuidado se você seguir esse caminho, há algumas armadilhas, como veremos mais adiante no livro.



1//



2//

Os principais elementos de uma interface Web profissional são:

1. Boa tipografia
2. Elementos de interface fáceis de usar e bem projetados
3. Equilíbrio de cor e layout
4. Clara hierarquia das informações
5. Clara identidade por todo o site, incluindo seu nome em um local consistente e destacado

Há uma enorme variedade de exemplos de interfaces de portfólio com aparência profissional por aí que são tudo menos chatos.

Para ver alguns, visite www.clazie.com/digitalportfolios



Dica de design

Um erro comum que os designers não digitais cometem ao criar sua primeira interface digital é colocar o design visual acima do design da interação e da usabilidade. Seu site precisa se destacar em ambas as disciplinas. Tente evitar interfaces arrojadas, mas confusas. Da mesma forma, uma interface altamente usável, mas inexpressiva, não vai dizer muito sobre seu gosto e suas habilidades em design visual.

1// X3 Studios,
x3studios.com

O X3 Studios demonstra profissionalismo por meio do uso da tipografia arrojada e uma interface limpa.

2// Anton Repponen
repponen.com

Esse portfólio minimalista, mas atraente e altamente funcional é hospedado pelo serviços de portfólio on-line gratuito Cargo Collective (ver página 35).

Encontre um conceito forte para seu site



Se você está lendo esta página, é porque não está satisfeito em apenas cobrir o básico. Você quer fazer algo novo, diferente, inovador e exclusivo. Bom para você. Talvez você seja avesso a ter um portfólio que se assemelha ao de qualquer outra pessoa, ou talvez você simplesmente queira fazer tudo que puder para se destacar da multidão.

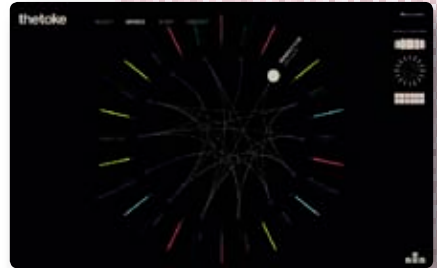
Ao chegar a uma boa ideia central, você vai descobrir que muitas das decisões de design que você precisa tomar ao longo do caminho vão chegar de forma coesa. Uma boa ideia central fornece uma estrutura sobre a qual montar sua execução criativa.

Por onde começar? Pense em uma ideia central. Colocada em execução, ela se torna um conceito. No mínimo, você poderia considerar um tema. Vamos nos concentrar em obter um bom conceito.

O que exatamente é um conceito e como obter um? Um conceito pode ser muitas coisas. Poderia ser uma metáfora visual, em que os elementos da interface se tornam acessórios cênicos, em um palco, que imitam alguns aspectos da vida real. Ou pode ser algo totalmente estranho. Um conceito pode ser mágico, ilustrativo, minimalista, ou eclético... As possibilidades são infinitas.

Para chegar a uma ideia, primeiro junte inspiração e, então, reúna várias ideias, em vez de uma ideia perfeita. Isso ajuda a aliviar a tensão. Lembre-se de que o processo de *brainstorming* deve ser uma experiência positiva. Se for crítico no processo, você restringirá o fluxo natural das ideias. Colete diversas ideias vagas ou esquemáticas e você descobrirá que a técnica de se distanciar e depois voltar a elas vai gerar novas ideias, que, por sua vez, desencadearão outras. Você sempre pode voltar mais tarde para avaliar e eliminar as mais fracas.

Uma nota de atenção: os elementos básicos que acabamos de discutir ainda são apenas isso — elementos básicos —, assim, não vire as costas para eles. Se você sacrificar qualquer um desses pontos importantes visando mostrar o quão inteligente você pode ser, talvez acabe disparando todo tipo de alarme entre os avaliadores. Faça o que fizer, certifique-se de rever a sua estratégia original para garantir que você não está minando seus objetivos tomando uma determinada direção. Mas chega de cautela. Pegue um lápis e inicie um *brainstorming*. Vamos entrar em mais detalhes sobre o processo de geração de ideias no Capítulo Dois.



2//

1// Dave Werner,
okaydave.com

A metáfora visual de um livro de recortes confere uma característica quente e tátil a este site.

2// Darek Nyckowiak,
thetoke.com

O site de Darek emprega vários modos de visualização em três dimensões para criar uma experiência convincente.

3// Scott Hansen,
iso50.com

O trabalho de Scott é nostálgico e cuidadosamente elaborado, assim como o design da interface de seu site.



3//

Capture seu público

As primeiras impressões realmente contam. Você tem apenas uma fração de segundo para causar uma boa impressão em um avaliador. Certifique-se de colocar seu melhor trabalho bem no início, ou, se sua intenção é ser inovador com seu design de portfólio, crie algo que realmente vá chamar a atenção dos visitantes.

Uma maneira de criar impacto visual é começar com um *motion reel*, isto é, um vídeo resumido de demonstração do seu trabalho. Isso pode ser um desafio para ser criado, se você não tem as habilidades necessárias; mas, quando bem realizado, o efeito é impressionante. Um *motion reel* não é muito complicado se seu trabalho envolve animação gráfica (*motion graphics*), animação tradicional ou desenho interativo, uma vez que esses meios de comunicação prestam-se naturalmente para apresentação em forma de vídeo.

Design gráfico estático e ilustração podem ser apresentados como vídeo usando técnicas de animação gráfica para formar transições entre as peças combinadas com legendas tipográficas. Adicione efeitos sonoros e/ou uma trilha musical que complementa seu estilo e você está pronto para incorporar o vídeo na porta da frente do seu site.

Animação em Flash pode ser usada para criar impacto visual em movimento interativo e uma interface que parece estar viva, respondendo a cada rolagem e clique do mouse. Crie uma animação introdutória de má qualidade e você vai cair vítima da temida doença “pular introdução” — os visitantes perdem a paciência e procuram um botão para levá-los direto ao seu trabalho, isso quando não vão simplesmente embora para outro site.



1//



2//

