

O COMIC COMO PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO DE EMOÇÕES



Ana Margarida Oliveira Chaves

O COMIC COMO PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO DE EMOÇÕES

Ana Margarida Oliveira Chaves

Orientadora
Sílvia Raquel Barros Pinto

Dissertação de Mestrado em Design Gráfico

Instituto Politécnico de Leiria
Escola Superior de Arte e Design
Caldas da Rainha | 2025

AGRADECIMENTOS

Aos meus amigos e família que contribuíram através do seu apoio, alegria e incentivo.

Em especial aos meus pais pelo carinho e suporte, por estarem sempre ao meu lado ao longo do meu percurso acadêmico. Outro ao Forest que diariamente me motivou e animou a continuar este percurso inclusive em momentos de maior desânimo.





RESUMO

A presente proposta de dissertação, realizada no contexto do Mestrado em Design Gráfico, teve na sua base o desafio de desenvolver um conteúdo gráfico, com a intenção de explorar a questão das emoções, dando destaque à ansiedade. Neste contexto foi considerado o desenvolvimento de um *comic* cuja narrativa ilustra o conjunto de peripécias e desafios encontrados pela personagem principal durante um momento da sua vida. O público-alvo deste trabalho foram jovens adolescentes por nos ser pertinente perceber em que medida o Design Gráfico, na sua vertente de comunicação, através do seu cruzamento com a linguagem dos *comics* poderia contribuir na desconstrução do tema. Neste sentido foi constituído um corpo teórico, com o propósito de perceber as diferentes dimensões envolvidas, captando-se o posicionamento de autores de áreas disciplinares distintas, cujos contributos constituíram os pilares da abordagem aqui realizada. Assim, da análise de diversos textos, artigos e obras foi trabalhado um conjunto de opções, que viriam a ser indispensáveis no desenvolvimento do projeto prático, enquanto conteúdo acessível, tanto ao nível da narrativa como na sua forma visual. Em termos de metodologias assumimos um desenho de projeto exploratório, que viveu do cruzamento entre o Design Gráfico, o *comic* e ainda a metodologia qualitativa por forma a compreender a dimensão empírica deste projeto. No contexto de validação foram também conduzidos inquéritos por questionário para perceber se o conteúdo desenvolvido respondia às vertentes de comunicação que se propunha, designadamente, se servia de plataforma para desconstruir e comunicar a ansiedade. Com isto foi possível perceber o potencial dos *comics* como plataforma para a exploração e comunicação de emoções.

Palavras-chave: Design Gráfico, Banda Desenhada, Emoções, Ilustração, *Storytelling*





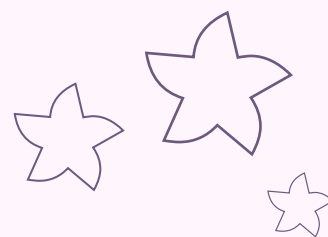
ABSTRACT

This dissertation proposal, carried out in the context of the Master's Degree in Graphic Design, was based on the challenge of developing a graphic content with the intention of exploring the issue of emotions, with a focus on anxiety. In this context, the development of a comic whose narrative illustrates the set of adventures and challenges encountered by the main character during a moment in his life was considered. The target audience for this work was young teenagers because we felt it was relevant to understand the extent to which Graphic Design, in its communication aspect, through its intersection with the language of comics, could contribute to deconstructing the theme. To this end, a body of theory was put together in order to understand the different dimensions involved, capturing the position of authors from different disciplinary areas, whose contributions would form the pillars of the approach taken here. Thus, from the analysis of various texts, articles and works, we worked out a set of options that would become indispensable in the development of the practical project, as accessible content, both in terms of narrative and visual form. In terms of methodologies, we adopted an exploratory project approach that drew on the intersection between Graphic Design, comics and qualitative methodology in order to understand the empirical dimension of this project. In the context of validation, questionnaire surveys were also carried out to find out whether the content developed responded to the communication aspects that were proposed, namely whether it served as a platform for deconstructing and communicating anxiety. This made it possible to see the potential of comics as a platform for exploring and communicating emotions.

Keywords: Graphic Design, Comics, Emotions, Illustration, Storytelling

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	2
1.1 Objetivos e Questões de investigação	4
1.2 Metodologia	6
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	
2.1 Design e Comunicação: Um Campo de Possibilidades	10
2.2 Ilustração e Desenho como ferramentas essenciais	16
2.3 Emoções: Linhas, formas, fragmentos, camadas	20
2.4 As Emoções na Arte e o seu Processamento	24
2.5 Comunicação e Design de Emoções: Aplicada aos media e narrativas	26
2.6 Storytelling	30
2.7 O Potencial dos Comics e a sua produção	36
2.8 Uma exploração do campo Graphic Medicine	44
2.9 Comics e Design	48



3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

3.1 Introdução do Projeto	52
3.2 Conceito Visual e Narrativo	54
3.3 Perfil Das Personagens - Expressões e Emoções	64
3.4 Layout	68
3.5 Preparação das Páginas	70

4. METODOLOGIAS

4.1 Introdução às Metodologias	78
4.2 Questionários	80
4.3 Entrevistas - Grupos Focais	88

5. NOTAS CONCLUSIVAS E TRABALHOS FUTUROS **98**

BIBLIOGRAFIA/WEBGRAFIA	102
ANEXOS	110



ÍNDICE DE FIGURAS

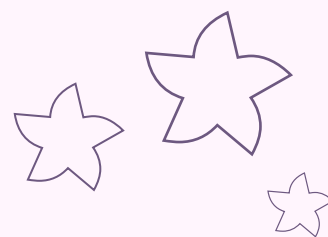


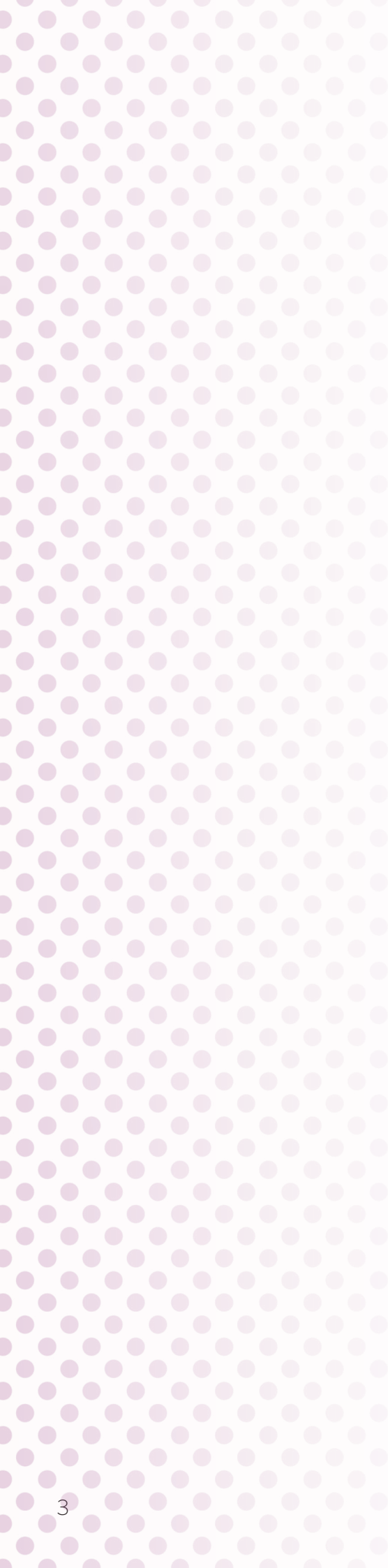
Figura 1	p.17	Figura 27	p.80
Figura 2	p.20	Figura 28	p.80
Figura 3	p.24	Figura 29	p.81
Figura 4	p.31	Figura 30	p.81
Figura 5	p.35	Figura 31	p.82
Figura 6	p.36	Figura 32	p.82
Figura 7	p.37	Figura 33	p.82
Figura 8	p.38	Figura 34	p.82
Figura 9	p.38	Figura 35	p.83
Figura 10	p.38	Figura 36	p.83
Figura 11	p.38	Figura 37	p.83
Figura 12	p.41	Figura 38	p.84
Figura 13	p.46	Figura 39	p.84
Figura 14	p.55	Figura 40	p.84
Figura 15	p.55	Figura 41	p.85
Figura 16	p.55	Figura 42	p.85
Figura 17	p.57	Figura 43	p.86
Figura 18	p.58	Figura 44	p.86
Figura 19	p.58	Figura 45	p.86
Figura 20	p.58	Figura 46	p.87
Figura 21	p.59	Figura 47	p.87
Figura 22	p.60		
Figura 23	p.60		
Figura 24	p.61		
Figura 25	p.69		
Figura 26	p.69		





INTRODUÇÃO

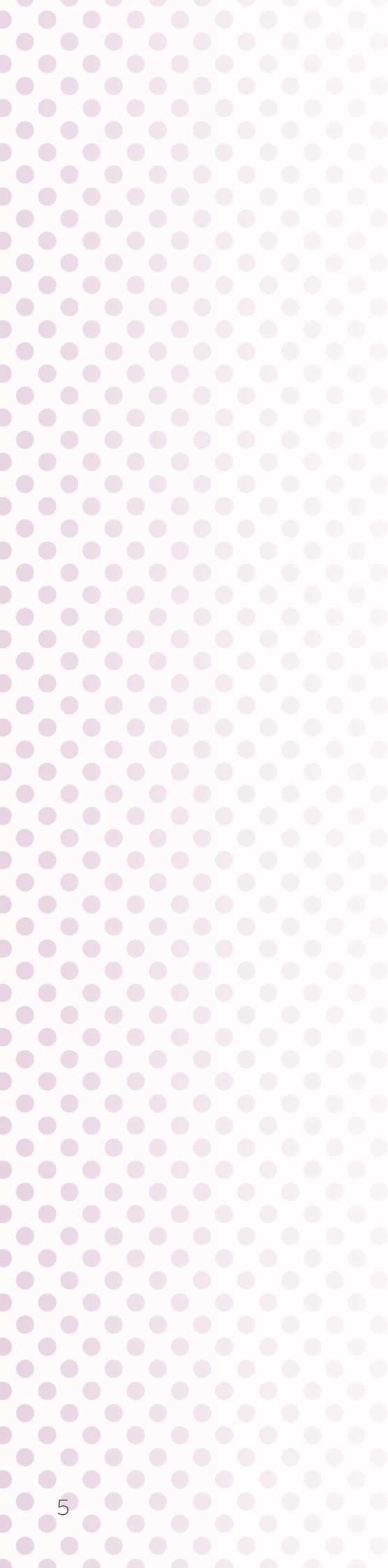
O desenvolvimento da presente proposta de dissertação, realizada no contexto do Mestrado em Design Gráfico procurou explorar um elemento concreto, o *comic*. Para o seu desenvolvimento voltamos a nossa atenção para uma temática que nos é próxima, designadamente, a temática das emoções, em particular, para a ansiedade. Esta escolha, tem um cunho de vizinhança ao nível das experiências vividas em diversos contextos, designadamente, a ansiedade experienciada ao longo do percurso escolar. A pertinência do tema tem enquadramento no período pós-pandémico, um cenário de observação, constatação e vivências muito particulares, que influenciaram vidas e desencadearam reações (Blewett & Ebben, 2021). Este tema, associado a múltiplos fatores, conheceu uma grande amplitude em termos sociais em virtude de consequências resultantes da pandemia da COVID-19. Saliente-se, aqui, a precariedade das condições de vida de inúmeras famílias, que nos meios rurais e urbanos enfrentaram enormes desafios, tais como, a ausência de familiares e amigos, a perda de alguns deles, a ausência de rotinas, o afastamento do mundo e da natureza (Van Beek & Patulny, 2022). A imposição de um refúgio circunscrito a áreas muito específicas, onde as habitações, subitamente deixaram de ser funcionais para passarem a ser multifuncionais (Ferreira, Pereira, Brás & Ilchuk, 2021). Esta mudança contribuiu para que muitos jovens tivessem sido privados de momentos de socialização em momentos cruciais para o seu desenvolvimento pessoal e social, constituindo-se como indicadores, que segundo Goodwin, Weinberger, Kim, Wu & Galea (2020) conduziram ao aumento dos níveis de ansiedade nesta camada específica da sociedade. Aqui, pode também ser considerada a exposição dada ao tema da morte, que no pico da pandemia ocorria em todos pontos do globo, tendo consequências diretas e indiretas na adaptação das pessoas, famílias, empresas e instituições a uma realidade complexa (Kalabikhina, 2020), numa em que os *media* invadiram a esfera privada, não deixando indiferentes aqueles que constataram, que o mundo se tornou num lugar com mais desafios. Neste contexto de um re(desenhar) de ser e estar em sociedade, emerge um olhar particular para os mais jovens e para o tema da ansiedade, que há muito se constitui como objeto de estudo em vários domínios do conhecimento, designadamente, ao nível da psicologia, da psiquiatria, da medicina e das ciências sociais (McNicol, 2017; Fernandez & Lina, 2020; Hamza Taha & Hassan El-Saved, 2021). Neste contexto de diversidade importa salientar que a abordagem aqui apresentada é mapeada pela utilização do *comic* enquanto estratégia de comunicação.





OBJETIVOS E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

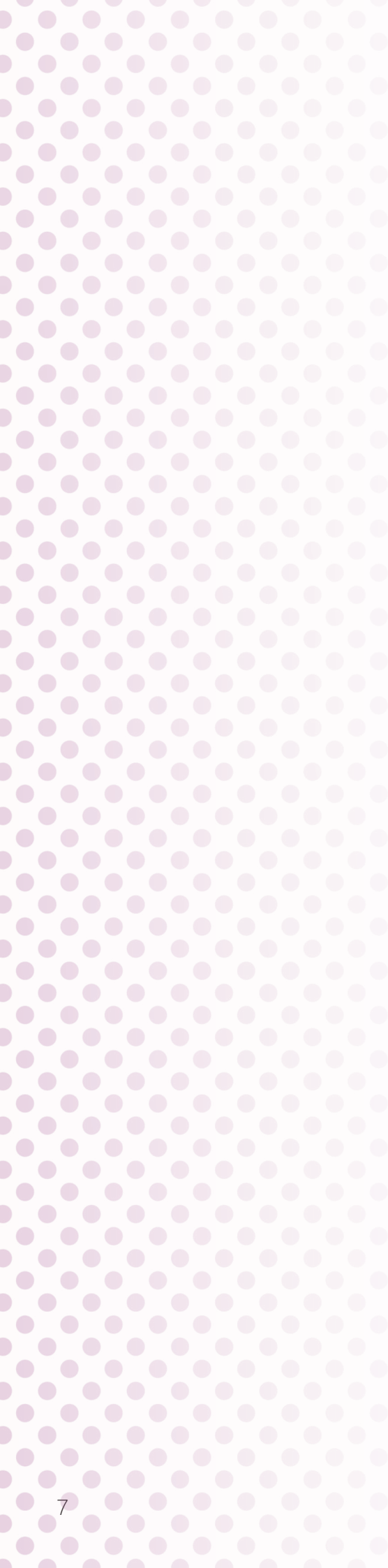
A trajetória aqui apresentada foi realizada a partir do uso de elementos visuais oriundos da linguagem gráfica. Uma trajetória que pondera na sua conjugação com elementos da narrativa para criar uma plataforma, um *comic*, que nos aproxime do tema da ansiedade, numa abordagem que tem por objetivo refletir e desconstruir emoções junto de uma comunidade específica, os jovens adolescentes. Neste processo, foram consideradas as questões: Qual o papel do Design Gráfico na visibilidade de emoções? Qual o contributo do *comic* na desconstrução da ansiedade?



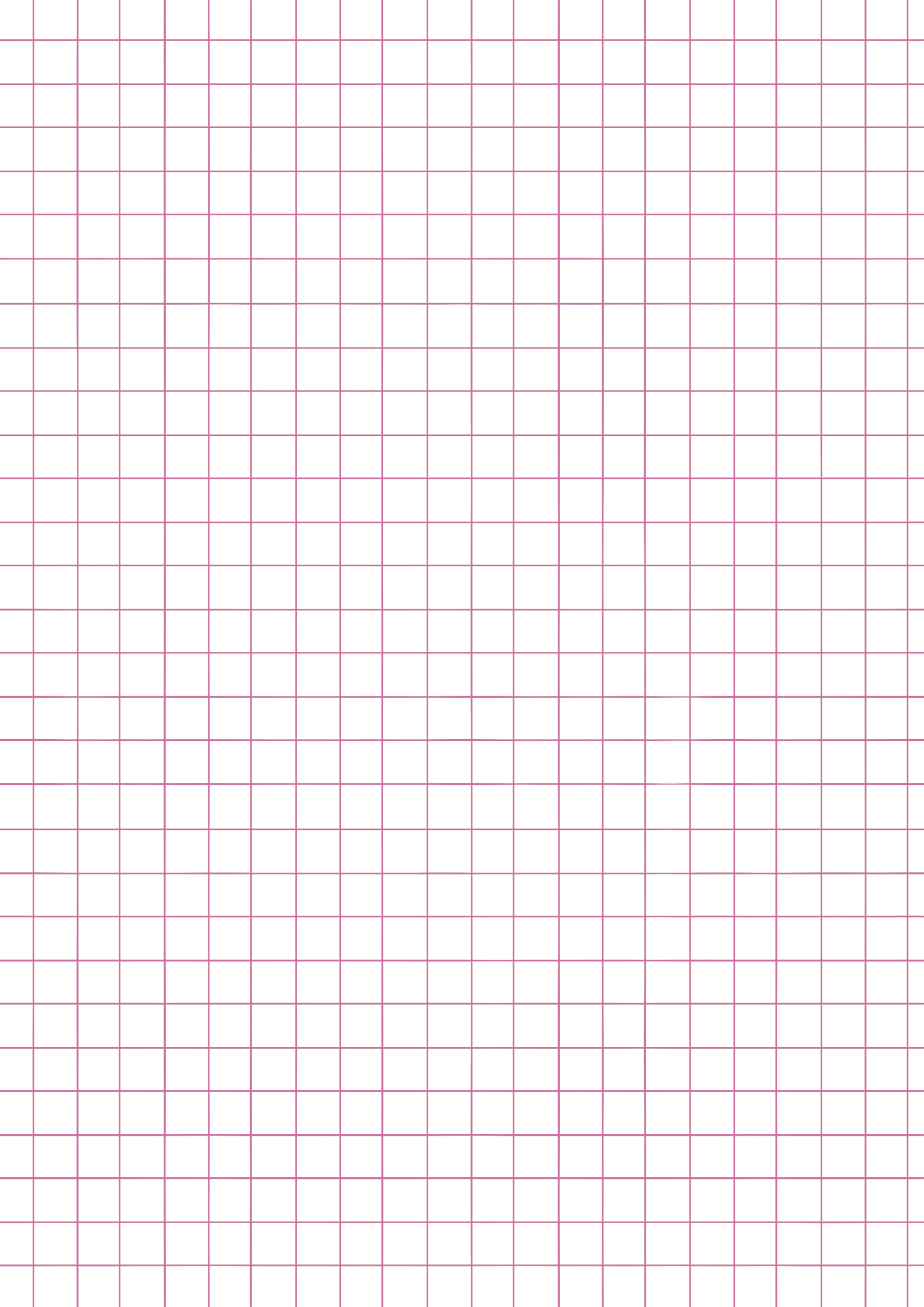


METODOLOGIA

Durante as etapas iniciais da presente investigação empírica recorreu-se a metodologias exploratórias, onde foram pesquisados conteúdos, projetos e produtos que na sua base abordassem a questão das emoções e em particular a ansiedade. Foram analisadas fontes diversas, tais como, *comics*, filmes, obras literárias e artigos científicos (Kukreja, 2024). A metodologia de projeto implicou o desenvolvimento de um *comic* que foi alvo de uma avaliação de conteúdo. Assim, após o seu desenvolvimento, da revisão do seu conteúdo e dos testes de impressão, foram-se realizados testes e avaliações, no sentido de perceber em que medida o conteúdo era entendido/compreendido. Neste ambiente de avaliação, que decorreu numa escola em Fafe, Portugal, foram considerados três grupos com idades compreendidas entre os 11-15 anos. Cada um destes grupos teve uma dinâmica de leitura, análise e compreensão do *comic* com a presença de um professor. Cada sessão foi alvo de registo de observações realizadas num diário de bordo. Os três grupos consistiam num total de 52 alunos que após a interpretação do *comic* aderiram à realização de um questionário. Além disso, ainda se realizaram entrevistas a 20 desses alunos que participaram nessas sessões. Estes foram separados em 5 grupos de 4 alunos, para se realizarem grupos focais. Através destas entrevistas foi possível analisar-se melhor e em detalhe algumas das questões propostas, como foi possível o desenvolvimento de respostas, ideias e observações feitas por esses alunos.



ENQUADRAMENTO TEÓRICO





DESIGN E COMUNICAÇÃO: UM CAMPO DE POSSIBILIDADES

O Design Gráfico agrega em si o conhecimento de áreas distintas que compõem a sua estrutura em termos teóricos e formais. Trata-se de uma disciplina que atua ao nível da comunicação e que segundo Malcolm Barnard (2005) tem contributos na formação da identidade social e cultural, de uma sociedade. Barnard (2005) na sua obra *Graphic Design As Communication* refere que as pessoas estão constantemente expostas a vários exemplos de design, sem que isso se traduza em conhecimento efetivo sobre esta área disciplinar. Este autor salienta que encontrar uma definição exata e satisfatória para Design Gráfico pode ser complexo dado o seu carácter multifacetado. Este posicionamento, de procura e de enquadramento vai ao encontro do olhar de vários teóricos que ao longo do tempo partilham os seus contributos para um melhor conhecimento sobre a área. Assim, podem ser exploradas as visões de Crowley (1996); Resnick (2003); Bowers (2012); Restrepo (2014); Ambrose, Harris, & Ball (2019) e Griffin (2019) que nas suas pesquisas questionaram sobre o que distingue o Design Gráfico de outras áreas disciplinares, nomeadamente, das Belas Artes, da Ilustração e a da Publicidade. No entanto, essa lógica sozinha não se torna suficientemente capaz de criar uma definição, por não haver ou um consenso ou pelas

diferentes perspectivas que se podem levantar perante as comparações das diferentes áreas em questão. Registaram-se ainda conversações acerca da possibilidade de se distinguir a área pela sua potencialidade de reprodução, ou pelo seu balanço de texto-imagem. Apesar das diferenças existentes entre as teorias de cada autor, muitos parecem concordar que Design Gráfico é comunicação, e portanto concordam que comunicação é transmitir (Barnard, 2005). Por seu turno, Ellen Lupton (2017) enfatiza que o Design Gráfico como referencial, onde se estrutura a informação, desencadeia uma influência na percepção do público. Segundo a autora, o design tem na sua fórmula um modo particular de contar histórias, que através dos elementos de tipografia, imagens e *layout* guiam os consumidores através do conteúdo numa experiência significativa. A autora destaca que o design além de estético encontra-se voltado para a organização da informação, promovendo uma comunicação clara e eficaz.

Definições e percepções mudam com o tempo, pois tanto a arte, como ideais e estilos de vida são moldados à volta dessa construção, adaptam-se a diferentes eras, momentos e movimentos. No entanto, o que se pode constatar de uma forma básica do Design Gráfico é que este implica a criação de elementos visuais quer seja para

efeitos de beleza, *aesthetics*, apelação, eficiência, entre outros. Hoje em dia, o Design Gráfico torna-se indispensável, por ser através deste que se torna possível exprimir ideias e/ou informação através de gráficos, palavras, símbolos abstratos, combinações de designs/desenhos, entre outras formas com arte, grandiosidade e especialidade (Chu, 2018). Apesar de se apelar e haver bastante referência ao aspeto visual dos produtos criados por designers gráficos, o tal não significa que essa seja a única função dos designers - a de tornar as coisas, objetos, marcas, produtos, elementos gráficos atrativos e agradáveis. Aliás, denota-se que Design se trata de uma forma de comunicação. Pelo que o designer tem de ter em conta a ordem/hierarquia e estrutura do conteúdo de forma a facilitar e simplificar o processo de comunicação, mantendo sempre em mente a otimização da transmissão dessa mensagem, de forma que esta possa ser recebida e compreendida pelo seu público (Ambrose, Harris & Ball, 2019). Como Ambrose, Harris & Ball (2019) mencionam, um design pode ter várias naturezas, como por exemplo, pode ser filosófica, estética, sensorial, emocional ou política. O que demonstra como o designer tem de expandir e explorar a sua área de conhecimento para além da aparência e do seu aspecto visual/exterior. Para adicionar à percepção do que é o design, este é ainda uma disciplina que está em constante movimento, ela tenta responder às solicitações que a sociedade pede dela, ou aos temas que mudam constantemente e que transformam a forma como uma pessoa pode olhar para o mundo. Isto é mais evidente em movimentos como o Modernismo, o Pós-Modernismo e o Desconstrutivismo, que contribuíram para a evolução do Design como uma disciplina criativa, o que gerou novas possibilidades e ferramentas criativas para se enfrentarem novos desafios (Ambrose, Harris & Ball, 2019).

Os humanos têm uma relação com a beleza e com a curiosidade bastante notável, o que poderá talvez estar ligado de certa forma com a sua criatividade. Criatividade e inovação são duas características que permitem a evolução de uma disciplina, estudo ou ferramenta. Há quem diga que os adultos perdem estes aspetos assim que param de ser crianças. Hawke (2020) numa das suas *TedTalks* destaca a relevância deste tema e menciona como os hábitos podem ter um papel importante para esta alteração - uma criança não tem muitos hábitos, nem se preocupa se o que está a criar é “bom” ou “mau”, não há uma pressão das expectativas, simplesmente criam para se expressar e impressionar a sua individualidade. Através do estudo da História e da Evolução dos Seres Humanos pode-se observar como a criatividade sempre esteve presente, pois a capacidade não só de criar como de imaginar é o que levou ao seu avanço e progredimento - desde uma roda, até se descobrir o fogo e agora a falar com os seres tecnológicos que vivem nos dispositivos digitais. Contudo, existem ainda outros conceitos que possam ter impulsionado e inspirado a criação de algumas invenções. Um desses conceitos é a consideração pelos

sentimentos e é aqui como se pode ver que estes se intersectam com várias disciplinas, inclusive com áreas artísticas. De acordo com Damásio (2017) é possível que os sentimentos tenham motivado invenções intelectuais que deram aos Humanos as artes, a investigação filosófica, as crenças religiosas, as regras morais, a justiça, os sistemas de governação políticos e instituições económicas, a tecnologia e a ciência.

A Comunicação não está unicamente ligada à inteligência, pois a sensibilidade que um tem possui também um grande papel nesta área. A consideração das emoções e sentimentos que se podem despertar e trabalhar é um dos aspetos que contribui para o domínio da arte da comunicação, não só se deve ter em conta o que se quer dizer (a mensagem), como se tem de ter noção da forma como se quer dizer (conotação, forma de transmissão da mensagem) e quando se dizer algo (contexto, pertinência para causar um maior impacto) (Daum, 2014). O conhecimento das áreas do Design e da Comunicação deve de ser unificado para estas disciplinas colaborarem na criação de um produto. A forma ou disciplina através da qual se pode transformar estes interesses em competências que podem ser úteis tem o nome de Design de Comunicação. Este está presente em todo o lado, independentemente de o vermos ou de ser subtil. É interessante, de igual modo, ver como cada língua ou cultura interpreta o nome da disciplina, isto porque quando várias pessoas de diferentes lugares se reúnem para trabalhar juntas podem partilhar um entendimento diferente dela. Isto faz com que seja possível se abrirem mais possibilidades para a disciplina, já que está continuamente a ser redefinida pelas comunidades multilingues e globais (Liang, 2020). De forma geral, poder-se-á dizer que Design de Comunicação consiste no uso dos elementos

*“I can make the case that cultural practices or instruments in each of the eight areas above required feeling a situation of actual or anticipated homeostatic decline (for example, pain, suffering, dire need, threat, loss) or of potential homeostatic benefit (for example, a rewarding outcome), and that feeling acted as the motive for exploring, using the instruments of knowledge and reason, the possibilities of reducing a need or of capitalizing on the abundance signified by reward states.”
(Damásio, 2017, pág. 7)¹*

1. Tradução livre: “Posso argumentar que as práticas ou os instrumentos culturais em cada uma das oito áreas acima referidas exigiam que se sentisse uma situação de declínio homeostático real ou antecipado (por exemplo, dor, sofrimento, necessidade extrema, ameaça, perda) ou de potencial benefício homeostático (por exemplo, um resultado gratificante), e que o sentimento atuava como motivo para explorar, utilizando os instrumentos do conhecimento e da razão, as possibilidades de reduzir uma necessidade ou de capitalizar a abundância significada pelos estados de recompensa.”

“In visual communication design, applying emotional concept to actual works highlights the designer’s personal emotion and ideological concept, which can enrich the content of works and make the design works more vivid, humanized and spiritual, which is very in line with modern people’s requirements for visual communication design.”

(Liang, 2021, pág. 8)²

2. Tradução livre: “No design de comunicação visual, a aplicação do conceito emocional a obras reais realça a emoção pessoal e o conceito ideológico do designer, o que pode enriquecer o conteúdo das obras e tornar as obras de design mais vivas, humanizadas e espirituais, o que está muito de acordo com os requisitos das pessoas modernas para o design de comunicação visual.”

visuais do Design Gráfico para organizar um plano estratégico de comunicação de forma a transmitir uma mensagem para uma determinada audiência. Vai-se ter mais em conta a análise da mensagem que é relevante ser transmitida e quando e onde certa informação deve aparecer. Liu (2020) define Design de Comunicação Visual como sendo uma disciplina/ferramenta criada para transmitir determinadas informações e um impacto expectável na audiência que vai alcançar. Para isso ter-se-á de analisar e resumir toda a informação necessária, utilizando-se caracteres, letras, números, gráficos e cores. Sendo assim, esta disciplina corresponde ao design que é transmitido a um público através de meios visuais, não só expressa, como tem uma certa influência, é a área que cria visuais estratégicos. Quando se trabalha com esta disciplina o designer tem de ter em conta o conceito emocional que se pretende integrar no design. Pois a expressão de emoção vai oferecer um enriquecimento ao trabalho que se está a realizar e torna-se, portanto, mais Humano. Desenvolver trabalhos criativos num mundo que está atualmente comprimido por uma quantidade enorme de informação não é fácil. O Design de Comunicação tem por base uma ideia ou pensamento que se concretiza através do desenho numa imagem visual. Está presente em tudo ou quase tudo o que se pode observar: objetos, embalagens, rótulos, sinalética, publicidade, comunicação dos veículos de informação e de entretenimento. O Design é uma ferramenta que é utilizada para informar, identificar e vender produtos/serviços, marcas e empresas, orientar as pessoas no espaço empresarial e social e promover e/ou mudar atitudes e comportamentos. Assim, comportamentos, atitudes, escolhas, decisões e conceitos são construídos através da comunicação visual que rodeia uma comunidade,

quase, de forma inconsciente. Isto porque as mensagens que são recebidas dos vários estímulos que são observados ao longo do dia foram criadas para que sejam vistos como um trabalho final e não como foram elaborados. E a verdade é que para serem criados, foram precisas muitas horas de trabalho criativo para determinar as fontes (tipo e tamanho de letra, distância entre as letras e entre as linhas, o uso de uma fonte existente ou a criação de uma nova e o seu registo nos direitos de autor ou não, a sua legibilidade e a identificação com a marca/empresa), a imagem (uma imagem nova ou uma imagem manipulada de um banco de imagens), a cor (sensações e conceitos). Isto, de maneira a que a mensagem a transmitir seja entendida da mesma perspetiva pelo público a que se destina, por ser apropriado e criado especificamente para esse alvo.

Assim, podemos concluir que o Design de Comunicação procura sintetizar uma mensagem para dar resposta/solução a uma pergunta/problema. Daí a necessidade de um diálogo profundo e constante entre o emissor da mensagem e o seu criador. Este processo criativo torna-se cada vez mais exigente na Sociedade de Informação e Comunicação do Século XXI, uma vez que as mensagens que são expostas ao longo do dia são muitas e há necessidade de se criar algo diferente para se distinguir. É necessário dar ao recetor da mensagem o que ele precisa, mas também criar a necessidade quando ela não existe. É uma área em constante evolução que deve acompanhar as transformações tecnológicas, económicas, culturais e sociais da Sociedade Global em que se vive. Por isso, não basta saber manusear as ferramentas informáticas, é preciso que o designer seja informado, criativo, inovador e conhecedor do comportamento humano. O designer gráfico é o profissional que cria essas imagens visuais portadoras da identidade das marcas (imagem da empresa) com vista à criação de uma imagem de marca (imagem para o cliente).

“As imagens gráficas são mais do que ilustrações descritivas de coisas vistas ou imaginadas. São signos cujo contexto lhes dá um sentido especial e cuja disposição pode conferir-lhe um novo significado.”

(Hollis, 2001, pág. 1)

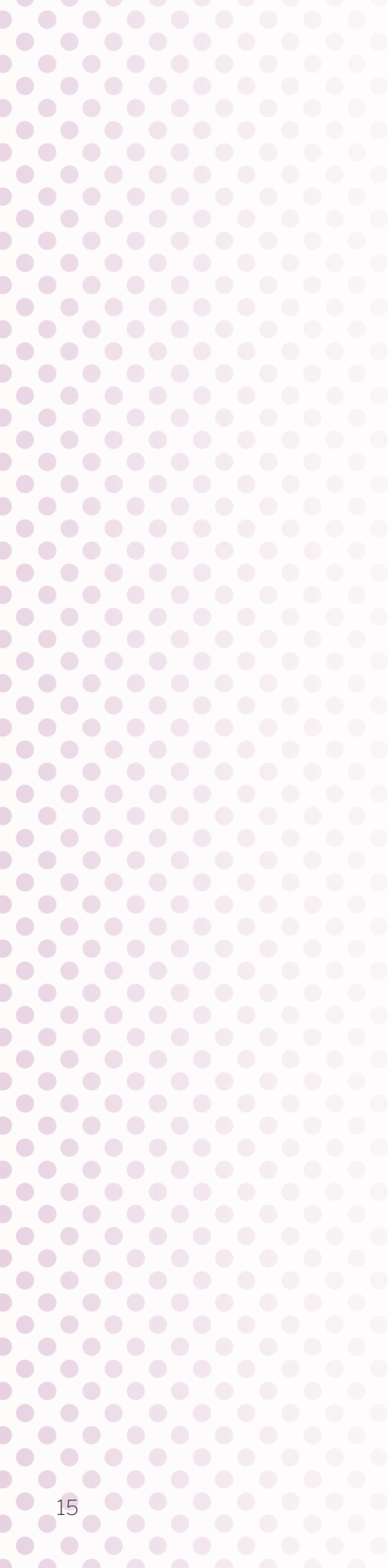




ILUSTRAÇÃO E DESENHO COMO FERRAMENTAS ESSENCIAIS

O papel dos designers tem mudado ao longo do tempo e com o surgimento de novas preocupações, focos de atenção e as novas tecnologias, designers tiveram de adotar outros papéis e/ou competências. No meio disto surge a questão se o designer de hoje ainda precisa de saber desenhar, será que esta é uma ferramenta necessária tendo em conta os suportes digitais que usam. A prática do desenho continua a ser apoiada por muitos profissionais e educadores, a verdadeira preocupação surge da hipótese de se começar a perder a capacidade de desenhar, principalmente e especificamente, como uma forma de suporte para projetos de Design (Schenk, 1991). Com base no estudo e análise de Schenk (1991), designers desenvolvem a sua habilidade de desenhar para conciliar um variado número de tarefas. Claro está que mesmo assim a frequência do uso de desenho, como auxílio, depende do tipo de trabalhos que se está a realizar, do papel que se desempenha numa equipa, da habilidade individual de cada um, entre outros. Também se foi observado que esta ferramenta era muitas vezes utilizada como uma forma de o designer comunicar com clientes, com outros profissionais de diferentes campos com os quais tinham de colaborar ou com executivos. Assim, a maioria das pessoas questionadas na investigação de Schenk retrata

o desenho como um essencial para a exploração individual de ideias ou para a partilha dessas com outros, como também consideram esta ferramenta essencial para o desenvolvimento de soluções criativas.

Algumas pessoas têm uma noção diferente do que é um desenho, por encará-lo ou como uma produção artística, ou como um esboço, dependendo das suas capacidades, o que leva a questionar se elas realmente consideram o desenho uma ferramenta necessária. Independentemente disso, do nível artístico de cada um, o desenho é algo que é bastante utilizado como uma forma de auxílio e que mesmo com a evolução das tecnologias não se perdeu. Pois, hoje, quer em meios profissionais quer nos meios de educação de designers, ainda se recorre ao desenho como uma forma de exploração de ideias, de comunicação de conceitos e de realização de protótipos de baixa fidelidade, de maneira eficiente e eficaz.

Portanto, o Design Gráfico faz uso de vários tipos de ferramentas e a Ilustração é um deles, e segundo Smith (2019) a ilustração é uma das ferramentas mais importantes na comunicação de ideias (e um dos métodos originais de comunicação) e o recurso a esta torna-se bastante útil quando se está a trabalhar para/ com uma audiência que beneficia mais de

aprendizagens visuais. A correlação do Design e da Ilustração salienta o veículo eficiente que estes têm para a transmissão de informação – que se observa inclusivamente através da arte rupestre, uma técnica usada na Pré-História, para a ilustração de histórias e momentos.

O uso de Ilustração no Design torna-se bastante importante quando se é confrontado com uma situação ou ideia mais abstrata e complexa. O recurso à Ilustração pode tornar-se também numa forma dinâmica de exposição de um texto em uma determinada ordem ou lista importante de artigos. Além de que torna muito mais fácil a interpretação de informação. À parte do papel da Ilustração como um meio de compreensão de ideias abstratas, este também contribui para a criação de conceitos futurísticos ou fictícios e para a abordagem de temas subjetivos. Existem diferentes formas estilísticas de se abordarem as ilustrações, dependendo do tipo de história ou da audiência a que estas são destinadas. A ideia de se criarem personagens ou outros elementos para contar uma história é uma parte fundamental da narrativa, e pode ser aplicada a diversas situações.

Chu (2018), num dos seus artigos acerca da análise da aplicação da arte ilustrativa em Design Gráfico, compara como a Ilustração em contraste com outros elementos do Design consegue transmitir informação de uma forma mais intuitiva e que por tal alcança e atrai mais a atenção do público. Estabelecendo que um excelente exemplo de Design Gráfico normalmente contém ilustrações para facilitar a leitura de informação. Atestando que o uso de muitas palavras para se descrever algo por vezes pode tornar-se tedioso e redundante e que o uso de gráficos e imagens pode ajudar como um elemento complementar.

Ilustração é uma ferramenta que se baseia na visão/interpretação individual de cada pessoa/artista, pois o conteúdo ou objeto de estudo da obra criada vai variar consoante os interesses, a forma como algo (objeto, tema ou cenário) é observado. A liberdade que se tem e se explora relativamente à abordagem de uma Ilustração também pode depender das filosofias da pessoa que estiver por trás da sua criação. Estes são só alguns exemplos do que tornam a ilustração tão característica e particular.



Fig.1 - Pinturas Rupestres de Gwion Gwion na região de Kimberley, na Austrália Ocidental (Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Gwion_Gwion_rock_paintings)

São estas características que demonstram e provam como este domínio que pode ser tão abstrato promove um espaço intrigante e de interesse para a criatividade e comunicação de uma mensagem ou história. Loomis (1951) explica este sentimento ao referir que o desenho é uma visão no papel e, de acordo com este autor, esta é uma visão individual, conectada a uma perspectiva particular e a uma série de outras qualidades, como o interesse, carácter e filosofia, provenientes de uma fonte única. Atestando ainda que o desenho não pode e para ser bem sucedido não deve ser outra coisa além disso.

“Drawing is very closely related to the other creative arts, all of which are outcroppings of a desire to express individual emotion, to make the other fellow conscious of our inner feelings. We want him to listen or look, and we want his appreciation of what we have to offer.”

(Loomis, 1951, pág. 11)³

3. Tradução livre: “O desenho está intimamente relacionado com as outras artes criativas, todas elas afloramentos de um desejo de exprimir a emoção individual, de tornar o outro consciente dos nossos sentimentos interiores. Queremos que ele ouça ou olhe, e queremos que ele aprecie o que temos para oferecer.”





EMOÇÕES: LINHAS, FORMAS, FRAGMENTOS, CAMADAS

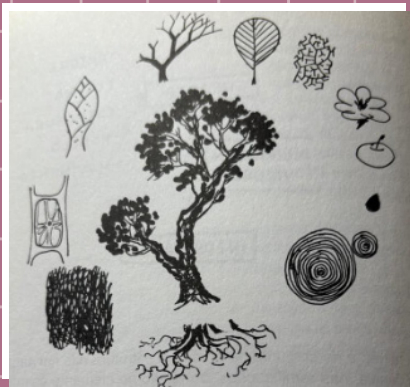


Fig.2 - “Texturas, módulo, forma, estrutura e dimensão temporal visíveis numa árvore” (Munari, 1991, pág. 94)

O exercício de revisitar autores e obras com algumas décadas permite o desenvolvimento de uma leitura sobre o mundo, sobre os elementos e sobre o conhecimento, que pode revelar uma trajetória humanizada sobre a prática de estudar/ investigar. Em Munari (1991), encontra-se esse universo que liga o saber à vida, à natureza e que conduz a um sentido de pertença num mundo que hoje se sente volátil. Elencamos o nosso capítulo associado às emoções ao modo descritivo que se encontra referenciado na legenda da figura 2. Constata-se, que observar e viver emoções captam olhares distintos, designadamente, os daqueles que se incluem e os daqueles que se excluem dessa dimensão.

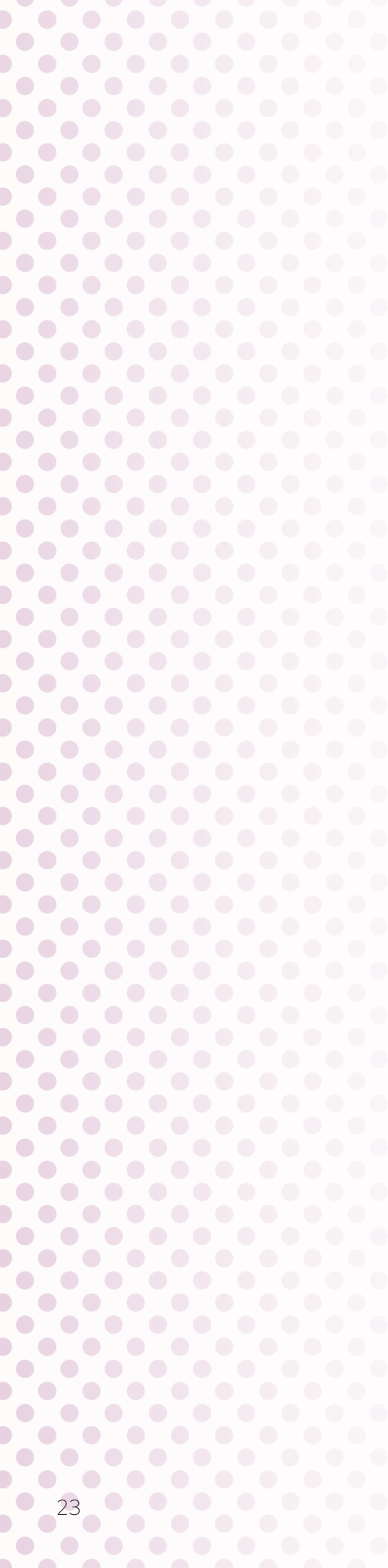
Neste enquadramento, segue-se a lógica de quem se encontra a observar as emoções, num posicionamento de trabalho que constata que elas vivem ali, na revisão da literatura. É precisamente no enquadramento, que segue uma interpretação à luz da psicologia, que as emoções têm sido alvo de abordagens teóricas e científicas de relevo. Um ingrediente comum em muitos dos modelos desta área estabelece associações entre estímulos sensoriais intrínsecos ao corpo, enquanto organismo, e os sentimentos, colocando em destaque a dimensão dos afetos (Costello, Angold, Burns, Stangl, Tweed, Erkanli, et al., 1996). Neste contexto seguimos o percurso que nos faz

delimitar as emoções aos jovens adolescentes e no campo das emoções cingimo- nos à ansiedade. A ansiedade é segundo Craske, Rauch, Ursano, Prenoveau, Pine e Zinbarg (2011, pág. 370) “um estado de humor orientado para o futuro, associado à preparação para possíveis eventos negativos futuros” e na ótica do estudo apresentado por Costello, Egger e Angold (2005) trata-se, mesmo, de uma das doenças mais comuns nos jovens. De acordo com a World Health Organization (WHO)(2023) aproximadamente 4% da população experiencia um transtorno de ansiedade, sendo que em 2019 registou-se que 301 milhões de pessoas pertenciam a esse espectro, o que o torna num dos transtornos mentais mais comuns. À medida que se vai delimitando o olhar, é perceptível que o traçado aqui vislumbrado tem a particularidade de ser uma mescla estruturada por camadas de significado, que é composto a partir das lentes oriundas de áreas como a medicina, a psicologia clínica e outras. Da psicologia clínica advém um cuidado sobre os jovens que sofrem, entre os seus múltiplos desafios, também de ansiedade social e que segundo Rice, O’Bree, Wilson, McEnery, Lim, Hamilton, et al. (2021) além desta problemática os jovens enfrentam de igual modo constrangimentos no acesso às terapias consideradas convencionais. De acordo com os autores, esta questão prende-se com a própria natureza da ansiedade social, que implica que os jovens tendem a evitar o contacto interpessoal.

Suzuki (2021) defende que quando se aprende a lidar com os próprios sentimentos, pensamentos e comportamentos, não só se converte a ansiedade má em boa ansiedade como se transforma a energia, atitude, estado mental e intenções de uma pessoa. Acrescentando que quando se oferece um novo enquadramento à forma como se aborda a ansiedade, esta pode tornar-se útil e benéfica na vida das pessoas. De acordo com o autor, os “superpoderes” que podem derivar deste evento são a habilidade de reforçar de forma geral a resiliência física e emocional de uma pessoa, a habilidade de realizar tarefas e/ou atividades a um nível melhor e superior, a otimização da sua mentalidade, o aumento do foco e da produtividade, tal como melhora a inteligência social e as capacidades criativas de uma pessoa. Com isto a autora defende que pode haver uma resposta positiva e negativa para uma situação que provoque stress. Como é implícito no seu livro, *Anxiety is your Superpower*, a ansiedade permite saber se algo está mal ou não está bem com os próprios sujeitos ou nos seus ambientes. Esta racionalização é lógica no sentido em que se pode observar o mesmo processo na forma como o medo permite manter um senso de segurança, a vergonha torna as pessoas mais humildes e a solidão faz com que se queira um grupo, companhia.

O tratamento de emoções não é um trabalho fácil, estas são tão complexas que nem todos os cientistas concordam com a sua definição. Lisa Feldman Barrett (2023) numa das suas entrevistas à *Big Think*, *The biggest myths about emotions*,

debunked, começa por falar exatamente disso, em como as pessoas têm ideias erradas sobre as emoções e o seu funcionamento. Quando uma pessoa fala ou pensa em emoções, às vezes, pode ter uma percepção diferente do que realmente se pode subentender delas. Dependendo da era ou da geração, por exemplo, poder-se-ia considerar que uma pessoa mais emocional era fraca, que uma pessoa que age de forma emocional e não racional não se estava a esforçar o suficiente e que era algo mais associado com uma atitude feminina. A compressão de emoções e o quase tabu de se falar destes temas faz com que algumas ideias erradas sejam partilhadas. Mas a verdadeira questão paira no que são as emoções. É difícil encontrar uma simples definição para este conceito devido à sua diversidade. Aquilo que uma pessoa pode considerar como sendo algo feliz pode significar algo completamente diferente para outra, pois pode-se interpretar o mesmo cenário de forma distinta devido ao passado, experiências, conhecimento e cultura de cada indivíduo. A autora durante a sua entrevista tenta inclusive chegar a um consenso de como se pode ponderar a definição de emoções e como os sentimentos não são um sinónimo, mas sim propriedades e características dessas mesmas. Esta complexidade das emoções faz com que trabalhar com elas se torne bastante intrigante e pode encorajar à criação de diferentes interpretações e representações destas.





AS EMOÇÕES NA ARTE E O SEU PROCESSAMENTO

A Arte não tem de ser controladora ou violenta. Uma das frases mais conhecidas no meio de *Storytelling*, e que se clica com a parte de Comunicação Visual, remete a que se deve mostrar algo à audiência e não necessariamente dizer-lhe ou descrever tudo o que está à sua volta. Isso porque assim se está a incentivar a que o outro pense no que o autor está a tentar transmitir, envolvendo-se assim com o conteúdo, começando uma jornada/exploração e criando, conseqüentemente, uma ligação emocional com o mesmo em ordem a entendê-lo ou simpatizar com ele. Aristóteles similarmente cita que o objetivo da Arte é representar não a aparência exterior das coisas, mas o seu significado interior.

A importância desta sequência advém para mostrar a magnitude das emoções na Arte, pois isso vai projetar-se também noutras áreas ou ferramentas que estão interligadas a ela – quer seja neste caso, Ilustração, Design ou a criação de histórias/narrativas. Aristóteles fez vários comentários onde exprime a sua opinião acerca da Arte. Um dos pontos chave que ele elucidou é que Arte é capaz de criar um balanço emocional e que, independentemente de Arte ter a possibilidade de criar medo ou tristeza, há na mesma um aproveitamento da interação com esse conteúdo. Nem sempre tudo tem de ser feliz para ser satisfatório porque outras experiências vão proporcionar um processamento mais complexo das emoções de cada um.

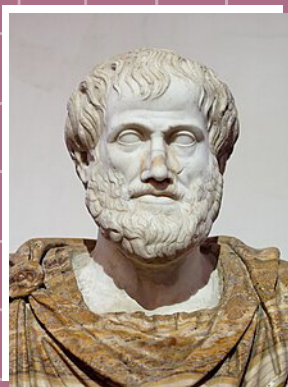


Fig.3 - Aristóteles (Fonte: <https://en.wikipedia.org/wiki/Aristotle>)

Aristóteles chamava a isto uma catarse (*catharsis*) e via isto como sendo o objetivo da Arte e da Tragédia. Ter-se-ia de permitir o público a sentir/experienciar amor, tristeza, medo, alívio, todas as emoções, para no final se chegar a um estado mais calmo ou “de purificação” onde teria um conhecimento mais profundo acerca destas experiências e emoções. Este raciocínio fortalece a ideia de que a Arte pode contar com pessoas a um nível emocional. Há muitos artistas que falam do significado dos seus trabalhos, na maior parte das vezes, há uma razão ou sentimento por trás de trabalhos artísticos – contudo, não se pode excluir a possibilidade de algumas obras serem criadas puramente para se apreciar a beleza de algo, de um objeto ou pessoa – mas esta parte emocional oferece um valor bastante grande e íntimo que se pode explorar. É possível acreditar-se que muitas das escolhas que uma pessoa faz na vida são lógicas e racionais, mas na verdade a maior parte delas acabam por ser respostas emocionais mesmo quando se pensa que são baseadas em factos. Vários estudos foram realizados neste domínio, mas destaca-se o caso de António Damásio (1994) que no seu livro *O erro de Descartes* mostra evidência de como a emoção está intrínseca no processo de pensamento e de decisões – isto é observado através de pacientes que sofreram danos no lobo frontal e que normalmente estes, mesmo assim, ainda eram capazes de comunicar através da fala (uso de linguagem), capazes de se movimentar e que as sensações deles ainda estavam intactas, no entanto, os sentimentos e raciocínios destes estavam comprometidos – demonstrando como esses estão conectados ou dependentes a certo nível. Portanto, pode-se concluir que dada a importância das emoções nas nossas decisões, o uso da Arte como forma de expressão e a incorporação de emoções na Arte, que este se torna num meio de comunicação com um potencial grande e criativo de conectar pessoas e de partilhar experiências de forma a se aprender mais acerca do mundo e do próprio indivíduo.

A Ilustração torna-se, então, numa ferramenta competente ao se complementar com emoção por gerar na pessoa uma reação ainda maior. Loomis (1951) explica numa das suas obras que se um autor usa uma emoção que já existe dentro do espectador, essa vai suplementar o desenho ainda mais. Esclarecendo que uma pessoa só consegue sentir as suas próprias emoções e portanto qualquer uma que esteja no seu trabalho só pode vir dela, mas que, no entanto, a maioria das emoções que um sente são partilhadas e presentes em outros. Por isso, é que se pode compreender, simpatizar e viver um filme, ou outras produções, com e através das personagens presentes.



COMUNICAÇÃO E DESIGN DE EMOÇÕES: APLICADA AOS MEDIA E NARRATIVAS

Sendo que o Design, a Ilustração e os *Comics* contribuem para a partilha de informação, pode-se observar que estes profissionais poderiam contribuir de igual modo para este campo específico da ansiedade e saúde mental, através da criação de produtos e conteúdos como uma forma de chamada de atenção e como forma de transmissão de conhecimento/educação. A criatividade derivada destes campos pode abrir várias oportunidades à forma como um tema/tópico é recebido e consumido pela sociedade/comunidade com que se está a trabalhar. Isto pode causar respostas e soluções inovadoras e estimulantes. Para isso, contudo, é necessário uma conexão emocional, tem de se entender as emoções dos outros e mais especificamente aquelas que se querem trabalhar. Munari (2008) expressa que o designer é o artista da atualidade, pois trabalha de forma a restabelecer o contacto entre a arte e o público. Este, o designer, conhece e está familiarizado com o seu trabalho, ou seja, as formas e os meios para se resolverem problemas de design e por isso é que este tem a capacidade de responder a qualquer exigência que lhe seja feita pela sociedade. Mas acima de tudo, o papel do designer destaca-se ainda mais por responder às necessidades do seu tempo e por ajudar as pessoas a resolver certos problemas sem preconceitos estilísticos ou

noções falsas de dignidade artística derivadas do sismo das artes.

No mundo do cinema, por exemplo, há uma familiaridade com o processo de tratamento das emoções e sentimentos. Isto visto que o objetivo de muitos filmes e histórias em geral é despertar determinados momentos ou sentimentos dentro dos espectadores, quer por associações, semelhanças ou até mesmo por contrastes com diferentes experiências. É, exatamente, este processo que gera aspectos de representação, identificação, validação e reconhecimento, pois o espectador está a ver e a experienciar, através das personagens, como algumas pessoas viveram, pelo que passaram e lutaram, literal ou psicologicamente, na vida. Quer seja uma história fictícia ou não, muitas vezes há uma moral a ser retida e se uma moral não está presente, há um tema, que é uma mensagem que se transmite. Mesmo que um autor não tenha uma ideia em mente para o seu tema ou que pense que não tem um, na verdade a probabilidade é que no final de escrever uma história ou a meio dessa o vai encontrar. Isto porque temas são uma ocorrência natural de uma história coesiva e coerente. Na verdade, existe sempre espaço para um tema ou mais que um, visto que cada leitor interpreta a história de uma forma distinta e atribui significados a ações

“theorising about media and emotion began early, but then was neglected for a long time. It was not until the 1970s that a more intensive preoccupation with the subject began, and since the 1990s it has experienced a proper boom. Research has split into several strands, which often take antagonistic positions towards each other.”

(Eder, Hanich & Stadler, 2019, s.p)⁴

4. Tradução livre: “A teorização sobre os media e a emoção começou cedo, mas depois foi negligenciada durante muito tempo. Foi só nos anos 70 que se começou a preocupar mais intensamente com o assunto e, a partir dos anos 90, registou-se um verdadeiro boom. A investigação dividiu-se em várias vertentes, que assumem frequentemente posições antagónicas entre si.”

e momentos. Por isso, hipoteticamente, mesmo que se tente escrever uma história sem uma moral e sem um tema, mesmo que essa seja incoerente, é bem possível que alguém tenha uma interpretação para ela, e se não agora talvez mais tarde. Com a mudança de valores da sociedade e com novas definições de o que é “normal” podem advir novas interpretações de trabalhos antigos que outrora tinham sido criados para simbolizar algo diferente. Sendo assim, é possível que o público sozinho consiga reter uma moral ou aprender algo que os criadores não tinham originalmente planeado. A mesma forma de processamento de emoções, do seu uso e da sua interpretação em narrativas pode ser vista também em outros meios como em bandas desenhadas, outros tipos de livros, animações, jogos, etc.

Apesar de existirem investigações que correlacionam as emoções com os *media*, não há, de certa forma, um consenso ou uniformização de definições. Aliás, dependendo das teorias, diversos nomes são usados para a explicação da causa. Afinal de contas, emoções é um termo abrangente que pode abordar e incluir sentimentos, reações, ações, impulsos e respostas, havendo até teorias que falam de emoções como afeções. Estes termos, conseqüentemente, podem ser usados em e de maneiras diferentes. A exploração destes conceitos levou até mesmo à distinção dos estados de humor e de emoções. Os três autores, Eder, Hanich e Stadler (2019), explicam que a os estados de espírito/humor são mais flutuantes, duradouros e estáveis que as emoções, pode não se ter uma razão concreta para um estado de espírito mas sabe-se que este deriva ou é causado por algo. Pode-se identificar por exemplo a alegria como um estado de espírito e a felicidade como uma emoção comparável. As emoções são altamente importantes na produção de *media*, têm

um papel relevante na recepção de conteúdo e são essenciais para despertar determinadas interações com o mesmo. É preciso que o(s) recetor(es) se sintam conectado(s) a “algo”, uma experiência, produto ou ideia, para se apropriar(em) do que se está a receber e para passar(em) a mensagem para o próximo com um determinado valor que se lhe atribui após o seu julgamento. Para tal acontecer está-se mais uma vez a entrar na essência das emoções.

Os *media*, hoje mais que nunca, estão ativos nesta área, no sentido de entrarem como meio representante, para dar luz a tópicos que podem ser vistos como discriminados ou sensíveis, por exemplo. Cada vez mais, se vêem pessoas a falar de conceitos que antigamente não eram questionados ou não tinham o espaço seguro para serem discutidos. Apesar da visibilidade ser um lado positivo e que se deve reforçar, o cuidado da informação que é partilhada está no topo das prioridades.

É verdade que o caso refere-se aos *media*, mas o mesmo se aplica em Design. São precisas emoções em trabalhos para se criarem conexões, pois é assim que se consegue alcançar públicos, chamar utilizadores à atenção e criar padrões de fidelização com os clientes. Um bom design, conta uma boa história ou traz consigo uma narrativa que leva/orienta indivíduos numa experiência única, que pode ser partilhada. A beleza da subjetividade é exatamente essa. Mesmo que o artista original tivesse uma ideia em mente, nem sempre significa que esse pensamento seja retido ou perdido, se bem que cada pessoa irá ou poderá interpretá-la de forma diferente. É a transformação de algo que poderia ser uma declaração criativa, se a audiência fosse obrigada a entender o seu significado pelos olhos do seu autor/criador, em um diálogo criativo, pois permite ou incentiva a que haja um debate.

“They guide the sensory perception and meaning-making of their users; they imprint media experiences into memory; and they contribute to the formation of collective identities, values, and modes of action. Often, emotions are the main motivation for the use of media in the first place, as they form the basis of aesthetic experience, enjoyment, and entertainment. Today, media interfaces and algorithms even observe and influence their users’ emotions.”
(Eder, Hanich & Stadler, 2019, s.p)⁵

5. Tradução livre: “Elas orientam a percepção sensorial e a criação de sentido dos seus utilizadores; imprimem experiências mediáticas na memória; e contribuem para a formação de identidades, valores e modos de ação coletivos. Muitas vezes, as emoções são a principal motivação para a utilização dos *media*, uma vez que constituem a base da experiência estética, do prazer e do entretenimento. Hoje em dia, as interfaces e os algoritmos dos meios de comunicação até observam e influenciam as emoções dos seus utilizadores.”

O Design Emocional (*Emotional Design*) consegue transformar produtos em experiências memoráveis e de longa duração. Sendo assim, pode-se criar uma ligação emoção-memória que estipula que eventos com uma carga emocional persistem na memória do sujeito, isto porque uma pessoa facilmente se lembra de algo que a faz sentir de uma determinada maneira. Quando se trata de um efeito estética-usabilidade está-se a dar valor a uma experiência esteticamente agradável para reforçar a usabilidade e aumentar a vontade do sujeito/utilizador para aprender e se adaptar. A emoção persuasiva é quando as emoções catalisam a tomada de decisões, permitindo a tomada rápida e instintiva de decisões apesar da utilização da cognição para a compreensão e interpretação. Por último, realça-se o efeito de propriedade que é quando os sujeitos/utilizadores dão mais valor às experiências em que sentem uma sensação de propriedade personalizada, como se o produto fosse uma extensão deles ou algo feito para eles em específico (Baker, 2019). De entre estes quatro grupos faz sentido destacar a ligação emoção-memória (*Emotional-Memory link*), pois facilmente se consegue enquadrar com histórias/narrativas. Isto porque estas podem estar carregadas com eventos emocionais e muitas vezes memoráveis. Pode observar-se nas histórias pela forma como algumas ficam na memória, há partes que, simplesmente, são partilhadas mais facilmente, quer porque teve algum tipo de impacto na vida ou no intelecto da pessoa, quer seja, simplesmente, por gosto, por ser uma moral que aprova ou com a qual se relaciona.



STORYTELLING

O horizonte criado pelas histórias e narrativas conduzem a diversos cenários que assumem inúmeras facetas. Cada pessoa tem a sua história e interage com a história de outras pessoas em momentos que se configuram de forma diferente (Gergen & Gergen, 1988). A viagem proporcionada pelas histórias individuais interliga elementos de várias gerações e a tradição de contar histórias em ambientes diversos foi durante muito tempo o recurso usado para colmatar os tempos das intempéries e as longas noites de verão. Nestes cenários foram potenciadas formas que alimentaram a construção do sujeito, assim como, uma visão sobre si e de si perante os outros. Tratando-se de uma experiência subjetiva, esta pode ser partilhada e nesse sentido dar origem a questões e a interpretações, que permeiam os tecidos da construção social (Rose, 2022). Observa-se, que ao longo dos tempos criaram-se histórias sobre países e lugares que existiram e existem e também sobre ambientes que se constituem como fantasias (Attebery, 2013). Livros, desenhos, videojogos, produtos, marcas, músicas, independentemente do formato, os indivíduos são, simplesmente, atraídos a histórias e a narrativas (Jenkins, 2014). De acordo com Lupton (2020), o universo das histórias corresponde à descrição de ações e

constituem-se como estímulos à curiosidade, potenciando a atenção das pessoas. No entanto, o olhar sobre as histórias é longínquo e Aristóteles, por exemplo, sendo um dos filósofos mais importantes e conhecidos da história tem um trabalho impactante na atualidade política, na literatura e outros domínios. Seguindo a explicação indicada no vídeo criado por Studio Binder (2023), que objetiva clarificar a obra *Poetics* de Aristóteles, pode considerar-se que a obra se constitui como um dos mais antigos trabalhos de teoria de literatura, que sobreviveu até aos nossos dias, notando, que nele persiste uma análise sistemática dos princípios básicos da poesia, do drama e do *storytelling*.

Hainsworth (2023) salienta que o tema central desta obra de Aristóteles é a poesia épica ou epopeia e que as suas histórias remetem para um imaginário de ficção particular. O seu ambiente envolvente faz com que o filósofo defenda que os Humanos são naturalmente atraídos para cenários e situações de imitação, daí resultando a singularidade funcional do *storytelling* como uma estratégia de comunicação popular. No contexto desta obra, o autor apresenta a hierarquia de importância para a construção de uma história: enredo, personagem, pensamento, dicção, espetáculo e canção. Esta análise estrutural permite observar, que a dedicação ao

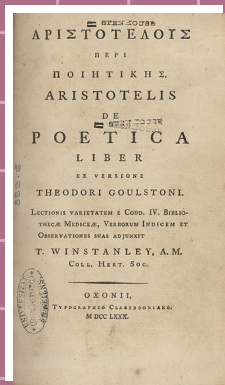


Fig.4 - Poética de Aristóteles (Fonte: [https://en.wikisource.org/wiki/Poetics_\(Bywater\)](https://en.wikisource.org/wiki/Poetics_(Bywater)))

estudo sobre a construção dos textos é longínqua. Verifica-se que aí o enredo é considerado como o aspeto/elemento mais importante de um meio narrativo e segundo o autor uma boa história deve contemplar na sua estrutura as fases de início, meio e fim (Kearney, 2012). Adicionando ainda que o arco de uma história, pode ser separado em ascensão (complicação) e queda de ação (desvendamento ou desenlace). Ainda indo mais longe para explicar como três conceitos (*peripeteia*, *anagnorisis* e *catharsis*) muitas vezes trabalham juntos para criar um final satisfatório para uma Tragédia. Com a personagem, Aristóteles defende que o propósito desta deve ser bom, mesmo que as suas ações não sejam as melhores, as mais apropriadas ou as mais corretas numa determinada circunstância, ou seja, as suas ações ou atitudes podem não ser aprovadas pela audiência, mas esta apoia o objetivo da personagem independentemente disso (Murray, 1916). Portanto, é importante que o público perceba porque é que uma personagem está a agir de certa forma, qual a razão por detrás das suas ações e porque continua com esse

segmento de uma cena para a outra (Coffin, 1991). Tem de haver consistência, mas não significa que a personagem deva ser previsível, e esta tem de estar presente na caracterização de uma personagem.

*“A person of a given character
should speak or act in a
given way, by the rule either
of necessity or of probability.”
(Aristóteles, s.d)⁶*

6. Tradução livre: “Uma pessoa de um determinado carácter deve falar ou agir de uma determinada maneira, pela regra da necessidade ou da probabilidade.”

Seguindo o próximo princípio, na parte do pensamento, o qual é separado das personagens, Aristóteles remete que com isto ele refere-se a que uma história deve fazer a sua audiência pensar/refletir. Neste sentido, de acordo com o filósofo, o pensamento é sempre necessário, pois funciona ou pode ser visto como o elemento de uma narrativa que transmite/ensina uma lição ao seu público. De uma maneira mais simples e em contexto atual, este conceito de pensamentos ao qual Aristóteles se refere pode ser visto como o equivalente a temas de uma história – ideias que estão a ser comentadas através da narrativa (Paracha, Jehanzeb & Yoshie, 2009). Passando à dicção e o que se pode esperar dela, esta consiste no uso da linguagem de forma a comunicar/carregar significado. É recomendado e adequado usar uma linguagem simples e direta, adequada para o tom de voz e atmosfera da história. O que não significa que o uso de metáforas ou outro tipo de técnicas literárias e recursos expressivos não devam ser utilizados, pelo contrário, esses podem ser usados para enriquecer e dar valor ao trabalho que se está a desenvolver. No final, tendo em conta o estilo, a literatura e a dicção é possível arranjar um passo consistente que vai adaptar e liderar a exposição de eventos. Por último, o espetáculo é definido pelo uso de elementos ou efeitos visuais que comunicam a história ou ideia. Exemplo de alguns elementos podem incluir cenas, trajes e/ou cenários que contribuam para a construção do ambiente da história. A canção poderá ser vista de certa forma como a parte auditiva do espetáculo, através, por exemplo, do uso da música ou acompanhamento musical. Portanto, do ponto de vista de Aristóteles os dois servem um propósito muito semelhante, que é embelezar o resto do conteúdo, formas de reforçar emoção e drama que já estão presentes no texto. Se bem que de acordo com o filósofo, estes dois elementos devem ser considerados como secundários ou extras, enquanto que o enredo, a personagem e o pensamento devem ser vistos como os elementos principais. O enredo por si só deverá ser bom o suficiente para conseguir agarrar a atenção da audiência.

Este enquadramento, no presente trabalho, procura explorar o conjunto de ligações possíveis entre narrativas e o *storytelling* na vertente subjacente à orgânica e funcionamento ao nível das emoções. Assim, observa-se que o estudo e a prática fazem parte de um legado com uma longa tradição dando evidências sobre a possibilidade de usar histórias e o *storytelling* com o intuito de provocar emoções. Neste sentido, um criador/autor tem acesso a um conjunto de normas e estratégias que visam potenciar determinados sentimentos. Isto não significa que se está a manipular as pessoas que interagem com tal história, mas simplesmente são truques que permitem a envolvência e submersão dessas na narrativa. David Phillips (2017) numa das suas *Ted Talks* explica como uma pessoa pode ser assim tão iludida por uma história e que tudo se pode resumir a um investimento

emocional. Pois, o quanto uma pessoa estiver mais investida emocionalmente em algo, está vai-se tornar menos crítica e fazer observações menos objetivas. A dopamina é uma hormona que está presente em todos indivíduos, esta ajuda um a sentir-se motivado para procurar por mais informação e os seus efeitos contribuem para um melhor foco, motivação e memória. Phillips, aponta que em *storytelling*, pode-se de igual modo observar esta hormona tal como outras que estão presentes no seu processo. Para se aumentarem os níveis de dopamina tem de se criar suspense ou um *cliffhanger*, por isso é que se poderá dizer que *storytelling* é por definição uma produção de dopamina. No sentido em que o espectador está constantemente à espera de algo, e por consequentemente, está sempre com ou a criar expectativas de como a história se vai desenrolar (Phillips, 2017). Ou seja, desde que a audiência esteja focada na história, já se está a gerar alguns níveis de dopamina e uma pessoa facilmente fica investida nessas narrativas devido à forma como estas são contadas. Outra hormona que é esclarecida é a oxitocina, nela podem-se observar efeitos associados à generosidade e humanidade de uma pessoa. Por exemplo, em *storytelling* o aumento destes níveis acontece através da criação de empatia por uma personagem. É dessa forma que se estabelece uma ligação com tal personagem e que, por consequentemente, se confia nela. Endorfinas por sua vez têm efeitos que fazem com que um indivíduo se sinta mais criativo, relaxado e também focado. Estas hormonas são libertadas quando se faz alguém rir – esta é uma das circunstâncias com as quais se pode estar mais familiarizada. Portanto, o uso de humor ou comédia na história pode cativar a audiência, tal como por exemplo o uso de um *comic relief* pode aliviar a tensão criada num prévio momento da história. Phillips no final da sua *Ted Talk* fala do uso de *storytelling* funcional (*functional storytelling*). Sendo assim, o autor recomenda indexar histórias, de forma a perceber qual dessas liberta endorfinas, ou seja, faz as pessoas rir, ou qual dessas torna uma pessoa empática, ou seja, liberta oxitocinas. Uma vez que se tenha uma boa compreensão das histórias, e do seu impacto e efeitos numa pessoa, mais fácil será no futuro se aplicar ou criar uma narrativa que gere a envolvência ou ambiente que se pretende. Claro está que em prática uma pessoa poderá não pensar na ciência por trás, devido às experiências que vivencia e conhecimento que detém dessas, mas estas são noções com as quais *storytellers* estão familiarizados. Referente de igual modo à ciência por trás de *Storytelling*, Julian Friedmann (2012) também numa das suas *Ted Talks* explica porque é que uma pessoa entra no estado de *catharsis*, que Aristóteles mencionou ser essencial na sua fórmula. Friedmann explica que a *catharsis* é um resultado de reações químicas e não intelectuais. Um dos compostos orgânicos liberados é especialmente um que se chama Fenetilamina (*Phenethylamine*) também conhecido como a droga da felicidade. No entanto, é através desta intercalação que

consegue-se dissecar que é possível se começarem a desenvolver métodos diversificados e criativos para o tratamento e transmissão de informação de alguns temas, que não sejam tão frequentes ou procurados (usando como exemplo, o segmento da saúde mental, ansiedade). Isto porque se torna possível criar produtos que motivem e incentivem vários indivíduos a procurar por mais informação de forma a enriquecer o seu conhecimento em determinado tema, devido a forma como o cérebro pode receber e interpretar informação.

Como Ellen Lupton (2020) explica no seu livro *O Design como Storytelling* qualquer tipo de designer, independentemente do seu ambiente de trabalho ou do cenário com o qual tem de trabalhar e desenvolver, tem a função e objetivo de guiar o usuário na sua experiência. É esse percurso que vai criar uma narrativa e, conseqüentemente, criar a imagem que um determinado produto ou marca pretende transmitir. Tanto a personagem (se existir) como o leitor/utlizador são orientados por esse “labirinto” (palavra escolhida por Ellen para descrever “um longo caminho orientado”), o que permite que a história não seja confusa e que seja possível de se encontrar uma saída ou final, além de que dessa forma pode-se construir um arco narrativo - termo criado por Gustav Freytag em 1863.

“[Freytag] dividiu as obras dramáticas em cinco partes: exposição, aumento da ação, clímax, declínio da ação e conclusão, ou desfecho. O padrão de subida e descida é muitas vezes visualizado como uma pirâmide, com o clímax no ponto mais alto da ação. Este diagrama bem elaborado também é conhecido como a Pirâmide de Freytag ou o Triângulo de Freytag.”

(Lupton, 2020, pág. 22)

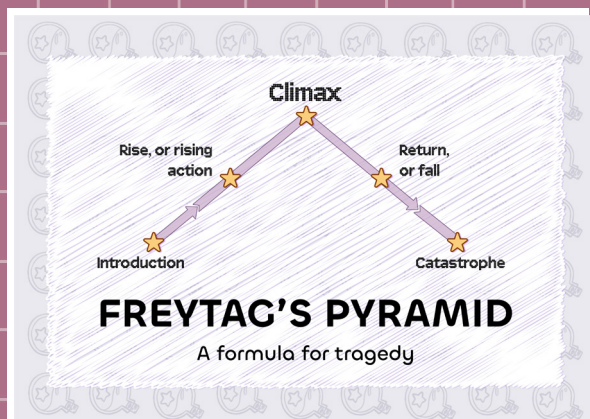


Fig.5 - Uma Estrutura de História: A Pirâmide de Freytag (Fonte: Adaptado de <https://blog.reedsy.com/guide/story-structure/>)

Desta forma, a história vai passar por altos e baixos, momentos de relaxamento, momentos de tensão, com o seguimento da resolução de problemas que a personagem tenha encontrado ao longo do caminho. Cada Capítulo é uma nova aventura que dá seguimento à anterior, criando-se assim uma pequena jornada. Isto significa que cada capítulo contém um arco narrativo, um clímax, e cada um deles pode ser correlacionado com uma emoção ou sentimento. A organização dos capítulos pode variar, pode ser algo longo e bem desenvolvido/explorado ou podem ser pequenos capítulos que contam/expõe certos momentos/situações. A possibilidade e a necessidade de se criar arcos com base em emoções fortalece os eventos da história, ajuda na sua organização e coerência, mas, acima de tudo, permite que haja um desenvolvimento e crescimento de personagens, um progresso da narrativa e a construção de mudança de eventos (os chamados *plot twists*).



O POTENCIAL DOS COMICS E A SUA PRODUÇÃO

Os *comics* são um recurso interessante e divertido que mistura ilustrações com diálogo para contar uma história, conduzir uma narrativa. Segundo Scott MC Cloud (1993), no seu livro *Understanding Comics*, a definição mais básica de *comics* assenta-se em dizer-se que são uma Arte Sequencial (*Sequential Art*), o qual é o termo usado por Will Eisner para descrever *comics*.

No entanto, Cloud tenta especificar esta definição de forma a encontrar algo novo para adicionar à história de *comics*, gerando a seguinte definição:

“Juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer.”
(Cloud, 1993, pág.20)⁷

7. Tradução livre: “Imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada, destinadas a transmitir informações e/ou a produzir uma resposta estética no espetador.”

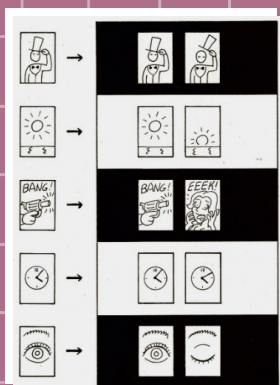


Fig.6 - Exemplo de Sequential Art do livro Understanding Comics de Scott McCloud (1994)

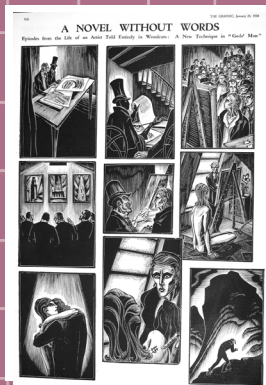


Fig.7 - “God’s Man”, Lynd Ward (1929)

Para chegar a esta definição Cloud analisa vários materiais de diferentes locais e tempos em ordem a tentar perceber o que são *comics*, onde começaram e como se chegou ao atual objeto que hoje se conhece por esse nome. Apesar da origem destes não ser certa, uma garantia é que a era da impressão foi um dos momentos que impulsionou os *comics* para a frente pois mais pessoas tiveram a oportunidade de ter acesso a estes. No entanto, há muitos trabalhos que parecem cair na definição de *comics* mas que não são designados por tal nome. A existência de *Silent Comics*, *Pantomime Comics* ou *Wordless Novels* faz com que o espectro aumente e que seja ainda mais debatida a definição do objeto em causa, os *comics*.

Um exemplo poderá ser o caso do artista Lynd Ward que criou *wordless novels* inteiramente através de gravuras em madeira, ele é elogiado por vários artistas do campo dos *comics*, mas o seu trabalho nem sempre é reconhecido como sendo um.

Definições como se tem vindo a observar mudam com o tempo e o mesmo se aplica aqui. O que antes se considerava ou não se considerava um *comic*, nos tempos de hoje pode ter um julgamento e valor completamente diferente. As tentativas para se definirem *comics* são um processo contínuo, quando finalmente se optar por uma definição, uma geração futura irá rejeitá-la e tentará reinventar mais uma vez o seu conceito (Cloud, 1993).

Os formatos mais comuns deste tipo de histórias podem incluir tiras de *comics* (que são uma breve forma de humor ou narrativa que antes se podia facilmente encontrar em jornais e em revistas/magazines), editoriais (que normalmente incluem caricaturas de figuras públicas para expressar a opinião do artista), *gag cartoons* (que são na maioria das vezes um único painel com uma descrição ou comentário por baixo do desenho) e os populares *comic books*. Sendo que nos últimos tempos tem havido também uma popularização de *Graphic Novels*, *Manga*, *Webtoons* e *Webcomics*.



Fig.8 - "The Other Side of Tomorrow" by Tina M. Cho (graphic novel)



Fig.9 - March comes in like a lion (manga)



Fig.10 - Strange Planet by Nathan W. Pile (webcomic)



Fig.11 - Beginner's Guide to Making a Webtoon!

As emoções têm sido um tópico que se tem tido em consideração quando se fala, aborda e explora uma área. Vimos isso no Design, na Comunicação, na Ilustração/ Desenho e na Arte e o mesmo se aplica aqui. Um *comic* pode transportar emoções através de uma narrativa como qualquer outro tipo de história, contudo, este também consegue alcançar o mesmo efeito através do meio visual. Tal não significa unicamente desenhar o óbvio, como por exemplo, se uma pessoa vir um desenho de uma família feliz, também vai ficar feliz, se alguém vir um desenho de um animal magoado vai ficar triste ou abatido por tal imagem. Cloud (1993) explora várias características presentes nos *comics*, como ícones, símbolos, texturas, estilos e muito mais. Um dos exemplos que ele explora é relativamente ao uso de fundos por trás das personagens para indicar ideias invisíveis remetentes para o mundo das emoções. Mesmo que as personagens presentes numa cena não estejam muito distorcidas, um fundo distorcido ou expressionista afetará a leitura que se faz das personagens. Sendo que, segundo o autor, alguns padrões podem produzir um efeito quase fisiológico. Este destaque torna-se importante quando a história fala acerca de assuntos internos. Pois quando uma história depende mais da caracterização do que do enredo pode não haver muito para mostrar/expor externamente ou por este meio, defende Cloud.

Há uma grande quantidade de informação disponível quando se trata da investigação de um *comic*, do que é e em que consiste. O *comic* quando analisado com atenção demonstra que tem todo um potencial maior do que ser puramente entretenimento, é um meio que não é como muitas pessoas dizem “só para crianças” é um meio que pode contar uma diversidade de narrativas. Histórias que podem ser sátiras, críticas, observações e opiniões que o próprio artista tenta partilhar com a sua audiência como forma de comunicar uma mensagem. É um material que através de diversos fatores possibilita o estabelecimento de uma conexão emocional com a audiência e este pode ser um meio prático que beneficia a aprendizagem, devido ao seu aspecto visual e textual. Como Wright & Sherman (1999) sugerem o uso de *comics* na aprendizagem pode ser um meio fascinante e aliciante de se explorar pois é algo que alunos e crianças facilmente se sentem atraídos por considerarem que seja um conteúdo divertido, animado e jovial. Estes autores exploram este meio para mostrar que *comics* podem ser mais que isso, que é mais que um mero objeto de entretenimento, acreditando que estes poderão permitir aos professores promover literacia/alfabetização, exigindo ao mesmo tempo que os alunos se tornem mais críticos, pensadores criativos e, por consequente, que as habilidades de escrita destes melhorem através de uma abordagem interdisciplinar que combina linguagem e Arte. Os *comics* podem ter começado como uma forma comercial, como um objeto gráfico usado para vender jornais, mas mesmo assim cartunistas conseguiram deixar o seu impacto e a sua mensagem.

Os *comics* evoluíram muito desde então, ainda mais com o desenvolvimento dos meios de comunicação e das ferramentas digitais. Hoje em dia, ninguém lê o jornal para encontrar as histórias ilustradas dentro de quadradinhos, mas alguns artistas continuam a partilhar as suas histórias em outras plataformas. Os tempos trazem diferenças e sente-se a nostalgia quando se olha para trabalhos passados de outros autores que estiveram presentes na infância de cada um. Contudo, ainda há muitos jovens artistas que continuam e tentam publicar as suas criações online disponíveis para públicos que estejam interessados. O aparecimento dos *comics* digitais também levou à criação de novas estruturas como, por exemplo, podemos ver no formato *webcomic/webtoon* que tem uma apresentação de painéis na vertical, pois é um conteúdo realizado tendo em conta que vai ser consumido, principalmente, através de aplicações para telemóveis – neste sentido, o formato vertical contribui para uma leitura mais fluida ao ser deslizada pelo ecrã. Os estilos gráficos em termos do tipo de desenho ou ilustração dos *comics* atualmente também são bastante variados dadas as diferentes inspirações artísticas que influenciaram a jornada do criador, talvez tenham consumido conteúdo mais ocidental ou oriental. Há uma grande quantidade de inspiração que está disponibilizada e a qual hoje em dia se consegue ter fácil acesso.

No artigo, *Let's create a comic strip*, de Wright e Sherman (1999) eles também partilham algumas recomendações para se começar a escrever uma história para um *comic*, pois a primeira parte do processo consiste na criação de uma ideia para depois se desenvolver um guião (*script*). Eles enumeram vários autores explicando que para alguns olhar para uma página em branco e deixar a sua mente viajar é a melhor forma de se ter ideias,

“All these strips work on many levels, entertaining while they deal with other issues. These strips reflect uniquely personal views of the world, and we are richer for the artists’ visions. Reading these strips, we see life through new eyes, and maybe understand a little more – or at least appreciate a little more – some of the absurdities of our world.”

*(Watterson, 1989, s.p)*⁸

8. Tradução livre: “Todas estas tiras funcionam a vários níveis, entretendo enquanto tratam de outras questões. Estas tiras reflectem visões únicas e pessoais do mundo, e nós ficamos mais ricos com as visões dos artistas. Ao ler estas tiras, vemos a vida com novos olhos e talvez compreendamos um pouco mais - ou pelo menos apreciemos um pouco mais - alguns dos absurdos do nosso mundo.”

outros autores sugerem que as ideias devem ser retidas de experiências e da realidade ou que surjam da fabricação de um problema. Um dos métodos preferidos de muitos também parece advir do método “E Se?” (*What if?*), que se consolida em ter-se uma situação e questionar-se de que forma poderia ser diferente e quando a personagem ou pessoa é confrontada com um novo cenário que pode ser completamente irrealista como é que esta vai responder – e daqui surge uma ideia, uma história. Sendo assim, corroborando com a informação reunida até agora e de acordo com Wright e Sherman o tema deve evocar uma experiência, um acontecimento de vida ou uma fantasia que vai ser comunicado ao leitor, neste caso através dos *comics*.

Estes autores ainda chamam a atenção que independentemente do formato do conteúdo, o aluno desta disciplina deve ver-se primeiro como um contador de histórias/narrador. Esta habilidade está enraizada na psique humana, desde crianças até adultos, toda a gente se envolve com o processo de contar histórias, quer seja pelo relato de um episódio de vida ou experiência, ou por se fazer uma piada (Wright & Sherman, 1999). A fundamentação da estrutura de uma história é dividida em três partes, princípio, meio e fim. Dentro destas partes tem de se fazer uma introdução da personagem e do cenário, tem de aparecer um problema e tem de se arranjar uma solução.

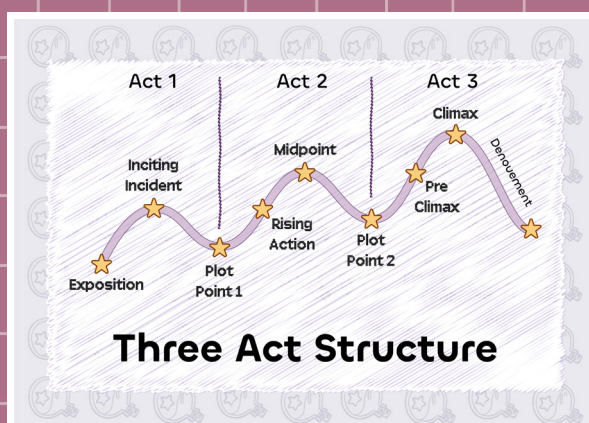


Fig.12 - Uma Estrutura de História: A Estrutura de Três Atos (Fonte: Adaptado de <https://blog.reedsy.com/guide/story-structure/>)

Apesar de os resultados/investigações serem escassas, ainda há pessoas que concordam que os *comics* poderão funcionar como um bom método de comunicação e de aprendizagem (Garner, 2006; Lin et al., 2015; Koutníková, 2017). Pois quando pessoas são confrontadas com escolher ler um *comic* e um livro muitas vão optar pelo *comic* devido à sua fácil leitura, por ter o auxílio de ilustrações, talvez fornecer algum humor pelo caminho e por se associar como sendo algo mais interessante e divertido em comparação com um manual escolar ou com um livro. Trata-se assim de uma percepção emocional que se tem em relação ao objeto e que tem o potencial para ser explorado de forma a educar crianças e/ou adultos em relação a outros temas de investigação.

Uma imagem sem palavras pode estar suscetível a várias interpretações, quando se adiciona texto a uma imagem, este elemento pode alterar o seu significado. As palavras, texto, linguagem conseguem moldar a imagem e por, conseqüentemente, a compreensão que o espectador tem dela. Este novo significado pode derivar do conteúdo das palavras, mas também pode variar dependendo do estilo ou posicionamento da tipografia (Lupton & Phillips, 2008).





UMA EXPLORAÇÃO DO CAMPO GRAPHIC MEDICINE

A literatura por si só mostrou ter um papel importante na medicina, pelo que foi o que levou ao estudo da importância de narrativas nessa área. Com o passar do tempo e a evolução dos *media*, lentamente, começou-se a dar mais destaque aos *comics*. Estes começaram a ser reconhecidos por críticos literários, académicos, entre outros, tornando-se assim compreendidos como uma forma de literatura.

Williams (2012), explica que durante duas décadas, a literatura foi usada dentro da medicina como uma ferramenta reflexiva que tenta criar uma ponte entre conhecer-se mais acerca de uma doença e perceber-se melhor a experiência de um paciente com essa mesma doença. Além do estudo de trabalhos clássicos e literários, também é possível encontrar-se uma discussão académica dos *mass media* como filmes e televisão. Recentemente, contudo, parece ter-se dado mais atenção no discurso anglófono aquilo que os críticos franceses chamam de “nona arte”, ou seja, à banda desenhada/*comics*. O número de obras autobiográficas continuam a aumentar e entre elas encontram-se títulos que remetem diretamente para as experiências do doente com a doença ou para experiências com a prestação de cuidados a outros que estejam doentes. Green e Meyers (2010) chamam a isto patografias gráficas e descrevem como

estas podem ser usadas de uma forma nova e criativa para se aprender e ensinar acerca de uma doença.

A questão recai agora se *comics* poderiam contribuir de igual forma, e eficientemente, para esta narrativa medicinal. O termo de *Graphic Medicine* foi introduzido pelo Dr. Ian Williams que o começou a usar para denotar o papel dos *comics* na saúde. Sendo assim, com o tempo, o termo foi adotado e aceite como o termo para esta área de estudo e prática. O uso da palavra medicina na expressão surge para sugerir como o uso de *comics* pode ter um tipo de potencial terapêutico – não se refere especificamente à área profissional mas ao conceito em si. As melhores palavras para definir o termo advém do próprio criador, Williams, que o explicou como sendo:

“The intersection between the medium of comics and the discourse of healthcare.”⁹

9. Tradução livre: “A interseção entre o meio da banda desenhada e o discurso dos cuidados de saúde.”

Green e Meyers (2010), escrevem num dos seus artigos como este novo sub-género de histórias gráficas/visuais a que se chama de patografias gráficas, é uma narrativa acerca de doenças através de um apego gráfico/visual, que surgiu para preencher um espaço de interesse tanto para os pacientes como para os médicos. Explicando ainda mais como estas patografias gráficas têm sido benéficas para os pacientes que estão a tentar aprender e descobrir mais acerca da sua doença ou que estão à procura de uma comunidade de pessoas que tenham sido afetadas de forma semelhante. Não excluindo a forma como impactou os médicos pois através destas patografias gráficas estes começaram a ter novas percepções e perspectivas da experiência pessoal que se tem com a doença, como, por exemplo, algumas preocupações que o paciente não mencione num ambiente clínico, como também ajudou a esclarecer alguns conceitos errados que se tem em relação a doença e ao tratamento que poderão afetar a adesão e prognóstico.

No entanto, uma pessoa fica simplesmente a pensar de que forma é que os autores destes *comics* que contribuem para *Graphic Medicine* se sentiriam ao longo do processo de criação. Infelizmente, não é possível entrevistar todos os autores que contribuíram, com projetos, para este campo relativamente a esta questão. Poder-se-ia dizer que possivelmente depende do controlo das emoções de cada um, visto que há pessoas que são mais empáticas ou sensíveis que outras, o que pode dificultar um processo criativo que consiste em um se basear nas suas experiências mesmo que estas o tenha traumatizado ou afetado de forma negativa.

Brian Fies (2019), autor do famoso e clássico *webcomic*, no campo de *Graphic Medicine*, o qual foi um dos primeiros livros deste género a ser publicado, *Mom's Cancer*, numa entrevista à *The Nation* com Elena Goukassian, explica que *comics* oferecem-lhe um senso de ilusão de segurança e controlo em que na situação em causa, que descreve na narrativa do *comic*, ele não tem. O autor ainda adiciona que ele inclusive teve conversas com outros autores que criaram novelas gráficas no e para campos relacionados com a saúde e admite que não tem uma certeza ou garantia que o desenvolvimento destes conteúdos seja totalmente benéfico ou saudável para os seus criadores, não têm a certeza se é exatamente catártico. Do seu ponto de vista, Fies admite que este ato pode, possivelmente, alimentar o TEPT (Transtorno de Estresse Pós-Traumático), mas que ao mesmo tempo, outra hora, ele também o teve de viver e de lidar com ele, já teve de o compreender, analisar, e perguntar-se a si mesmo porque se sentia de uma determinada forma numa situação específica. É por tanto difícil e complicado arranjar uma resposta para tal pergunta.



Fig.13 - "Mom's Cancer", de Brian Fies

"I can't cure cancer, I can't put out a record-breaking wildfire, but I can control the narrative of what I'm writing and drawing in that little world of the comic."

(Fies, 2019, s.p.)¹⁰

10. Tradução livre: "Não posso curar o cancro, não posso apagar um incêndio recorde, mas posso controlar a narrativa do que estou a escrever e a desenhar naquele pequeno mundo da banda desenhada."

Nessa mesma entrevista, Fies ainda partilha a sua opinião em relação a *comics* e como estes funcionam como um bom meio e formato para criar essas conexões mais pessoais entre autor e leitor. Explicando que esse tipo de histórias contêm extrações da realidade usadas para favorecer a empatia e que os *comics* exibem a verdadeira essência do texto e do grafismo e por isso é que são excelentes meios para a aplicação de simbolismos e metáforas, isto porque pode ilustrar a comparação que se está a tentar realizar. Fies ainda menciona que os *comics* estão naturalmente sintonizados com a forma como as pessoas se lembram das

coisas, havendo assim, aqui, uma menção da memória que também apareceu em prévias investigações relativas ao uso do meio visual para o relato do passado e de experiências. Seguindo com a elucidação de que as pessoas tendem a preencher os vazios de um *comic* com pormenores das suas vidas e por isso é que este se torna num meio extraordinário que provoca e evoca empatia.

Portanto, os *comics* apresentam-se como um meio não só divertido mas apropriado para abordar alguns temas mais complexos como as emoções de cada indivíduo devido à sua abstração. Estes baseiam-se na simplificação de um universo. É esta característica, o serem abstratos, que faz com que seja possível que de certa forma mais pessoas se possam e se consigam relacionar com a história ou situação que se está a descrever. A visualização é outro fator importante para a relevância dos *comics*. Pode-se expressar muitas coisas por uma imagem e isso por si só pode simplificar bastante a interpretação de informação para muitas pessoas. Não só porque muitos indivíduos aprendem e digerem informação melhor através

de meios visuais, como ainda hoje existem muitos indivíduos que têm dificuldade a ler ou têm alguns problemas de aprendizagem, como a dislexia. Estes podem encontrar *comics* muito mais fáceis de se consumir e, por consequente, vão sentir-se mais atraídos a interagir com eles. Ou até mesmo, continuando o segmento de *Graphic Medicine*, estas pessoas também se podem sentir mais vocacionadas a produzir *comics*, ou conteúdos desta natureza, por lhes serem mais acessíveis. Isto leva à terceira característica que se pode destacar de um *comic* que é a possibilidade de uma pessoa controlar melhor a narrativa, partilhando a sua história de uma maneira mais acessível para outros, o que está relacionado com *Visual Pathographies*. *Pathography* consiste no contar da história de uma doença ou do seu impacto num indivíduo ou comunidade e pode incorporar diversos formatos (Bayoumi, 2021).

É preciso prestar bastante atenção às pessoas, neste caso, pacientes. Elas comunicam uma narrativa que nem sempre precisa de estar presente na forma de palavras e que pode aparecer e ser transportada através do silêncio, das expressões faciais, do seu corpo, entre outras. É de tal forma interessante observar-se o potencial que Arte pode ter na Medicina e como são campos que cada vez mais se juntam, colaboram e contribuem para novas descobertas acerca do corpo humano e dos seus comportamentos.



COMICS E DESIGN

Na área do Design Gráfico não se tem necessariamente de abordar os *comics*, mas o mesmo não significa que estes não partilhem competências e que não se tenham influenciado um ao outro ao longo dos tempos. Ambos os campos são gráficos e tratam de explorar ambientes visuais que transmitem uma mensagem ou contam uma história. Por exemplo, Tom Hight (2024) um diretor criativo escreve um artigo acerca da sua experiência de como Design Gráfico e *comics* se podem influenciar um ao outro e elucida 5 pontos: o design das personagens, a composição/*layout* das páginas, a tipografia, o *branding* e o *marketing* e a sua evolução digital. Estes pontos são partilhados com as lições aprendidas durante o desenvolvimento do projeto prático. Pois durante a criação das personagens tem de se ter em conta as formas que se usam e a teoria das cores para se definir e estabelecer estados de humor visuais (*visual moods*), personalidades, entre outros elementos e ícones. Estes são detalhes que em Design Gráfico também se tem de ter em atenção para se reforçar a mensagem que se está a trabalhar e que se quer transmitir. A composição da página é um elemento ainda mais evidente, pois é um dos princípios que se aprende no momento em que se explora a área do design. Em ambos preocupa-se ter em conta

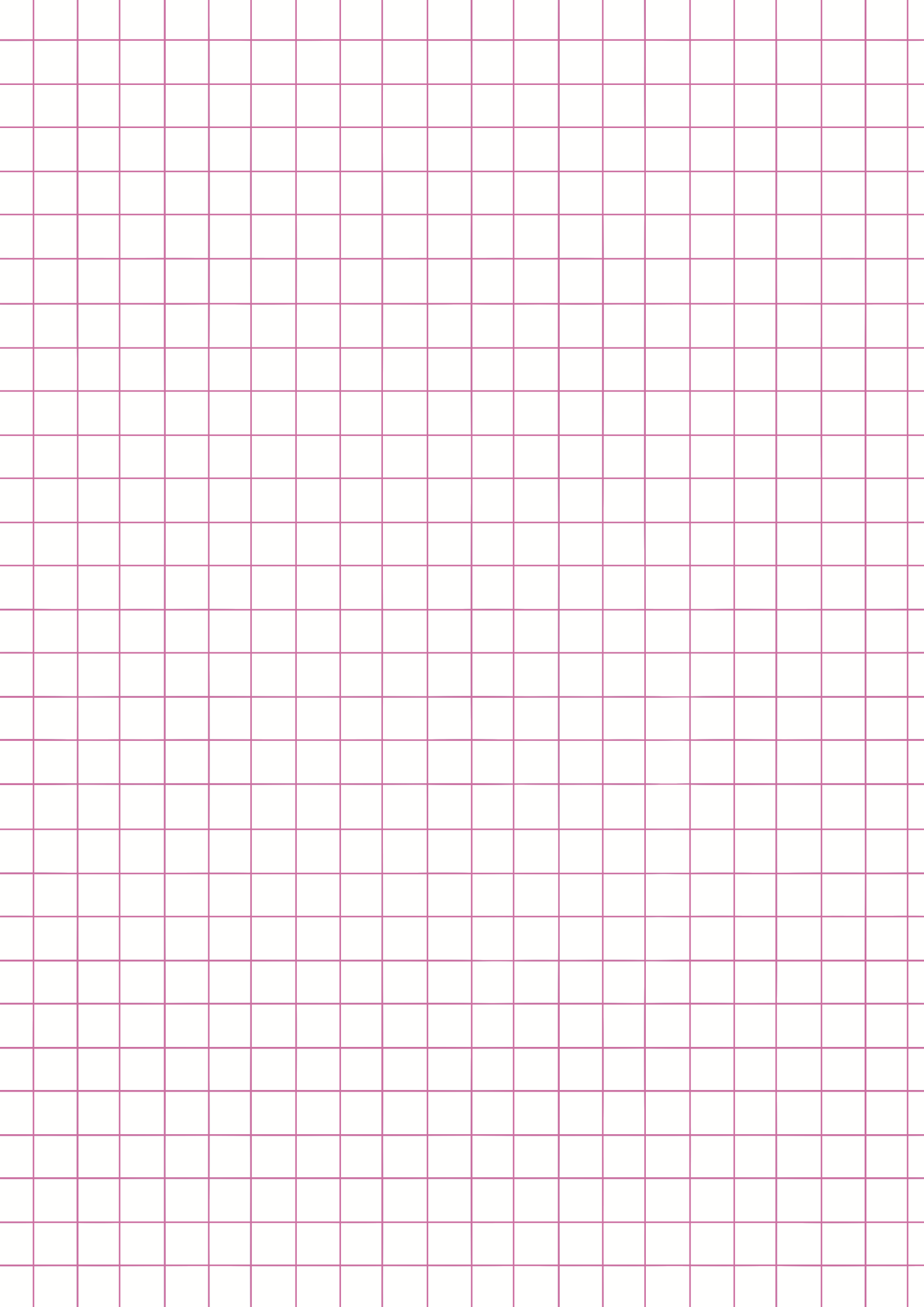
o balanço, ritmo e contraste para se criar uma composição atrativa para o leitor/audiência. Os designers usam regras de organização de painéis, de integração de elementos visuais e tipografia para guiar o olhar do espectador de forma dinâmica e eficiente, os mesmos princípios ter-se-ão de ter em conta na criação das páginas de um *comic* para facilitar a leitura da história, para criar sensações de movimento e para atrair a atenção do leitor. Sendo assim, outro elemento que se realça é a tipografia o qual é um elemento vital tanto no Design Gráfico como nos *comics*. Nos *comics* a sua importância e cuidado em termos de espaçamento, tamanho e fonte/estilo deve-se não só para mais uma vez facilitar a leitura da história como também para transmitir de forma efetiva os efeitos sonoros e outros elementos da narrativa. Quando se trata de *branding* e *marketing*, tem de se ter em conta as capacidades adquiridas do Design Gráfico para se criar algo memorável. A elaboração por exemplo da capa de um *comic*, do seu título, logo, materiais promocionais, coleções de *merchandise*, entre outras, implica o uso de Design Gráfico para impulsionar o produto, o *comic*, de forma a criar um visual que se pode expandir mas que se mantém reconhecível. A evolução digital é outro ponto que se pode levantar, os *comics* têm ganhado novas formas

com o desenvolvimento das tecnologias não só existem formatos verticais para acomodar melhor a sua leitura num dispositivo mobile como este meio permite a criação de *comics* em movimento, ou seja, com algumas animações e os *downloads* digitais. As ferramentas digitais permitem qualquer artista ou designer experimentar e descobrir novas técnicas, formatos e efeitos, proporcionando assim uma expansão para as narrativas visuais (*visual storytelling*).

Quando se considera os movimentos e mudanças dos estilos gráficos no Design ao longo das gerações, rapidamente se consegue encontrar um em específico que se destaca quando uma pessoa pensa na palavra *comic*. Esse movimento é *Pop Art* que começou a se expandir por volta de 1950/1960. Em 1950 os *comics* começaram a usar técnicas de impressão baratas para a sua produção de forma a alcançar um espectro de cores. A solução baseou-se em usarem-se simplesmente quatro cores para impressão - ciano, magenta, amarelo e preto. Isto foi o que inspirou parte do movimento. O uso de “pontos” em arte não era desconhecido nesta altura, pois no final de 1880 desenvolveu-se a técnica do pontilhismo. Contudo a impressão dos *comics* inspirou trabalhos a usar o método *Ben-Day*, que sobrepõem ou espaça pontos em intervalos diferentes para criar a percepção de novos tons (Bigman, 2012). Um dos trabalhos mais icônicos neste meio é o de Roy Lichtenstein que re-imaginou painéis de bandas desenhadas numa maior escala. *Comic Pop Art* pode também incorporar elementos de sátira ou pode fazer inclusive comentários sociais (Hamilton-Selway Fine Art, 2023).

Muitos artistas são inspirados por *comics* por ser um produto muito presente na sua infância. Michael Dooley (2011), para o seu artigo *How Comics Influence Graphic Designers*, questionou alguns profissionais na convenção de *San Diego Comic-Con* acerca de projetos de design que foram inspirados pelo meio dos *comics*. Cada autor partilha uma história acerca de como elementos presentes nesse meio e nessas histórias, páginas e painéis, influenciaram o design de várias capas de livros que criaram. Craig Yoe realça uma convenção dos livros de banda desenhada que inspirou uma das capas dos seus livros. Esta consiste em uma capa ter um título com a personagem principal em grande no centro, sendo o elemento principal, mas que depois inclui também algumas personagens secundárias num tamanho mais pequeno à volta desse elemento que se encontra em destaque. Esta composição icónica ganhou a sua relevância por, normalmente, se haver muitos e diversos livros na estante de uma loja, onde estes estão alinhados com as suas capas sobrepostas, pelo que só o lado esquerdo é que se consegue ver - daí normalmente também se colocarem os logos das editoras desse lado. Esta convenção, contudo, apesar de ter origem nos *comics* é algo que ainda hoje se pode encontrar inclusive em designs de cartazes para filmes.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO





INTRODUÇÃO AO PROJETO

O projeto prático foi criado e ajustado tendo em conta a teoria investigada com o objetivo de demonstrar como os *comics* podem funcionar enquanto meio de comunicação e de educação, através do destaque da importância do *storytelling*. De igual modo, também se pretendeu analisar e observar como o design pode contribuir e incorporar uma forma diferente através dos *comics*.

A conceção deste objeto consiste num processo que se divide em várias fases, sendo que a etapa inicial segmenta-se em criar uma ideia. Durante o debate de ideias foi fortemente questionado qual seria o tópico ou tema que se iria discutir no projeto, de forma a responder a perguntas acerca do tipo de história que se iria desenvolver. A ansiedade foi uma palavra que surgiu em fases iniciais, é um tema que apesar de começar a ter mais atenção precisa de continuar a ser partilhado e com o qual muitas pessoas se conseguem identificar. Apesar da audiência que se consegue relacionar com esta experiência, a de se sentir ansioso, ser grande ou ter vindo a aumentar, é preciso entender-se qual poderá ser a melhor abordagem para se visualizar um conceito psicológico e abstrato. A ideia de se criar um *comic* surge por ser um dos primeiros livros ao qual uma pessoa tem acesso na sua infância. Esta é uma leitura fácil,

por ser acompanhada de imagens e por conter pouco texto, o que permite que se tenha uma melhor e fácil interpretação do tema e conteúdo da história. Por esta orientação, considerou-se uma audiência mais nova. Temas mais sérios como o psicológico e o científico nem sempre são explicados a crianças devido à sua complexidade, apesar do seu envolvimento, pois cada indivíduo deve tomar conta do seu estado físico e mental.

Numa primeira exploração do tema foram construídas algumas ideias com base em reflexões do foro pessoal, uma vez que este trabalho contém de igual forma uma fonte auto representativa. Contudo, não se limita a uma experiência única e individual, pelo que foram realizadas mais pesquisas através de conversas com outras pessoas e através da leitura de experiências que outras partilham, quer seja através de artigos online, livros físicos ou peças de arte e de expressão como música, fotografia e vídeo jogos inclusive. O consumo de diferentes perspectivas em relação ao tema permitiu que o desenvolvimento desta história incorporasse momentos onde se pudessem sentir diferentes sensações e emoções derivadas e relativas à ansiedade. Em consolidação com esta compreensão e exploração do tema também se analisaram diferentes histórias e trabalhos que

falam e tratam deste tópico, através dos olhos de outros artistas e criativos. Existem diversas maneiras de se abordar uma narrativa: podem ser auto representações do autor ou uma projeção do mesmo numa personagem única; mas também podem ser histórias de outras pessoas e tornam-se numa observação e descrição de outro ser. As opções são múltiplas e variadas e cada uma tem um efeito de representação e identificação que emerge da simpatia, empatia e compaixão que se tem com as personagens criadas ao se ler uma história. Pelo que o exercício e fase que se segue foca-se no desenvolvimento de uma personagem que irá concentrar estas emoções e valores, e que irá guiar esta história, na qual a narrativa se irá focar, de maneira a que esta estabeleça uma conexão com a audiência/leitor.

O processo de se criar um *comic* pode diferir de pessoa para pessoa, de autor para autor, é um processo artístico flexível onde se tem várias ideias e se tentam conectar algumas. Para o projeto prático em causa começou-se com a conceção e exploração de uma ideia, à qual foi mais tarde concebida um aspeto visual e narrativo.



CONCEITO VISUAL E NARRATIVO

Com o tema escolhido, e sendo que este centra a história nas emoções de ansiedade para a conscientização e educação de pessoas mais novas, começou-se com a criação de um conceito visual e narrativo. O primeiro aspecto priorizado foi o visual, o qual aborda a criação e desenvolvimento de uma ou múltiplas personagens. Nesta fase, criaram-se designs e conceitos, esboçaram-se ideias gerais e trabalharam-se notas relativas a alguns detalhes que precisaram de uma forma ou design visual, como por exemplo super poderes, armas ou acessórios extra, que uma personagem tenha e seja de interesse.

A intenção inicial do projeto era para que este tivesse duas personagens, uma que tem dificuldades e obstáculos a superar (“Skye”) e outra que representa a ansiedade em si e que iria causar situações desagradáveis (“Shadow”), para a outra personagem as ter de superar. No entanto, durante o processo do desenvolvimento narrativo foi-se considerando a adição de uma terceira personagem, que seria mediadora das duas que já estavam definidas, uma personagem que iria simbolizar emoções positivas (“Estrela”) de forma a balançar as emoções negativas da “Shadow”. No imaginário e durante a conceção da ideia geral, já se tinha uma visão vaga para a figura que

iria representar as emoções mais escuras e de ansiedade da personagem principal, pelo que se começou por aí. Essa figura chama-se “Shadow” e como ela representa algo mais abstrato, o objetivo principal era dar-lhe um corpo não humano e que também não representasse nenhum animal, algo desfigurativo, pois cada um pode interpretar e visualizar estas imagens e conceitos complexos e abstratos de formas diferentes. Esta personagem poderia mudar de tamanho quando quisesse, poderia contorcer-se das maneiras mais variadas e a sua matéria negra não é algo que se encontra em outros seres ou animais, não tem órgãos no seu corpo e, portanto, é uma personagem completamente inalcançável.

Na verdade, o design da “Shadow” foi realizado com base numa introspeção mais pessoal, pois como foi mencionado este projeto também contém momentos de auto representação. O seu primeiro esboço e conceito adveio de uma análise íntima das emoções ondulantes que derivam do estado de ansiedade - às vezes estão presentes e, outras vezes não, vão e vêm. O primeiro registo da estrela também está presente neste desenho, pelo que as duas acabaram por ser criadas ao mesmo tempo.

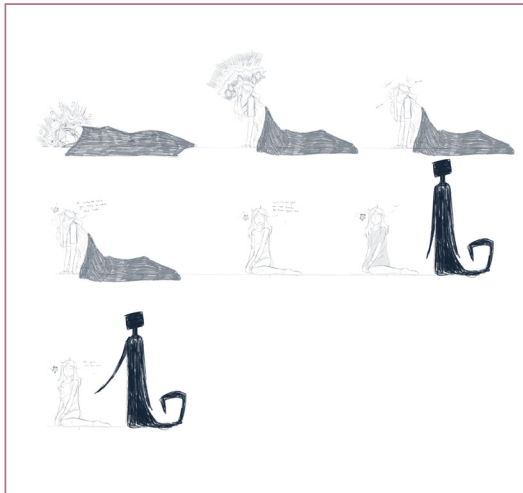


Fig.14 - Esboço/desenho criado como uma forma de introspecção. Uma visão pessoal acerca da ansiedade

Com base neste conceito, melhorou-se a personagem ao dar-se mais personalidade ao seu design. Ela passou a ter olhos e também se optou por se lhe dar uma boca para ser mais expressiva. Uma outra nota relativamente à personagem, é que quando se começou a trabalhar na narrativa e na composição das páginas da história um dos traços que se tornou característico da “Shadow” é que esta, apesar de não falar, consegue mexer e interferir com os balões de diálogo e pensamento da “Skye” - uma analogia entre a personagem e a ansiedade que também consegue mexer com a forma de pensar de uma pessoa.

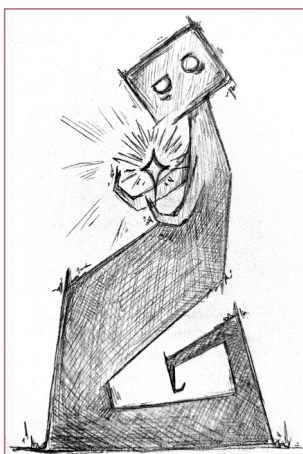


Fig.15 - Esboço tradicional da “Shadow”

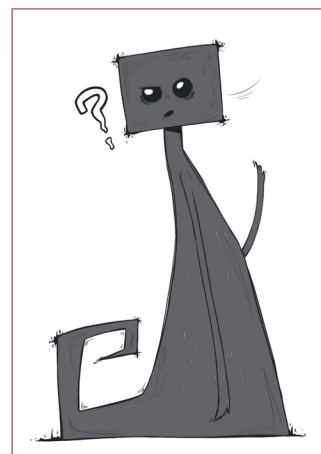


Fig.16 - Uma das primeiras versões da “Shadow” em formato digital

A criação e desenvolvimento da segunda personagem, “Skye”, passou por diferentes tipos de conceitos e designs. A ideia inicial seria a da personagem ser um animal e não uma pessoa humana como se vê muitas vezes em algumas histórias e animações, como, por exemplo, em certos filmes da Disney. Um dos primeiros conceitos seria usar um gato ou um cão, mas além desses ainda se experimentaram outras ideias. Cada conceito retrata uma personagem e cada uma tem uma personalidade diferente. No final, optou-se pelo design com o gato, por duas razões. A primeira consideração foi porque uma grande parte de histórias para crianças usam animais para guiar as suas narrativas. E isto não se deve por um mero acaso, mas sim porque os animais representam e simbolizam a experiência mais primitiva de uma pessoa. As crianças têm assim através destas histórias uma maneira e um espaço mais seguro que as possibilita vivenciar e expressar o seu espírito emocional, o foco encontra-se em validar e reconhecer o processo interno da criança. Os animais que estão presentes nas histórias mais clássicas e conhecidas normalmente representam desejos, necessidades, sonhos, medos, e afins, funcionando como projeções dos sentimentos e das emoções das crianças. Para se compreenderem estes animais tem de se fazer um uso da razão e uma criança facilmente consegue compreender a comunicação entre esse tipo de personagens (a partial perspective, 2018). Como na história do projeto se quer tratar uma emoção complexa e um tema mais abstrato, este pareceu ser o melhor caminho e formato para a sua discussão com crianças ou com um público mais jovem. O segundo motivo, de uma forma mais simplificada, foi porque quando várias pessoas foram questionadas sobre quais dos conceitos realizados elas gostaram mais, a maior parte optou pelo gato.

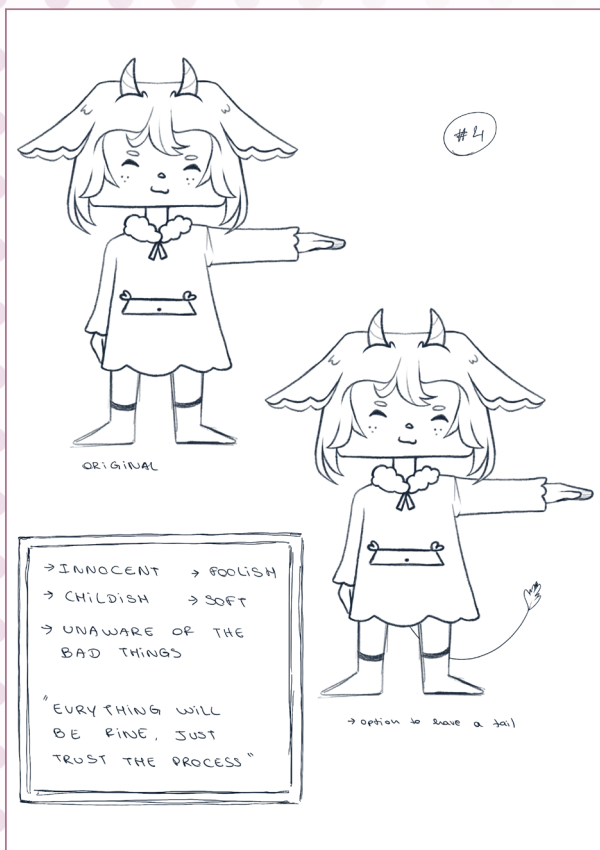
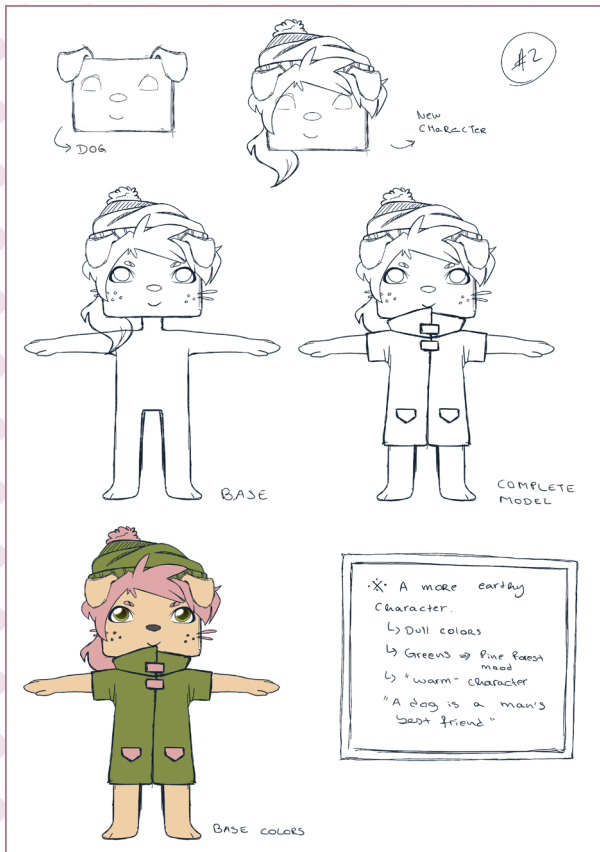


Fig.17 - Outros conceitos realizados para a criação da personagem principal



Fig.18 - Conceito do gato "Skye"

Durante o processo de criação do gato "Skye", o conceito que se manteve em mente foi uma visualização e interseção com o tema da água/chuva. Água pode ter diferentes conotações simbólicas dependendo da cultura, religião, crenças, entre outras, pois está presente em vários rituais religiosos, práticas culturais, mitologias, folclore, e pode estar inclusivamente presente em arte e outros trabalhos contemporâneos. Embora se possam ter várias interpretações, algumas das representações comumente associadas com a simbologia da água relacionam-se com mudanças, flexibilidade, rejuvenescimento, purificação, saúde e vida. Estas palavras conseguem-se consolidar bem com a história e mensagem que se pretende transmitir com esta personagem - a qual é de que a vida é feita de mudanças, há momentos em que uma pessoa encontra obstáculos que podem ser destrutivos, mas estes têm o poder de ensinar lições valiosas para o futuro e para uma pessoa aprender a conhecer-se melhor.



Fig.19 - Primeiro design de "Skye", sem cores



Fig.20 - Primeiro design de "Skye", com cores

Com os dois designs finalizados e durante a exploração da dinâmica destas duas personagens, chegou-se, então, à conclusão que uma terceira personagem seria necessária para funcionar como mediador destas duas. Durante a elaboração de um poster com as personagens criou-se um frasco com uma estrela para representar essa personagem. Tal como a “Shadow” esta não sofreu muitas alterações. Ainda se considerou a personagem ser uma borboleta em vez de uma estrela. A estrela é uma luz que brilha mesmo nas noites mais escuras e que funciona como um método de orientação, e, portanto, facilmente representa uma fonte de luz calorosa. Esta interpretação parece ser a mais pertinente devido ao papel que se queria entregar a esta personagem. Daí este design ter sido adotado. A personagem é chamada de “Estrela” pela “Skye”.



Fig.21 - Primeiro desenho realizado com todas as personagens, junto com uma apresentação do primeiro design/conceito da “Estrela”

A “Estrela” aparece, portanto, antes da “Shadow” ser introduzida na história e a sua função é ajudar e guiar o gato a encontrar o seu caminho de volta, de forma a que este se sinta melhor. Contudo, esta missão é disfarçada pela “Estrela” quando ela pede a “Skye” para a ajudar a voltar a casa, em esperança que o gato se juntasse nesta jornada que iria ter todo um desenvolvimento diferente do proposto inicialmente. Esta personagem, a “Estrela”, representa o oposto da “Shadow”, ela é a figura que tenciona representar a esperança, a força para não desistir, os pensamentos e sentimentos positivos que estão dentro de cada pessoa. Sendo que esta também é uma entidade do subconsciente, esta personagem está consciente

dos efeitos que a “Shadow” consegue causar em “Skye” e, portanto, tenta controlar a situação da melhor forma possível quando estas duas colidem. Pelo que, no final, a “Estrela” ensina as duas personagens a coexistir no mesmo espaço. Esta figura também está presente para mostrar que mesmo em maus momentos uma pessoa não está sozinha, há muitas razões para se manter firme. Os pais de “Skye” são duas personagens extra que também têm esta função, de ilustrar que há sempre pessoas próximas dispostas a ajudar e que vão sempre esperar até a pessoa se sentir preparada para falar. É através destas personagens que se consegue reforçar o sentimento afetuoso que se sente ao ter-se a ajuda, suporte e apoio de outra pessoa. Assim,

começa-se a história com a descrição do sentimento frio que uma pessoa tem quando se sente perdida e sozinha (que é como “Skye” se sente ao início) em comparação e em oposição com o sentimento caloroso e de alívio que se tem quando se volta a casa depois de uma longa jornada e se tem alguém à espera (como “Skye” se sente no final da história).

Os pais de “Skye”, por serem auxiliares à história, foram os últimos a serem elaborados. Estas personagens foram criadas tendo em conta algumas das características e detalhes presentes no design de “Skye”. Basicamente a “Skye” acaba por ser uma mistura destes dois, tem, por exemplo, o cabelo apanhado em cima como o da mãe, mas a sua franja é mais semelhante à do seu pai. Outro exemplo, é que “Skye” tem a pele escura como o seu pai, mas o cabelo azulado como o da sua mãe.



Fig.22 - Aparência dos pais de “Skye”

À medida que mais desenhos, estudos e conceitos foram criados, para ajudar na construção da narrativa e na melhor compreensão da personalidade e das dinâmicas das personagens, os seus designs foram sendo, naturalmente, apurados. Como a “Shadow” é uma parte da personagem principal, “Skye”, pois pertence ao seu subconsciente, ao seu pensamento, decidiu-se fazer com que o cabelo do gato tivesse uma forma na sua ponta semelhante ao da cauda da “Shadow”, para assim os seus designs partilharem um elemento semelhante.

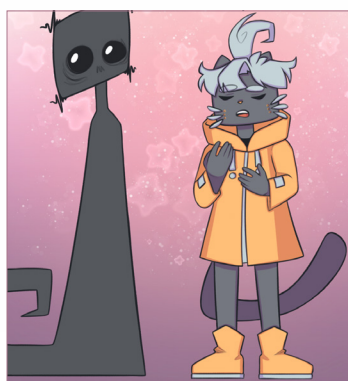


Fig.23 - “Shadow” e “Skye” lado a lado para comparação

O último passo, antes de se começar com o desenvolvimento narrativo, como foi mencionado anteriormente, foi a elaboração de vários desenhos para haver um melhor entendimento da relação das personagens, dinâmicas e personalidades. Alguns destes desenhos acabaram por ser incorporados no trabalho final, estando presentes como cenas no *comic*. Outros são esboços realizados como estudos, para analisar a personagem e a história. Aqui apresentam-se alguns esboços e conceitos trabalhados, desde as fases iniciais até à final:



Fig.24 - Esboços e conceitos

Durante o processo da concessão do conceito narrativo, a intenção é focada na escrita, onde se apontam várias ideias que se gostariam de incorporar na história. Sendo que após isso, se tem de tentar conectar essas ideias de forma concisa. Nesta fase, já se sabia que algumas das cenas que se iriam narrar iriam descrever ou interpretar alguns dos efeitos que a ansiedade pode causar numa pessoa, que era um dos objetivos principais. Portanto, depois de uma investigação selecionaram-se alguns momentos que poderiam ser adaptados.

- O pensamento de fuga ou de desaparecer;
- Inquietação constante / Medos irracionais;
- A sensação de sufocamento / Falta de ar;
- A dificuldade em adormecer/ Alterações de sono;
- A falta de vontade para comer / Apetite desregulado;
- Fadiga / Irritabilidade;

Com alguns momentos criados para se incorporar na história, trata-se agora de se organizar a linha temporal. Uma história tem princípio, meio e fim e a transição de cenas tem de fazer sentido para o leitor, não deve ser sucinta, sem explicação, para o leitor não se perder na história. A organização de alguns momentos essenciais é um ponto focal para se criar uma boa narrativa e para se criarem situações de tensão e de reviravolta. É algo que se deve ter em conta, principalmente, quando se quer destacar um acontecimento em específico e que pode ser determinante para a história. De igual modo, durante este instante, é importante criar-se um balanço da informação que se quer transmitir através do diálogo ou que se quer mostrar ao leitor, para este exemplo, através do desenho. Exposição é algo que é bastante mencionado em cinema, e que se deve aplicar a qualquer história para dar um contexto ao leitor. Através da exposição, o leitor consegue reter mais informação acerca de uma personagem ou do ambiente/cenário que lhe é apresentado, enriquecendo assim a sua experiência. Por isso, nem sempre é preciso explicar tudo por palavras. Às vezes, pode-se simplesmente apresentar a informação visualmente. Mas mesmo quando se trata de diálogo podem-se considerar vários casos relativos à forma como tal informação vai ser apresentada, por exemplo, se vai ser expressa através de um pensamento, de um monólogo, de um diálogo ou de uma memória/*flashback*. Esta seleção contribui também para se descobrir qual é a informação que não se quer contar de imediato ao leitor. Esta opção pode ser também eficiente pois consegue despertar um interesse maior no leitor, por ele ter de investigar e envolver-se com a história de maneira a desvendar o mistério do porquê que algo funciona de uma certa forma na história.

Uma vez que se tenha uma boa base e um esboço da história poder-se-á prosseguir

com a criação do guião, que basicamente consiste na aprimoração da linha geral que se construiu. Dependendo da pessoa e do trabalho, o processo de criação da narrativa pode inclusive ser diferente. Há autores que escrevem à medida que desenham, ou até mesmo à medida que publicam as suas histórias. No entanto, para este projeto foi essencial a criação de guião. Existem diferentes tipos de guiões para diferentes tipos de media. Estes não são só usados em filmes e séries como também em documentários, na rádio, em peças de teatro e em videojogos, por exemplo. A diferença entre eles pode depender tendo em conta qual a informação mais importante que se tem de transmitir ou trabalhar. Contudo, independentemente do media que se estiver a tratar, o papel de um guião é sempre importante para a produção de um conteúdo/história, pois mantém tudo mais organizado e conciso quer se trabalhe individualmente ou em equipa. Quando se trata do guião de um *comic* existem algumas opções diferentes pelas quais uma pessoa pode optar e que um autor deve escolher consoante aquilo que acha mais apropriado ou benéfico para si e/ou para a sua equipa. Sendo assim há quem escreva unicamente o diálogo das personagens, sem qualquer outra informação extra como a descrição de cenários ou outras direções, como também há, por outro lado, pessoas que preferem escrever como se fosse um livro. A rota seguida para este projeto segue um formato mais clássico do guião que contém anotações acerca das cenas/cenários, descrições acerca das ações das personagens, bem como as suas falas de diálogo.



PERFIL DAS PERSONAGENS - EXPRESSÕES E EMOÇÕES

Seguindo a teoria aglomerada e pelas palavras de Aristóteles como foram anteriormente explicadas, ficção ou narrativas/*storytelling* criam um espaço onde se podem explorar e experienciar emoções extremas em ordem a deixá-las sair do sistema. Isto significa que um teria de passar por momentos de pena, lástima e medo para uma pessoa chegar/atingir um estado catártico. Sendo assim, o plano focou-se em criar-se diferentes momentos de estados de humor para a personagem principal de forma a permitir ao leitor criar uma conexão com a personagem e com as suas emoções através das experiências que enfrenta na sua jornada. A personagem inicialmente está envolvida num sentimento de tristeza, sente-se perdida e confusa. Tem um momento de surpresa e entusiasmo que a motiva a começar a sua aventura, mas durante a sua jornada a pressão, tristeza e medo permanecem, independentemente de haver momentos que são aliviados por algum aspeto visual mais cómico. Todas estas emoções juntam-se num ponto que é reconhecido como o clímax, a tensão está no seu ponto mais alto e tudo à volta da personagem parece destruir-se. Após este caminho e após este incidente focal tudo muda, a personagem já não está triste como antes, pelo contrário chegou a um momento de conformidade, onde

agora se encontra mais aliviada e, portanto, pode retornar a casa, uma vez que o objetivo foi alcançado. Nas *Poetics* de Aristóteles é mesmo isto que se observa, que a primeira parte da Tragédia sugere que há um número de eventos em que o protagonista progride para atingir o seu objetivo, sendo que esse caminho fica mais complicado com o passar do tempo. À medida que o enredo se desvenda sugere-se que se chegue a um momento referido como *peripeteia*, uma mudança de circunstâncias que muda o mundo da história e que altera a direção da jornada do herói/protagonista. Também é sugerido que exista um momento de *anagnorisis*, ou seja, o momento quando uma personagem descobre ou reconhece, por exemplo, a sua verdadeira entidade ou a de outra personagem ou a natureza da sua situação corrente. Na história que foi criada, isto está presente no momento em que o gato, a personagem principal, se apercebe do que realmente quer, de quem realmente é, quando finalmente consegue ver a situação em que ela estava e descobre como poderá voltar a ter controlo acerca dessa, outra vez. Portanto, seguindo a estrutura de Aristóteles, a história criada tem uma complicação, tem um momento de reversão/inversão (*peripeteia*), tem um momento de reconhecimento (*anagnorisis*), mas fica a faltar uma cena de sofrimento

(*phatos*). Nesta história, este momento, *phatos*, encontra-se no ponto alto do clímax, quando o gato, a personagem, está numa sala e tudo parece estar perdido e parece que é o seu fim - sendo que em momentos a seguir quando a personagem cai num vazio ela assume e acredita que aquele seria o seu destino, apesar de desejar por mais. A segunda parte da história onde ocorre a mudança de direção da personagem como foi explicado brevemente leva, portanto, ao estado de *catharsis* que tinha sido explorado na parte teórica - momento em que o próprio leitor se sente aliviado e orgulhoso pela personagem do gato ter chegado ao seu objetivo sem se deixar ir abaixo. Estas emoções são ainda mais fortalecidas e reforçadas quando o leitor se relaciona ou se identifica com elas, por incorporar um aspeto de representação e/ou validação.

Esta segmentação e divisão dos atos é importante para a exploração das expressões das personagens. Na primeira parte quer-se fortalecer as emoções de tristeza, angústia, medo, cansaço, mas o ideal é que as expressões não sejam repetidas para se dar mais vida à personagem. A exibição de diferentes expressões faciais face a mesma emoção torna-a mais dinâmica e real. De igual modo, o realce destas expressões mais tristes e negativas e a sua presença em várias páginas ajuda, conseqüentemente, a fortalecer o potencial emocional da segunda parte, que traz mais alegria à personagem ao encontrar felicidade e satisfação. O apuramento e elaboração destas situações contribui para a conexão do leitor com a personagem, pois expressões são um elemento chave para se estabelecer essa proximidade.

Neste momento a personalidade das personagens já estava bem definida. Pelo que a “Shadow” devido à sua atitude “traquinas” e por causar alguma dor e desconforto à personagem principal, “Skye”, é possível que esta seja vista como um vilão por alguns leitores. A “Shadow” consegue ter momentos inocentes e a história dá a entender que ela não está conscientemente a tentar atacar o gato, simplesmente acontece que a relação delas é turbulenta e ambas têm de aprender a conviver juntas de forma a não se magoarem uma à outra. Apesar das diferentes interpretações, a existência canónica desta personagem não é vista totalmente como sendo um vilão. O que faz “Skye” sentir, quando mexe com os seus pensamentos ou quando tenta tocar na estrela, não é propositado, ela não tem noção que algumas ações podem magoar a outra personagem. A razão para esta figura querer tocar na estrela deve-se ao facto de a sombra ser uma personagem mais fria e escura. Por isso, ela gosta da sensação oposta, uma fonte de luz quente e calorosa que a deixa tranquila e que a fascina. Tanto “Shadow” como “Skye” são personagens curiosas, mas “Skye” é mais calma e cuidadosa; por outro lado, “Shadow” é uma personagem mais ingénua, inocente e impulsiva. São estas contradições que fazem com que haja uma colisão entre elas, se bem que apesar das suas diferenças, as duas acabam por ter alguns momentos em que conseguem

socializar uma com a outra como se pode ver ao longo da história. Histórias têm este poder de mexer e trabalhar com as emoções, de fazer qualquer leitor, espectador e ouvinte sentir o que determinadas personagens estão a sentir. São experiências únicas e partilhadas, com as quais se pode aprender e crescer. Mas isto não acontece só em bandas desenhadas ou filmes, os designers podem de igual modo especificar ou manipular o tipo de emoção que despertam nas pessoas. Por exemplo, se o design de um produto usa um tipo de letra muito pequeno e o leitor tem de semicerrar os olhos para ter uma leitura mais precisa, a experiência não se torna só desconfortável por ser inconveniente, mas pode colocar o leitor num mau estado de humor. Além de, que os designers recorrem muitas vezes a fotografias e ilustrações para acompanhar os seus trabalhos e isso não acontece por mera razão. Dependendo dos gráficos, figuras, que são usados para tais projetos, eles estão presentes para passar algum tipo de mensagem ao utilizador do produto – quer seja uma forma de mostrar a lealdade da organização com os seus clientes, quer seja para demonstrar o entusiasmo que os clientes adquirem ao usar determinado produto de uma empresa. Entre muitos outros casos que se podem observar em cada projeto artístico, tudo tem uma função e objetivo.





Storyboards é uma forma de organização gráfica/visual de maneira a se poder visualizar melhor a sequência de desenhos. É um processo típico por exemplo em animação, mas que também se pode usar para outros casos para auxiliar a produção de um conteúdo/produto. Quando se abordam *comics* também se poderá falar de *storyboards* e do uso deles para a construção do mesmo. Neste sentido, *storyboards* funcionam como um esboço das páginas para se analisar a composição, *layout*, do *comic*. Não precisa de ser um desenho limpo e claro, desde que faça uma boa representação visual da história. Isto permite que se tenha um melhor entendimento do segmento da história, de forma a se poder analisar de que melhor forma se pode apresentar a informação visualmente antes de se comprometer com algo, ou seja, antes de fazer um ou mais desenhos completos que podem acabar por não ser úteis.

Durante a organização da composição tem de se ter em conta a forma como se criam os painéis e qual a melhor forma para se posicionar os balões de diálogo e efeitos sonoros. Os painéis de um *comic*, são os quadrados/retângulos que contém os desenhos. É importante pensar-se bem em como se quer trabalhar os painéis de uma história, pois podem-se tomar decisões para tornar um segmento mais divertido ou

intenso, ao criar-se por exemplo elementos que saem para fora de um painel ou usar-se um painel para ocupar uma página inteira e se ter uma ilustração maior e que pode até ser mais detalhada - o que oferece um maior destaque a esse momento. O uso de painéis exclusivos para a ilustração ou desenho de um cenário ou ambiente em que a personagem se encontra é útil principalmente quando há uma mudança ou transição de cenas para orientar e contextualizar melhor o leitor para não se perder durante a sua leitura. Existem algumas regras ou conselhos relativos à organização de painéis, como, por exemplo, que normalmente se tem de ter em conta a composição das páginas que vem antes e depois para que o *layout* não se repita demasiadas vezes, a menos que essa seja a intenção. O uso do mesmo tipo de painéis pode ajudar a criar uma sensação de repetição/rotina. Porém, muitos destes truques vão se aprendendo com o consumo de outros *comics* e com a análise de trabalhos de outros artistas. Além disso, também é relevante que um artista experimente diversas formas e técnicas de se usar um painel para criar um momento distinto e dinâmico para o tipo de história que está a desenvolver.



Fig.25 - Exemplos de painéis que tem uma composição diferente e mais dinâmica

Para se poder ensaiar e utilizar painéis de maneiras mais distintas, trabalhou-se a possibilidade de expandir as capacidades de manipulação da quarta parede do *comic* que a “Shadow” tem. Com isto o que se pretende dizer é que esta personagem além de ter momentos em que consegue tocar e alterar os balões de diálogo e pensamento de “Skye”, esta também iria conseguir mexer com o formato dos painéis em algumas ocasiões. Isto permite que ela consiga-se mover ou até mesmo transportar algo para um painel diferente do qual se encontra. Um exemplo disto é quando a “Shadow” usa a sua matéria negra para transportar “Skye” para cenários diferentes ou quando coloca o gato numa caixa e o atira de um painel para o outro.

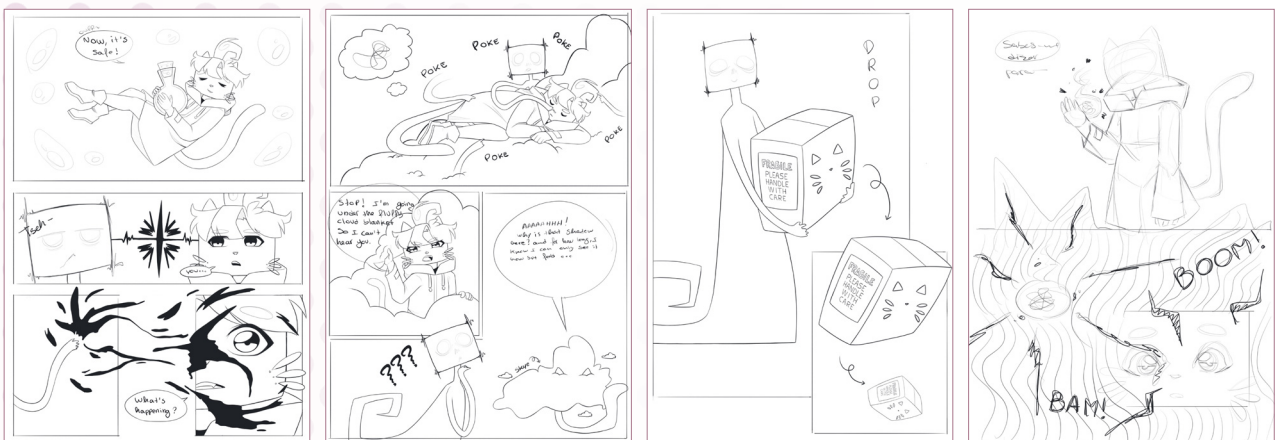


Fig.26 - Exemplos de páginas em que a “Shadow” mexe com os painéis



PREPARAÇÃO DAS PÁGINAS

Uma vez que as páginas estavam limpas e finalizadas, já não eram esboços mas uma versão mais detalhada dos desenhos, começou-se com a decoração da página. Claro está que antes de se finalizar os desenhos deve-se ter em conta o formato da página que se está a usar. Para este projeto a intenção desde o início dos conceitos era para que o livro tivesse um tamanho A5 e tendo essas dimensões em mente, aplicaram-se as margens adequadas. No entanto, estando esses detalhes estabelecidos e o processo de limpeza de linhas e dos traços do esboço realizados, teve-se de pensar no uso apropriado de cores. A cor tem um papel essencial em narrativas/*storytelling*, pois não só chama a atenção, como influencia e facilita a percepção, compreensão e interpretação de informação visual. A cor das personagens já tinha sido estabelecida durante a conceção dos designs delas com base nas suas emoções, valores e princípios. Contudo, há mais pormenores que se têm de considerar em relação ao uso da cor num *comic*, como, por exemplo, a dedução da pigmentação de um cenário ou fundo de um painel, bem como a sua tonalidade, valor/luminosidade e saturação. A cor não é só uma questão estética, hoje em dia, consegue-se vê-la associada a muitas atividades ou instituições. Por exemplo, devido aos sinais de tráfego e

código de estrada, rapidamente, se consegue correlacionar o verde como algo seguro ou que é permitido, o vermelho como perigo ou um sinal para parar ou cancelar algo, o amarelo/laranja como uma chamada de atenção, o azul como um sinal de informação/obrigação. Todas as cores têm um significado e uma simbologia diferente que lhes podem ser atribuídas e que pode inclusive variar dependendo das condições físicas ou psicológicas de uma pessoa ou de influências culturais. Há teorias relativamente ao significado material e afetivo das cores, para a análise e construção deste *comic* analisou-se o livro *Psicodinâmica das Cores em Comunicação* (Farina, Perez & Bastos, 2006). Para se explicar melhor o uso das cores para este projeto dividiu-se a história em partes para se justificar as escolhas realizadas.

As páginas do *comic* estão incluídas nos anexos, na página 111.

Parte 1: Momento inicial onde “Skye” está no seu quarto e na sua varanda da página 5 à 12

Este momento é envolvido num ambiente mais azul pois normalmente é a cor associada ao céu, frio e até mesmo à noite. As cores quase que parecem menos saturadas, o que fortalece ainda mais algumas das associações afetivas que a cor transporta consigo. Por exemplo, o azul pode estar conectado com um sentimento profundo, com meditação, com afeto, paz, espaço e viagem. O azul também parece remeter, muitas vezes, para o longínquo e para o sonho. Estas palavras foram destacadas por serem as que têm mais relevância para esta cena. Pois durante este momento a personagem “Skye” está reflexiva a pensar naquilo que tem sentido durante os últimos tempos, como ela não tem estado muito em paz consigo mesmo e se sente diferente do normal. Vai ser durante esta cena que a “Estrela” também é introduzida quando cai do céu na varanda da personagem e lhe propõe começar uma viagem de forma a que “Skye” possa encontrar a sua direção outra vez.

Parte 2: Momentos situados no interior da casa de “Skye”, página 13 e 14 e, mais tarde, da página 68 à 71

O rosa e o salmão são as duas cores base que se usaram para as paredes do interior da casa da personagem. Inicialmente a razão deveu-se ao alto contraste, o *comic* iria ter partes com cores mais escuras e queria-se associar a casa com uma cor mais amigável. O rosa normalmente é associado a qualidades femininas, mas simboliza o encanto, a amabilidade e inocência. É uma cor terna e suave e o salmão sendo quase como uma variante do rosa por conter tonalidades rosas e laranjas também se poderá associar de igual modo com positividade e doçura.

Existe, no entanto, uma diferença entre as páginas iniciais e finais. A sua aparência inicial é muito mais escura para simbolizar a presença da noite e fazer com que a atmosfera seja um pouco mais pesada, secreta e fria ou distante. Em contradição com a aparência no final da história onde é mais clara, a atmosfera é mais viva e alegre para simbolizar a presença do dia e a recuperação de “Skye”. Realça ainda mais o carinho dos pais que recebem “Skye” de volta a casa e ao seu estado original, depois de passar por um caminho difícil.

Parte 3: Página 15 e intervalo da página 37 à página 43

Estas páginas fazem um uso da cor roxa e violeta de formas diferentes. Na página 15 encontra-se um painel grande de “Skye” a caminhar na rua durante a noite. O roxo também é uma cor associada à noite, ao sonho, ao mistério, à espiritualidade, à calma e à delicadeza. Mais uma vez estas cores/conceitos foram escolhidas por representarem o cenário que estão a auxiliar. Nesta página não só é de noite, como “Skye” está sozinha na rua, a realidade quase que parece uma ilusão e para ela

que mais tarde irá passar por momentos surreais, se calhar este momento trata-se mesmo só de um sonho. Este é um momento coberto de mistérios por ser o início de uma viagem emocional e espiritual. Apesar destas diferentes emoções, “Skye” parece, independentemente disso, encontrar tranquilidade na noite.

O intervalo de páginas que se encontra a meio do *comic* visa representar um momento de repressão dos sentimentos de “Skye” e da sua confrontação com o seu “eu” interior, o seu subconsciente e pensamentos mais escuros. O roxo e o uso do violeta neste cenário poderão ser associados também a uma profundidade, ao engano, à dignidade, ao autocontrole, à violência e ao egoísmo. Nesta cena, a discussão de “Skye” consigo mesma é autocrítica, os seus pensamentos negativos tentam confundir a personagem para a fazer sentir mal. A seguir a essa discussão, no entanto, com o apoio da “Estrela” a personagem consegue recuperar a sua força, vontade e controle sob a situação.

Parte 4: Página 16 à 20, “Skye” a apanhar o autocarro

Estas páginas contêm uma mistura de cores, queria-se criar um ambiente misterioso, mas divertido, sem ser demasiado escuro. Para tal, em vez de usarem os roxos como na página 15 que a antecede, usaram-se cores como o azul, um pouco esverdeado, alguns violetas e amarelos. Já se analisou o significado do azul e do violeta em partes anteriores, mas relativamente ao amarelo poder-se-á dizer que, neste cenário, se refere à espontaneidade, à impulsividade, à adolescência, às expectativas e funciona também como uma forma de alerta. Este momento trata-se exatamente disso de uma jornada/viagem que começou de forma espontânea e relativamente impulsiva, pois “Skye” não considerou muitas coisas antes de a começar. É durante esta parte que a “Shadow” é introduzida e por isso é que se decidiu jogar com o contraste do amarelo com os azuis e roxos das ilustrações. Tornando, assim, o autocarro num sinal de alerta e não se usando o amarelo só por ser uma cor tipicamente associada com este meio de transporte.

Parte 5: Dois momentos entre as páginas 21 e 36, debaixo de água e entre nuvens

Esta secção contém dois momentos e uma transição destes. O primeiro momento vai desde a página 21 até à metade da página 26, e é quando a “Skye” está debaixo de água, este foi o primeiro lugar para o qual a “Shadow” transportou o gato. Por ser a primeira “ilusão” optou-se por se começar de uma forma leve e só mais tarde é que haveria um momento mais escuro/negativo de disputa, como se pode observar da página 37 à 43. A escolha para o azul então torna-se bastante óbvio pois tem a intenção de representar o ambiente aquático no qual “Skye” se encontra nesse momento. A partir da segunda metade da página 26 até à 36

tem-se a segunda ilusão, onde agora as personagens se encontram em terra, outra vez, mas num mundo estranho rodeado de nuvens. Este cenário tem cores claras e poucos saturadas, o azul claro presenteia-se devido a sua correlação com o céu nublado, enquanto que o violeta possui duas interpretações que se contradizem, uma ligada à tranquilidade quando o gato tenta dormir, e outra ligada à agressão que se desperta quando a “Shadow” não deixa a personagem dormir. Esta é uma sequência que clarifica algumas questões da história e que ao mesmo tempo mostra de que forma a figura escura consegue afetar “Skye”. Apesar de haver momentos cômicos entre as personagens, os sentimentos associados ainda são frios.

Parte 6: A pausa no restaurante da página 44 à 54

Esta cena é colorida pelos tons laranjas do ambiente da ilustração. A história introduz este espaço quando a “Skye” pede à “Shadow” para a levar para um lugar diferente, que não fosse tão escuro como o anterior. No novo sítio a figura escura tenta oferecer comida ao gato, mas quando este não aceita a sua oferta, a “Shadow” começa a atirar-lhe diferentes memórias que podem trazer ao de cima sentimentos mais negativos. Apesar do meio ser acolhedor este contradiz-se com as intenções da figura. O que se compara a uma das possíveis associações que se pode fazer da cor laranja que se refere à tentação, prazer e desejo. A cor laranja tem bastantes características positivas, e nesta cena realça-se também a excitabilidade, o sentido de humor e a energia que se podem observar nesta troca de interações entre a “Skye” e a “Shadow”.

Parte 7: O momento de tensão entre as páginas 54 e 58

Na página 54 transaciona-se do momento de alerta que se estava a criar nas páginas anteriores que envolviam os acontecimentos no restaurante em que as personagens pararam e que estava envolvido por cores laranjas. O momento que vem a seguir vai criar o ponto alto, clímax, da história. Vai ser aqui que “Skye” vai sofrer de um ataque de pânico/ansiedade. Tudo à sua volta traz-lhe más memórias e parece que o mundo que a rodeia se vai desmoronar. Daí, nesta cena, o vermelho se associar melhor a um sinal de paragem e perigo. Representa feridas, combate, força, intensidade, emoção, ação, violência, revolta, mas também vida.

Parte 8: A queda entre as páginas 59 e 61

A mudança de cor nesta cena também é relevante para indicar que a “Skye” agora se encontra noutra sítio, pois esta personagem caiu do edifício/sala onde estava e agora está no exterior. O cinzento é a cor predominante neste momento, uma cor neutra que visa representar uma neblina. Esta cor também pode ser associada à tristeza, à decadência, ao desânimo, à seriedade, à sabedoria e ao passado. O qual

é essência desta parte da história, é um momento de mudança onde a personagem se foca nas suas emoções de forma honesta e se apercebe da realidade de como ela ainda não está preparada para desistir, estando disposta a largar o passado para enfrentar o futuro.

O vermelho como já vimos pode estar também associado à vida e, por isso, usou-se essa cor para o fio que “Skye” vê enquanto está a cair, criando-se uma pequena metáfora.

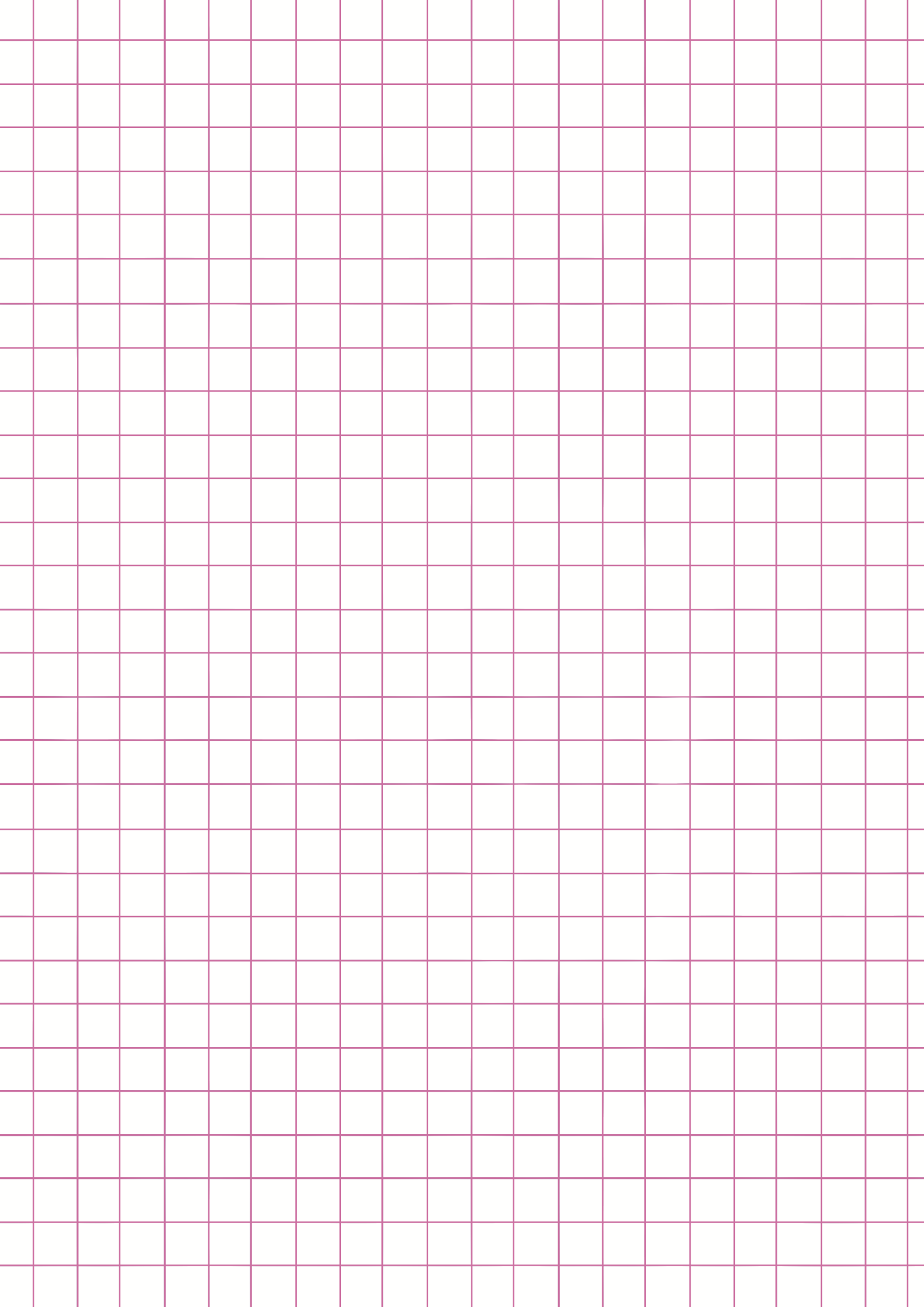
Parte 9: O amanhecer da página 62 até à 67

Este é um momento de compromissos onde as personagens finalmente se juntam numa só e se conformam com a existência que cada uma. É isto que vai permitir a “Skye” mover-se para a frente de forma a superar o obstáculo que ela estava a enfrentar ao início da história. Foram usadas várias cores para os painéis destas páginas das quais se podem destacar o uso de rosa, amarelo, azul e violeta. Estas cores foram escolhidas por lembrarem o amanhecer e pôr unificarem as três personagens, “Skye” associada ao azul e amarelo, “Estrela” associada ao amarelo e “Shadow” associada ao roxo. Estas cores neste momento são associadas às suas características positivas, como por exemplo, esperança (amarelo), paz (azul), autocontrole (violeta).

Como se pode observar a importância e o significado das cores pode elevar uma emoção ou estado de humor. O subconsciente faz uma interpretação rápida das cores que foram usadas de forma a perceber o seu uso em ordem a compreender as cenas da história, mas para quem não conhece as associações que se podem fazer com as diversas cores, a sua aprendizagem e análise pode construir uma nova mensagem para alguns destes momentos, bem como servir como uma forma de prever alguns acontecimentos como foi indicado na dissecação de cada parte da história. O uso de texturas e de padrões são outra forma de apelar aos diferentes estados de humor e emoções sem se referir a eles diretamente. Por exemplo, nesta narrativa usam-se bastantes e variados tipos de brilhos para situações que pedem por algo que é radiante, entusiasmante ou caloroso. Há também painéis que contêm um padrão *halftone* e que foi usado para criar um ambiente mais relaxado, casual e aconchegante. Na página 36, usaram-se linhas verticais com uma textura diferente para enriquecer a moção da caixa a cair. Na página 38, usou-se uma textura quase alucinógena para remeter para a confusão que a imagem escura de “Skye” estava a causar em si. Na página 54, também se usam linhas onduladas para criar uma sensação de movimento e ilusão. Nas páginas 27 e 66, há painéis que têm um fundo com uma grelha para simplesmente dar um ar diferente à sequência, criando uma pausa para um momento mais cómico.



METODOLOGIAS





INTRODUÇÃO ÀS METODOLOGIAS

Dado o conteúdo do tema em questão, a abordagem que se pretende adotar para esta dissertação é qualitativa, uma vez que o objetivo é compreender experiências e conceitos subjetivos. Assim, vão-se explorar as questões colocadas em causa, e ao mesmo tempo, devido ao desenvolvimento de discussões abertas, sem limitações, gera-se a criação de uma sessão de *brainstorming* que resulta em novas ideias que poderiam ser adotadas em outros futuros trabalhos. Este tipo de tratamento permite a possibilidade de se ajustar mais facilmente o objeto gráfico com base nos resultados recolhidos ao longo do processo de investigação. Um tipo de pesquisa de design que se utilizou para se analisar dados inicialmente foi através da fenomenologia, o que significa que o objetivo é compreender um fenómeno ou evento através das descrições das experiências vividas por indivíduos - isto permitiu a criação de cenários no *comic* que descrevem uma experiência ou situação com a qual uma pessoa se pode identificar. A base prática será um editorial em forma de banda desenhada com desenhos que contam/seguem uma narrativa relacionada com a ansiedade. Pelo que os desenhos ilustrados para esta história não só se baseiam ou são inspirados por perspectivas de outras pessoas, como inclusive

explora a minha crença e experiência pessoal com o tema - daí, a utilização deste método para apoiar a criação deste objeto gráfico.

No entanto, apesar desse ter sido um dos processos para a criação da narrativa e desenvolvimento do guião, outros métodos foram usados para a investigação e avaliação do projeto. A amostra para a recolha de dados consiste num público alvo entre os 11 e os 15 anos. O objetivo é recolher o máximo de dados possíveis, a fim de compreender as experiências vividas pelos participantes para ilustrar este tipo de narrativa. Pelo que, os métodos escolhidos para recolher os dados necessários serão através de inquéritos e entrevistas a grupos focais.

Os inquéritos usados consistem em perguntas com respostas fechadas, ou seja, contém opções limitadas, para se obter uma maior quantidade de dados. As questões presentes servem como uma forma de avaliação do *comic*, objeto gráfico, de forma a tentar perceber como os leitores interpretam a história, se conseguem identificar com ela, se acham que faz uma boa representação do tema/tópico e se foi possível o leitor criar uma conexão com as personagens e/ou com os cenários presentes.

Por outro lado, a realização dos grupos focais serviu para se explorarem algumas das questões mais pormenorizadamente, por não se impor

um limite ao participante. Estes têm mais liberdade para responder e discutir acerca de assuntos pertinentes à investigação.

É verdade, porém, que este tipo de amostras pode, por vezes, ser tendencioso, pelo que, para se evitar este problema, os participantes devem corresponder a um determinado critério, ou seja, o investigador que vai recolher os dados, não deveria estar familiarizado com estes intervenientes. Essa distância na relação ajudará a separar as opiniões pessoais e profissionais, deixando espaço para um diálogo mais crítico. Deve-se acrescentar de igual modo que, seguindo os protocolos de privacidade de dados, quaisquer dados sensíveis e pessoais serão anónimos. Se bem que devido aos participantes serem menores de idade nenhuma pergunta pessoal foi colocada em causa e só participaram sujeitos que tivessem o consentimento dos seus progenitores. Para concluir, após a recolha de todos os dados foi necessário filtrá-los, para que haja uma interpretação do significado, identificação de padrões e uma análise profunda para extrair as partes mais relevantes para a investigação - para este caso, considerou-se que a melhor abordagem seria através de uma análise temática (McCombes, 2021).



QUESTIONÁRIOS

A primeira abordagem começou pela realização dos formulários com perguntas pertinentes para os participantes responderem após a leitura do *comic*. Estas metodologias realizaram-se numa escola, em Portugal, com 52 alunos do 5º e 6º anos. Com a ajuda e colaboração de dois professores foi possível organizar-se uma atividade onde primeiramente o professor e os alunos faziam uma leitura e interpretação da história, como se fizesse parte de um plano de estudo. Isto permitiu que os alunos tivessem uma maior e melhor interação com o *comic* e que compreendessem a história de maneira correta, bem como isto proporcionou um momento de maior reflexão. Durante este processo foi importante notar-se que não só o professor fez a leitura do livro como vários alunos participaram também na mesma. Das observações retiradas denota-se que alguns alunos estavam tocados com a história por se identificarem com algum aspeto desta. Mas estas reações são mais lúcidas ao se observarem os resultados do questionário. Com base nas seguintes figuras pode-se fazer uma análise das respostas obtidas.

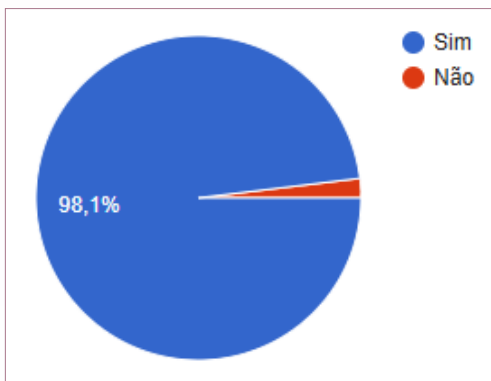


Fig.27 - Questão 1: Entendes que a história do *comic* representa sensações, emoções, situações de ansiedade?

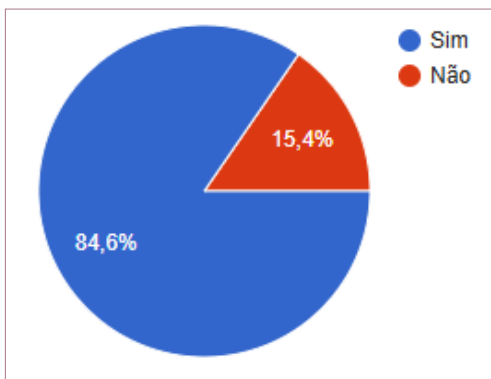


Fig.28 - Questão 2: Identificas-te com a história?

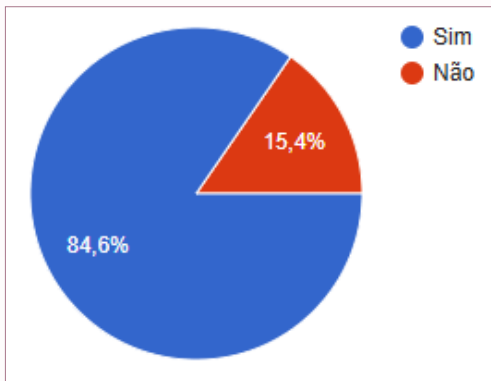


Fig.29 - Questão 3: Na tua opinião, achas que histórias como estas (ilustradas, no formato de banda desenhada) podem ser benéficas para se falar de temas sensíveis ou complexos? Neste caso, relativamente a aspetos de saúde mental.

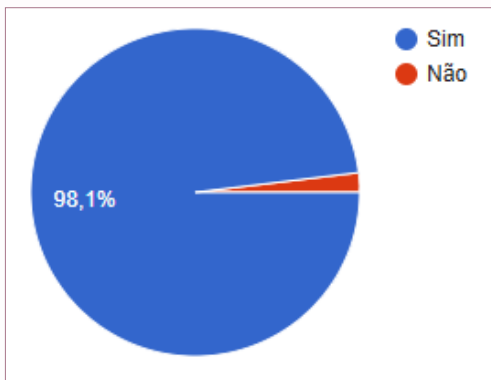


Fig.30 - Questão 4: Consideras que esta história faz uma boa representação de cenários semelhantes aos sintomas e efeitos de ansiedade?

Com estas 4 perguntas (fig.27, 28, 29 e 30), o princípio era atestar se o leitor/audiência conseguia entender o propósito do *comic*, o qual é contar uma história acerca de como a ansiedade pode afetar uma pessoa. Estes resultados mostraram-se positivos, pois a maior parte dos alunos não só se identificou com a história, como conseguiu identificar o tema. Num dos esquemas também se pode confirmar que muitos alunos parecem aprovar que este formato de banda desenhada é apropriado ou pelo menos interessante para a exposição/exploração de temas sensíveis ou complexos como este. Deve-se destacar que durante o formulário algumas palavras usadas para a formulação das perguntas eram novas para os alunos e que eles questionaram o seu significado. Pelo que num próximo evento de se realizar um estudo com um grupo de participantes dentro destas idades dever-se-á ter em atenção a construção das questões, usando uma linguagem ainda mais simplificada.

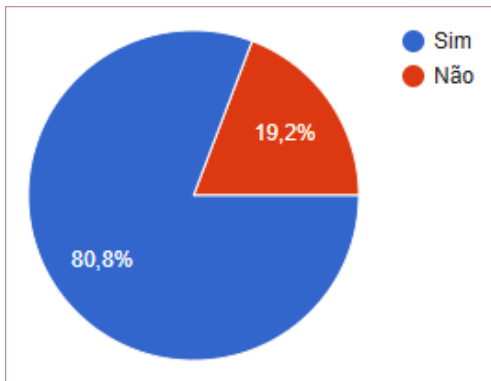


Fig.31 - Questão 5: Sentiste empatia/compaixão pela personagem principal “Skye”?

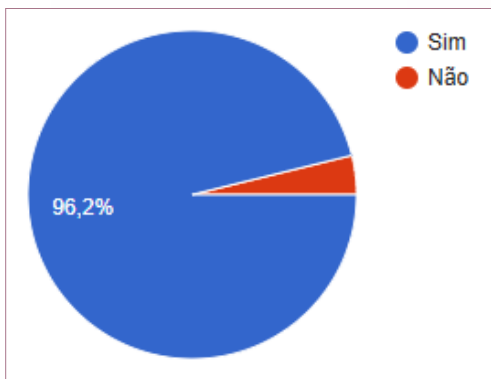


Fig.32 - Questão 6: Sentiste orgulho do gato por ele ter completado a sua jornada?

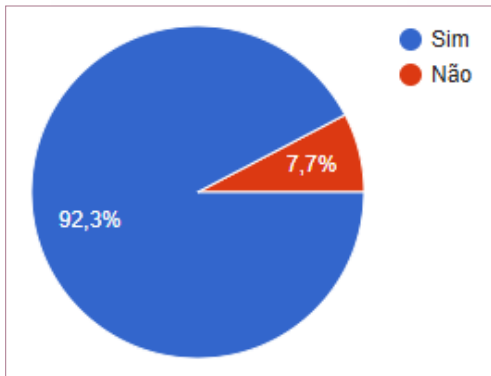


Fig.33 - Questão 7: Conseguiste perceber que o objetivo da jornada era ajudar o gato “Skye” a compreender e a aprender a controlar as suas emoções?

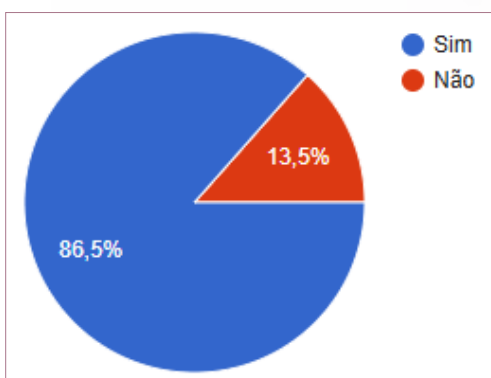


Fig.34 - Questão 8: Conseguiste perceber que outro objetivo da jornada era ajudar o gato “Skye” a superar e encarar alguns obstáculos de forma a poder-se conformar com estes novos sentimentos?

Outra finalidade que se pretendia verificar era se os leitores conseguiram não só perceber qual era o tema geral da narrativa, como compreender se estes captaram o objetivo da história. Os resultados foram positivos sendo que a maior parte dos participantes conseguiu ter uma melhor interpretação de que a jornada serviu para a personagem principal, “Skye”, compreender e aprender a controlar as suas emoções. Também se pode observar que mesmo que uma pessoa não tenha sentido empatia/compaixão pela personagem alguns sentiram na mesma orgulho por esta ter completado a sua jornada. Isto faz ponderar o que se vai analisar nas próximas perguntas, se uma pessoa que não se encontre na mesma situação que a personagem ou não seja uma pessoa muito ansiosa conseguiu aprender através da história o que é estar nessa posição.

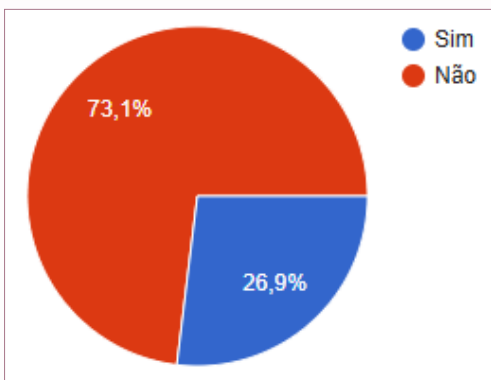


Fig.35 - Questão 9: Consideras a figura estranha “Shadow” o vilão da história?

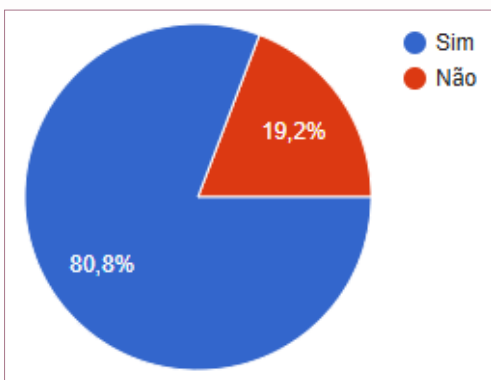


Fig.36 - Questão 10: Achas que a “Shadow” apesar de não ser totalmente maliciosa se enquadra como uma personificação da ansiedade?

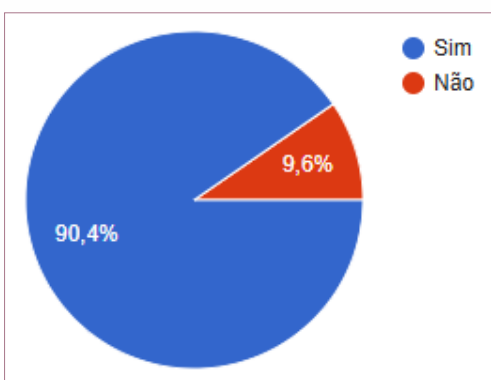


Fig.37 - Questão 11: Gostarias de ver mais histórias momentos/interações destas personagens?

Como um extra achou-se interessante avaliar a opinião da audiência relativamente à “Shadow”, a qual é uma personagem que representa a ansiedade e/ou sentimentos mais negativos dentro de cada um, no caso da história dentro de “Skye”. Quando a personagem foi criada não se queria introduzir esta como sendo um vilão, pois apesar da ansiedade ser vista, de forma geral, como um sentimento mais negativo este também se pode tornar útil ao alertar uma pessoa para algo que possa estar mal/errado no seu ambiente. Por isso, é difícil de se julgar o nível de maldade que se lhe poderia atribuir. Ver que os resultados mostram que a maior parte das pessoas não considera a “Shadow” um vilão, mas que ao mesmo tempo se enquadra como uma personificação da ansiedade molda-se exatamente com o plano que se teve em conta para a concessão desta personagem.

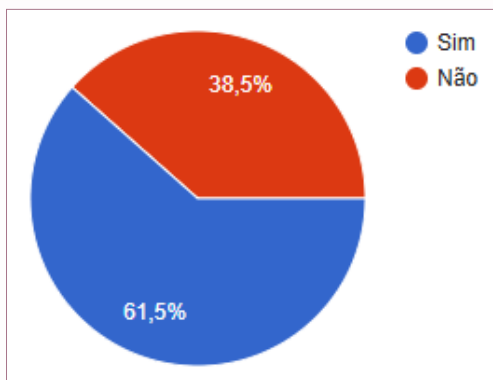


Fig.38 - Questão 12: Tens ou sofres de ansiedade?

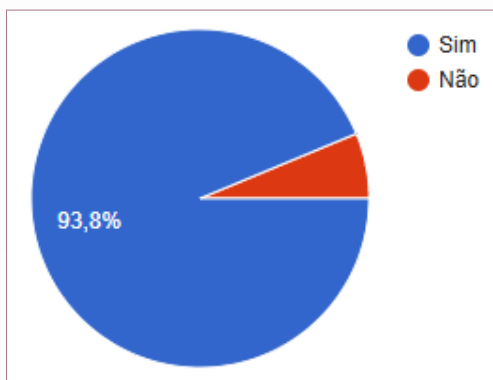


Fig.39 - Questão 13: Enquanto pessoa que sofre de ansiedade, achas que esta poderá ser uma boa história para ensinar alguém acerca do tema?

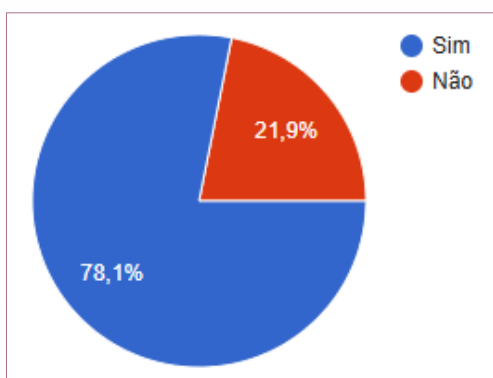


Fig.40 - Questão 14: Como uma pessoa que sofre de ansiedade, achas que esta poderá ser uma boa história para abrir uma discussão acerca destes tópicos e da importância da saúde mental?

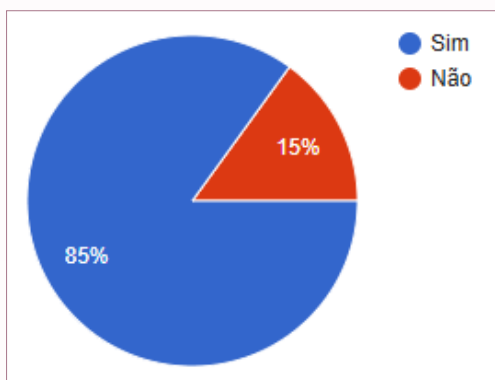


Fig.41 - Questão 15: Como uma pessoa que não sofre de ansiedade acha que aprendeste ou conseguiste compreender mais acerca de algumas experiências pelas quais algumas pessoas passam?

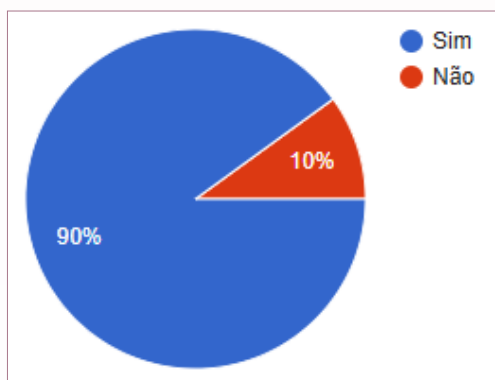


Fig.42 - Questão 16: Como uma pessoa que não sofre de ansiedade acha que este é um meio interessante de se partilhar informação em relação a estes tópicos mais sensíveis e/ou complexos como, por exemplo, saúde mental?

Estas perguntas visam explorar se o leitor sofre de ansiedade e se de acordo com as suas opções consideram que a banda desenhada serve como um método de educação e se houve uma boa exposição do tema e da sua importância. Apesar da maior parte dos sujeitos dizer que sofre de ansiedade (61,5%), uma outra parte também confirma que não (38,5%), o que balança a informação que se vai analisar. Do primeiro grupo, o que sofre de ansiedade, a maior parte concorda que a história que se criou poderá ser uma boa forma de ensinar ou explicar a alguém mais informação acerca do tema em questão, a ansiedade. No entanto, apesar de ainda ser uma minoria, há pessoas que acham que a história poderá não ser a ideal para se abrir uma discussão acerca desses tópicos e da importância da saúde mental. Isto pode dever-se a especificidade dos sintomas que estão representados no *comic*, os quais não iriam permitir que a discussão abrangesse todas as áreas dentro da saúde mental. Mais tarde, em entrevistas, algumas pessoas explicaram que possivelmente usariam este objeto como um meio para explicar algo aos seus pais ou membros próximos mais velhos acerca da sua ansiedade e do que sentem no dia a dia. As pessoas que não sofrem de ansiedade parecem entrar em concordância com o outro grupo na sua maior parte. Sendo que 85% das respostas indicam que através do *comic*/da história conseguiram aprender e compreender mais/melhor acerca de algumas experiências pelas quais algumas pessoas que sofrem de ansiedade passam. Em conjugação, 90% das pessoas deste grupo acreditam que este meio, o do formato da banda desenhada, é interessante para se partilhar informação relativamente a temas sensíveis ou complexos, como este da ansiedade e da saúde mental.

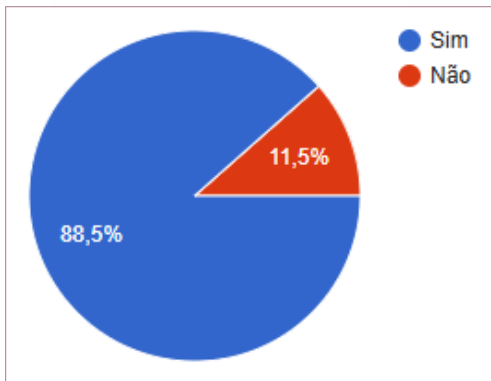


Fig.43 - Questão 17: Tendo em consideração a leitura do *comic*, a exploração das interseções entre Arte e Educação/ Medicina/Saúde Mental parecem ter potencial?

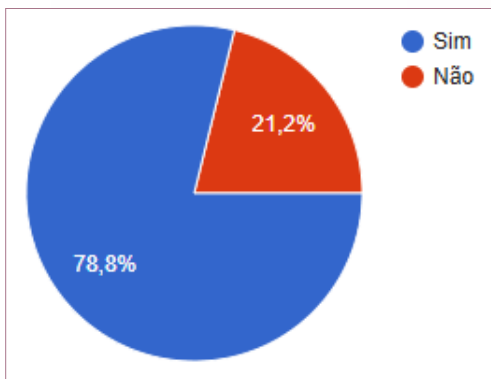


Fig.44 - Questão 18: Consideras que seja uma leitura fácil para todas as idades?

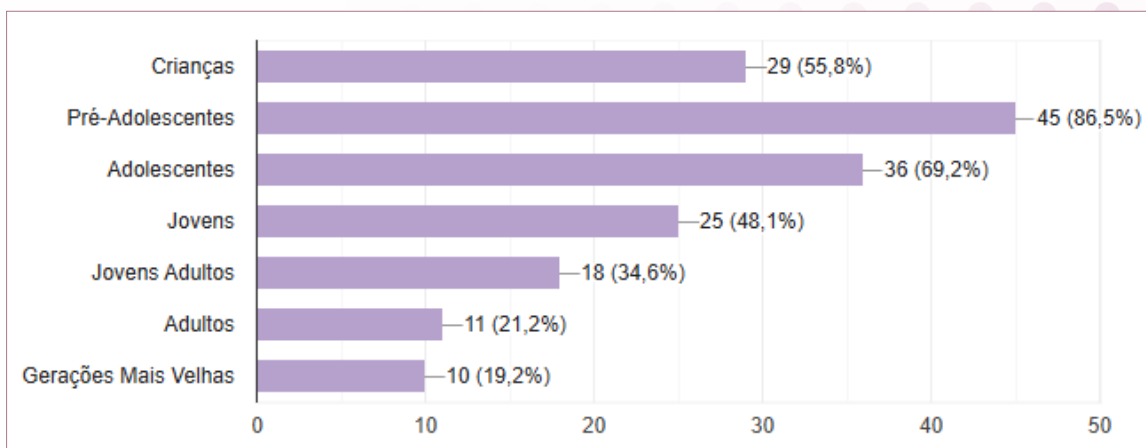


Fig.45 - Questão 19: Achas que este livro ou tipo de história deveria ser lido e interpretado por quem?

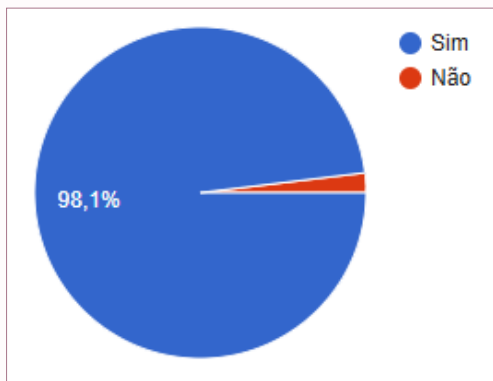


Fig.46 - Questão 20: Consideras que esta seja uma leitura benéfica?

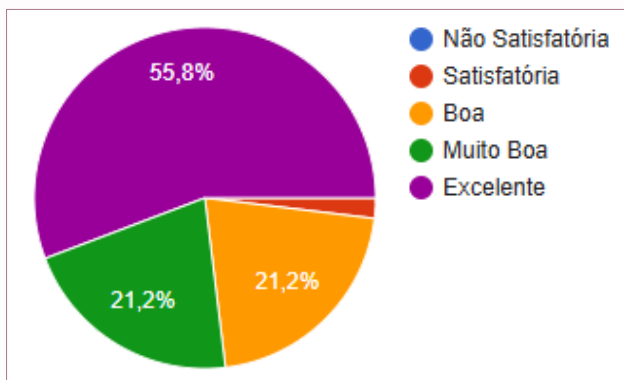


Fig.47 - Questão 21: Como avalias a história?

A interseção das Arte com as áreas da Educação, Medicina e Saúde Mental, pode parecer confusa por serem disciplinas com grandes diferenças entre elas. Ainda mais tendo em consideração a idade dos participantes que pertencem ao público alvo, isto pode ser um conceito com o qual estes não estão familiarizados ou expostos. Independentemente disso, a maioria (88,5%) considera haver potencial na interdisciplinaridade e interseções destas áreas para o desenvolvimento de produtos/conteúdos que podem ser benéficos para uma (parte da) comunidade. Em geral, parece haver um entendimento de que a leitura do *comic* é uma leitura benéfica e que esta será uma leitura fácil para todas as idades. Se bem que, a maior parte considera que este livro deve ser lido e interpretado principalmente por pré-adolescentes (86,5%), adolescentes (69,2%), crianças (55,8%) e jovens (48,1%). As avaliações gerais do *comic* foram positivas e considerou-se que foi um objeto gráfico recebido com sucesso pela audiência que participou neste estudo.



ENTREVISTAS - GRUPOS FOCAIS

Antes de se proceder à condução das entrevistas aos grupos focais foi necessário a criação de um guião que iria orientar as perguntas a serem colocadas aos participantes. Estes participantes foram distribuídos por 5 grupos. Todos os grupos continham 4 participantes com 11-12 anos, alunos de 5º ano, o que significa que foram entrevistadas 20 pessoas no total. Três das entrevistas foram mais pequenas consistindo de 6-8 minutos, no entanto, as outras duas prolongaram-se sendo que uma demorou 18 minutos e a outra 47 minutos. A discrepância do tempo depende do quanto alguns dos participantes desenvolviam as suas respostas, houve pessoas mais tímidas que não participaram com tanta facilidade e outras que não tinham opiniões tão estruturadas relativamente ao tema de estudo e que, portanto, limitaram-se a responder ao necessário, mantendo as suas respostas mais curtas. Independentemente das sessões serem mais pequenas foi possível analisar-se alguma da informação que se pretendia recolher. Os grupos que demoraram mais tempo deram uma apreciação bastante valiosa não só relativamente ao objeto gráfico em causa como fizeram observações interessantes que se poderiam ter em conta para futuros trabalhos. Sendo assim, uma vez que o formulário já

se tinha realizado primeiramente, decidiu-se criar o guião das entrevistas à volta de alguma informação que tivesse de ser fortalecida e/ou esclarecida. Esta segunda metodologia iria apoiar e reforçar a sua antecedente para se poderem considerar os dados recolhidos como sendo informação válida para se poder chegar a uma conclusão. Como os participantes são alunos e menores de idade, não se realizaram perguntas pessoais e todas as respostas são mantidas em anonimato. A maneira como as entrevistas se organizaram consistiu em um professor encarregado de trazer um grupo, um a um, que fez a apresentação dos alunos. As perguntas realizadas podem-se categorizar em 1) identificação de momentos, cenários e significados na história - uma espécie de exercício prático de forma a perceber se toda a informação original conseguiu ser transmitida através de elementos visuais/textuais; 2) explicação e desenvolvimento de opiniões em relação à história, tema ou formato e 3) exploração de potenciais casos, projetos que poderiam ser trabalhados/desenvolvidos. Os alunos também foram incentivados a realizarem outras perguntas que não tenham sido colocadas ou a desenvolver vertentes e ramificações que pudessem divergir do desenvolvimento de uma resposta. Podendo assim, os participantes

acrescentar qualquer informação que achem importante ou necessária, quer seja por destacarem um elemento positivo, negativo ou confuso da história.

1. Como responderam nos questionários vós considerais que existem momentos de tensão, podem apontar para um ao folhear o livro?

Esta parte consiste num exercício prático, onde foi possível verificar-se que, de facto, os alunos conseguiram identificar os momentos mais tensos. Apesar de se perceber que há alguns momentos ao longo da história que mostram a personagem com medo, destacou-se um momento em específico do comic onde a personagem está rodeada por olhos, por as páginas serem vermelhas.

“Era as pessoas a olhar para ela e ela a ficar constrangida”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Ela ter vergonha...”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Ela está a estressar porque acha que está a ser observada”

- *Pessoa na entrevista 4*

“Quando nós passamos vergonha e toda a gente está a olhar para nós, nós sentimo-nos confusos, com muita pressão”

- *Pessoa na 5 entrevista*

2. Vocês sabiam que as cores podem ter significados diferentes? Acham que isso está presente nesta história? Podem mostrar uma cena da história e dizer porque é que acham que se usou ou se optou por uma determinada cor?

“Elas condizem com os momentos. O escuro condiz mais com a ansiedade”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Eu acho que esta cor mais escura é mais de medo, nervoso...”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Esta parte [que é um bocado mais azul e escuro] é porque ela está triste... ou porque é de noite”

- *Pessoa na entrevista 4*

“A parte laranja acho que já não é acerca do medo ou do nervoso”

- *Pessoa na entrevista 4*

“Nesta parte [no final] as cores já são mais claras porque ela ficou aliviada, calma”

- *Pessoa na entrevista 4*

3. Com base nos resultados do questionário, a maior parte concordou que a história deveria ser lida ou interpretada por pré-adolescentes, adolescentes, crianças e jovens. Achar que isso deve-se ao formato, ao tema, ou por ambas as razões? Podem desenvolver esta resposta.

“A história parece boa para as as crianças por causa do tema, eu acho”

- *Pessoa na entrevista 2*

“Na minha cabeça estas são as pessoas que têm mais ansiedade [adolescentes, pré-adolescentes e crianças]”

- *Pessoa na entrevista 4*

“Porque fala muito das emoções e quando estás no pré-adolescente muito muda, então é normal que temos de controlar muito mais as nossas emoções”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Nesta altura nós começamos a ficar com a nossa cabeça na sua generalidade mais confusa com as coisas novas que nos aparecem à frente”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Eu acho também que quando nós começamos a virar adolescentes, pré-adolescentes, a nossa cabeça fica confusa, com as emoções confusas”

- *Pessoa na entrevista 5*

Alguns participantes parecem concordar que apesar de ser um formato de banda desenhada que se calhar alguns adultos iam gostar da leitura do *comic* mas que talvez outros preferirem outro formato. No entanto, parte concorda que o tema poderá ser bom para adultos de igual modo.

“Eu acho que os adultos podiam ler mas, não sei se os fá atrair muito as imagens e assim”

- *Pessoa na entrevista 3*

“Eu acho que sim porque também fala muito de sentimentos e, às vezes, os adultos também se sentem confusos em relação aos sentimentos”

- *Pessoa na entrevista 5*

4. Porque é que acham que estas histórias podem ser uma boa leitura para uma pessoa?

“Eu acho que devia(m) mostrar a mais pessoas [o *comic*/projeto] porque assim elas podem-se compreender melhor a ver esse livro. Podem sentir que sofrem o mesmo mas que vai ficar tudo bem”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Os nossos pais já devem ter passado por isso só que quando nós vamos para a adolescência pelo menos os meus não percebem e eu queria alguém ou alguma coisa, por exemplo, como um livro que me ajudasse a controlar melhor os sentimentos na adolescência. Porque os nosso pais já passaram por isso só que quando nós estamos a passar eles não compreendem.”

- *Pessoa na entrevista 5*

5. O que vos atrai mais nesta história?

“Foi a Skye [personagem principal] quando teve ansiedade”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Foi aquele monstrinho...eu tive medo dele mas eu também o achei fofo”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Eu gostei de tudo”

- *Pessoa na entrevista 4*

“Mais atrativo... eu acho que é parte dos sentimentos, porque às vezes uma pessoa pode ficar muito confusa com os seus sentimentos e às vezes ao ler um livro que fala sobre os seus sentimentos pode deixar de ficar confusa ou pode tentar fugir de alguns problemas que estejam a envolver esses sentimentos”

- *Pessoa na entrevista 5*

“A parte que mais me emocionou foi a parte do fim quando ela vai aos pais e pede praticamente desculpa aos pais. É uma parte que dá muita motivação para não guardarmos só para nós, mas sim para falarmos com outras pessoas”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Na minha opinião a parte mais atrativa foi quando ela estava muito confusa e naquele tipo de caixa com vários olhos. Porque ela estava a sentir vergonha e ela estava a dizer para ele parar porque estava a ser muito mau para ela”

- *Pessoa na entrevista 5*

“A parte mais atrativa na minha opinião foi quando a Skye começou a perceber que não achava que estava envergonhada. Houve uma parte no livro que falou um bocadinho disso e acho que foi a parte que me atraiu mais”

- *Pessoa na entrevista 5*

6. Como é que vocês aprenderam acerca destes assuntos da ansiedade? Achem que as pessoas à vossa volta, escola, pais, ou outros, falam e/ou ensinam-vos o suficiente acerca destes temas?

“Em casa mais ou menos que falamos, mas talvez na escola falar-se um bocado mais...”

- Pessoa na entrevista 3

“Na parte das ansiedades e pessoas que ficam muito preocupadas com uma coisa que parece que dá um frio na barriga... Eu já passei muitas vezes por isso e eu nunca guardava só para mim eu sempre deixava uma hora para conversar ou com o meu pai, ou com a minha mãe, ou com a minha irmã e eu acho isso muito importante, porque eu desabafava e ficava sempre melhor e sentia menos frios na barriga do que sentia antes”

- Pessoa na entrevista 5

“Acho que é muito bom sentarmos-nos todos os dias à mesa juntos... e perguntar sobre como correu o dia, não só perguntar a nós, aos filhos, mas também perguntar aos pais, porque nós também nos preocupamos com eles”

- Pessoa na entrevista 5

“Sim, nós ouvimos muito acerca da ansiedade e depressão também muito por causa dos telemóveis. E depois nós às vezes até nos afastamos da família por causa do telemóvel”

- Pessoa na entrevista 5

“São problemas que abordamos muito aqui na escola com profissionais e mesmo com as famílias, a minha irmã já passou por algumas destas coisas e ela diz-me para não seguir o mesmo caminho, que é melhor estar assim e como ela já passou por essa fase ela também sabe muito bem dizer o que devo fazer ou que não.”

- Pessoa na entrevista 5

“Pelo menos com os meus familiares, quando passei para o 5º ano houve mais conversas do que eu já tinha, então foi quando falei mais com os meus pais, mas quando eu estava aqui no primeiro ciclo também falava muitas vezes”

- Pessoa na entrevista 5

“Eu acho é que tenho um problema que sou muito fechada com os meus pais algumas vezes, não falo muito com eles porque eu também tenho medo que eles não percebam e eu acho que eles pensam que ainda sou uma criança”

- Pessoa na entrevista 5

“Também já me aconteceu várias vezes a mim que ao mesmo tempo queremos dizer alguma coisa aos nossos pais que não está bem connosco mas por outro lado não queremos por causa da reação que podem ter.”

- Pessoa na entrevista 5

7. Acham que as bandas desenhadas poderiam servir como um bom meio para explicar/explorar um tema e educar uma pessoa?

“Esse formato não é tão complexo e a criança consegue entender melhor”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Temos livros em que as histórias são fixas, só que eles escrevem tudo, não têm imagens, não têm recriação... fica ali uma coisa que irrequieta mais, mas este aqui [comic/projeto] não, porque tem os desenhos e os balões de fala”

- *Pessoa na entrevista 1*

“... e com a leitura dá para os adultos e com os desenhos dá para as crianças, para elas entenderem”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Eu acho que a leitura fica mais tranquila, não é só um livro que tem coisas escritas”

- *Pessoa na entrevista 3*

“Com este [o formato de banda desenhada] conseguimos entender melhor [a exposição/explicação de um tema/tópico], por causa das imagens”

- *Pessoa na entrevista 4*

8. Estão familiarizados com bandas desenhadas? Costumam ler este tipo de livros? Então conseguem perceber o que estas legendas e setas significam? (referindo-me a elementos textuais presentes nas páginas, além do diálogo, como por exemplo os efeitos sonoros)

“Eu tenho vários livros e eu acho fixe as bandas desenhadas, eu já me habituei a elas porque lá no Brasil existe uma coisa chamada Turma da Mônica e é muito famoso e os meus avós trazem sempre para mim”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Eu às vezes peço quando vou à livraria ou compro ou às vezes peço no Natal para ler com a família.”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Eu gosto de banda desenhada, porque às vezes só pelas imagens já dá para perceber um bocado da história”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Mais ou menos, mas eu agora, à tarde, também estou a ler um livro que é banda desenhada”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Eu gosto mas não leio muito”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Não leio muito, mas eu gosto até dos livros que têm imagens”

- *Pessoa na entrevista 5*

Durante esta pergunta apontou-se para alguns elementos do *comic* como por exemplo os elementos textuais que representam efeitos sonoros, os elementos visuais com setas para indicar movimento ou que servem para visualizar o pensamento da personagem principal e verificou-se que, de facto, os alunos conseguem perceber a função e estão familiarizados com os elementos característicos de uma banda desenhada.

9. Se pudessem escrever uma nova história como esta e pudessem escolher o tema, qual é que escolheriam? Que tipo de história gostariam que fosse criada, que gostassem de partilhar ou acham importante mostrar a pessoas da vossa idade?

“Eu acho que deveria haver um livro acerca de uma mudança muito drástica... de cidades, de lugares que podem ter marcado muito mas que depois mudaram-se por um bem melhor”

- *Pessoa na entrevista 1*

“[uma história] sobre as saudades”

- *Pessoa na entrevista 1*

“Sobre o medo... o medo de alguma coisa... [a referir-se a fobias]”

- *Pessoa na entrevista 4*

“Eu já vi mas acho que não há assim tantos livros que falem especificamente no que é o *bullying*. Eu falo por mim, já li alguns livros de *bullying* mas não diz especificamente o que é que fala, o que é que é o *bullying* mesmo, porque há coisas que lá acontecem que não diz”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Porque a maioria destes livros com *bullying* são com histórias básicas. E na verdade nem sempre todas as histórias são básicas, podem ser muito graves”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Eu nunca vi livros que em vez de falar do pensamento da personagem principal, ir para o lado das pessoas que discutiram com essa personagem. Porque por exemplo quando estou com os meu pais e faço algo que eles não gostam eu fico a pensar no meu lado da história, não penso no deles, muitas vezes acontece isso e depois não percebo porque estão chateados. Mas eu gostaria de pensar no lado dos meus pais, não só no meu e acho que um livro acerca disso também me ajudaria”

- *Pessoa na entrevista 5*

“Acho que seria um livro também muito interessante se pudessem falar no porque é que às vezes devemos falar ou confiar mais nas pessoas ou por exemplo explicar porque é que em vez de ficarmos com um assunto para nós, mesmo que seja grave ou não, temos de contar aos nossos pais. Seria interessante explicarem porque temos de falar e porque é que nos sentimos inseguros em relação às nossas emoções e em relação à nossa personalidade” - *Pessoa na entrevista 5*

“Também acho que outro tema muito interessante que podia ser abordado num livro é que nós às vezes não nos podemos idealizar porque nem sempre é a melhor forma de nós enfrentarmos os problemas” - *Pessoa na entrevista 5*

“Também seria fixe um livro para ver e nos ajudar sobre o caminho da adolescência, mesmo para controlar os sentimentos e tudo” - *Pessoa na entrevista 5*

10. Ainda apontei para três partes da história em específico para perguntar se percebem o que significa ou o que se pretende transmitir. Bem como também perguntei se acham que a linguagem está muito agressiva ou adequada para pessoas das idades deles.

Para todos os momentos que foram apontados durante este exercício prático todos os participantes responderam de forma positiva. O que significa que todos conseguem compreender a narrativa não só pelo seu diálogo como através dos elementos visuais que por si só comunicam algo, através do simbolismo ou outras técnicas. Relativamente à linguagem confirmou-se que durante os momentos negativos nenhum aluno considerou que fosse muito agressivo ou inadequado para as suas idades. Em geral, parece que todos conseguiram compreender bem a linguagem que foi usada, mas para um futuro trabalho talvez seja melhor ter em atenção o uso de vocabulário mais simples, para se evitar o uso de palavras complexas que as pessoas desta idade possam ainda não conhecer o significado e manter as frases curtas para não lhes causar confusão.

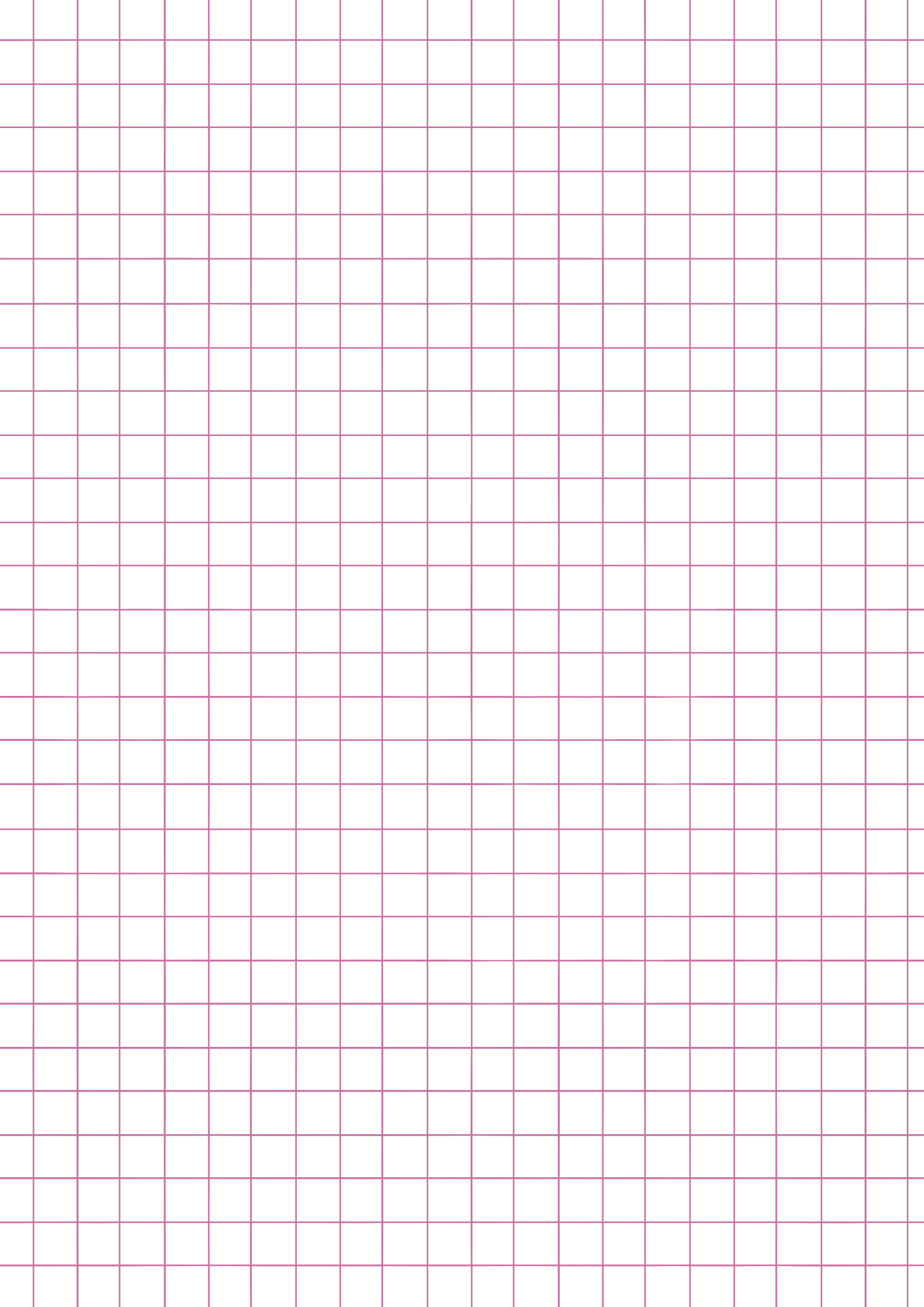
Algumas conclusões que os participantes retiveram da história:

“Com o tempo nós vamos superando e não precisamos de ter medo nem raiva e nem queremos/podemos nos afastar das pessoas” - *Pessoa na entrevista 1*

“Eu o que percebi é que ao longo da vida vai ter que sempre se enfrentar os problemas... então não é preciso ter medo” - *Pessoa na entrevista 1*

“Que ao longo da vida se vai passando por altos e baixos” - *Pessoa na entrevista 1*

**NOTAS CONCLUSIVAS
E
TRABALHOS FUTUROS**

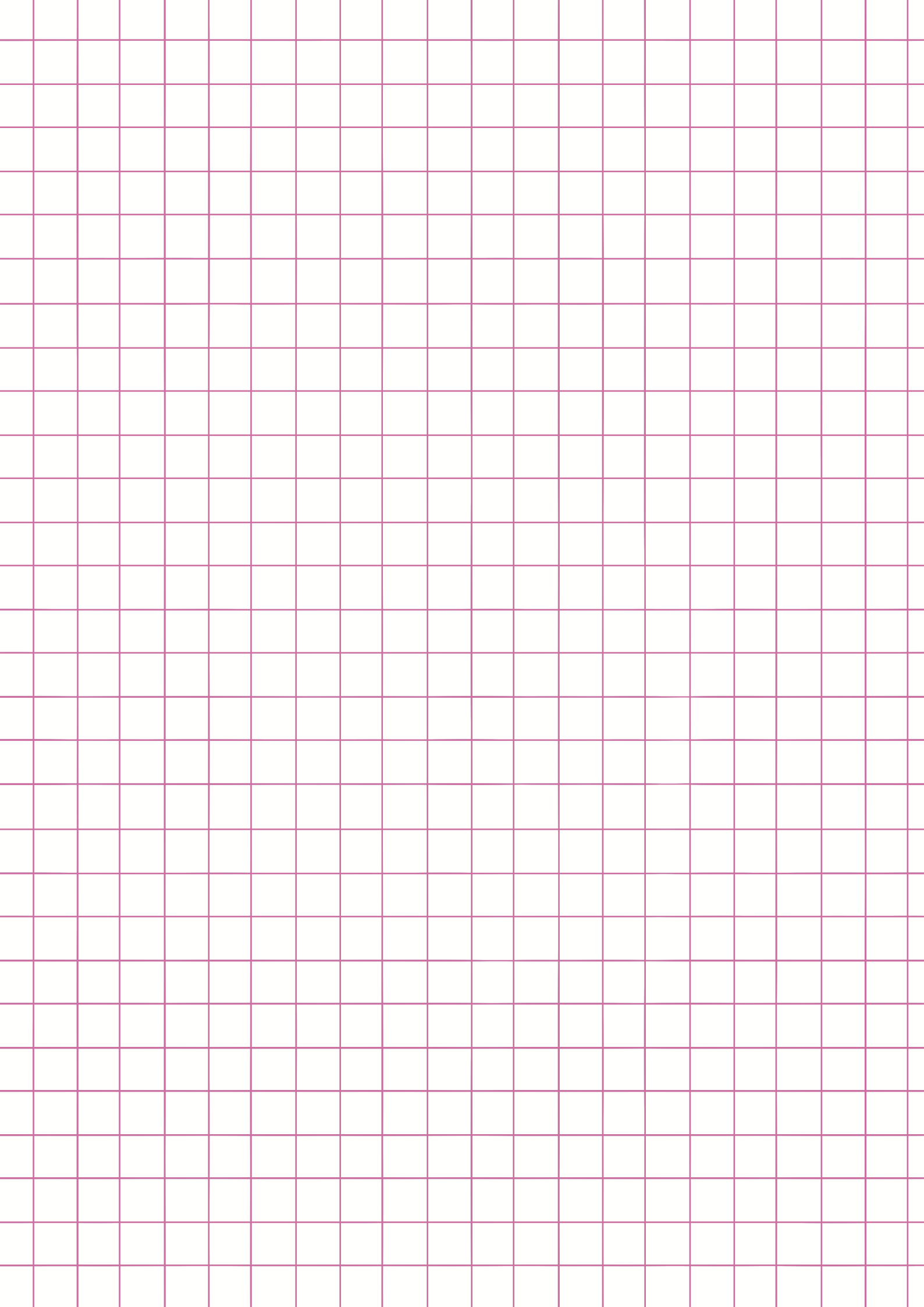


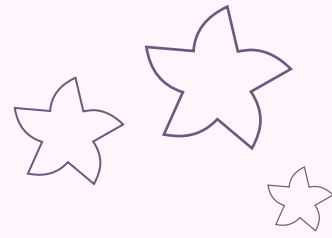
Este projeto passou por várias fases ao longo de dois anos de desenvolvimento. O exercício de convocar autores para a realização de um corpo teórico foi desafiante, mas percebemos o seu imprescindível contributo nas diferentes etapas do projeto que aqui se apresenta. Falar sobre o universo das emoções parece hoje mais simples, mas nem sempre foi assim. A ansiedade foi o foco do nosso projeto por se apresentar como uma dimensão subjetiva que tem efeitos nos sujeitos, naqueles que o rodeiam e conseqüentemente na teia de relações que circundam cada pessoa. Selecionamos como público-alvo os jovens adolescentes. Esta delimitação foi ao encontro de uma prioridade, que se estabeleceu na percepção de que cada grupo/público-alvo exige uma combinação de elementos de comunicação gráfica distinta, no sentido de tornar efetiva a sua função comunicacional. Este projeto construiu-se em torno duma narrativa tendo em conta as regras que contribuem para a criação de uma história e de personagens coerentes. Consolidou-se a informação relevante para a abordagem do tema com base nas formas de comunicação e de organização de dados. Escolheu-se o meio com base nas características mais atrativas das ferramentas disponíveis no meio do design e que se adaptam ao formato de sequências de ilustrações. Deste aglomerado surgiu a realização de um *comic* que retrata causas e efeitos relacionados com a ansiedade, sintomas que se podem sentir inclusivamente no dia a dia. A criação de um projeto que tem na sua base um *comic* pode desafiar, por si só, o seu enquadramento no território do Design Gráfico, mas sem os saberes oriundos desse território não chegaríamos ao momento presente. A simplicidade que assiste o objeto final guarda um conjunto de ponderações consideradas ao longo de uma trajetória marcada por estudo que, nos exercícios de tentativa e de erro, fez muitas vezes suscitar dúvidas e questões, medos e frustrações. Foi possível observar que a gramática, a técnica, as ferramentas, os elementos precisam de uma determinada conjugação para que a comunicação se torne efetiva. Este caminho permitiu perceber que a existência e o domínio de softwares são uma ínfima parte num caminho exigente e aliciante, que vivem da curiosidade, da leitura, da investigação, da prática e da análise. Um caminho que se mostrou longo, pois a cada camada visível existe uma outra, invisível, associada a uma lógica, a uma ponderação, a um fator que importava ser compreendido pelo outro. O objeto conseguido comunica e a percepção sobre essa sua vertente foi verificada nas abordagens de trabalho de campo, onde estiveram envolvidos alunos e professores, que num exercício de participação coletiva permitiram validar se a comunicação do objeto era ou não efetiva. A aplicação do design através do uso conjugado de cores, de composições equilibradas, elementos de tensão, da criação de personagens, do uso de linhas, pontos e manchas provou a importância do seu papel basilar, o da comunicação. No entanto, a sua vertente interdisciplinar cumpre um extenso leque de abordagens, no qual, entre outros,

podem ser conjugadas as narrativas visuais e o *storytelling*. Neste sentido, da recolha e análise de dados, assim como, das observações realizadas no contexto da sessão de leitura, dos grupos focais e dos inquéritos por questionário é possível aferir que o conteúdo exposto à validação foi compreendido e nesse sentido encontra-se validado pelo público aqui envolvido. Dada a camada de subjetividade de cada leitura e interpretação o modelo de validação carece de ser trabalhado com um número de sujeitos mais significativo, no sentido de tornar a amostra representativa, mas as condicionantes de gestão de tempo e logística, num trabalho desta natureza, vivem da capacidade de mobilização de pessoas e boa vontade na participação de projetos de investigação.

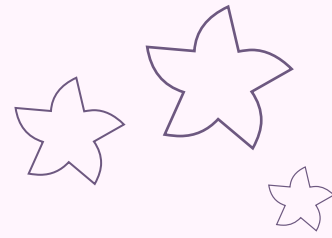
Como possibilidade de trabalhos futuros, gostaríamos de abordar o *comic* adaptado a suportes digitais num cenário mais imersivo e dinâmico, onde opções de interação com cenários e personagens poderiam ser equacionadas numa lógica de videojogo. Em suma, o desenvolvimento deste projeto deu-me a oportunidade de explorar um domínio, que através de formas, paletas de cores, texturas e exercícios de procura para as diferentes dimensões a comunicar, se constituiu como um argumento de crescimento pessoal. Isto porque o trabalho desenvolvido espelha a trajetória de uma designer que fez uma incursão ao universo dos *comics* com o intuito de desconstruir emoções.

BIBLIOGRAFIA/ WEBGRAFIA

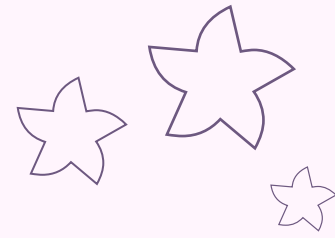




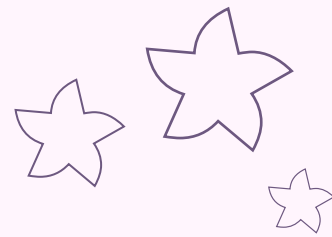
- Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2019). *The fundamentals of graphic design*. Bloomsbury Publishing.
- Anxiety disorders. (2023, September 27). World Health Organization (WHO). <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/anxiety-disorders#:~:text=An%20estimated%204%25%20of%20the,all%20mental%20disor>
- a partial perspective. (2018, Janeiro 31). *Why Animals Exist In Children's Stories* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rCeIVA6DO04>
- Aristóteles. (s.d.). *Poetics* (S. H. Butcher, Trans.). Broadview Press. (Original work published circa 335 BCE)
- Attebery, B. (2013). *Stories about stories: Fantasy and the remaking of myth*. Oxford University Press
- Baker, J. (2019, Janeiro 28). *The Art of Emotion — Norman's 3 Levels of Emotional Design*. Medium. <https://medium.muz.li/the-art-of-emotion-normans-3-levels-of-emotional-design-88a1fb495b1d>
- Barnard, M. (2005). *Graphic Design as Communication*. Routledge
- Barrett, L. F. (2023, Maio 26). *The biggest myths about emotions, debunked*. Big Think. https://bigthink.com/the-well/myths-about-emotions-debunked/?utm_source=youtube&utm_medium=video&utm_campaign=youtube_description
- Bayoumi, S. [Science Gaallery Bengaluru]. (2021, Novembro 10). *COVID Comics: What Can Graphic Medicine Teach Us About the Pandemic?* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=zFIPh_6eKZk&ab_channel=ScienceGalleryBengaluru
- Blewett, L., & Ebben, M. (2021). *Post-Pandemic Anxiety*. *Post-Pandemic Pedagogy: A Paradigm Shift*, 129.
- Bigman, A. (2012). *The Polka Dot: Art, cosmos and graphic design*. 99designs. <https://99designs.com/blog/creative-inspiration/polka-dots-art-the-cosmos-and-graphic-design/>
- Bill Watterson makes a case for art. (2014, July 21). M. Landers. <https://mlanders.com/2014/07/21/bill-watterson-makes-a-case-for-art/>
- Bowers, J. (2012). *Introduction to graphic design methodologies and processes: understanding theory and application*. John Wiley & Sons.
- Chu, Y. (2018). *Analysis of the Application of Illustration Art in Graphic Design*. 10.2991/icpel-18.2018.126.
- Craske, M. G., Rauch, S. L., Ursano, R., Prenoveau, J., Pine, D. S., & Zinbarg, R. E. (2011). *What is an anxiety disorder?*. *Focus*, 9(3), 369-388.



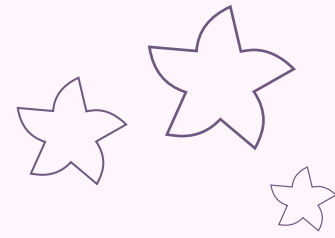
- Coffin, A. B. (1991). *The Questions of Tragedy*. Edwin Mellen Press
- Crowley, D. (1996). *Visible Language: New Perspectives: Critical Histories of Graphic Design*.
- Costello E, Angold A, Burns B, Stangl D, Tweed D, Erkanli A, et al. The Great Smoky Mountains Study of Youth. Goals, design, methods, and the prevalence of DSM-III-R disorders. *Archives of General Psychiatry* 1996;53:1129–1136.
- Costello EJ, Egger HL, Angold A. The developmental epidemiology of anxiety disorders: phenomenology, prevalence, and comorbidity. *Child Adolesc Psychiatr Clin N Am*. 2005 Oct;14(4):631-48, vii. doi: 10.1016/j.chc.2005.06.003. PMID: 16171696.
- Damáσιο, A. (1994). *O Erro de Descartes*. Temas e Debates
- Damáσιο, A. (2017). *The Stranger Order: Life, Feelings and the Making of Cultures*. Círculo de Leitores
- Daum, K. (2014, Fevereiro 28). 5 Reasons You Should Speak Up (Even When You Think You Shouldn't). Inc.com. <https://www.inc.com/kevin-daum/5-reasons-you-should-speak-up-even-when-you-think-you-shouldnt.html>
- Dooley, M. (2011, Agosto 9). How comics influence graphic designers. Salon. https://www.salon.com/2011/08/09/graphic_art_imprint/
- Eder, J., Hanich, J., & Stadler, J. (2019, Maio 27). NeCSUS | Media and emotion: An introduction. NECSUS. <https://necsus-ejms.org/media-and-emotion-an-introduction/>
- Farina, M., Perez, C., & Bastos, D. (2006). *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*. Edgard Blucher.
- Fernandez, K. T. G., & Lina, S. G. A. (2020). Draw me your thoughts: The use of comic strips as a cognitive behavioral therapy intervention. *Journal of Creativity in Mental Health*, 15(1), 17–29. <https://doi.org/10.1080/15401383.2019.1638861>
- Ferreira, L; Pereira, L; Brás, M & Ilchuk, K. (2021). Quality of life under the COVID-19 quarantine. *Quality of Life Research*. 30. 1-17. 10.1007/s11136-020-02724-x.
- Fies, B. (2019, April 26). Comic Book Catharsis: A Q&A With Brian Fies on His Powerful Graphic Novel About California Wildfires. Interview by E. Goukassian. *The Nation*. <https://www.thenation.com/article/archive/brian-fies-a-fire-story-interview-graphic-novel/>
- Friedmann, J. [TEDx Talks]. (2012, Novembro 27). The mystery of storytelling: Julian Friedmann at TEDxEaling. [Vídeo]. Youtube.
- Gergen, K. J., & Gergen, M. M. (1988). Narrative and the self as relationship. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 21, pp. 17-56). Academic Press.



- Green, M. & K. Myers. (2010). Graphic medicine: Use of comics in medical education and patient care. *BMJ*, 340. doi:10.1136/bmj.c863.
- Griffin, D. (2019). Histories of Visual Communication Design: An introduction to the Special Issue. *Visible Language*, 53(1).
- Garner, R. L. (2006). Humor in Pedagogy: How Ha-Ha can Lead to Aha! *College Teaching*, 54(1), 177-180. <https://doi.org/10.3200/CTCH.54.1.177-180>
- Goodwin, R. D.; Weinberger, A. H.; Kim, J. H.; Wu, M & Galea, S. (2020). Trends in anxiety among adults in the United States, 2008-2018: Rapid increases among young adults. *Journal of Psychiatric Research*, 130, 441-446. <https://doi.org/10.1016/j.jpsy-chires.2020.08.014>
- Hainsworth, J. B. (2023). *The idea of epic (Vol. 3)*. Univ of California Press.
- Hamilton-Selway Fine Art. (2023). 6 Famous Artists Making Cartoon and Comic Pop Art. <https://hamiltonselway.com/comic-cartoon-pop-art-artists/>
- Hawke, E. [TED]. (2020, Agosto 11). Give yourself permission to be creative | Ethan Hawke. [Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=WRS9Gek4V5Q&ab_channel=TED
- Hight, T. (2024, Junho 6). How Comic Books Influenced My Graphic Design Career. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/how-comic-books-influenced-my-graphic-design-career-lmdagency-d3che/>
- Hollis, R. (2001). *Design gráfico: Uma história concisa (1ª ed.)*. Livraria Martins Fontes Editora.
- Jenkins, H. (2014). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. In *Entertainment industries* (pp. 145-160). Routledge
- Kalabikhina, Irina. (2020). Demographic and social issues of the pandemic. *Population and Economics*, 4. 103-122. 10.3897/popecon.4.e53891.
- Kearney, R. (2012). Narrativa. *Educação & Realidade*, 37, 409-438
- Koutníková, M. (2017). The Application of Comics in Science Education. *Acta Educationis Generalis*, 7, 88-98. 10.1515/atd-2017-0026
- Kukreja, V. (2024). Comic exploration and Insights: Recent trends in LDA-Based recognition studies. *Expert Systems with Applications*, 255, 124732).
- Liang, S. (2021). Research on Emotional Factors and Emotional Experience of Information Graphic Design in Visual Communication Design. *Academic Journal of Computing & Information Science*, 4(2)



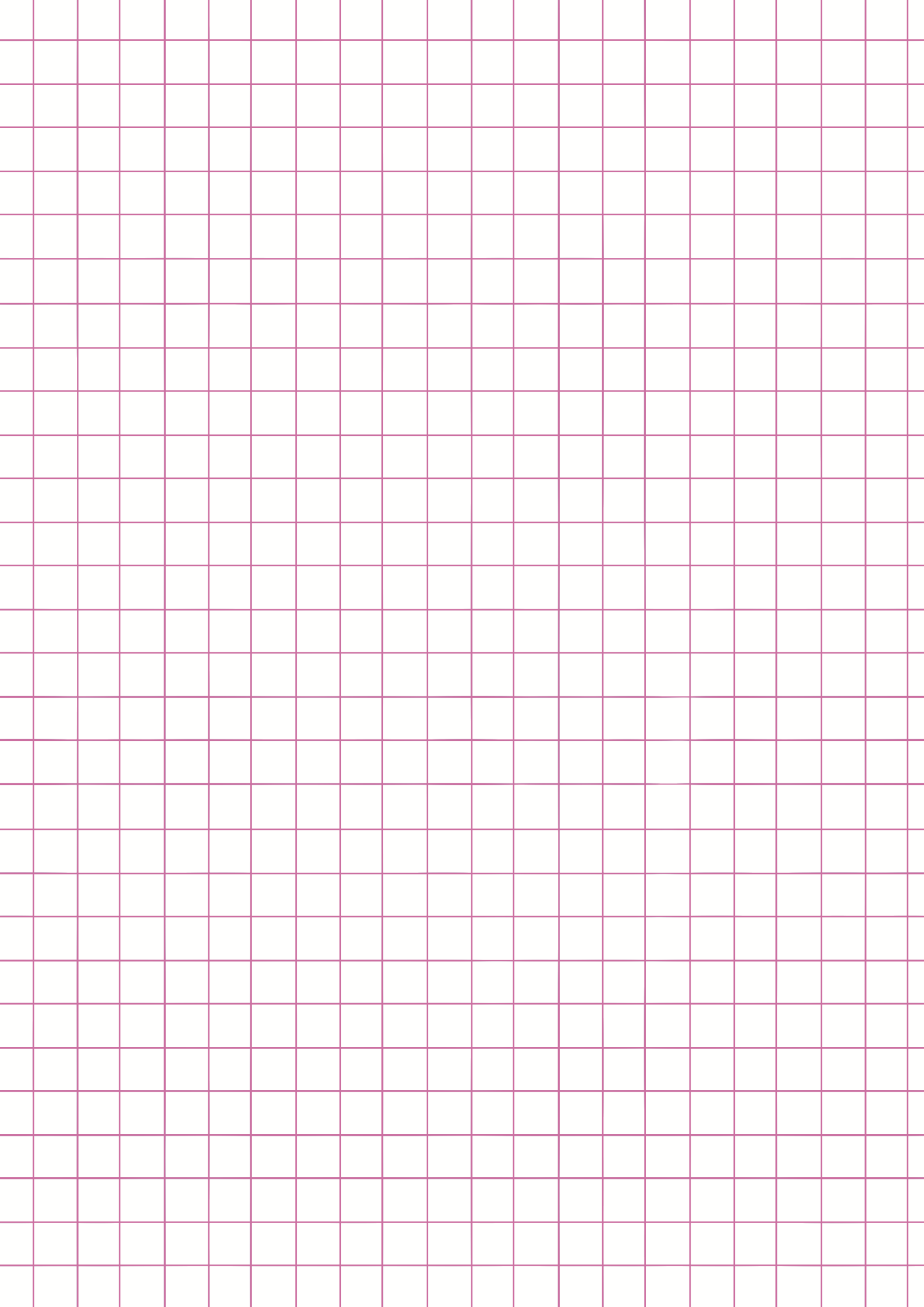
- Liang, X. [Central Saint Martins]. (2020, Janeiro 23). Defining Graphic Communication Design. [VÍdeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=5Y0nUuyromM&ab_channel=CentralSaintMartins
- Lin, S. F.; Lin, H. shyang; Lee, L. & Yore, L. D. (2015). Are Science Comics a Good Medium for Science Communication? The Case for Public Learning of Nanotechnology. *International Journal of Science Education, Part B*, 5(3), 276–294. <https://doi.org/10.1080/21548455.2014.941040>
- Liu, C. (2020). The Development Trend of Visual Communication Design. *Frontiers in Art Research*, 2(9)
- Loomis, A. (1951). *Successful Drawing*. https://archive.org/details/Andrew_Loomis_Successful_Drawing
- Lupton, E. & Phillips, J. (2008). *Graphic Design: The New Basics*. Princeton Architectural Press
- Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum
- Lupton, E. (2020). *O Design Como Storytelling*. Editorial Gustavo Gili.
- McCombes, S. (2021, Junho 7). What Is a Research Design | Types, Guide & Examples. Scribbr. <https://www.scribbr.com/methodology/research-design/>
- McCloud, Scott. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. Kitchen Sink Press
- McNicol, S. (2017). The potential of educational comics as a health information medium. *Health Info Libr J*. 34: 20–31. <https://doi.org/10.1111/hir.12145>
- Munari, B. (2008). *Design as art*. Penguin UK.
- MUNARI, B. (1991). *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70.
- Murray, A. T. (1916, January). Plot and Character in Greek Tragedy. In *Transactions and Proceedings of the American Philological Association* (Vol. 47, pp. 51–64). Johns Hopkins University Press, American Philological Association
- Paracha, S., Jehanzeb, S., & Yoshie, O. (2009). Examining the theoretical schema of shim-pai muyou! Narrative learning environment. *Recent Advances in Multimedia Signal Processing and Communications*, 579–609
- Phillips, D. [TEDx Talks]. (2017, Março 16). The magical science of storytelling | David JP Phillips | TEDxStockholm. [VÍdeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Nj-hdQMa3uA&t=884s>
- Resnick, E. (2003). *Design for communication: Conceptual graphic design basics*. John Wiley & Sons.

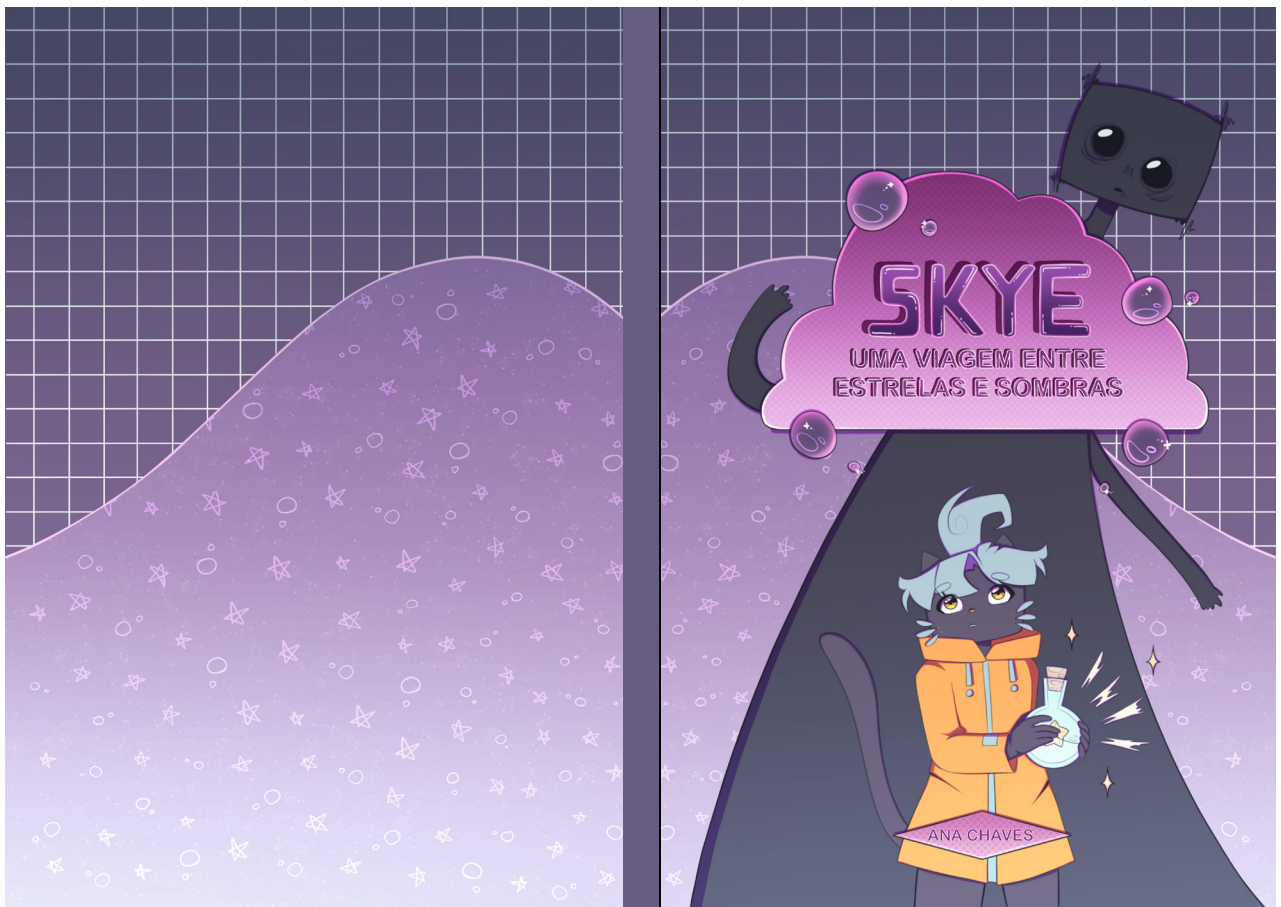


- Restrepo, M. (2014). Graphic Design: A Consolidation Of A Discipline. *Blucher Design Proceedings*, 1(5), 127-132.
- Rice, S., O'Bree, B., Wilson, M., McEnery, C., Lim, M. H., Hamilton, M., Gleeson, J., Bendall, S., D'Alfonso, S., Russon, P., Valentine, L., Cagliarini, D., Howell, S., Miles, C., Pearson, M., & Álvarez-Jiménez, M. (2021). Development of a graphic medicine-enabled social media- based intervention for youth social anxiety. *Clinical Psychologist*, 25, 140–152.
- Rose, N. (2022). *La invención del sí mismo: Poder, ética y subjetivación*. Pólvora editorial
- Schenk, P.M. (1991). The changing role of drawing with specific reference to the graphic design process. Loughborough University. Conference contribution. <https://hdl.handle.net/2134/1632>
- Smith, L. (2019, Junho 20). The importance of illustrations in design. *Ocreations*. <https://www.ocreations.com/importance-of-illustrations-in-design/>
- StudioBinder. (2023, Novembro 27). Aristotle's Poetics Explained – And Why It Matters For Screenwriters. [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=eW2WjJWk-LMU&list=WL&index=7&ab_channel=StudioBinder
- Suzuki, W. (2021). *Anxiety is your superpower: Using anxiety to think better, feel better and do better*. Hachette UK.
- Taha, S. & El Sayed, R. (2021). Effect of an Educational Comic Story about Preoperative Orientation on Information and Anxiety Level of Children Undergoing Surgery. *Clinical Nursing Research*. 30. 105477382199485. 10.1177/1054773821994851.
- Van Beek, M., & Patulny, R. (2022). 'The threat is in all of us': Perceptions of loneliness and divided communities in urban and rural areas during COVID-19. *Journal of Community Psychology*, 50(3), 1531-1548.
- Williams, I. C. M. (2012). Graphic medicine: comics as medical narrative. *Med Humanit*. doi: 10.1136/medhum-2011-010093.
- Williams, I. (n.d.). What is "Graphic medicine"?. *Graphic Medicine*. <https://www.graphic-medicine.org/why-graphic-medicine/>
- Wright, G., & Sherman, R. (1999). Let's create a comic strip. *Reading Improvement*, 36(2), 66



ANEXOS





Spread da capa, contracapa e espinha do livro



Pág. 5



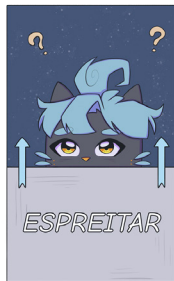
Pág. 6



Pág. 7

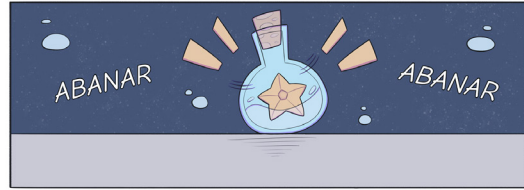


Pág. 8



- SILÊNCIO -

Pág. 9



Pág. 10



Pág. 11



Pág. 12



Pág. 13



Pág. 14



Pág. 15



Pág. 16



Pág. 17



Pág. 18



Pág. 19



Pág. 20



Pág. 21



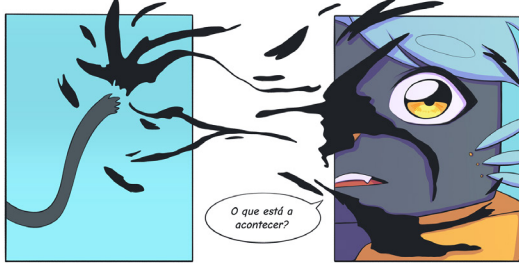
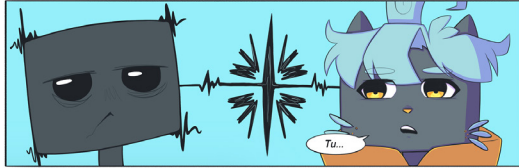
Pág. 22



Pág. 23



Pág. 24



Pág. 25



Pág. 26



Pág. 27



Pág. 28



Pág. 29



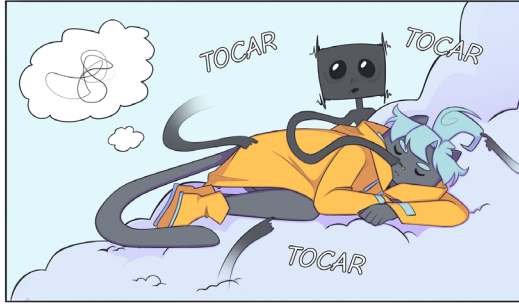
Pág. 30



Pág. 31



Pág. 32

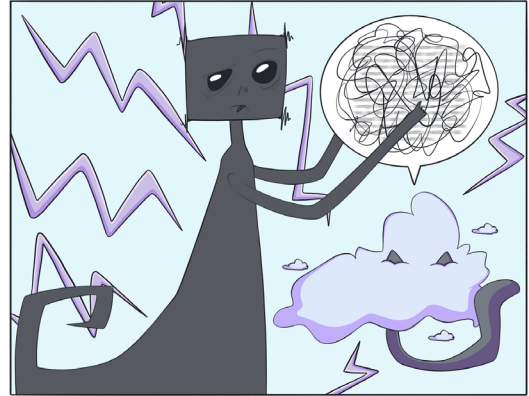


Para! Vou para debaixo do cobertor de nuvens fofas para não te poder ouvir.

Aaaaahh porque é que a Shadow está aqui?! E há quanto tempo tem estado aqui? Eu sei que só agora é que consigo vê-la, mas parece que tem estado sempre aqui. Faz-me sentir sobrecarregada e sentir todas as outras emoções estranhas pelas quais tenho andado a passar. Se calhar ela já estava presente e eu não a conseguia ver. E porque é que não questioneei uma estrela cadente conseguir falar comigo? Mas a estrela parece ser uma coisa boa, ela faz-me sentir quente e segura, mas a Shadow? Não sei o que pensar disto! Estou a sonhar ou isto está mesmo a acontecer? Estes lugares nem deviam existir, a realidade não funciona desta forma...



Pág. 33



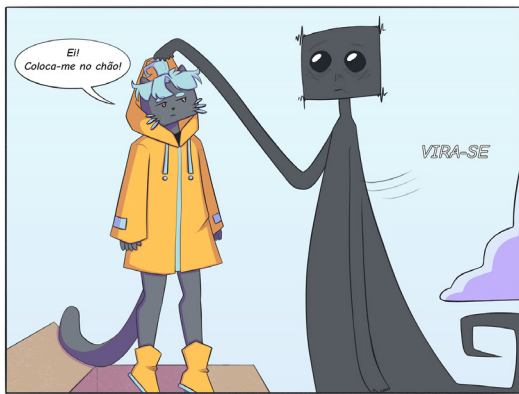
Aaaahh! Para com isso! Eu sei que foste tu. Eu consigo sentir. Eu não consigo parar de pensar num milhão de coisas e tu não estás a ajudar.

CHATEADA

Pág. 34



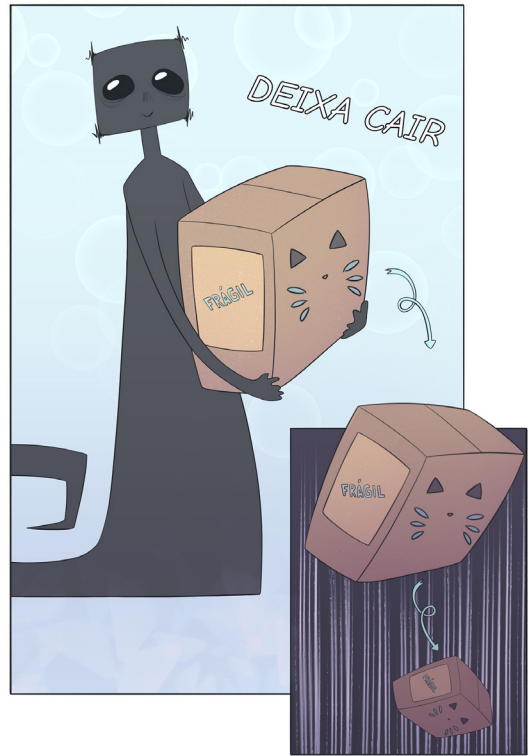
Eu não consigo adormecer, é impossível. Pronto, ganhaste. Onde é que queres ir?



Ei! Coloca-me no chão!

VIRA-SE

Pág. 35



DEIXA CAIR

Pág. 36



Pág. 37



Pág. 38



Pág. 39



Pág. 40



Pág. 41



Pág. 42



Pág. 43

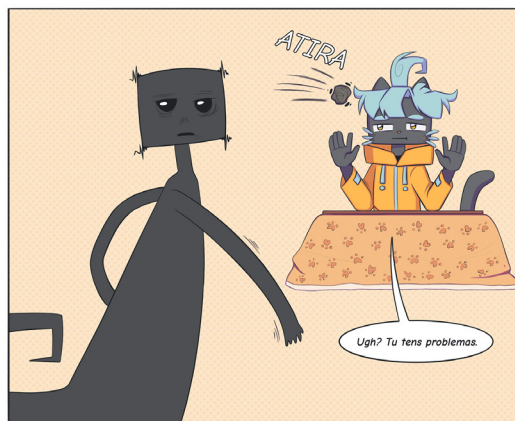
Sempre que a Shadow me toca com esta matéria negra é como se houvesse um ruído na minha cabeça mas, às vezes, é tão silencioso. Seja o que for, sinto sempre um vazio...



Pág. 44



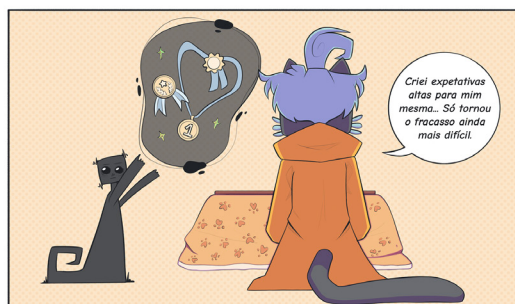
Pág. 45



Pág. 46



Pág. 47



Pág. 48



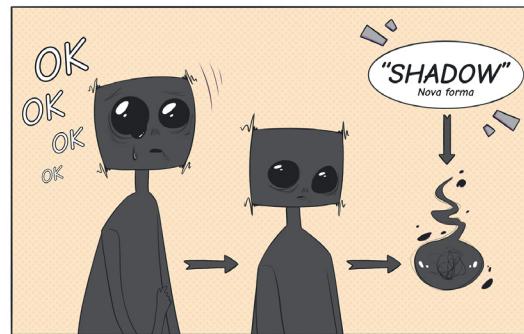
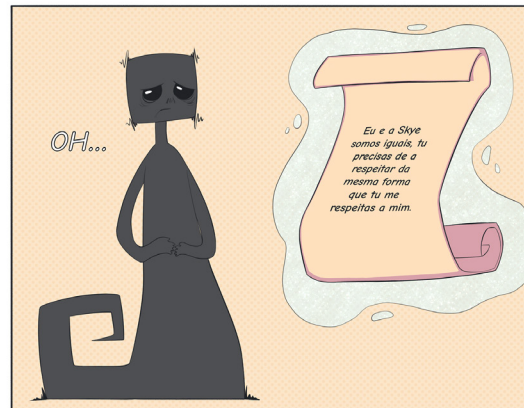
Pág. 49



Pág. 50



Pág. 51



Pág. 52



Pág. 53



Pág. 54



Pág. 55



Pág. 56



Pág. 57



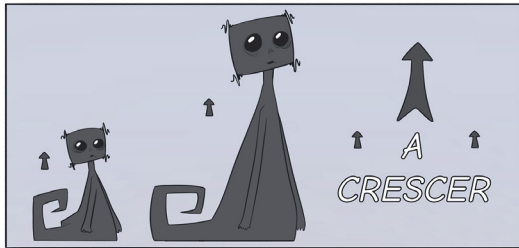
Pág. 58



Pág. 59



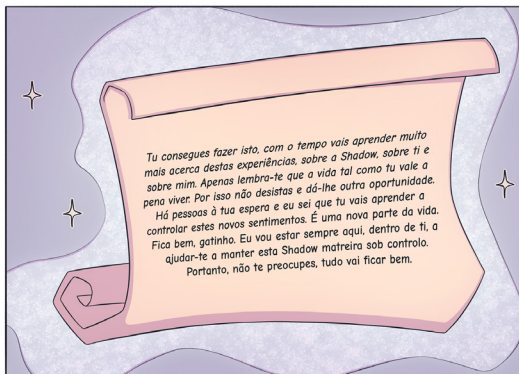
Pág. 60



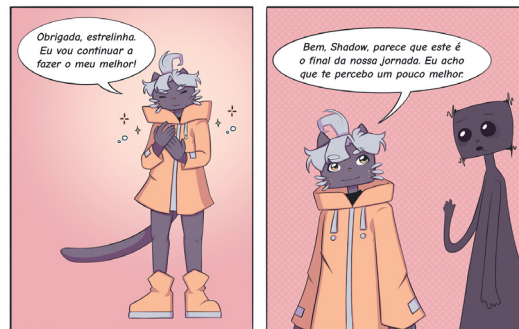
Pág. 61



Pág. 62



Pág. 63



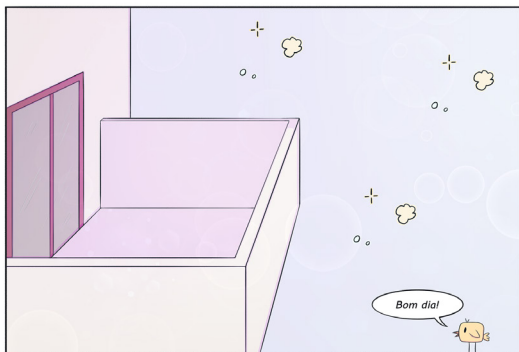
Pág. 64



Pág. 65



Pág. 66



Pág. 67



Pág. 68



Pág. 69



Pág. 70



Pág. 71

