



**Vanessa Campana Vergani de Oliveira
(Organizadora)**

A Evolução do Design Gráfico 2

Atena
Editora
Ano 2019

Vanessa Campana Vergani de Oliveira
(Organizadora)

A Evolução do Design Gráfico 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
E93	A evolução do design gráfico 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Campana Vergani de Oliveira. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (A Evolução do Design Gráfico; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-572-3 DOI 10.22533/at.ed.723190309 1. Artes gráficas. 2. Desenho (Projetos). 3. Projeto gráfico (Tipografia). I. Oliveira, Vanessa Campana Vergani de. CDD 741.6
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A segunda edição do Ebook “A Evolução do Design Gráfico”, assim como o primeiro volume pretende fortalecer o Design, colaborando para a maior aventura exploratória da humanidade que somente começou: o conhecimento do cérebro como fonte de riquezas inesgotáveis.

Nestes 25 volumes as experiências são das mais distintas, passando pelas mais diversas áreas do design: quadrinhos, embalagens, sustentabilidade, mobiliário litúrgico, mobiliário itinerante e artefatos.

Um dos temas amplamente discutidos, é o ensino do Design, das mais diferentes formas: as vantagens e desvantagens do EAD, as matrizes curriculares, o material didático como forma de empatia, design valorizando os materiais naturais e o redesign.

Assim, o foco desse livro é mostrar a importância e a amplitude da discussão sobre o papel do design. Os textos aqui apresentados são de grande relevância para o meio acadêmico, são um convite à reflexão da importância do design no dia a dia, reúnem importantes pesquisas das mais diversas instituições de ensino superior do Brasil,

Convido você a aperfeiçoar seus conhecimentos e refletir com os temas aqui abordados.

Boa leitura!

Vanessa Campana Vergani de Oliveira

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A IMPORTÂNCIA DA AMBIENTAÇÃO VINTAGE PARA A SUSTENTABILIDADE	
Kátia Maria de Lima Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.7231903091	
CAPÍTULO 2	14
A METODOLOGIA ATIVA COMO AUXILIAR NO ENSINO DE DESIGN A DISTÂNCIA	
Larissa Siqueira Camargo	
Sabrina Giselle Levinton	
DOI 10.22533/at.ed.7231903092	
CAPÍTULO 3	23
A RETÓRICA DO DESIGN GRÁFICO EM APRESENTAÇÕES DIGITAIS DE POWERPOINT	
Guaracy Carlos da Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903093	
CAPÍTULO 4	35
A UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE PESQUISA DO USUÁRIO PARA A DEFINIÇÃO DE PERFIL DE ALUNOS DE DESIGN	
Tainá Cabral Benjamin	
Luna Victoria Pessoa da Silva	
Narle Silva Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903094	
CAPÍTULO 5	47
APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO NO CURSO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO VISUAL	
Agnacilda Silva Rocha	
Carolina Marielli Barreto	
Milton Koji Nakata	
DOI 10.22533/at.ed.7231903095	
CAPÍTULO 6	58
AS NARRATIVAS DO DESIGN DE S. – O NAVIO DE TESEU	
Christiane C. Almeida	
Vera Lucia dos S. Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.7231903096	
CAPÍTULO 7	73
CARRO-BIBLIOTECA: REDESIGN CENTRADO NO USUÁRIO DE BIBLIOTECA PÚBLICA ITINERANTE	
Andréa Franco Pereira	
Letícia Ribeiro de Martino	
Nathalia Carvalho de Lima	
Viviane Pereira Pinto Ferreira	
Gildete Santos Veloso	
DOI 10.22533/at.ed.7231903097	

CAPÍTULO 8	91
COMBINANDO FRAMEWORKS NO DESENVOLVIMENTO DE ARTEFATOS DIGITAIS: UM ESTUDO DE VIABILIDADE	
Guto Kawakami de Oliveira Sylker Teles da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.7231903098	
CAPÍTULO 9	103
COMUNIDADE QUILOMBOLA DE FELIPE: ESTUDOS EM PRODUCT-SERVICE SYSTEMS PARA INCENTIVAR A ECONOMIA LOCAL	
Nadja Maria Mourão Ivy Francielle Higino Martins Rosilene Conceição Maciel Ana Célia Carneiro Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903099	
CAPÍTULO 10	116
CONSUMO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS: PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE A EMBALAGEM NATURA EKOS DE BURITI	
Priscila Westphal Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.72319030910	
CAPÍTULO 11	128
DESIGN COMO AGENTE PROPULSOR DA RELAÇÃO ENTRE CINEMA E SUAS REPRESENTAÇÕES	
Nicolas Tessari Luiza Grazziotin Selau Carla Farias Souza Gislaine Sacchet	
DOI 10.22533/at.ed.72319030911	
CAPÍTULO 12	144
DESIGN DE EXPERIÊNCIA AMBIENTAL HOSPITALAR – FOCO NO ATENDIMENTO À CRIANÇA	
Aline Garcia Pereira Laís Machado Lizandra Garcia Lupi Vergara	
DOI 10.22533/at.ed.72319030912	
CAPÍTULO 13	159
DESIGN E COMPLEXIDADE: APLICAÇÃO DE UM JOGO COLABORATIVO A FIM DE IDEAR SOLUÇÕES PARA OS PROBLEMAS DA MINERAÇÃO	
Thalita Barbalho Ana Carolina Lacerda Letícia Guimarães Rita de Castro Engler	
DOI 10.22533/at.ed.72319030913	

CAPÍTULO 14	174
DESIGN E SIMBOLOGIA NO PROJETO DE MOBILIÁRIO LITÚRGICO	
Marcelo dos Santos Forcato Anelise Guadagnin Dalberto Bruno Montanari Razza Paula da Cruz Landim	
DOI 10.22533/at.ed.72319030914	
CAPÍTULO 15	192
DESIGN EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PENSAMENTO E DA PRÁTICA	
Rafael Kochhann Sílvia Trein Heimfarth Dapper	
DOI 10.22533/at.ed.72319030915	
CAPÍTULO 16	207
EPISTEMOLOGIA DO DESIGN AFIRMATIVO	
Sandro Lopes dos Santos Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.72319030916	
CAPÍTULO 17	218
EXPERIÊNCIA MULTISSENSORIAL EM MUSEUS: DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS TÁTEIS E SONOROS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL	
Eduardo Cardoso Tânia Luisa Koltermann da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.72319030917	
CAPÍTULO 18	232
FORMA E INFORMAÇÃO: UM OLHAR DE DESIGN SOBRE OS ARTEFATOS INFORMACIONAIS DO SISTEMA DE ÔNIBUS DA CIDADE DE SÃO PAULO	
Bruno Rodilha	
DOI 10.22533/at.ed.72319030918	
CAPÍTULO 19	249
LIVROS DIDÁTICOS E A IMPORTÂNCIA NO DISCURSO SOCIAL	
Gabriela Rangel Xavier	
DOI 10.22533/at.ed.72319030919	
CAPÍTULO 20	260
MATERIAL DIDÁTICO SOCIOEMOCIONAL PARA O ENSINO DAS CINCO EMOÇÕES BÁSICAS E DESENVOLVIMENTO DA EMPATIA	
Jéssica Souza De Almeida Maria do Carmo Gonçalves Curtis	
DOI 10.22533/at.ed.72319030920	
CAPÍTULO 21	275
MOBILE LEARNING – VILÃ OU ALIADA DOS ESTUDANTES? UM ESTUDOS DOS ASPECTOS METODOLÓGICOS DE USABILIDADE DE INTERFACES EM DISPOSITIVOS MÓVEIS	
Karolina Nunes Tolentino Costa Flávio Anthero Nunes Vianna dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.72319030921	

CAPÍTULO 22	287
PEDRA SÃO THOMÉ: VALORIZAÇÃO REGIONAL POR MEIO DA REVITALIZAÇÃO DA PAISAGEM E DA IDENTIDADE CULTURAL	
Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto Andréa Franco Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.72319030922	
CAPÍTULO 23	306
PESQUISA-AÇÃO COMO RESPOSTA METODOLÓGICA AOS DESAFIOS DE DESIGN SOCIAL	
Maiara Gizeli Dallazen Camillo Irina Lopes Guedes Felipe Petik Pasqualotto Richard Perassi Luiz de Souza Giselle Schmidt Alves Díaz Merino	
DOI 10.22533/at.ed.72319030923	
CAPÍTULO 24	318
O PANORAMA DO DESIGN SUSTENTÁVEL NAS MATRIZES CURRICULARES DOS CURSOS DE DESIGN DA GRANDE VITÓRIA/ES E GRANDE BELO HORIZONTE/MG	
Michele Silva da Mata Caetano Aline Freitas da Silva Xavier Marcelina das Graças de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.72319030924	
CAPÍTULO 25	329
QUADRINHOS COMO MÉTODO DE DIVULGAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO NA ESCOLA ERC E F CENTRO SOCIAL AUXILIUM	
Marcele Pamplona Carneiro	
DOI 10.22533/at.ed.72319030925	
SOBRE A ORGANIZADORA	341
ÍNDICE REMISSIVO	342

QUADRINHOS COMO MÉTODO DE DIVULGAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO NA ESCOLA ERC E F CENTRO SOCIAL AUXILIUM

Marcele Pamplona Carneiro

Faculdade Estácio de Sá – Polo IESAM.

Belém – Pará

RESUMO: Este artigo tem como objetivo investigar, através da análise de dados feita a partir de um estudo de caso realizado em uma escola Estadual pública de Belém do Pará, se é possível utilizar as histórias em quadrinhos como método de propagação da cultura popular brasileira. O design gráfico toma parte como ferramenta essencial de transformação de signos e imagens em material visual atrativo para a divulgação cultural. Através da utilização de conceitos metodológicos que se baseiam na dinâmica entre a teoria e a prática, obteve-se como resultado da pesquisa a certeza de que histórias em quadrinhos são um meio eficaz de divulgação de cultura.

PALAVRAS-CHAVE: Lendas brasileiras, cultura popular brasileira, histórias em quadrinhos, design gráfico.

COMICS AS A METHOD TO SPREAD
BRAZILIAN POPULAR CULTURE: A CASE
STUDY AT THE SCHOOL ERC E F SOCIAL

CENTER AUXILIUM

ABSTRACT: This article aims to investigate, through the analysis of data made from a case study conducted at a public state school in Belém do Pará, if it is possible to use comics as a method of propagation of Brazilian popular culture. Graphic design takes part as an essential tool for transforming signs and images into attractive visual material for cultural dissemination. Using methodological concepts that are based on the dynamics between theory and practice, the results of the research confirm that comics are an effective means of disseminating culture.

KEYWORDS: Brazilian tales, comics, graphic design.

1 | INTRODUÇÃO

A história das histórias em quadrinhos (HQs) é marcada por diversas mudanças e transformações. Apesar de iniciar como entretenimento infantil, os quadrinhos se transformaram com o passar dos anos em uma mídia comunicacional capaz de transmitir diversos tipos de conteúdo. Todavia, mesmo que atualmente as HQs possuam um caráter mais filosófico, muitas pessoas ainda rejeitam essa mídia por acreditarem que seja voltada apenas para o entretenimento.

Pretende-se avaliar se é possível absorver mais aspectos culturais através de textos ou quadrinhos relacionados ao tema. Para isso, foi feito um estudo de caso com alunos da escola pública estadual Erc E F Centro Social Auxilium localizado no bairro da Pedreira, Belém-PA.

O estudo tem como obrigação saber se os quadrinhos são um método mais eficaz de divulgação da cultura do que a que é feita através de conteúdo semântico; livros e textos.

1.1 Justificativa

A divulgação dos personagens da cultura popular brasileira de forma educativa e atraente para o contexto popular é um dos motivos que impulsionaram a escolha da temática. Além de valorizar a interculturalidade como forma de reconhecimento e, acima de tudo, o respeito às diferentes características étnico-sociais para promover a assimilação dos povos procedentes. Na tentativa de encontrar um meio popular para provocar o interesse das novas gerações no conhecimento popular nacional, se faz necessário uma análise da possibilidade das histórias em quadrinhos se constituírem uma mídia efetiva para a valorização da cultura brasileira.

A produção de uma história em quadrinhos de terror inspirada nas lendas populares brasileiras foi apresentada previamente no trabalho de conclusão de curso (TCC). Onde, após a aplicação de uma pesquisa quantitativa feita com 74 pessoas de várias partes do Brasil, das quais 44 eram leitores frequentes de HQs e 30 não eram, percebeu-se que a maioria dos entrevistados possui mais interesse nas lendas nacionais do que nas europeias, porém, possivelmente devido ao fato dos contos europeus serem mais divulgados nas mídias de comunicação, essas pessoas sabiam mais do folclore de outros países do que do nativo.

Como a interculturalidade é importante na atual conjectura da globalização, encontrar um meio de tornar a cultura nacional conhecida em uma sociedade que cultua o que vem de fora, se torna relevante por tornar possível uma nova abordagem ao tema. Por haver um interesse pessoal no contexto de histórias em quadrinhos e sabendo que esse meio de comunicação pode ser utilizado com diversas finalidades, como, por exemplo, divulgação histórica, filosófica e científica, há o empenho em demonstrar no meio acadêmico que através das HQs é possível popularizar conteúdos de toda uma cultura.

1.2 Procedimentos metodológicos

A abordagem da pesquisa é crítico-dialético que segundo Matins (2002) baseia-se na dinâmica entre o conhecimento e a ação, a teoria e a prática, ou seja, o projeto se propõe analisar o conteúdo cultural dentro de histórias em quadrinhos e saber se esse conhecimento está sendo absorvido pelos leitores. Também ocorreu uma análise sobre como a falta da difusão da cultural nacional como, por exemplo, as lendas

populares brasileiras, afeta o contexto intercultural.

A pesquisa se classifica como explicativa, que segundo Gil (1999) consiste em identificar os fatores que contribuem para a ocorrência de um fenômeno, dessa forma, busca-se desvendar como evitar o esquecimento das lendas brasileiras através da divulgação dos mesmos em histórias em quadrinhos.

Quanto aos procedimentos, a estratégia adotada é o levantamento bibliográfico, que para o *ibid* significa uma pesquisa em um material já elaborado – constituído de livros e artigos científicos. Os instrumentos utilizados foram livros, TCCs e artigos sobre a temática do projeto, além de pesquisas em sites e informações relativas ao tema. Além de uma pesquisa quanti-quanti para descobrir qual o grau de absorção de conhecimento que as novas gerações têm ao lerem histórias em quadrinhos com conteúdo cultural.

2 | APORTE TEÓRICO

2.1 Conceito de histórias em quadrinhos (Hq)

Para Eisner (s/d) apud Mcloud (1995), as histórias em quadrinhos são artes sequenciais onde cada imagem faz parte de uma sequência, mesmo que seja só de dois quadros. De modo técnico, histórias em quadrinhos são imagens pictóricas justapostas em sequências deliberada, destinadas a transmitir informações e/ou a produzir uma resposta no espectador, se não há sequência, não pode ser considerado quadrinhos. (MCLOUD, 1995).

O que se pode definir são os marcos das histórias em quadrinhos e o primeiro deles foi a criação da imprensa. Com ela, as formas de arte se tornaram populares não apenas para os ricos e poderosos como era anteriormente, mas para todas as classes.

Atualmente os quadrinhos vêm sendo utilizado como uma excelente ferramenta de comunicação. Porém, ainda há muito preconceito com este universo, a prova disso é que muitos artistas preferem ser chamados de ilustradores ou artistas comerciais, mesmo com a existência dos termos cartunistas e quadrinistas.

Neste trabalho, para evitar confusões, deve-se entender o conceito de história em quadrinhos como uma sequência de quadros que proporcione algum tipo de comunicação, passando uma ideia, mesmo que não utilize palavras para explicar o seu contexto.

2.1.1 Quadrinhos como Linguagem Comunicacional

Em 2015 foi publicado um pós-doutorado chamado *Unflatening* sobre a história em quadrinhos como linguagem comunicacional. Sousanis (2015) estabelece uma relação entre imagem e texto, o autor utilizou de metalinguagem para defender a sua tese. Sua publicação tem a intenção de mudar a compreensão dos leitores para além

do que ele considera pensamento bidimensional.

Para Sousani (2015), a maioria das pessoas percebe o mundo em uma única perspectiva e, por isso, elas acabam sendo ludibriadas por entenderem o mundo através de uma única dimensão. Que, devido ao avanço da civilização e até mesmo da ciência, a humanidade se fragmentou criando fronteiras e limites que sufocaram a comunicação e fizeram com que cada sociedade procurasse modos diferentes de entender os mesmos assuntos.

A fixação em um único ponto de vista pode ser uma armadilha, pois o indivíduo acaba procurando apenas o que quer. É necessário outro tipo de abordagem para revelar que uma única verdade é falsa independente dos fundamentos. Ainda segundo ibid, expandir os conhecimentos requer divergência de pensamentos e diversidade de pensadores, ver através dos olhos de outra pessoa (de seu posicionamento e sua visão) torna as pessoas capazes de mudar a visão de unidimensional para multidimensional.

Então nem tudo aqui é verde? ”perguntou Dorothy. As coisas aqui são tão verdes quanto em qualquer outra cidade, ” - respondeu Oz. – Entretanto, quando você usa óculos de lentes verdes, é claro que tudo para o que olha se torna verde. (BAUM, 1939 apud 14 SOUSANIS, 2015, p.36).

Nos quadrinhos o texto é lido de modo sequencial, mas a composição da página também é vista como um todo. A organização das imagens funciona como em uma teia onde cada elemento se torna um com o todo. O significado do conteúdo se enriquece através da interação entre o lado esquerdo do cérebro (direcionado à linguagem) e o lado direito (direcionado à arte).

Ter a perspectiva de que quadrinhos possuem apenas uma dimensão (a de entretenimento visual) é perder a perspectiva dos pontos de vista, é ter uma noção unidimensional de um todo. Muitos quadrinhos fazem questionamentos importantes até sobre fatos históricos, como, por exemplo, o *Watchmen*, que usa heróis como pano de fundo para discutir como seria o modelo de sonho americano caso os EUA tivessem ganhado a guerra do Vietnã. Ou o quadrinho, V de Vingança, que expõe os crimes de um governo totalitário e demonstra que, na realidade, todo poder está nas mãos do povo.

As experiências e interações proporcionadas pelos quadrinhos podem gerar novo conhecimento para modificar a atual perspectiva das pessoas, criando um novo ponto de vista que se torna cíclico à medida que a pessoa procura mais informações desse meio. É apenas necessário que as pessoas modifiquem o preconceito existente em relação aos quadrinhos e entendam que eles também são um meio de comunicação.

2.2 A relação do design gráfico com a criação de histórias em quadrinho

“O designer gráfico é alguém que pode transformar o mundo e o que nele acontece em signos e imagens, que pode fazer visível o invisível” (AICHER, s/d apud FUENTES, 2006). O contexto de atuação do designer gráfico é muito amplo e pode englobar tanto o ambiente físico quanto o emocional, transformando-se em um fator

de materialização da comunicação.

Cada marca que o designer faz modifica o mundo de alguma forma. Pode fazer com que a comunicação funcione melhor ou pior. Isto não depende de fatores aleatórios; depende, sem dúvida, do designer, que tanto com orgulho como com humildade profissional entende seu papel claramente. (KNEEBONE, s/d apud FUENTES, 2006).

Ibid descreve que, na prática, a metodologia de design gráfico envolve seis etapas: identificação, análise da necessidade, pesquisa, concepção, concretização, controle, avaliação e crítica.

A identificação é o ponto de partida de todo processo de design gráfico, consiste na análise do produto exaustivamente – características de consumo, estratégia de vendas, preço dos concorrentes, pontos de vendas e etc. É preciso ter um diagnóstico do produto para saber que necessidades ele irá suprir. (FUENTE, 2006; RIBEIRO, 2008).

Na identificação, são determinados os motivos explícitos e implícitos da necessidade do cliente para a definição do projeto – entendendo qual o problema de comunicação do cliente ou da empresa. A partir disso, múltiplas possibilidades de solução do problema aparecerão e cabe ao designer decidir qual solução é a mais adequada para resolver a questão.

A etapa de análise da necessidade se caracteriza pela definição com clareza do projeto após a coleta de dados relacionados direta ou indiretamente ao objetivo que se pretende atingir. As informações adquiridas provêm de várias fontes como o cliente, o ambiente e o contexto cultural, por exemplo.

O próximo passo é estabelecer pautas de marketing que servem para definir os objetivos da comunicação: o público alvo e o resultado que se deseja alcançar. Definindo se o projeto será institucional, enraizado na identidade corporativa da empresa, ou de persuasão, consolidado no âmbito emocional com base em valores intangíveis (FUENTES, 2006).

Após a etapa de análise, considerada elemento de base, o processo será concluído através da pesquisa sobre a concorrência local, a coleta de dados históricos e referências internacionais. As informações coletadas sobre a concorrência local são relacionadas à maneira como atuam e os elementos que pertencem à mensagem deles. Os elementos culturais próprios se referem à história do cliente ou da empresa – as origens, etnia e cultura.

“A globalização atinge tamanho grau de penetração que a maioria das ideias ou elaborações de design nasce necessariamente dentro de algum parâmetro referencial externo” (FUENTES, 2006. p. 40). Ou seja, a cultura visual se encontra em um estágio de desenvolvimento tão grande que dificilmente se estará trabalhando em um projeto original. Por isso, é necessário um estudo sobre as referências internacionais para que não aconteçam futuros problemas de propriedade intelectual.

A parte de síntese consiste na ordenação do conteúdo adquirido nas etapas

anteriores. É o momento de início de tomada de decisões, onde surgirão algumas ideias acerca do que pode ser feito, de recolher os detalhes dentre toda informação adquirida e adicionar a experiência e o trabalho do designer.

Segundo Panizza (2004), o processo criativo não acontece subitamente por fruto do acaso, este só é atingido através de um enorme esforço mental por parte daqueles que pretendem realizar um trabalho criativo.

A criatividade é parte da concepção que o designer tem que fazer a relação à maneira e os elementos que serão utilizados no projeto, decidindo com que intensidade esses elementos formais irão aparecer: forma, cores e signos. Além de determinar acerca do esquema de cores, possíveis tipografias e esquemas gráficos.

A complexidade da estrutura, da escala, da tipografia, das cores e das imagens reflete na qualidade do resultado final. É conveniente lembrar que a divulgação do trabalho do designer gráfico, seja um livro único ou uma coleção, de uma revista, de um logotipo ou de um programa de identidade corporativa ou de qualquer dos variados produtos nos quais o trabalho do designer pode desenvolver-se, na maioria das vezes, é divulgado através da reprodução.

A pré-impressão e impressão são parte da finalização e é o momento do designer “operar” todo o processo. Estar atento a detalhes que passaram despercebidos anteriormente como, por exemplo, a sangria, dimensões, linhas de corte, qualidade, adaptabilidade de fotos e ilustrações, paleta de cores e fontes tipográficas. “[...] nunca devemos esquecer que os erros são como um bumerangue, que inevitavelmente voltam para quem o lançou” (FUENTES, 2006. p. 92).

O acabamento geral é a última etapa de produção e dá a forma final e definitiva ao design. Por se trata de um processo que pode identificar problemas que não são visíveis na tela do computador, essa etapa é necessária para evitar inconvenientes incontornáveis no resultado final.

De acordo com Ribeiro (2008), é nesta etapa que ocorre a finalização dos desdobramentos gráficos e a adaptação para outras mídias, caso seja requisitado.

O controle de todo processo é crucial para garantir a qualidade do processo de design gráfico, pois é necessário fazer o possível para conseguir o resultado desejado. “Nunca devemos esquecer o fator humano, nem diante de nossa tela, quando realizamos o trabalho, nem ‘ao pé da máquina’, no momento de exigir qualidade nos resultados finais” (FUENTES, 2006. p. 103).

Ainda segundo *ibid*, o maior reconhecimento que um designer pode ter é saber que o projeto cumpriu com o seu objetivo, que comunicou o que precisava. Também pode acontecer o fracasso no projeto e isso faz parte do sistema de aprendizado.

Por isso é valoroso a visualização crítica para adquirir conhecimento através dos acertos e dos erros. Todo designer deve ser capaz de ver criticamente o seu próprio trabalho, a fim de que, caso haja algum erro na arte final, seja corrigido antes de seguir a cadeia de produção. Portanto, vale ressaltar que a análise crítica do processo serve de apoio para o crescimento profissional.

Para o desenvolvimento do projeto gráfico da história em quadrinho, o conhecimento destas metodologias se faz fundamental para que, num momento posterior, seja possível a adaptação e a adequação das etapas para a execução do projeto.

Como dito anteriormente, o processo de concepção de uma HQ pode contemplar aspectos relacionados tanto ao design gráfico, quanto ao design de livro e design editorial.

Nesse sentido, o design de livros e o design editorial também é essencial para publicações, pois tratam da estrutura e representam o planejamento do suporte interno (a estrutura é que torna o projeto gráfico reconhecível aos leitores habituais).

2.3 Análise intercultural, folclore e cultura popular brasileira

O Brasil, por possuir uma cultura diversificada, tem costumes específicos cultivados em cada região do país. Seja na maneira de falar, no artesanato ou na culinária. É possível perceber, mesmo sendo diferente em cada Estado, a mistura da cultura europeia, indígena e negra que representa a identidade do Brasileiro (DINO, 2006).

Por se tratar de um estudo que utilizou seres míticos da cultura popular brasileira, faz-se necessário explicar o termo “cultura popular” para situar em que sentido esses personagens são parte do conhecimento nacional e qual o grau de importância deles.

Segundo Bosi (1922) apud Dino (2006) “cultura é uma herança de valores e objetos compartilhados por um grupo”. Para alcançar uma noção ampla sobre a palavra cultura neste trabalho, é necessário entender o conceito antropológico do termo como sendo um conjunto de modos de ser, viver, pensar e falar de uma dada formação social.

Burke (1989) esclarece que, a cultura popular também conhecida como pequena tradição, era transmitida a todos de modo informal, em pequenos espaços como praças ou tavernas. Essa cultura decorre do cotidiano do homem, compreendendo o modo de pensar, agir e falar – por isso difundida essencialmente de forma oral.

Dino (2006) ainda reforça que apesar da cultura popular ser um modelo de visão amplamente difundido, ela, geralmente, sofre preconceitos por ser considerada subdesenvolvida e um atraso em relação às tecnologias de comunicação.

Lyotard (1988) explica que atualmente se vive a pós-modernidade, que é marcada pela cibercultura, que abrange as formas de ser e agir nos meios eletrônicos. Por isso, o saber acaba sendo afetado pelas tecnologias da informação, pois os processos de pesquisa foram reestruturados e a transmissão de conhecimento se tornou mais veloz a cada dia.

Ayala (s/d) considera que, “as práticas culturais populares, na verdade, se modificam, juntamente com o contexto social em que estão inseridas, sem que isso implique necessariamente a sua extinção”. Acima de tudo, é considerado que os

elementos culturais estão sendo divulgados em outras mídias, sofrendo um processo de recriação contínuo.

A proposta da criação de uma história em quadrinho de terror consiste justamente em identificar as principais expressões dos personagens míticos da cultura popular e promover uma releitura dessas lendas.

A importância do resgate acontece devido às atitudes preconceituosas que tentam denegrir a pequena tradição. Muitos autores da literatura nacional tentam promover uma rica apresentação dos elementos folclóricos em suas obras. Por isso, é importante fazer algumas considerações a respeito do elo entre cultura popular, folclore e o conhecimento tradicional.

A princípio, é necessário definir que folclore compreende o modo de ser, pensar e agir. Lima (2003) menciona que desde 1856 o significado da palavra tem sido o conhecimento das Antiguidades Populares. Fernandes (2003) explica que desde o início dos estudos folclóricos existia uma preocupação em resgatar as manifestações populares para tentar evitar que as formas não fixadas desaparecessem do cotidiano das comunidades.

Segundo Brandão (2003) apud Dino (2006), em 1951 notou-se a real valorização dos estudos da cultura popular no Brasil quando ocorreu o I Congresso Brasileiro de Folclore, cujo principal feito foi a elaboração da Carta do Folclore Brasileiro. Definindo o termo conforme o anexo:

1. O I Congresso Brasileiro de Folclore reconhece o estudo do folclore como integrante das ciências antropológicas e culturais, condena o preconceito de só considerar folclórico o fato espiritual e aconselha o estudo da vida popular em toda a sua plenitude, quer no aspecto material, quer no aspecto espiritual. (COMISSÃO PAULISTA DE FOLCLORE, s/d apud DINO, 2006, p. 32).

Considerando que o fato folclórico abrange as maneiras de pensar, sentir e agir de um povo, preservado pela tradição popular, ele se perpetua através das relações interpessoais, principalmente através da oralidade. Portanto, muitos de seus elementos, que são passados de geração para geração, já foram incorporados à obra de escritores renomados; a poesia e prosa erudita brasileira são um exemplo do aproveitamento ou inspiração folclórica.

Dino (2006) afirma que a cultura popular possui uma definição muito ampla, cujas características principais são: o princípio da oralidade, visão cíclica do mundo, culto à memória e o sentimento de pertencer à sociedade da vida. Ela ocorre no âmbito da cultura oral, mas também acaba tendo contato com a cultura escrita e, portanto, acaba promovendo relações da cultura escrita e da cultura oral.

3 | ESTUDO DE CASO

Durante o estudo da temática das histórias em quadrinhos como método de divulgação da cultura no TCC, foi feita uma pesquisa quantitativa de 29 de outubro de

2015 a 18 de novembro de 2015, onde 74 pessoas participaram. A coleta de dados se deu por meio da aplicação de um formulário pela internet, com perguntas abertas e fechadas, ressalta-se que esta pesquisa também tinha por objetivo conhecer o público-alvo e não possui rigor estatístico de execução.

Dentre a amostragem de 74 pessoas, 44 eram leitores frequentes de HQs e 30 não eram. Percebeu-se também que, do total de entrevistados, 67,8% possuem conhecimento sobre os seres que fazem parte da mitologia brasileira, sendo que os mais mencionados foram Matinta-Pereira, Saci, Boto, Curupira e Iara.

Quando perguntados, os participantes disseram que preferem as lendas brasileiras às europeias e 87,8% disseram que comprariam uma história em quadrinhos de terror inspirada nas lendas populares brasileiras. Esses resultados demonstram a existência de um mercado consumidor interessado em histórias em quadrinhos com uma temática que ainda não foi abordada.

Os participantes da pesquisa afirmaram que tem interesse pelas lendas populares brasileiras, mas, mesmo assim, essas lendas estão sendo esquecidas. O que se pressupõe que tal fato ocorra devido à escassez de material relacionado ao tema ou à falta de divulgação do material existente. Como resultado final, foi criada uma história em quadrinhos de terror da Matinta-Pereira com o objetivo propagação da lenda.

Utilizou-se o design editorial, design de livros e a semiótica para tornar a história em quadrinhos muito mais atrativa visualmente para os leitores, tornando a interface do produto muito mais agradável ao usuário. Segundo Norman (2004) apud Cybis et al (2010), afirma que a formação e o armazenamento da memória são influenciados pelas emoções. A interação do usuário com um produto pode produzir emoções boas ou ruins dependendo da interface do produto. O Neurocientista Damásio (s/d) afirma que as emoções modulam como a memória é armazenada no cérebro e que tomadas de decisão são completamente influenciadas pela memória.

Uma experiência de frustração com algum produto pode fazer o usuário não querer mais utilizar aquela interface – uma vez que as memórias mais lembradas são as negativas. De acordo com Sutcliffe (2005), uma boa usabilidade é lembrada de modo geral, mas a usabilidade ruim é lembrada detalhadamente.

Unger (2009), explica que as emoções também são importantes para os projetistas, porque assim será feita a conexão com o usuário e será criada uma estrutura lógica na qual o usuário se conectará com o produto. Quando uma pessoa lê uma história em quadrinhos pela primeira vez, a experiência que ela terá é muito importante, pois definirá se ela irá procurar mais sobre aquele conteúdo ou se aquilo é irrelevante para ela.

Com o intuito de dar prosseguimento ao estudo e validar a temática abordada, utilizou-se a história em quadrinhos da Matinta-Pereira para realizar um estudo de caso com 16 alunos entre 11 e 14 anos, de ambos os sexos, de uma turma de Fundamental II da escola pública estadual Erc E F Centro Social Auxilium, localizada no bairro da

Pedreira, Belém-PA.

A escolha da escola pública foi feita levando em consideração a escassez de acesso a materiais culturais que, geralmente, os alunos de escolas públicas têm. Porém, a escolha da escola Erc E F Centro Social Auxilium foi feita de forma aleatória. A escolha da turma foi feita baseada na faixa etária necessária para o entendimento das perguntas do questionário aplicado.

A turma foi dividida em 2 grupos. Para 8 alunos foi entregue a história em quadrinhos de terror da Matinta-Pereira e aos outros 8 foi entregue um texto escrito contendo exatamente o mesmo enredo da história. Após o término da leitura, foi entregue um questionário quali-quantitativo com perguntas relacionadas ao conteúdo cultural abordado para descobrir qual dos dois grupos absorveu mais informações.

3.1 Análise de resultados

Com o objetivo de criar uma análise estatística do resultado, foram atribuídos pontos às perguntas, resultando em uma pontuação máxima de 5 pontos por questionário. No total, os alunos que leram o texto fizeram 26 pontos, enquanto que os que leram a história em quadrinhos fizeram 29 pontos.

Uma das perguntas do questionário questionava o que o leitor considerava mais interessante na história; ela ser de terror ou ela ser sobre o folclore brasileiro. Dos que leram o texto, 4 responderam que acharam mais interessante o fato da história ser de terror, ao passo que, dos que leram a HQ, 7 disseram que acharam mais interessante o fato dela ser sobre o folclore brasileiro. Com este resultado, é possível interpretar que a criação dos cenários e dos personagens, criada por meio da metodologia de painéis de inspiração de Baxter, juntamente com a diagramação dos quadros e estruturamento físico da HQ, feita através dos conceitos de design editorial, tornou o conteúdo do folclore brasileiro mais atrativo para o leitor. Despertando o interesse do leitor pelo folclore brasileiro de melhor forma do que o através do texto.

As perguntas do questionário eram de resposta fechada e única, com exceção de uma pergunta de resposta aberta, onde as crianças não tinham a opção de escolher uma resposta aleatoriamente e acertá-la por coincidência. Nesta pergunta, 3 das crianças que leram o texto responderam errado e 1 deixou a resposta em branco. Das que leram a HQ, apenas 1 errou a pergunta e 1 não respondeu.

Observou-se que, dos 8 alunos que leram o texto, 4 tentaram copiar as respostas do questionário de outros alunos por não se lembrarem de alguns fatos do texto, o mesmo tipo de comportamento não foi observado em nenhum dos 8 que leram a HQ. Mostrando que a conexão do usuário com o produto foi mais relevante no caso da história em quadrinhos e, por isso, a memória visual foi superior à memória semântica.

Constatou-se que todos os alunos que leram a HQ levaram mais tempo lendo, pois eles analisavam não somente o roteiro, mas também o conteúdo visual da história em quadrinhos; personagens, cenários, estrutura das falas e até mesmo a textura do papel impresso. Revelando que houve maior interesse pelo conteúdo do material

como um todo pelas crianças que leram a história em quadrinhos.

4 | CONCLUSÃO

Levando em consideração a pontuação final dos grupos e que na pergunta de resposta aberta a média dos alunos que leram a HQ e acertaram é maior do que a dos que leram o texto, concluiu-se que realmente existe a possibilidade de aprendizado da cultura popular brasileira através das histórias em quadrinhos.

Também se observou que não existe uma correlação entre gêneros e a absorção de conteúdo através das histórias em quadrinhos. Dentre os 8 alunos, ambos os sexos acertaram uma quantidade de respostas relativamente similar, apesar de ser comum relacionar quadrinhos ao gosto masculino. Se o design editorial se encarregar de produzir um conteúdo sem direcionamentos e que seja atrativo para ambos os sexos, o alcance do produto será muito maior.

A utilização do design gráfico, design editorial, de livros e o uso da semiótica como ferramenta no processo de construção da história em quadrinhos tornou o produto muito mais atrativo para o leitor, criando um armazenamento de memória gerado através da conexão visual do usuário com o produto muito melhor do que a memória gerada pela conexão semântica.

A análise empírica do estudo de caso revelou que materiais de caráter imagético são mais atrativos entre jovens, tendo em vista que do grupo que leu o texto, 3 alunos pediram para ler a HQ também, mesmo sabendo que esta possuía a mesma história. Demonstrando que, quando há um material de divulgação atrativo sobre a cultura popular brasileira, existe um interesse e uma curiosidade sobre o conteúdo da mesma.

A pesquisa conclui que a história em quadrinhos comunicou o que precisava e que, por isso, cumpriu com o seu objetivo de criar nos leitores memórias das lendas populares brasileiras.

Portanto, este é um método eficaz de divulgação da cultura. E que após o primeiro contato com uma história em quadrinhos sobre o folclore brasileiro, as crianças que fizeram parte da pesquisa mostraram interesse em conhecer mais da cultura popular brasileira.

REFERÊNCIAS

BURKE, P. **Cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CYBIS, Walter et al. **Ergonomia e usabilidade: Conhecimentos, Métodos e Aplicações**. Novatec, 2007.

DINO, Dafne. **Num ninho de mafagafos: literatura infantil de inspiração folclórica e a formação do leitor literário**. Passo Fundo, 2006.

FERNANDES, F. **O folclore em questão**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico: uma metodologia criativa; tradução Osvaldo Rosiano. São Paulo: Edição Rosari, 2006.

LIMA, R. T. **Abecê do folclore**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LYOTARD, Jean-françois. **O Pós-Moderno**. Rio de Janeiro: José Olympo, 1988.

MCCLOUD, Scott. **Desenhando quadrinhos**. São Paulo, M. Books do Brasil, Ltda, 2008.

PANIZZA, Janaina. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual**. São Paulo, 2004.

SOUSANIS, Nick. **Unflattening**. Cambridge. Harvard University Press. 2015.

UNGER, Russ et al (2009). **O guia para projetar UX**; tradução Elda Oliveira. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2009.

SOBRE A ORGANIZADORA

VANESSA CAMPANA VERGANI DE OLIVEIRA Bacharel Desenho Industrial, habilitação em Projeto de Produto, pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo- SP. Especialista em Design de Interiores, pela Universidade Positivo. Das diferentes atividades desenvolvidas destaca-se a atuação como professora de ensino superior atuando em várias áreas de graduações; avaliadora de artigos e projetos; revisora de revistas científicas; membro de bancas examinadoras de trabalhos de conclusão de cursos de graduação. Atua na área de Design de Mobiliário, Arquitetura com ênfase em projetos de Interiores residenciais e comerciais. Foi Diretora do Departamento de Patrimônio, da Secretaria de Cultura e Turismo, da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, PR de 2011 a 2013. Atualmente é docente da Unicesumar, nos cursos de Arquitetura e Urbanismo e Engenharia de Produção e sócia do escritório Forma Arquitetura e Design.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessibilidade 228

Ambientação 1, 10

C

Cinema 128, 129, 138, 140, 142, 143

Consumo sustentável 9, 12

Cultura 22, 33, 34, 73, 127, 172, 218, 219, 227, 228, 247, 249, 251, 301, 317, 322, 323, 337, 339

D

Design de interior 1

Design thinking 266

Diretrizes 17, 36, 37, 46, 226

E

Emoções 268, 269

Empatia 43, 44, 107, 263, 272

Experiência do usuário 145, 147

H

História do design 191

I

Informação 23, 24, 25, 28, 33, 34, 82, 92, 97, 142, 161, 215, 284

Inovação social 191

L

Lendas brasileiras 327

M

Metodologia 19, 73, 90, 94, 155, 156, 165, 195, 228, 256, 266, 304, 314, 315, 318, 338

Mineração 302

Museu 216, 218, 221, 222, 223

P

Powerpoint 23, 24, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34

R

Racismo 208, 214, 215

Retórica 23, 24, 26, 31, 33

S

Scrum 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102

Significados simbólicos 85

Streaming 128, 129

Sustentabilidade 1, 7, 8, 9, 122, 196, 303, 318, 321, 322, 325

U

Usuário 73, 144

V

Vintage 1, 3, 8, 10, 13

W

Web-design 128, 129

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-572-3

