

HISTÓRIAS EM QUADRINHOS, ESTUDOS CULTURAIS E O DESIGN SOCIAL: NARRATIVAS DE RESISTÊNCIA

COMICS, CULTURAL STUDIES AND SOCIAL DESIGN: NARRATIVES OF RESISTANCE

Cláudio Aleixo Rocha¹

Resumo

O presente artigo analisa o papel social do design gráfico, a partir da criação e produção de histórias em quadrinhos. O vínculo socialmente responsável do design gráfico às histórias em quadrinhos foi pensado a partir das pesquisas sobre design social e os Estudos Culturais. Os Estudos Culturais investigam a cultura e a identidade a partir das resistências sociais, das mídias alternativas e pela observação da vida cotidiana. É sabido que as histórias em quadrinhos podem ser concebidas por um viés independente ou autoral, cuja temática narrativa pode se pautar nas lutas minoritárias, nas singularidades do indivíduo e em suas experiências diárias. Imbuído de seu papel social, o design gráfico faz das histórias em quadrinhos um meio de propagação de narrativas que podem abarcar reflexões, críticas sociais e dar espaço para os silenciados. Como exemplo de tal assertiva, são apresentadas no trabalho três histórias em quadrinhos produzidas como projeto disciplinar. Os gêneros escolhidos para as histórias em quadrinhos foram o biográfico, autobiográfico e fantasia. A metodologia adotou para a criação das histórias em quadrinhos à pesquisa bibliográfica voltada aos Estudos Culturais e ao design social, bem como à linguagem das histórias em quadrinhos e produção de roteiro pautado em história de vidas.

Palavras-chave: design social; design gráfico; história em quadrinhos; estudos culturais.

Abstract

This article analyzes the social role of graphic design from the creation and production of comic books. The socially responsible link between graphic design and comic books was conceived based on research on social design and Cultural Studies. Cultural Studies investigates culture and identity based on social resistance, alternative media and the observation of everyday life. It is known that comic books can be conceived by an independent or authorial bias, whose narrative theme can be based on minority struggles, on the individual's singularities and on their daily experiences. Imbued with its social role, graphic design turns comic books into a means of propagating narratives that can encompass reflections, social criticism and make room for the silenced. As an example of such assertion, two comic books produced as a disciplinary project are presented in the work. The genres chosen for the comics were the biographical and autobiographical. The methodology adopted for the creation of comic books the bibliographical research focused on Cultural Studies and social design, as well as the language of comics, production of a script based on life stories.

Keywords: social design; graphic design; comics; cultural studies.

¹ Doutor em Arte e Cultura Visual, Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, Goiás, Brasil, claudioaleixo@ufg.com; <https://orcid.org/0000-0001-8436-4861>.

1. Introdução

De acordo com Raymond Whiteley (1998), o design social é um campo de atuação que incentiva a elaboração de projetos que tenham como primazia a responsabilidade social, a valorização da cultura, a sustentabilidade, as lutas sociais e a consciência cidadã do designer. Ainda, conforme Whiteley, o design social é compreendido como um design valorizado, pois se empenha na defesa de questões sociais e tem por ideais a atuação engajada da profissão, cujo foco é o comprometimento com a proteção e luta dos valores ambientais e socioculturais. O designer, portanto, com o pensamento social, deve ter a consciência do quão grande é seu potencial para melhorar a qualidade de vida e das relações sociais.

Nessa mesma direção, Victor Margolin (2006), outro pensador do design social, defende que a prevalência dessa área do conhecimento está em refletir e minimizar diferentes problemas sociais. Nesse aspecto, por comportar um pensamento social e, portanto, que abrange a dimensão do humano, o design social é um agente que promove não apenas a sustentabilidade, mas também a consciência cidadã, ética, o respeito à diversidade social e a valorização da cultura e suas múltiplas manifestações. Ante tais ponderações, fica claro que o design social instiga a existência e atuação de um designer ativo e humanístico. Nesse sentido, por essência e propósito, o designer social institui como variantes projetuais, não apenas as necessidades dadas por um cliente e seu público-alvo, mas vai além dessa dualidade e introduz à metodologia, requisitos e restrições que dizem respeito ao mundo e seus problemas.

Perante o exposto, o objetivo da presente pesquisa está em demonstrar como o designer gráfico pode atuar, de maneira socialmente responsável, por meio das histórias em quadrinhos. Para isso, é importante compreender a área de atuação do design gráfico e como pode ocorrer seu vínculo com design social.

2. O Design Gráfico: Inserção e Contribuição ao Design Social

O designer gráfico é responsável pela organização “formal de elementos visuais – tanto textuais quanto não-textuais – que compõem peças gráficas feitas para reprodução, que são reproduzíveis e que têm um objetivo expressamente comunicacional” (VILLAS-BOAS, 2007, p. 18). Vale esclarecer que, diante da contemporaneidade, suas novas tecnologias e mídias digitais emergentes, o campo de atuação do designer gráfico, no que tange à organização formal de elementos visuais, extrapola projetos de superfícies gráficas e impressas. A esse respeito, Rafael Miyashiro (2011) observa que o design de serviço e o design da informação são exemplos dessa expansão das mídias (analógicas e digitais) e das novas possibilidades de serviços a serem prestados por um designer gráfico. O próprio design social é um componente que contribui para essa expansão do campo de atuação do designer gráfico.

Nessa mesma via, Miyashiro (2011) reforça, ainda, que o design gráfico, nos últimos anos, tem passado por processos de renovação, os quais o leva gradativamente a se distanciar das habilitações tradicionais do design de produto e programação visual. De acordo com o autor, a expansão do design gráfico, ao se alinhar às questões sociais, está mais concreta, visto que seus projetos, além de questões de organização visual, também envolvem temáticas complexas, como envelhecimento social, educação escolar, discriminação, desemprego e outros. Portanto, o designer gráfico passa a intensificar problemas projetuais que brotam de contextos sociais, tornando-o um campo de atuação que abarca áreas e conhecimentos transversais.

A afirmação descrita anteriormente por Villas-Boas (2007) tem grande relevância para o objetivo da presente pesquisa, principalmente, quando enfatiza que as peças gráficas, organizadas visualmente pelo designer gráfico, têm um objetivo “expressamente comunicacional”. Nota-se, então, que boa parte da contribuição e atuação do design gráfico está no campo da comunicação. Nesse sentido, partindo do pressuposto de que design gráfico é comunicação e, tendo junto a ela, os princípios do design social, cabe, então, ao designer gráfico a atenta preocupação sobre o que está comunicando. Esse seria um dos pilares norteadores do design gráfico social, a saber, a necessidade de o designer valorizar, respeitar e compactuar com o conteúdo comunicacional que tornará público por meio de suas competências e habilidades profissionais.

O outro pilar diz respeito à própria produção de conteúdo. Jorge Frascara (1989) contribui com essa discussão ao defender que esses profissionais “devem preocupar-se não só com a maneira de comunicar, mas também com o conteúdo de suas comunicações” (FRASCARA apud, BRAGA, 2011, p. 20). O argumento proposto por esta pesquisa defende a ideia de que o designer gráfico social, além de organizar os aspectos formais (textuais e visuais) de uma peça gráfica, ou concordar com sua mensagem, deve também se comunicar, colocar-se por meio da produção do seu próprio conteúdo. Nesse aspecto, de acordo com Miyashiro (2011), o designer gráfico passa a ser um produtor de conteúdo autoral que reflete seus pensamentos, valores e ideais. Trata-se, portanto, do “fortalecimento do designer enquanto produtor de conteúdo e propõe um designer-autor, que dá voz às suas inquietações” (MIYASHIRO, 2011, p. 74). Ainda de acordo com o autor, esse fenômeno é uma tendência que fortaleceu ao longo dos anos 1980 e 1990, na qual o designer não é visto apenas como um “mediador entre determinado cliente e seu público-alvo, mas também como criador, tanto da forma quanto do conteúdo, refletindo sua visão de mundo e sendo utilizado com determinado propósito” (MIYASHIRO, 2011, p. 73). Acredita-se aqui que as histórias em quadrinhos podem ser um produto composto pelas linguagens visuais e textuais que oportunizam aos designers gráficos um meio para expressar e comunicar suas convicções, ideologias e valores no que tangem às suas inquietudes sociais.

3. Designer Gráfico Social: Informação e Conhecimento por meio de Mensagens Visuais

Como visto, o foco de atuação e contribuição do design gráfico está na comunicação que, por sua vez, dentro do contexto do design social, precisa ser compreendida de maneira ampla.

Não apenas a comunicação gráfica das páginas bem diagramadas com uma tipografia bem escolhida e respeitando os requisitos projetuais, mas também é preciso ver a comunicação como ponto de contato entre as pessoas, que, portanto, ultrapassa o mero domínio técnico ou as propriedades de um projeto gráfico clássico. (MIYASHIRO, 2011, p. 84).

Pelo viés da comunicação, o design gráfico social pode contribuir com a sociedade, pois esse profissional lida com a criação e transmissão de mensagens, sejam elas visuais e/ou textuais. Por esse caminho, é possível se pensar na propagação de narrativas direcionadas para conscientização, engajamento, respeito à diversidade cultural, social e, tendo por primazia, a melhoria de vida da população. O designer gráfico social, por meio da criação e manipulação de elementos imagéticos pode criar conteúdos que agregam informação e conhecimento à sociedade. Jorge Frascara (1989) sempre defendeu o design gráfico como uma atividade que tem como essência a produção de comunicação visual cujo propósito maior está em afetar o conhecimento, as atitudes e o comportamento das pessoas. A esse respeito, Flávia Neves (2011) argumenta que o designer gráfico garantir “que a mensagem de um projeto gráfico seja

positiva e vá acrescentar aos seus espectadores conhecimento e informações relevantes e benéficas é uma atitude de cidadania e de responsabilidade com seu trabalho” (NEVES, 2011, p. 46).

Designers gráficos tem a capacidade para criar e organizar visualmente diferentes tipos de informação. Da mesma forma, muitos possuem a habilidade para o desenho e a ilustração para comunicarem ideias visualmente. A partir desta constatação, Neves (2011) afirma que “uma das principais funções do design gráfico é a de tangibilizar ideias visualmente” (NEVES, 2011, p. 46). Segundo a autora, por meio da linguagem imagética esse profissional tem a capacidade de traduzir, conceituar e concretizar uma mensagem por meio de elementos visuais. No que tange ao design gráfico social, tal habilidade pode ser aplicada para atender as demandas, reivindicações e lacunas indicadas pela população.

4. Um Design em Prol da Formação do Cidadão

As tensões sociais são o ponto de interesse do design social. Por assim ser, o design gráfico social, valendo-se das mensagens visuais, pode contribuir com a sociedade conscientizando-a e alertando-a sobre os diferentes tipos de manipulação e consumo que existem no meio social, seja o material, o simbólico, o político ou o cultural. Ken Garland, o idealizador do manifesto *First Things First*, já em 1964, questionava a falta de crítica e reflexão dos designers que se dedicavam à produção de mensagens visuais que meramente reforçavam o consumismo e o jogo do mercado das marcas. Garland os convocou para um momento de reflexão, instigando-os a pensarem sobre qual era a função primária do design. Defendia que era necessário empregar novos significados sociais à profissão. Sobre essa inquietude, Frascara (1989) também afirma que o designer gráfico pode aplicar seus conhecimentos e habilidades empregados ao campo comercial de produtos de consumo para também atuar na circulação de informação e comunicação visual de temas relevantes para a sociedade. Entre as possibilidades temáticas, o autor elenca a “prevenção do crime, saúde da comunidade, contaminação ambiental, segurança no trabalho, segurança no trânsito, planejamento familiar, sinalização, desenho de espaços públicos, direitos humanos etc.” (FRASCARA, 1989, p. 89).

Para os autores supracitados, o trabalho do designer gráfico, vinculado a um papel social, está em trazer algum tipo de consciência social, seja no campo da cultura, da comunicação, do mercado, da estética, da economia, da política, da ecologia e da cidadania. A cidadania é um tema importante para ser discutido enquanto conteúdo a ser propagado. Para Flávia Neves (2011), no design gráfico social, o entendimento de cidadania diz respeito a um design que seja utilizado como instrumento de questionamento, mobilização social, melhoria social e difusão de ideologias que lutam pelos direitos do cidadão e pelo respeito à singularidade do indivíduo. Essa noção de cidadania tem grande valor para esta pesquisa, haja vista que, o design social tem por objetivo “trabalhar com mensagens de denúncia e crítica que objetivam uma mudança no quadro social, econômico e político” (NEVES, 2011, p. 46). Cidadania e design gráfico social, portanto, são forças que podem colaborar para a formação do cidadão. Os diferentes projetos gráficos que emergem dessa união podem contribuir para gerar um cidadão que conhece a importância da cidadania em seus aspectos democráticos, solidários, sociais, igualitários, ambientais, culturais e outros. Tais projetos vão além da transmissão de conteúdo bem organizado visualmente. Eles instigam o indivíduo a se comportarem em sociedade de maneira crítica e reflexiva, a partir do momento em que passam a entender e a exercer sua cidadania.

5. Design Gráfico Social Para Quem? Para quê?

Os anos 1960 e 1970 foram épocas de grandes lutas, questionamentos e busca por mudanças sociais. Nesse período, muitos movimentos de grupos organizados começaram a contestar e a defender mudanças sociais. Entre as muitas bandeiras levantadas, estão as que defendiam o “feminismo e as questões de gênero, como a liberdade sexual; a luta por igualdade étnica; a ecologia como bandeira política; e as mudanças na estrutura familiar e no comportamento.” (MIYASHIRO, 2011, p. 74).

Gui Bonsiepe (2005) também aborda essas questões de lutas sociais e defende que o design também precisa focar nos excluídos, nos discriminados e menos favorecidos economicamente. Bonsiepe, assim como outros autores citados aqui, também acredita que o design pode contribuir e dar bons resultados em projetos que estejam direcionados para proporcionar funcionalidade, usabilidade, valorizar a cultura, gerar sustentabilidade e a instigar a subjetividade.

A subjetividade é um tema que tem ganhado atenção no design social e é um ponto significativo para esta pesquisa. Félix Guattari e Suely Rolnik (2011) são dois autores que discutem essa questão, tanto no campo social quanto no cultural. A subjetividade pode ser empregada como motivação, tanto para aquele que produz quanto para aquele que recebe uma mensagem.

Pela discussão de subjetividade, o designer, comunicador, produtor de conteúdo, entende que o sujeito não nasce pronto. Ou seja, sua subjetividade não é pura, dele, mas, sim, é construída ao longo de sua vida, mediante várias experiências sociais. Sua subjetividade é a soma de múltiplos encontros sociais e culturais. Ela é moldada e construída ao longo de sua vida. Caso o designer gráfico tenha tido a oportunidade em sua trajetória de viver situações e estímulos de flexibilidade e crítica social, possivelmente terá uma maior porcentagem de ter sua subjetividade mais voltada para preocupações sociais. Ele será um sujeito que terá uma visão mais crítica sobre o fazer profissional. Da mesma forma, a subjetividade de indivíduos que tiveram o contato com os projetos gráficos sociais elaborados por esse designer, também poderão se tornar sujeitos menos alienados e, da mesma forma, poderão se ver representados por esses projetos. Por esse caminho, a subjetividade pode ser discutida e representada por meio de projetos que reflitam sobre a democratização do espaço social, o respeito à diversidade cultural, identitária e de gênero.

É para esses grupos que o design gráfico social pode se dedicar à elaboração de projetos gráficos e narrativas visuais. São meios que expressam conteúdos comunicacionais que contribuem para emancipar o sujeito. Por esse pensamento, Bonsiepe (2005) defende o chamado design humanista, ou seja, um design que interpreta as carências de grupos sociais e elabora propostas emancipatórias. Tais projetos podem ser pensados e utilizados para diferentes fins, mas, acima de tudo, para libertar o sujeito. Emancipar no sentido de se ver representado e por estimular sua independência de escolha a partir de sua reflexão e interpretação pessoal.

A singularização está para o sujeito, assim como a massificação está para o consumismo. Nesse aspecto, os projetos de design gráfico social primam por uma comunicação visual menos efêmera, como são as peças destinadas ao consumo mercadológico. São representações visuais que buscam pela reflexão e que podem ajudar o sujeito a desenvolver um pensamento crítico social. Por essas iniciativas, o designer gráfico social incentiva o desenvolvimento de um sujeito consciente de sua representatividade e o distancia de um mero contemplador e consumidor da estética espetacular e mercadológica.

Como já descrito, defende-se aqui a ideia de que as histórias em quadrinhos podem contribuir ou ser um desses projetos emancipatórios do sujeito. No entanto, antes dessa discussão, é necessário apresentar os Estudos Culturais e demonstrar como esse campo do conhecimento contribui para a valorização de pesquisas sobre histórias em quadrinhos e como elas podem ser empregadas dentro do design gráfico social.

6. Os Estudos Culturais: Intersecções entre Histórias em Quadrinhos e Design Gráfico Social

De acordo com Richard Johnson (2006), os Estudos Culturais são um campo de pesquisa que estimulam investigações na esfera da cultura que buscam compreender as formas de opressão e poder contidos nas relações sociais. Da mesma forma, os Estudos Culturais buscam valorizar a importância das múltiplas manifestações culturais e também se interessa em estudar a cultura a partir das rotinas das pessoas comuns da sociedade. Além da vida cotidiana, os Estudos Culturais, igualmente, dedicam-se a investigar a cultura por meio de mídias massificadas e de entretenimento popular, as quais são pouco empregadas em pesquisas acadêmicas tradicionais. Por se caracterizar como um produto de entretenimento massificado, popular, e por trabalhar com narrativas, as histórias em quadrinhos são um tipo de mídia que se enquadram como objeto de pesquisa dos Estudos Culturais.

Nessa direção, dentro dos Estudos Culturais, Stuart Hall (2009) foi um dos primeiros pesquisadores a incentivar o estudo da televisão, do cinema, dos contos e das formas de reprodução das culturas populares. Também se dedicou a estudar a cultura e a sociedade por meio das identidades e representatividades. Foi um dos estudiosos a buscar entender o papel e a importância da mulher na sociedade e também foi um dos defensores do feminismo, pois passou a estudar a mulher pela perspectiva da vida da mulher. Hall, por perceber que a sociedade é machista, buscou captar a mulher pela voz da mulher. Sendo assim, suas abordagens refletem um tipo de pesquisa que investiga a partir do cotidiano. Dentro dos Estudos Culturais, o autor também passou a averiguar a etnia, o olhar do negro para a sociedade, bem como os direitos dessas pessoas. Do mesmo modo, Hall defendeu que a representatividade de um grupo ou pessoa é formada no contexto social em que vive e, por isso, buscou compreender como o indivíduo pertence ou deixa de pertencer a um grupo específico. Dentro dessa mesma perspectiva de representatividade, Raymond Williams (2011), também, passou a defender que a sociedade não é composta por uma ou duas culturas, mas, ao contrário, para ele, cada grupo social forma sua própria cultura.

Dentro desse contexto de representatividade e identidade vivenciadas cotidianamente nas relações sociais, Maria Elisa Cevalco (2003) expõe que o propósito dos Estudos Culturais está em demonstrar e analisar como as hegemonias se manifestam na sociedade e como estão em constante adaptação. Tal compreensão se dá pelo entendimento de que a formação e produção cultural ocorrem mediante uma consciência histórica que possibilita identificar os aspectos que necessitam passar por transformações que viabilizem uma maior igualdade e justiça social. Neste aspecto, para Johnson (2000), os Estudos Culturais entendem a cultura não como um campo autônomo ou externamente determinado, mas um local de diferenças e uma fonte legítima de confrontos e lutas sociais. Nesse ambiente de constantes transformações, os Estudos Culturais buscam “abstrair, descrever e reconstituir, em estudos concretos, as formas através das quais os seres humanos “vivem”, tornam-se conscientes e se sustentam subjetivamente (JOHNSON, 2000, p. 28). É por este caminho que Ana Carolina Escosteguy (2000) afirma que os Estudos Culturais podem ser aplicados como “correção política”, a fim de, compreendendo as subjetividades sociais, transcender a hegemonia que as oprime.

Como visto, os Estudos Culturais focam em pesquisas que valorizam múltiplas manifestações culturais e interessam-se igualmente por investigações sobre identidades e representatividades, sejam elas de negros, mulheres, gays, indígenas, classes profissionais, populares, assim como examinam a vida cotidiana das mais variadas classes sociais. Além de tais questões, outro ponto forte dos Estudos Culturais para esta pesquisa diz respeito ao seu interesse por pesquisar cultura, sociedade e identidade, por meio de artefatos comunicacionais, artísticos e de entretenimento fora do eixo tradicional. Portanto, passam a investigar, por exemplo, a cultura, identidade e sociedade, por meio não apenas de peças artísticas eruditas, mas também de programas de televisão, novelas, revistas populares, jornais impressos, jogos, contos eróticos, animações, bem como de histórias em quadrinhos.

Assim como os Estudos Culturais, o design social também se interessa por questões de gênero, identidade, etnia, representatividade, cultura, sociedade e subjetividade. Por esse viés, as histórias em quadrinhos podem ser uma forma de projeto que reúne a linguagem textual e visual para narrar histórias. Essas histórias revelam subjetividades, singularidades, a vida cotidiana e abrem espaços de fala para sujeitos invisíveis, como o são boa parte da população carente brasileira e grupos minoritários.

7. História em Quadrinhos e o Design Gráfico Social: A Vez e Voz dos Invisíveis

As discussões apresentadas até aqui sobre o design social, o design gráfico social e os Estudos Culturais serão exemplificadas por meio de três histórias em quadrinhos produzidas em sala de aula pelos estudantes da disciplina: “História em Quadrinhos de Autor”, do curso Design Gráfico, da Universidade Federal de Goiás (UFG).

A metodologia da atividade propunha que, inicialmente, os estudantes fizessem uma pesquisa bibliográfica sobre o que é design social e Estudos Culturais. Após o entendimento e discussões em sala sobre os temas propostos, eles deveriam escolher um tipo de gênero específico das histórias em quadrinhos. Vários gêneros foram apresentados ao longo do semestre para os estudantes, entre eles: humorístico, biográfico, autobiográfico, historiográfico, ficção científica, infantil, fantasia, terror, jornalístico e autoficção. As três histórias em quadrinhos apresentadas são dos gêneros biográfico, autobiográfico e fantasia.

Após a escolha do gênero, os estudantes deveriam ler e estudar textos relativos ao estilo de gênero escolhido. Posteriormente, participaram de aulas expositivas, dialogadas e exemplificadas sobre como construir um plot, plot decupado e roteiro para histórias em quadrinhos. Conjuntamente, estudaram sobre os elementos da linguagem das histórias em quadrinhos, criação de personagens e *model sheet*. Por fim, fizeram trabalhos práticos sobre cada um dos temas estudados e aplicaram todo o conhecimento adquirido na criação e produção da história em quadrinhos conclusiva da disciplina.

As orientações e produções ocorreram no período de um mês e 20 dias e, nesse período, o trabalho foi concluído e apresentado. Em ambas as histórias em quadrinhos conclusivas, os estudantes buscaram discutir questões de desigualdades sociais, representatividade, identidade, discussões de gêneros, minorias sociais, diversidade cultural, particularidades profissionais do design gráfico e cultura popular.

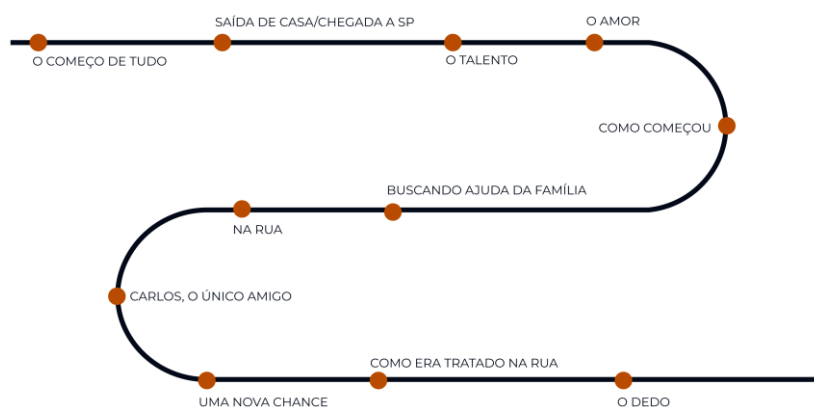
A primeira história em quadrinhos foi elaborada pelos estudantes Jhonatas Bruno Souza e Brenda Rebeca de Souza. Sua narrativa abordou da questão social dos homossexuais e arte de rua. Para isso, escolheram o gênero de história em quadrinhos biográfico. De acordo com Mazur e Danner (2014) as histórias em quadrinhos biográficas narram a história de vida de um indivíduo ou personalidade, e a escolha sobre qual história de vida será narrada é extremamente democrática, pois é dada a abertura para que o quadrinista escolha o personagem que gosta e admira. De acordo com os autores supracitados, são histórias em quadrinhos que surgiram no ambiente autoral e que logo ganharam interesse e um forte segmento no meio comercial. Muitos artistas, pensadores, escritores, ativistas e pessoas anônimas do cotidiano tiveram suas vidas contadas em histórias em quadrinhos biográficas, como Mauricio de Sousa, Karl Marx, Carolina de Jesus e outros.

Como os estudantes precisavam relacionar o gênero escolhido com o design social e os estudos culturais, a primeira história em quadrinhos exemplificada aqui trata da biografia de um artista de rua, anônimo, marginal, que trabalhou na Rua Augusta, em São Paulo.

O processo criativo dos estudantes começou com a leitura de uma reportagem feita pelo jornalista Chico Felitti e publicada na BuzzFeed News² no ano de 2017, intitulada: "Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece". Também assistiram a alguns vídeos no YouTube.com que relatavam a vida do artista. Após a leitura e visualização dos vídeos, eles começaram a planejar a narrativa da história. Para isso, fizeram as separações no texto para obterem informações importantes, como a criação de uma linha do tempo: quem era o personagem, suas características físicas, como sua história começava e como terminava.

Com a organização das informações, criaram o plot da história em quadrinhos, o roteiro, e começaram a fazer os esboços de estudo do personagem e dos quadrinhos com seus balões de fala.

Figura 1: Criação da Linha do Tempo para Começar a Organização e Planejamento da Narrativa da História em Quadrinhos



Fonte: Acervo do autor. Elaborado pelos estudantes da disciplina.

² Disponível em: < <https://www.buzzfeed.com/br/felitti/fofao-da-augusta-quem-me-chama-assim-nao-me-conhece>>. Acesso em: 28.07.2021.

Figura 2: Esboços para o Estudo do Personagem. Caracterização do Antes e Depois do Personagem Fofão da Augusta.



Fonte: Acervo do autor. Elaborado pelos estudantes da disciplina.

Os estudantes intitularam a história em quadrinhos como: “Quem me chama assim não me conhece”, com o mesmo nome da reportagem de Chico Felitti. De maneira simplificada, a história em quadrinhos traça uma pequena biografia do artista de rua, Fofão da Augusta. Vale esclarecer que tal apelido, tachado de maneira pejorativa, não agradava e entristecia o artista. A história descreve como ele, certo dia, encontra-se em uma ala hospitalar e, ao olhar para sua mão, vê que lhe falta o dedo do meio. Ao seu redor, não vê ninguém e percebe que está sozinho e solitário. Olha em sua ficha e não consta nenhum nome. Aos poucos, começa a se lembrar de tudo o que aconteceu em sua vida: a vida em Araraquara, a compreensão da própria sexualidade, pois havia se descoberto como homossexual. Recorda-se dos maus-tratos sofridos por ele, vindos de pessoas da própria família e da vizinhança, a mudança para São Paulo e o sucesso como cabeleireiro. Recorda-se, também, das modificações feitas no rosto, da trajetória do próprio salão, da perda de tudo isso

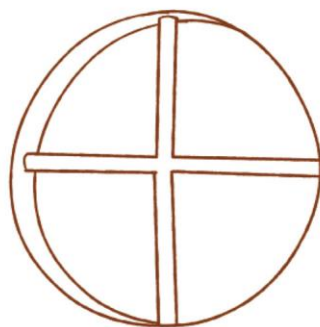
e do abandono daqueles em quem confiava. Vê a própria solidão, a falta do dedo e começa a se lembrar de tudo o que aconteceu para ter chegado aonde está. Ao final, recorda-se de que seu verdadeiro nome é Ricardo.

Na sequência (Figura 3) são mostradas páginas da história em quadrinhos em questão.

Figura 3: Sequência narrativa da História em Quadrinhos: “Quem me chama assim não me conhece”







Fonte: Acervo do autor. Elaborado pelos estudantes da disciplina.

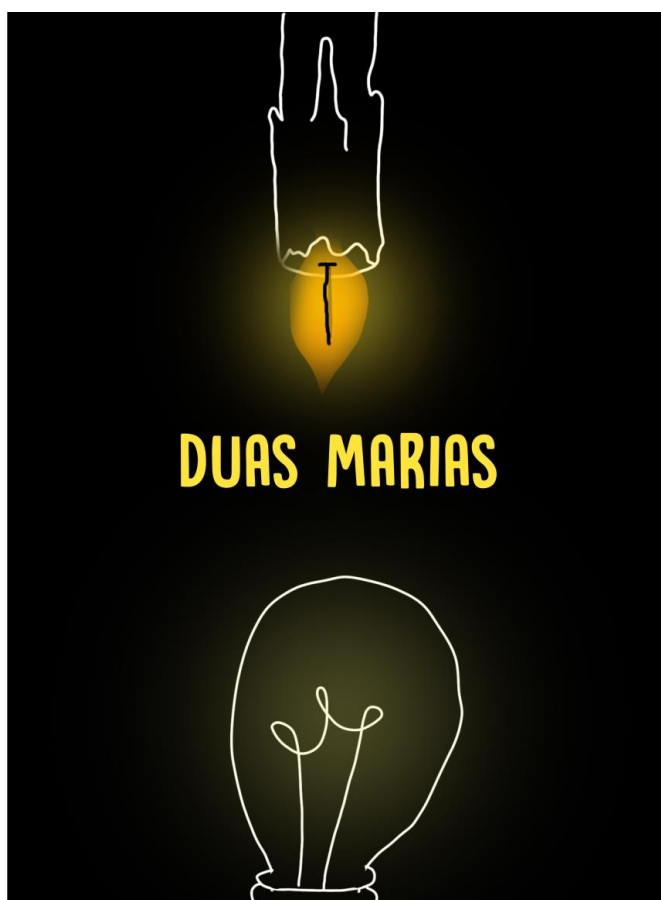
A segunda narrativa, produzida pelas estudantes Ana Dayanne Da Silva Farias e Izabela Alves Ribeiro, é uma história em quadrinhos autobiográfica que, de acordo com Mazur e Danner (2014), dá origem a quadrinistas independentes e alternativos, cujas histórias giravam em torno de suas próprias vidas e do seu cotidiano. “Duas Marias” foi o título dado a essa história em quadrinhos que trata sobre o apagão do Estado do Amapá em 2020.

Nesta história em quadrinhos, as estudantes retratam o dia a dia na vida de duas

Marias, sendo que, a que reside no Amapá, é mãe de uma das estudantes. Na história, uma das Marias tem 35 anos e vive em Santa Catarina, cidade onde nasceu. Do outro lado, mais precisamente 3.000 quilômetros ao Norte, a segunda Maria, também tem 35 anos e vive na cidade de Macapá, onde nasceu. As Marias têm vidas muito parecidas, com exceção da ausência de luz que apareceu no caminho de uma delas. Conta a história em quadrinhos que, na sexta-feira do dia 6 de novembro de 2020, último dia útil da semana, enquanto a Maria de Santa Catarina vivia a rotina de mais um dia, a Maria do Macapá havia três dias que estava sem energia elétrica. Sem sinal de celular, com dificuldade para encontrar água potável, seus alimentos se perdiam na geladeira, e suas noites não tinham descanso – apenas calor, preocupação e impotência. Essa era a sua situação e a de seus familiares, amigos, conhecidos e demais amapaenses, após o apagão ocorrido no domingo. A cidade de Macapá vivia um cenário apocalíptico e, em meio à pandemia, a população se aglomerava em filas gigantes para conseguir água e gelo, as prateleiras dos supermercados estavam sendo esvaziadas, não havia gasolina nos postos e a criminalidade aumentava. No fim do dia, enquanto a Maria de Santa Catarina se deitava em sua cama para descansar, a outra Maria, a do Macapá, participava de um protesto na rua de sua casa, pedindo aos seus governantes por direitos humanos básicos e o mínimo de dignidade.

Na sequência (Figura 4), são apresentadas cenas da história em quadrinhos “Duas Marias”.

Figura 4: Sequência Narrativa da História em Quadrinhos: “Duas Marias”

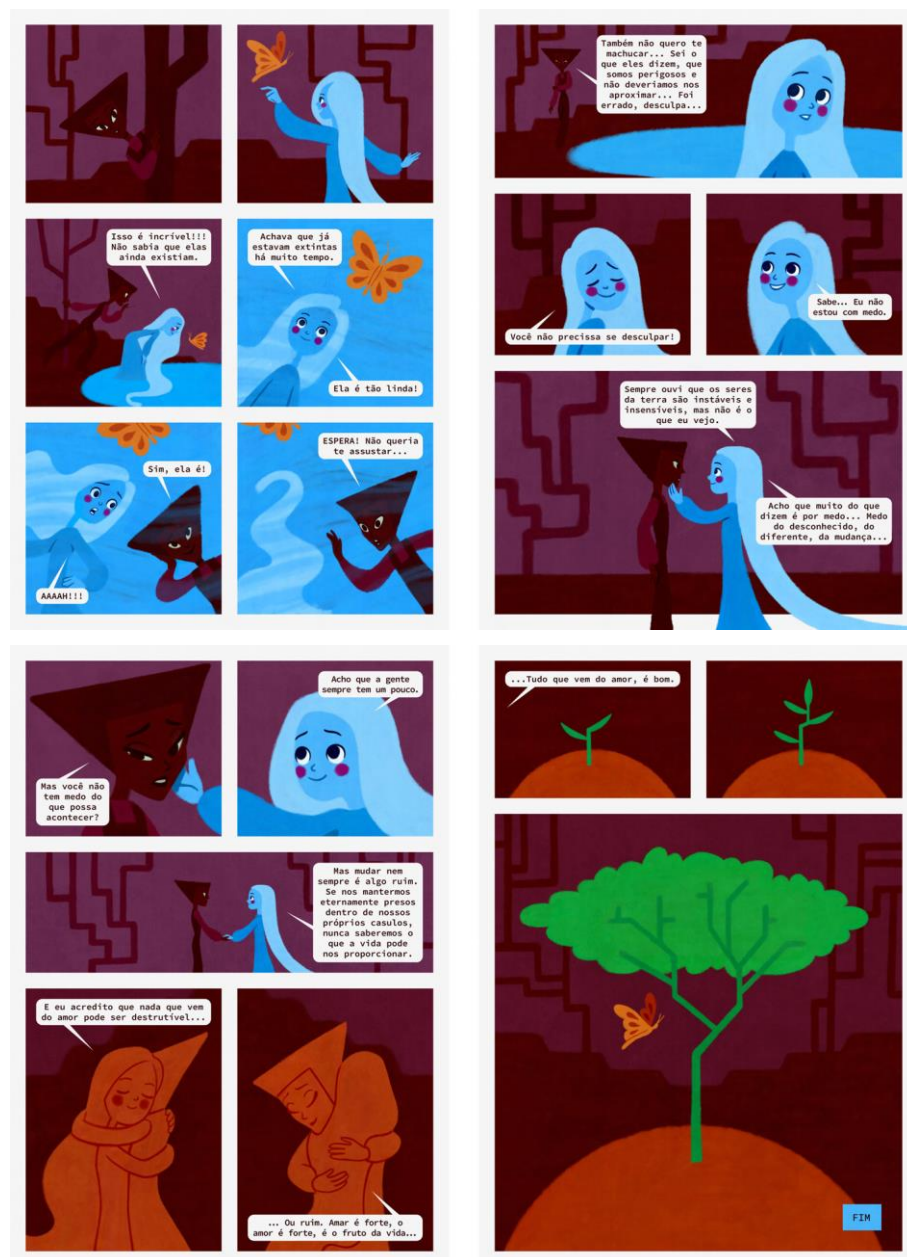


“Casulo” é a terceira história em quadrinhos e foi criada e produzida pelo estudante Marcelo Augusto Pereira. De maneira poética e valendo-se de um universo de fantasia, sua temática trata do preconceito, amor e transformação. A história é centrada na união de duas meninas de diretrizes opostas, Ucla (Água) e Twan (Terra), em um mundo onde a terra e a água se separaram. As diretrizes entendem a união como algo catastrófico, visto que para os seres da água, ao se misturarem com seres da terra, se tornariam sujos e impuros, enquanto os seres da terra se desmanchariam em pedaços. Em sua narrativa essa história em quadrinhos reflete sobre como a sociedade contemporânea ainda resiste às diferentes formas de amar e como os seres humanos ainda não compreendem o real significa do amor que, quando verdadeiro, independente de credo, gênero, cor e classe social, só produz transformações e bons frutos.

Na sequência (Figura 5), são apresentadas cenas da história em quadrinhos “Casulo”.

Figura 5: Sequência Narrativa da História em Quadrinhos: “Casulo”





Fonte: Acervo do autor. Elaborado pelo estudante da disciplina.

8. Considerações Finais

Após as abordagens teóricas e exemplificações práticas apresentadas por esta pesquisa, espera-se que tenha sido demonstrado como o design gráfico pode contribuir com o campo do design social, valendo-se, para isso, da produção de conteúdo narrativo consciente e da organização de mensagens visuais em histórias em quadrinhos. Os exemplos dados aqui são de histórias de vidas singulares e repletas de representatividade e identidade cultural. São narrativas que refletem os rostos e a realidade do cidadão brasileiro, nossas minorias e os sujeitos silenciados, pouco respeitados pelos governantes e reconhecidos pela população deste país.

O bom design também pode ser feito fora do circuito empresarial. Ele também pode ser bom quando aplicado à cidadania. A proposta aqui utilizou-se de uma abordagem com o intuito de encontrar outros designers gráficos dessa atual geração que queiram atuar ou doar uma parte de seu tempo profissional para pensarem em projetos profissionais que busquem questionar e resolver problemas sociais. Designers gráficos devem utilizar suas habilidades para fins sociais. No caso das histórias em quadrinhos, o desenho, a ilustração e a narrativa visual são os meios pelos quais esse profissional pode exercer sua cidadania no que tange à responsabilidade social, pois, juntamente com as mensagens conscientes, estão a produção de artefatos que valorizam o campo da produção cultural do país.

Como descrito por Scott McCloud (1995), histórias em quadrinhos são “imagens pictóricas ou de outra espécie justapostas em sequência deliberada, com a intenção de transmitir informações ou produzir uma reação estética no espectador/leitor” (MCCLOUD, 1995, p. 9). Como visto, no design gráfico social, a grande contribuição do designer está na comunicação, especificamente na produção de conteúdo. Conteúdo esse que prima pela informação e formação de conhecimento relevante para a sociedade. Nesse sentido, essa definição de histórias em quadrinhos demonstra grande potencial para esse profissional exercer seu papel social, visto que as histórias em quadrinhos possibilitam ao designer empregar suas habilidades, tanto com o desenho e/ou a ilustração, quanto com manipulação dos elementos visuais que constroem um argumento narrativo. O designer gráfico pode, por meio das histórias em quadrinhos, traduzir e expressar conceitos, ideias e valores pessoais.

Não é a intenção afirmar que, com tal postura, um designer gráfico pode solucionar os grandes problemas sociais que afligem o mundo. Entretanto, ao revelar suas mazelas e peculiaridades, é possível conscientizar os cidadãos sobre os problemas sociais, informando-os, esclarecendo-os e, quiçá, motivando-os a também lutarem por uma causa que acreditem. O designer social, aliado aos pilares dos Estudos Culturais, não é apenas um produtor de conteúdo que contribui com a propagação de conhecimento, ele é, também, um difusor de reflexão, de crítica, de inclusão, de resistência e de afeto.

Referências

- BONSIEPE, Gui. Algumas virtudes do design. In: LIMA, Guilherme Cunha (Org.). **Design: objetivos e perspectivas**. Rio de Janeiro: PPDESDI-Uerj, 2005.
- BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico**. História, conceitos & atuação profissional. São Paulo: Senac, 2011.
- CEVASCO, Maria Eliza. **As Dez Lições Sobre os Estudos Culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Uma introdução aos Estudos Culturais. In: **Revista FAMECOS**, n. 9, dez. 1998, pp. 2-16. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/issue/view/253>>. Acesso em: 03.4.2021.
- FRASCARA, Jorge. O papel social do design gráfico. In: **Revista Design & Interiores**, São Paulo, Projeto Editores, ano 3, n. 17, p. 125-128, dezembro de 1989.

GUATTARI, Félix & ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografia do desejo. Petrópolis: Vozes, 2011.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3ª. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MARGOLIN, Victor. O designer cidadão. In **Revista Design em Foco**, vol. III, nº 2, Salvador, Eduneb, julho-dezembro de 2006.

MAZUR, Dan; DANNER, Alexander. **Quadrinhos**: História moderna de uma arte global. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

MCCLLOUD, S. **Desvendando os quadrinhos**. Tradução de Helcio de Carvalho e Marisa do Nascimento Paro. São Paulo: Makron Books, 1995.

MIYASHIRO, Rafael Tadashi. Com design, além do design: os dois lados de um design gráfico com preocupações sociais. In: BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico**. História, conceitos & atuação profissional. São Paulo: Senac, 2011.

NEVES, Flávia de Barros. Contestação gráfica: engajamento político-social por meio do design gráfico. In: BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico**. História, conceitos & atuação profissional. São Paulo: Senac, 2011, p. 45-63.

VILLAS-BOAS, André. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. 6ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

WHITELEY, Nigel. O designer valorizado. In: **Revista Arcos**, vol. 1, 1998, V.I, p.69. 289.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade**: de Coleridge a Orwell. Petrópolis: Vozes, 2011.