

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

MAIKE DOS SANTOS MONTEIRO

**DESENVOLVIMENTO DE UM MANGÁ COM BASE EM DESIGN
EDITORIAL PARA A EDITORA DRACO**

**VOLTA REDONDA
2021**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**DESENVOLVIMENTO DE UM MANGÁ COM BASE EM DESIGN
EDITORIAL PARA A EDITORA DRACO**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Curso de Design do
UniFOA, como requisito à obtenção do
título de bacharel em Design.

Aluno:
Maíke dos Santos Monteiro

Orientadora:
Prof. Patrícia Soares Rocha Alves

Co-Orientador:
Prof. Marcos Kazuiti Mitsuyasu

**VOLTA REDONDA
2021**



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: DESENVOLVIMENTO DE UM MANGÁ COM BASE EM DESIGN EDITORIAL PARA A EDITORA DRACO, elaborado por Maike dos Santos Monteiro apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovada em 16 de novembro de 2021

Banca Avaliadora

Patrícia Soares Rocha Alves
Professor Orientador
Mestre - UniFOA

Aline Rodrigues Botelho
Professor Avaliador
Doutora - UniFOA

Moacyr Ennes Amorim
Professor Avaliador
Mestre - UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico este projeto a todos os amantes de mangás e também para todos aqueles que sonham ou tem vontade de criar um mangá algum dia. Eternizo as minhas pesquisas e informações recolhidas para contribuir com o acervo e a comunidade das HQs nacionais. Ganbarê! (Boa sorte!)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço ao meu pai que investiu nos meus estudos e tornou toda a minha jornada acadêmica na UniFOA possível. Agradeço aos meus orientadores, Marcos e Patrícia, que fizeram o possível para contribuir com o meu projeto, especialmente ao professor Marcos, que me ajudou durante um maior tempo e em uma fase bem complicada do meu TCC. Gostaria também de agradecer a todos os professores do curso de Design, que contribuíram para que eu pudesse aprender e crescer como profissional. A minha amiga de turma e da vida, Isabella, que estendia a mão sempre que eu precisava de ajuda. Ao meu melhor amigo e roteirista, Gabriel, que me auxiliou nas etapas mais difíceis do projeto sendo o meu braço direito em vários momentos que precisei. Todas essas experiências que eu adquiri durante essa fase da minha vida contribuíram para eu ser o profissional que me tornei.

RESUMO

Este projeto apresenta o desenvolvimento de um mangá para a Editora Draco utilizando as ferramentas e conhecimentos do design editorial com as técnicas de elaboração de quadrinhos. Os dados coletados durante todas as etapas são provenientes de pesquisas através do público-alvo, informações coletadas de livros de design e estudos de observação dos mangás. Utilizando a metodologia Design Thinking de Mauricio Vianna et al. (2012), que tem como aspecto principal a inovação em negócios, e a técnica Storytelling para o roteiro e criação dos personagens, visa-se mostrar um resultado em prática de como um quadrinho é feito de forma profissional do início ao fim, desvendando todos os segredos ao revelar como a sua produção é realizada.

Palavras-chave: História em Quadrinhos. Design Editorial. Narrativa Gráfica.

ABSTRACT

This project presents the development of a manga for the Draco Publisher using the tools and knowledge of editorial design with the techniques of comic book elaboration. The data collected during all stages comes from surveys across the target audience, information collected from design books and manga observation studies. Using the Design Thinking methodology of Mauricio Vianna et al. (2012), which has as its main aspect business innovation, and the Storytelling technique for the script and creation of characters, the aim is to show a result in practice of how a comic is made in a way professional from start to finish, unlocking all the secrets by revealing how your production is carried out.

Keywords: Comics. Editorial Design. Graphic Narrative.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 Problematização	21
1.2 Objetivo Geral	21
1.2.1 Objetivos Específicos	21
1.3 Justificativa	22
1.4 Métodos e Técnicas	23
2 IMERSÃO EM PRELIMINAR	27
2.1 A Editora Draco	27
2.2 Reenquadramento	28
2.3 Pesquisa Desk	32
2.3.1 Design Editorial.....	32
2.3.2 Identidade Visual	33
2.3.3 Tipografia.....	37
2.3.4 Grids.....	42
2.3.5 Gestalt	55
2.3.6 Psicologia das Cores	60
2.3.7 Elaborando Personagens	74
2.3.8 Impressão	76
2.3.9 O Sucesso dos Mangás	104
3 IMERSÃO EM PROFUNDIDADE	107
3.1 Entrevistas	107
3.2 Um dia na Vida	118
4 ANÁLISE	119
4.1 Similares	119
4.2 Onomatopeia	126
4.3 Balões de Fala	127
4.4 Linhas de Movimento	132
4.5 Esquematizações dos Quadros	134
4.6 Retículas nos Mangás	139
4.7 Apresentar o Cenário	141
4.8 Perspectivas dos Personagens	143

5 SÍNTESE	145
5.1 Cartões de Insight.....	145
5.2 Diagrama de Afinidades.....	147
5.3 Personas	148
5.4 Mapa de Empatia.....	151
5.5 Jornada do Usuário.....	153
5.6 Critérios Norteadores.....	154
5.6.1 Requisitos.....	154
5.6.2 Restrições.....	154
6 IDEIAÇÃO.....	155
6.1 Trindade do Design.....	155
6.1.1 Função Prática	156
6.1.2 Função Estética	156
6.1.3 Função Simbólica	157
6.2 Brainstorming.....	157
6.3 Painel Semântico	159
6.4 Geração de Alternativas.....	162
6.4.1 Marca	162
6.4.2 Personagens	168
6.4.3 Capa.....	178
6.5 Matriz de Posicionamento.....	179
7 PROTOTIPAÇÃO.....	184
7.1 Storyboard	184
7.2 Protótipo Final.....	189
CONCLUSÃO	195
REFERÊNCIAS	196
ANEXOS	202

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A Editora Draco.....	27
Figura 2 - Brasão do Superman	34
Figura 3 - Logo: Dragon Ball Super.....	34
Figura 4 - Capa: Dragon Ball Super Vol.11	34
Figura 5 - Logo: Naruto	35
Figura 6 - Capa: Naruto	35
Figura 7 - Logo: Boku no Hero Academia	36
Figura 8 - Capa Boku no Hero Academia.....	36
Figura 9 - Família Tipográfica da letra A	37
Figura 10 - Diferença no alongamento das fontes.....	37
Figura 11 - Legibilidade	38
Figura 12 - Exemplos de erros de kernings.....	38
Figura 13 - Legibilidade	39
Figura 14 - Com serifa e sem serifa	39
Figura 15 - Caixa baixa	40
Figura 16 - Caixa alta.....	40
Figura 17 - Versalete.....	40
Figura 18 - CCAstroCity	41
Figura 19 - Margens.....	42
Figura 20 - Guias Horizontais.....	43
Figura 21 - Colunas.....	43
Figura 22 - Módulos	44
Figura 23 - Zonas Espaciais.....	44
Figura 24 - Calhas (Gutters).....	45
Figura 25 - Marcadores.....	45
Figura 26 - Grid de Jan Tschichold	46
Figura 27 - Grid de uma coluna.....	47
Figura 28 - Grid de duas colunas	47
Figura 29 - Outro Grid de duas colunas	48
Figura 30 - Grid de Múltiplas Colunas	48
Figura 31 - Grid Modular	49

Figura 32 - Grid Hierárquico.....	49
Figura 33 - Regra dos Terços	50
Figura 34 - Exemplo: Regra dos Terços.....	50
Figura 35 - Proporção Áurea.....	51
Figura 36 - Proporção Áurea: Cartaz do filme Doutor Estranho	51
Figura 37 - A Ordem da Leitura.....	52
Figura 38 - Exemplo 1: HQ do Gavião Arqueiro	53
Figura 39 - Exemplo 2: HQ do Gavião Arqueiro	54
Figura 40 - O Vaso de Rubin.....	55
Figura 41 - Coração: Exemplo de Unidade	56
Figura 42 - Círculos: Exemplo de Segregação	56
Figura 43 - Yin-Yang: Exemplo de Unificação	57
Figura 44 - Tetris: Exemplo de Proximidade	57
Figura 45 - Esferas com Estrelas: Exemplo de Semelhança	58
Figura 46 - Homem de Chapéu: Exemplo de Fechamento.....	58
Figura 47 - Bolas de Futebol: Exemplo de Continuidade.....	59
Figura 48 - Foto: Exemplo de Pregnância da Forma	59
Figura 49 - A Cor Azul.....	61
Figura 50 - A Cor Vermelha	62
Figura 51 - A Cor Amarela	63
Figura 52 - A Cor Verde	64
Figura 53 - A Cor Preta	65
Figura 54 - A Cor Branca	66
Figura 55 - A Cor Laranja.....	67
Figura 56 - A Cor Violeta.....	68
Figura 57 - A Cor Rosa	69
Figura 58 - A Cor Marrom	70
Figura 59 - A Cor Cinza	71
Figura 60 - Goku	72
Figura 61 - Naruto	73
Figura 62 - Batman	73
Figura 63 - Izuku Midoriya.....	74
Figura 64 - Formatos de Papel.....	77
Figura 65 - Lâminas	78

Figura 66 - Exemplo 1: Comparação de DPI	79
Figura 67 - Exemplo 2: Comparação de DPI	79
Figura 68 - Esquema de cor RGB	80
Figura 69 - Esquema de cor Hexadecimal	80
Figura 70 - Esquema de cor CMYK.....	81
Figura 71 - Retículas: Porcentagem de Preto.....	81
Figura 72 - Retículas: CMYK.....	81
Figura 73 - RGB x CMYK.....	82
Figura 74 - A Diferença entre RGB e CMYK	82
Figura 75 - Cartela de Cor Pantone	83
Figura 76 - Cores Pantone	83
Figura 77 - Cores aditivas (RGB) e Cores subtrativas (CMYK)	84
Figura 78 - Cores secundárias geradas pelas (RGB) e (CMY).....	85
Figura 79 - Cores Terciárias.....	86
Figura 80 - Tons do mesmo matiz: Vermelho.....	87
Figura 81 - Tons do mesmo matiz: AZUL.....	87
Figura 82 - Foto: Exemplo de Saturação.....	87
Figura 83 - Círculo Cromático	88
Figura 84 - Exemplo 1: Seleções do Círculo Cromático	89
Figura 85 - Sangria	90
Figura 86 - Marca de Corte, Sangria e Margens	90
Figura 87 - Página com Margens e Sangria	91
Figura 88 - Página de Mangá: Arte Cortada com Sangria	91
Figura 89 - Impressão Offset.....	93
Figura 90 - Processo Offset da Printi.com.br.....	93
Figura 91 - Processo de Rotogravura	94
Figura 92 - Processo de Impressão Digital.....	95
Figura 93 - Papel Jornal, Brite e Offset	97
Figura 94 - Papel Offwhite, Jornal e Offset: Foto por Guilherme Pereira	97
Figura 95 - Tabela de Aproveitamento: 66 X 96.....	98
Figura 96 - Tabela de Aproveitamento: 64 x 88.....	98
Figura 97 - Exemplo de uma A4 para Entrada na Máquina.....	99
Figura 98 - Medidas JBC: Capa My hero Cademia	100
Figura 99 - Template para Papel A4: Página de Mangá.....	100

Figura 100 - As partes do Livro: Trás	101
Figura 101 - As partes do Livro: Frente	101
Figura 102 - Encadernação Canoa	102
Figura 103 - Encadernação Lombada Quadrada	102
Figura 104 - Encadernação Espiral	103
Figura 105 - Encadernação Wire-o	103
Figura 106 - Encadernação Capa Dura.....	103
Figura 107 - O dia de Goku.....	104
Figura 108 - Capa: “Demon Slayer - Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train”	105
Figura 109 - A popularidade de Demon Slayer.....	106
Figura 110 - Gráfico de pizza referente a faixa etária dos entrevistados	107
Figura 111 - Gráfico de pizza referente ao gênero dos entrevistados	108
Figura 112 - Gráfico representando a ocupação dos entrevistados.....	108
Figura 113 - Gráfico de pizza representando a renda dos entrevistados.....	109
Figura 114 – Gráfico: História, Qualidade do traço e Leitura fluida.....	109
Figura 115 - Gráfico sobre os tipos de mangás preferidos dos entrevistados	110
Figura 116 - Gráfico sobre os estilos de capa	111
Figura 117 - Imagem da pergunta sobre os estilos de capa	111
Figura 118 - Gráfico sobre o enredo dos mangás	112
Figura 119 - Pergunta: O que você gosta em um protagonista?	112
Figura 120 - Pergunta: Você prefere que o protagonista seja homem ou mulher? .	114
Figura 121 - Pergunta: O que te faria perder interesse por alguma obra?	115
Figura 122 - Pergunta: Qual foi a sua maior dificuldade ao ler um quadrinho?	116
Figura 123 – Gráfico: A maneira que os entrevistados conhecem novas HQs	118
Figura 124 - Exemplo: Balões de Fala Arredondados	119
Figura 125 - Exemplo: HQ Colorida	120
Figura 126 - Exemplo: Página de Mangá	121
Figura 127 - Exemplo: Personagens de Mangá	122
Figura 128 - Exemplo: Cena de Mangá.....	122
Figura 129 - Exemplo: Personagem de Manhwa.....	123
Figura 130 - Exemplo: Leitura de um webtoon	124
Figura 131 - Exemplo 2: Leitura de um webtoon	125
Figura 132 - Onomatopeias Ocidentais	126
Figura 133 - Onomatopeia Tocha Humana	126

Figura 134 - Onomatopeias Japonesas.....	127
Figura 135 - Onomatopeias One Piece	127
Figura 136 - Balões de Fala Comum.....	128
Figura 137 - Balões de Narração	128
Figura 138 - Balões de Grito	129
Figura 139 - Balões de Destaque.....	129
Figura 140 - Balões Eletrônicos	130
Figura 141 - Balões de Pensamento	130
Figura 142 - Balões de Sussuro	131
Figura 143 - Balões de Intimidação.....	131
Figura 144 - Exemplo 1: Linhas de Movimento	132
Figura 145 - Exemplo 2: Linhas de Movimento	132
Figura 146 - Página do Mangá Code:Breaker	133
Figura 147 - Página da HQ Young Avengers	133
Figura 148 - Espaçamento dos Quadros.....	134
Figura 149 - Quadros Padrão.....	135
Figura 150 - Quadros de Ação	136
Figura 151 - Flashback	136
Figura 152 - Página Dupla	137
Figura 153 - Transição Temporal e Espacial de Quadros	137
Figura 154 - Personagens Fora dos Quadros	138
Figura 155 - Página com Muitas Retículas.....	139
Figura 156 - Página com Pouca Retícula	140
Figura 157 - Página do Mangá UQ Holder	141
Figura 158 - Página do Mangá Attack on Titan	142
Figura 159 - Página do Mangá Naruto Shippuden	142
Figura 160 - Página da HQ A Bela Morte	143
Figura 161 - Página do mangá Akame Ga Kill.....	144
Figura 162 - Página do mangá One-Punch Man	144
Figura 163 - Cartões de Insight 1	145
Figura 164 - Cartões de Insight 2.....	146
Figura 165 - Diagrama de Afinidades.....	147
Figura 166 - Persona: Matheus	148
Figura 167 - Persona: Luana.....	150

Figura 168 - Mapa de Empatia	152
Figura 169 - Jornada do Usuário.....	153
Figura 170 - Função Prática, Estética e Simbólica.	155
Figura 171 - Painel Semântico 1: Sonhos	159
Figura 172 - Paleta de Cores Gradiente: Painel Semântico 1	160
Figura 173 - Painel Semântico 2: Folclore Brasileiro	160
Figura 174 - Paleta de Cores Gradiente: Painel Semântico 2	161
Figura 175 - Painel Semântico 3: Capas de Mangás	161
Figura 176 - Paleta de Cores Gradiente: Painel Semântico 3	162
Figura 177 - Ideação da Marca	167
Figura 178 - A Primeira Ideia da Marca.....	167
Figura 179 - A Segunda Ideia da Marca.....	167
Figura 180 - Expressões: Sara.....	168
Figura 181 - Esboço - Expressões: Sara.....	168
Figura 182 - Model Sheet: Sara	169
Figura 183 - Esboço - Model Sheet: Sara	169
Figura 184 - Sara Power Up.....	170
Figura 185 - Esboço - Sara Power Up.....	170
Figura 186 - Model Sheet: Sara Power Up.....	171
Figura 187 - Esboço - Model Sheet: Sara Power Up	171
Figura 188 - Elias.....	172
Figura 189 - Esboço - Elias	172
Figura 190 - Expressões: Elias	173
Figura 191 - Esboço - Expressões: Elias.....	173
Figura 192 - Model Sheet: Elias	174
Figura 193 - Esboço - Model Sheet: Elias	174
Figura 194 - Model Sheet: Boitatá.....	175
Figura 195 - Esboço - Model Sheet: Boitatá.....	175
Figura 196 - Model Sheet: Jujursinhos	176
Figura 197 - Esboço - Model Sheet: Jujursinhos	176
Figura 198 - Model Sheet: Madame Saturna.....	177
Figura 199 - Esboço - Model Sheet: Madame Saturna.....	177
Figura 200 - Ideias para a Capa.....	178
Figura 201 - Alternativas para a Marca	179

Figura 202 - Alternativas de Cores: Sara Power Up.....	180
Figura 203 - Alternativas de Cores: Elias	181
Figura 204 - Alternativas de Cores: Boitatá.....	182
Figura 205 - Alternativas para a Capa.....	183
Figura 206 - Storyboard: Páginas 1 - 6	184
Figura 207 - Storyboard: Páginas 7 - 15.....	185
Figura 208 - Storyboard: Páginas 16 - 23.....	186
Figura 209 - Storyboard: Páginas 24 - 32.....	187
Figura 210 - Storyboard: Páginas 33 - 41.....	188
Figura 211 - Lullaby: Páginas 1 - 6.....	189
Figura 212 - Lullaby: Páginas 7 - 15.....	190
Figura 213 Figura 211 - Lullaby: Páginas 16 - 24.....	191
Figura 214 Figura 211 - Lullaby: Páginas 25 - 33.....	192
Figura 215 Figura 211 - Lullaby: Páginas 34 - 42.....	193
Figura 216 - Lullaby Anúncio.....	194

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Matriz Decisória - A Marca do Mangá	179
Tabela 2 - Matriz Decisória - Cores para a Sara Power Up	180
Tabela 3 - Matriz Decisória - Cores para o Elias	181
Tabela 4 - Matriz Decisória - Cores para o Boitatá	182
Tabela 5 - Matriz Decisória - Capa do Mangá	183

LISTA DE SIGLAS

HQ – História em Quadrinhos

HQ's – Histórias em Quadrinhos

LISTA DE ANEXOS

Anexo A - Sinopse: Lullaby: Caçadores de Pesadelos	202
Anexo B - Lullaby: Caçadores de Pesadelos	202

1 INTRODUÇÃO

As HQ's (Histórias em Quadrinhos) são narrativas gráficas, uma forma de narrar histórias através de imagens e textos dispostos em uma série de acontecimentos reais ou fictícios, onde os personagens da trama enfrentam diversos desafios que despertam a atenção e curiosidade dos leitores. Elas são famosas em diversos países, inclusive no Brasil, que popularmente foi nomeada e registrada no dicionário brasileiro como gibi. Will Eisner, um renomado quadrinista, criou o termo "Arte Sequencial" para se referir a essa forma de expressão artística.

Em 1895, o americano Richard Outcault criou a primeira história em quadrinhos com aspectos que se tornaram atemporais, como afirma Álvaro de Moya (1986, p. 22), "O MENINO AMARELO/Yellow Kid (1895) de Richard F. Outcault. Considerada a primeira história em quadrinhos continuada com personagem semanal, aos domingos, em cores, no Sunday New York Journal". De certa forma, já temos registros de modelos de histórias contadas através de ilustrações desde a pré-história com os primitivos que, pintavam nas paredes das cavernas as façanhas de suas sagas pela sobrevivência onde passavam o conhecimento aos demais para explicarem sobre as aventuras e os perigos existências da época.

Portanto, apenas fomos aprimorando cada vez mais ao longo dos anos até os tempos de civilização, o que possibilitou a comunicação dessa forma de arte alcançar um grau de interpretação mais rica e assertiva para os leitores que, se conectam a nível emocional nas histórias, emergindo e criando afetividade com os personagens através das mensagens que os autores conduzem ao narrar visualmente os acontecimentos de suas tramas.

Essa linguagem universal, durante quase um século, criou mitos modernos, personagens que ultrapassaram sua origem, sobrepujando barreiras de línguas, religiões, costumes, universalizando desenhos, onomatopeias, balões, cores, expressões idiomáticas e figurativas, narrativas originais, raios e trovões, exclamações e interrogações. Principalmente, tornaram nosso mundo menor, mais próximo e unido... Através do humor, do riso, da aventura, do heroísmo, das boas ações, do bem contra o mal, da luta pela justiça contra a injustiça, dos pequenos contra os fortes e poderosos, os quadrinhos lutaram para construir um mundo melhor e mais justo socialmente. (MOYA, 1986, p. 8)

No Brasil, os gibis conquistaram a sua fama graças ao esforço e criatividade de vários cartunistas que produziram excelentes obras em suas épocas, como por exemplo, um dos pioneiros dos quadrinhos, o ítalo-brasileiro Angelo Agostini, que publicou no país em 1869, o primeiro título com personagem fixo intitulado de “As Aventuras de Nhô Quim”, mais tarde em 1905, surgiu “O Tico-Tico”, uma revista semanal para crianças que com o seu sucesso de vendas, conquistou um grande feito para aquele tempo, que obteve a tiragem de 100.000 exemplares publicados por semana. (BNDIGITAL, 2015)

O título da primeira HQ (História em Quadrinho) colorida pertence a Ziraldo, um ícone nacional dos cartunistas, com a sua criação “A Turma do Pererê”, lançada em 1960, também não poderia faltar o mais famoso dos artistas de gibis brasileiros, o cartunista Maurício de Sousa, com o seu gibi “A Turma da Mônica” que fez enorme sucesso nacional participando da infância de muitas crianças por diversas gerações, inclusive a sua fama foi tão grande, que o país já era pequeno para a turminha, tanto que Maurício já havia fundado a sua empresa Maurício de Sousa Produções e com a Panini publicaram mais de 1 bilhão de suas revistas por todo o mundo. Não para por aí, no dia 5 de agosto de 2018, eles obtiveram um marco nos livros de recordes, segundo o site do Guinness World Records, o título adquirido foi o de “A maior revista em quadrinhos publicada”. (MOYA, 1986, p.20; MUNIZ, 2019; GUINNESS WORLD RECORDS, 2018)

Esta forma artística alcança diversas pessoas de várias idades, com um maior destaque aos jovens adultos que consomem muito mais deste tipo de conteúdo no qual será apresentado ao longo do estudo. A maior parte da popularidade das HQs em relação ao seu público é vinda do Japão com o mangá, nome atribuído às histórias em quadrinhos japonesas, que fizeram um extremo sucesso por todo o mundo com obras que perduram por anos no gosto público favorecendo diversos outros mercados graças às oportunidades de seus personagens se tornarem brinquedos, jogos, camisas, entre muitos outros produtos. Por isso, este projeto tem como o objetivo utilizar as técnicas de design editorial, as metodologias Design Thinking e Storytelling para a produção de um mangá.

1.1 Problematização

- Como desenvolver um projeto editorial?
- Como produzir uma HQ com aspectos brasileiros?
- Como selecionar as melhores fontes para cada tipo de quadrinho?
- Qual grid deve-se escolher para cada tipo de quadros?
- Como a perspectiva melhor se adequa num cenário ilustrativo?
- Como definir a paleta de cores dos personagens?
- Como produzir um enredo que agrade o público alvo?

1.2 Objetivo Geral

Desenvolver um mangá com base em técnicas de design editorial para a Editora Draco.

1.2.1 Objetivos Específicos

Promover as técnicas de grids utilizadas no design editorial para aplicar nos quadros das HQ's.

Apresentar a importância de utilizar a psicologia das cores para a personalidade, habilidades e roupas de cada personagem.

Usar métodos eficazes para a elaboração dos personagens.

Introduzir no roteiro da HQ conteúdos sobre o folclore brasileiro valorizando a cultura nacional.

1.3 Justificativa

Segundo um dos maiores ícones das revistas em quadrinhos, o americano Will Eisner (1989, p.5), “[...] a Arte Sequencial merece ser levada a sério pelo crítico e pelo profissional”. O início foi duro para as HQ’s, pois não tiveram um nascimento fácil, elas foram rejeitadas, caçadas e banidas ao longo de sua trajetória.

Desde o início de 1974, com o surgimento da crise de energia, de petróleo e, principalmente, do papel, os quadrinhos atravessam uma crise sem precedentes, desde o advento da tevê.

O que é uma pena, pois os *comics* surgiram no fim do século passado, no mesmo ano que o cinema. Mas, enquanto a invenção dos Lumière foi saudada como a sétima arte desde o princípio, com Méliès, Griffith, Eisenstein e Chaplin, os quadrinhos foram ignorados. Houve uma campanha contra, atribuindo às historietas a criminalidade infanto-juvenil. Diziam que as crianças se desinteressavam dos estudos e da leitura. Chegou a haver um clima de perseguição e proibição. (MOYA, 1986, p. 7)

Contudo, os quadrinhos foram ganhando mais espaço lentamente com o passar dos anos, sobrevivendo em uma luta longa, assim como os heróis que nelas vivem. “Foi só na década de 60 que os europeus descobriram os quadrinhos e eles invadiram as universidades, os livros “sérios”, os museus e, em pouco tempo, estava na moda revelar-se um velho fã de velhos personagens”, assim como enfatiza Álvaro de Moya (1986, p.7).

Nos tempos modernos, com o advento da tecnologia, nota-se uma tremenda evolução se comparada com a época de seu surgimento, com as histórias em quadrinhos recebendo adaptações para animações, seriados e até para o cinema. Embora sejam possíveis tais feitos, ainda é necessária certa popularidade para que uma narrativa gráfica ganhe vida em outras plataformas. Ainda assim, diversas obras que originalmente eram dos quadrinhos ganharam versões nas telas, como por exemplo, as animações dos gibis da Turma da Mônica, de Maurício de Souza, um aclamado quadrinista brasileiro, no qual já publicou diversos dvd’s de sua própria franquia e a obra *The Walking Dead*, de Robert Kirkman, que recebeu uma versão serializada com atores reais, veiculada pela AMC (EUA) e FOX (Brasil).

Segundo o site de rastreamento de bilheteria Box Office Mojo (2020), o filme “Vingadores: Ultimato”, da Marvel, se tornou o filme com maior sucesso de bilheteira da história em 2019, com uma marca de US\$ 2,797 bilhões faturados. Esta obra cinematográfica foi um encerramento de uma saga que uniu diversos heróis de outras franquias da própria empresa.

Sem dúvida, as HQ’s superaram muitas das barreiras que poderiam ter dizimado a sua existência, mas ainda permanecem preconceitos que atrapalham o seu reconhecimento como obra literária séria, um dos principais e que este projeto mais abordará é o preconceito de que quadrinhos são apenas para as crianças. Através de um roteiro com peso moral e de forte perspectiva, uma narrativa bem apresentada pode transmitir ao leitor mensagens que farão ele se envolver intelectualmente e emocionalmente com a obra gerando autorreflexão e até mesmo empatia para com a trama e os personagens.

Em nossa cultura, os filmes e as revistas em quadrinhos são os principais contadores de histórias através de imagens. Todos eles empregam imagens e texto, ou diálogo. Enquanto o cinema e o teatro já construíram sua reputação se estabeleceram há um bom tempo, as histórias em quadrinhos continuam lutando para serem aceitas, mas esta forma de arte, depois de mais de um século em uso popular, ainda é tida como um veículo literário problemático. (EISNER, 2005, p.7)

Por fim, no decorrer da concepção do projeto, o autor irá introduzir o mundo do design editorial ao universo das histórias em quadrinhos. Esta união permite identificar os possíveis métodos para facilitar a criação do roteiro e a confecção da revista. Por ser basicamente um projeto de editoração, algumas das técnicas utilizadas por designers em projetos gráficos podem ser replicadas nas HQ’s de forma que fique evidente como um designer pode contribuir para esse tipo de expressão artística.

1.4 Métodos e Técnicas

Para o desenvolvimento do projeto foram escolhidos dois métodos, a metodologia do livro Design Thinking – Inovação em Negócios de Maurício Vianna et

al. (2012) e a técnica Storytelling. Através do Design Thinking, serão traçadas estratégias com o propósito de identificar as necessidades e problemas do público alvo enquanto o leitor compreende mais sobre o conteúdo da história, que provém da ferramenta, Storytelling.

O Design Thinking é uma abordagem que busca ampliar a compreensão dos envolvidos no projeto para a solução de problemas de forma coordenada, no qual o designer obtém uma perspectiva empática com o seu público alvo visando entender melhor todas as necessidades deles através de pesquisas valorizando a experiência cultural do indivíduo, sendo assim, coletando dados que serão úteis para o desenvolvimento dos resultados. Segundo Maurício Vianna et al. (2012), esta metodologia é composta por quatro etapas fundamentais, sendo elas a imersão, análise e síntese, ideação e prototipação.

A etapa de imersão é dividida em duas partes, sendo a imersão preliminar e a imersão em profundidade. A fase de imersão preliminar se dá pelo início do projeto, onde os envolvidos não conhecem muito sobre o assunto e irão emergir adentrando no contexto geral no intuito de se aproximar do problema e a fase de imersão em profundidade, no qual já com informações sobre o conteúdo inicial do projeto, agora adentram mais a fundo do assunto trabalhado.

O próximo passo é uma etapa dupla, composta por análise e síntese das informações coletadas do procedimento anterior. Na análise, utilizando de dados já obtidos, o propósito é uni-los por afinidade com a finalidade de identificar possíveis padrões que serão úteis ao longo do projeto. A síntese por sua vez, se estabelece quando a etapa da análise foi completada, então prossegue sintetizando as novas informações com as possíveis futuras experiências que o público alvo terá baseando-se nos resultados obtidos de todas as etapas anteriores.

Na fase de ideação é onde surgem diversas ideias criativas e inovadoras, pois são estimuladas e geradas devido a todo repertório adquirido sobre o assunto. É comum nesta etapa ter uma enorme quantidade de ideias, por este motivo, as ideias selecionadas devem atender aos requisitos iniciais premeditados do projeto.

Por fim, a prototipação, esta que consiste em representar de forma prática as ideias já maduras das soluções dos problemas com a elaboração de protótipos em níveis diferentes de fidelidades, como por exemplo, mockups e maquetes.

Após a metodologia supracitada, a segunda utilizada neste projeto é a técnica Storytelling, apresentada por Dimitri Vieira no site Comunidade Rock Content (2019), no qual discorre:

Storytelling é um termo em inglês. "Story" significa história e "telling", contar. Mais que uma mera narrativa, Storytelling é a arte de contar histórias usando técnicas inspiradas em roteiristas e escritores para transmitir uma mensagem de forma inesquecível. (VIEIRA, 2019)

Não é fácil contar uma história que cativa os seus leitores ou ouvintes, exige habilidade, pelo fato dela precisar fazer sentido do começo ao fim. Entretanto, quando se aplicam técnicas e conceitos, como os do Storytelling, uma tarefa que é complexa pode ser simplificada auxiliando todos os tipos de roteiristas.

Segundo VIEIRA (2019), o Storytelling se divide em quatro elementos, o primeiro é a Mensagem. Esta comumente é dividida em duas partes:

1. Story: A história junto da mensagem sendo transmitidas.
2. Telling: A maneira como a mensagem será dissertada.

Mesmo com uma ótima apresentação, não há garantias que com uma história fraca, o Telling consiga fazer a sua função, mas pelo contrário, se o Telling é fraco, e o conteúdo sendo forte, a mensagem consegue ser transmitida de forma com que o leitor consiga apreciar a obra.

O segundo elemento é o Ambiente:

Quando um personagem se depara com um novo lugar, o leitor precisa estar ciente de toda a ambientação, é quando o autor precisa apresentar ao seu público uma visão completa de onde está se passando aqueles acontecimentos.

O penúltimo elemento é crucial para uma obra, o Personagem:

O personagem é a figura na qual o leitor usará como referência para emergir na história, é através dele que diversas mensagens são transmitidas. Para um enredo se sair bem é preciso ter personagens com um bom desenvolvimento.

O último elemento, mas não menos importante, o Conflito:

É nesta etapa que a atenção do leitor é focada, uma vez que histórias com relevância sempre possuem conflitos interessantes que desafiam os seus personagens a lidarem com situações difíceis. Histórias com desafios fáceis ou sem conflitos desinteressam os leitores, não criam estímulos para eles continuarem a acompanhar a obra e é por isso que os personagens precisam de obstáculos desafiadores para poderem evoluir de acordo com as suas jornadas.

Para construir uma boa narrativa, essas são as principais etapas que compõe o Storytelling, elas precisam ser realizadas de modo a atender todos os seus requisitos. O Story e o Telling trabalham juntos, um depende do outro para que o leitor tenha a sua experiência de leitura completa. A história é constituída por todas as emoções impostas pelo escritor e através dela, o mesmo pode transmitir as suas mensagens para os seus leitores pela maneira na qual ela é contada.

Introduzindo ambas as metodologias nas histórias em quadrinhos, primeiramente, o Design Thinking irá contribuir para a coleta de dados do tema e o aprimoramento das técnicas utilizadas por quadrinistas na construção do material e o Storytelling, por sua vez, irá complementar permitindo inserir um roteiro que se conecte com o leitor em nível emocional.

2 IMERSÃO EM PRELIMINAR

2.1 A Editora Draco

Com 8 anos de história sendo uma das principais editoras independentes de ficção, a Draco vem trilhando um caminho diferente no ramo editorial. Ela busca conhecer e apresentar obras originais amadoras ou com baixa visibilidade de autores brasileiros e lusófonos para mais leitores, sendo assim, após consolidar uma parceria com esses artistas, a editora alia design, ilustrações e tudo o que for possível para melhorar os produtos. A intenção é atrair o público pela beleza, a qualidade das histórias e os personagens que os livros trazem expandindo a popularidade dos títulos e vencendo obstáculos para as narrativas serem contadas por muitos anos.

Figura 1 - A Editora Draco



Fonte: <<https://editoradraco.com/sobre/>>

Os profissionais da editora também prestam diversos serviços editoriais para autores e parceiros, mesmo se as publicações não forem feitas com eles. As atividades oferecidas são realizadas pelos editores e desenhistas das publicações da Editora Draco. (EDITORA DRACO, 2021)

A seguir os ofícios disponíveis:

Para o Texto:

- Revisão;
- Preparação de texto;
- Leitura crítica;
- Edição e consultoria para autores de ficção.

É feito um acompanhamento de capítulo a capítulo com sugestões e instruções para melhor fluência narrativa e de texto.

Para a Arte:

- Diagramação impresso e arte – projeto gráfico, capas, ilustrações;
- Editoração digital – conversão para e-book formato epub seguindo as normas das mais exigentes livrarias virtuais (Amazon, Kobo, Apple, Google Play, Saraiva, Cultura etc.).

2.2 Reenquadramento

Através de um questionário por e-mail com o Raphael Fernandes, profissional de edição da Editora Draco, foi possível examinar e compreender mais sobre a perspectiva de um perito no ramo editorial de revistas em quadrinhos contribuindo para o desenvolvimento do projeto.

1) Qual é a sua profissão dentro da Editora Draco?

Editor.

2) Qual nicho de mercado a Editora Draco faz parte?

Mercado editorial. Em especial, trabalhamos com obras originais de gênero, como fantasia, ficção científica e terror.

3) Qual a sua visão sobre o mercado dos quadrinhos atualmente no Brasil? E no mundo?

O mercado de quadrinhos brasileiro é uma cena caminhando em direção a se tornar um mercado. Tudo ainda é feito com muita paixão e o público é bem restrito. Vale lembrar que existe uma diferença muito grande entre a recepção de quadrinhos em geral, incluindo obras internacionais, e quadrinhos originais. Porém, graças aos eventos e aos financiamentos coletivos temos conseguido continuar a produzir. Sem falar em obras alcançando outras mídias de massa, como cinema e televisão. Já o mercado internacional, há diversos polos com diferentes respostas de público. Por exemplo, os mais bem sucedidos são o mercado japonês, italiano e o franco-belga, que tem um público fiel e numeroso em seus países de origem. Já o mercado norte-americano, apesar de bem grande, está com números cada vez menores de leitores e isso se dá pela repetição de fórmulas, exploração de gênero único e saturação dos personagens em outras mídias. Existem diversos pequenos pólos, mas a maioria parece um pouco com a nossa realidade.

4) Entre as HQs impressas e online, qual dessas você percebe maior popularidade nos dias atuais?

As publicações online ainda não são tão lidas pelo grande público, exceto através da pirataria de sites de scan. O número de leitores que acompanha desta forma é enorme, mas isso não significa que há um mercado a ser explorado, já que a maioria não está disposta a pagar para ler. As HQs impressas ainda tem o apelo do colecionismo que colabora para que as tiragens sejam vendidas.

5) Dentre os vários tipos de quadrinhos, quais vocês publicam?

Nós publicamos quadrinhos de fantasia, crime, scifi, terror, não-ficção, romance, aventura, humor e outros gêneros. Nosso leque de possibilidades é bem amplo, mas publicamos apenas obras originais. Não publicamos clássicos, não republicamos obras de outros países e não publicamos autores estrangeiros.

6) O que é necessário para a editora aprovar uma obra de um autor?

Buscamos um trabalho que dialogue com o público em geral e tenha características bem específicas: trate de grandes temas da cultura pop, mas sempre com o sotaque e o ponto de vista dos brasileiros. Ou seja, queremos fazer obras lovecraftianas, mas com o nosso jeito, ambientadas em nosso país e com personagens que possamos nos identificar.

7) O que uma obra precisa para ser considerada interessante?

Ela precisa ser verdadeira. O autor deve colocar algo de suas experiências e vida pessoal para que uma obra ganhe identidade. Outro fator que nos chama a atenção é a qualidade técnica de uma obra, seja no roteiro ou na arte. Apesar de editarmos e ajustamos eventuais problemas, há um nível de qualidade mínimo que estamos sempre ajustando pra cima.

8) Quais são os tratamentos que a Editora Draco realiza nas obras?

Nós fazemos diversas leituras, críticas e sugestões no roteiro das obras, buscando sanar furos, incoerências, eventuais preconceitos e melhorar a narrativa gráfica. Também atuamos com o mesmo cuidado e esmero nos processos de aprovação dos layouts, da arte e das cores, além de fazer revisão, editoração, acompanhamento em gráfica, distribuição, divulgação e estoque.

9) Quais são as fontes que utilizam nos textos de fala dos personagens? E por quê?

Nós utilizamos um padrão de fontes para facilitar todo o processo. Evitando conflitos e também gerando uma sensação de pertencimento ao projeto da Draco. A fonte padrão dos balões é CCAstroCity.

10) Qual é a etapa mais difícil antes de publicar uma HQ de um autor novo?

Provavelmente encontrar alguém com as características que mais valorizamos: qualidade, originalidade e compromisso.

11) Qual é a estratégia que melhor funciona para projetar a ideia da arte de uma capa?

Nós buscamos sempre fazer capas que sejam compreendidas em formatos miniatura para ecommerce e visualização em mobile.

12) Quais são os tipos de papel que usam para as capas e páginas dos quadrinhos?

Para preto e branco usamos polen bold e para colorido couché. Nas capas, procuramos usar cartão em boa gramatura.

13) Quais são os tamanhos disponíveis para as revistas em quadrinhos?

Temos 3 formatos: formato Draco (17x24 cm), formato mangá (14x20 cm) e formato tirinha (19,6 x 20,6 cm).

14) Como vocês definem o valor de uma obra impressa? E online?

O valor da obra impressa é feito com base no cálculo de percentuais de distribuição. As livrarias ficam com 50%, a distribuidora com 10-20%, os autores 15% e o restante sobra pra gente para custos gráfico e administrativos e tirar alguma margem de lucro. As obras online são precificadas em cima do próprio cálculo, mas excluindo os custos gráficos.

2.3 Pesquisa Desk

2.3.1 Design Editorial

Quando o produto físico de uma obra literária é produzido e consumido, o design presente em toda a estrutura do projeto pode passar despercebido, não ser notado, ser algo invisível e este fator pode ser explicado pela satisfação do leitor com o conteúdo já que o mesmo não precisa saber como foi feito o design do livro para desfrutar da leitura. Se os consumidores considerarem apenas importante em um livro os textos, isto só fortalece o argumento anterior, de modo a gerar uma cadeia hierárquica baseada em gostos, opiniões e percepções individuais. Quanto maior a convivência do indivíduo com um objeto, quanto mais mundano ele for, menor será o foco em seu design, mas não importa se é comum, pois mesmo um produto simples em sua fabricação pode haver diversas complexidades que devem ser solucionadas durante o processo pra que existam. (HENDEL, 2003, p. 1)

Entretanto, por mais que o leitor possa desperceber o design presente em seu produto por inúmeros fatores, sendo alguns deles o repertório de quem lê ou a falta de praticar essa observação, existe técnicas que podem despertar essa visão podendo até influenciar durante a decisão da compra. Para isto temos o design editorial que é o ramo do design especializado na produção de livros, revistas, jornais, e-books e publicações digitais. Como afirma o blog Pontodesign (2021), “Definitivamente, ele é mais que colocar imagens em lugares adequados ou escolher

a cor certa. O objetivo de qualquer design está em resolver problemas e comunicar o que é necessário”. É mais que apenas uma parte do todo, não só a estética, mas em geral de acordo com um padrão editorial.

O design de livro é diferente de todos os outros tipos de design gráfico. O trabalho real de um designer de livro não é fazer as coisas parecerem ‘legais’, diferentes ou bonitinhas. É descobrir como colocar uma letra ao lado da outra de modo que as palavras do autor pareçam saltar da página. O design de livro não se deleita com sua própria engenhosidade; é posto a serviço das palavras. Um bom design só pode ser feito por pessoas acostumadas a ler – por aquelas que perdem tempo em ver o que acontece quando as palavras são compostas num tipo determinado. (HENDEL, 2003, p.3)

A preocupação que este profissional precisa ter é ampla, envolvem lidar com a escolha mais eficaz de tipografia, gramática, cores, grids, imagens e estilos. Para a construção de um projeto gráfico editorial a maior característica requisitada é a criatividade, mesmo se um projeto necessitar de um padrão, adaptando essencialmente às regras editoriais. Existem alguns elementos básicos que são cruciais para o bom desempenho durante o processo, estes são: a identidade visual, a tipografia e os grids. (PONTODESIGN, 2021)

2.3.2 Identidade Visual

A marca é extremamente importante para tudo que precise haver um nome, como as empresas, os livros, as religiões e os alter egos, exemplo Pelé, Batman, Homem-Aranha, etc. Ela é representada por tipografia, símbolo ou ambos, e com o tempo as pessoas vão se identificando a essas imagens criando um vínculo afetivo pela repetição da observação passando a relacionar tal cor ou forma sempre que se depara com o produto, serviço ou causa que aquela marca exerce. (STRUNCK, 2001, p.18)

Segundo STRUNCK (2001, p.57), “Quando um nome ou ideia é sempre representado visualmente sob determinada forma, podemos dizer que ele tem uma identidade visual”. Este conceito se aplica totalmente ao universo dos quadrinhos,

pois toda obra possui uma marca, seja ela elaborada utilizando apenas uma tipografia estilizada ou também com algum símbolo.

Figura 2 - Brasão do Superman



Fonte: <<https://purepng.com/photo/27487/logos-superman-logo>>

Figura 3 - Logo: Dragon Ball Super



Fonte: <<https://www.pngegg.com/en/png-fnsfg>>

Figura 4 - Capa: Dragon Ball Super Vol.11



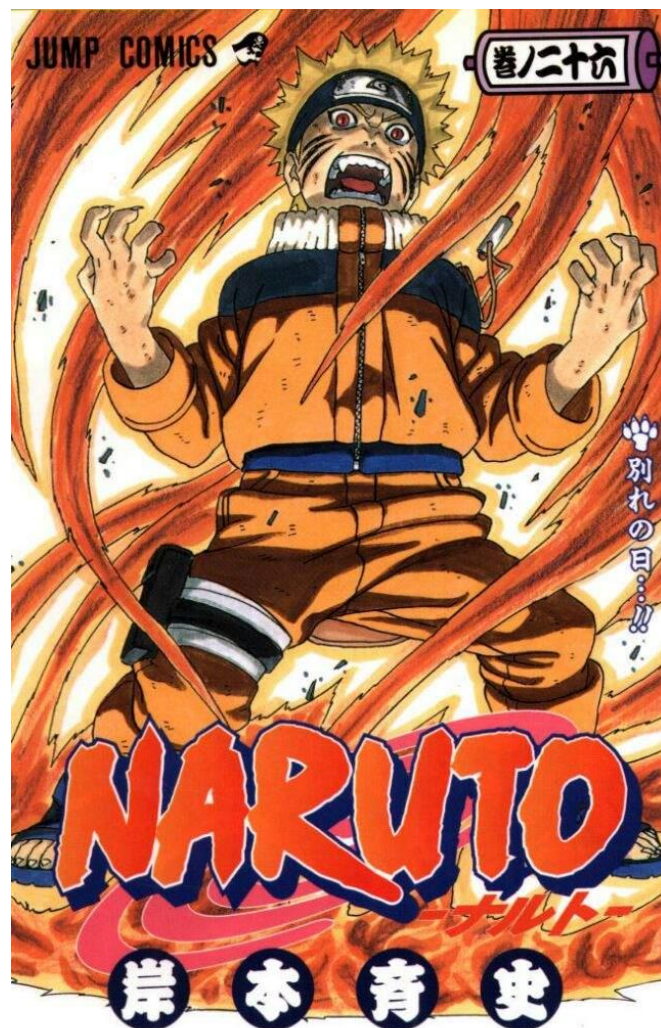
Fonte: <<https://www.nerdgo.com.br/Compare/Produto/160?name=dragon-ball-super-vol-11>>

Figura 5 - Logo: Naruto



Fonte: <https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Naruto_logo.svg>

Figura 6 - Capa: Naruto



Fonte: <<http://www.otakucabeludo.com.br/2018/11/otkc-top-10-melhores-capas-de-naruto.html>>

Figura 7 - Logo: Boku no Hero Academia



Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_personagens_de_Boku_no_Hero_Academia>

Figura 8 - Capa Boku no Hero Academia



Fonte: <https://myheroacademia.fandom.com/wiki/Chapters_and_Volumes#Japanese>

2.3.3 Tipografia

Decidir uma fonte e a sua família tipográfica é fundamental nos projetos de design, mas essa não é uma tarefa fácil, pois exige técnica do designer durante a sua decisão dentre as várias opções disponíveis. Escolher uma tipografia eficiente para uma logotipo pode acabar sendo mais impactante do que um gráfico ou pictograma já que ela diz muito sobre a marca.

Quando estamos fazendo os estudos do projeto gráfico do livro, levamos um tempo considerável escolhendo o tipo que utilizaremos no corpo do texto e nos demais elementos textuais que podem ter outra tipografia – como nas notas de rodapé, legendas, créditos etc. Isso demanda realmente um tempo grande para que tenhamos certeza de que determinada tipografia se encaixe naquele texto. A tipografia pode ajudar a reforçar o sentido do texto e define o caráter do livro. (HALUCH, 2013, p.17)

As fontes possuem diversas variações e as famílias tipográficas abrigam algumas ou até mesmo todas elas, como: Thin, Light, Regular, Medium ou Semi Bold, Bold e Black ou Extra Bold (contendo todas elas variações em itálico).

Figura 9 - Família Tipográfica da letra A



Fonte: <<https://rockcontent.com/br/blog/tipografia/>>

É crucial não distorcer uma fonte para evitar que altere a sua identidade e interfira negativamente no seu design, como na imagem abaixo:

Figura 10 - Diferença no alongamento das fontes



Fonte: <<https://rockcontent.com/br/blog/tipografia/>>

Espacejar as letras minúsculas dificulta a leitura dos textos e é interessante não fazer essa alteração, mas se caso realizada, ela deve ser feita com muita cautela para não danificar a legibilidade.

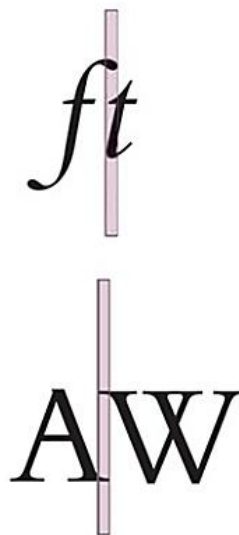
Figura 11 - Legibilidade

l e g i b i l i d a d e x legibilidade

Fonte: (HALUCH, 2013, p. 48)

O kerning é o espaço entre as letras. Cada uma delas possui a sua própria largura, assim como os números. As fontes digitais possuem espaçamento automático nos programas e opções para alterações caso for necessário. Nos textos pode haver erros grotescos de kerning e isto causa conflitos visuais para o leitor. Para evitar basta respeitar a distância de cada letra e conferir se as configurações estão de acordo ao criar as frases. (HALUCH, 2013, p. 48)

Figura 12 - Exemplos de erros de kernings



Fonte: (HALUCH, 2013, p. 48)

A hierarquização visual é um recurso prático e funcional na construção dos projetos gráficos, como mencionado por RALLO (2018), “O uso de diferentes tamanhos, famílias, distâncias e variações da mesma fonte, é capaz de mudar toda a forma de como o texto será lido”.

Figura 13 - Legibilidade

POR EXEMPLO,
essa linha não vai chamar atenção primeiro.
Muito menos essa aqui.

Fonte: (HALUCH, 2013, p. 48)

As serifas são os pequenos traços existentes nas pontas das hastes dos caracteres. É um dos mais importantes elementos utilizados em todos os textos. Classificada em dois tipos, com e sem serifa, ela transmite diferentes mensagens dependendo de onde for utilizada. As fontes serifadas combinam bem com determinados gêneros de livros, nas capas e em alguns casos no corpo do texto enquanto as sem serifa possuem uma utilização mais ampla, se encaixando em diversos projetos gráficos e principalmente em títulos e subtítulos.

Figura 14 - Com serifa e sem serifa



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/tipografia/>>

Os tamanhos das letras são divididos em três: caixa baixa, caixa alta e versalete. Estas nomenclaturas são bastante usadas pelos designers.

O conjunto de caracteres em minúsculo é chamado de caixa baixa.

Figura 15 - Caixa baixa

CAIXA BAIXA
chief of design

Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>>

O conjunto de caracteres em maiúsculo é chamado de caixa alta.

Figura 16 - Caixa alta

CAIXA ALTA
CHIEF OF DESIGN

Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>>

É quando se faz o uso da combinação das caixas altas e baixas, porém as fontes são todas em maiúsculo e as que seriam as minúsculas possuem a altura de uma letra “x” como parâmetro. (ARTY, 2017)

Figura 17 - Versalete

VERSALETE
CHIEF OF DESIGN

Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>>

Tipografia nos quadrinhos:

Assim como os balões de fala, a tipografia de uma arte sequencial muda conforme necessário, ela se adapta com cada tipo de balão, desta forma, melhora a imersão do leitor com a obra podendo distinguir cada circunstância. A escolha das fontes acompanha a narrativa, um quadrinho possui várias, para diálogos normais, gritos, momentos de tensão, intimidação e destaques. O autor precisa usar com sabedoria cada uma delas, pois mesmo com diversos tipos, se usados de maneira desorganizada, pode dificultar a leitura.

A fonte utilizada pela Editora Draco conforme mencionado pelo editor Raphael Fernandes na etapa reenquadramento é a CCAstroCity. Esta fonte é ideal para a elaboração de quase todos os textos inseridos nos balões de fala já que ela arremete bastante a escrita manual tornando então a leitura lúdica e agradável. Por ser regular, sem serifa e o tamanho da fonte padronizada em caixa alta, o leitor terá menor cansaço enquanto aprecia o conteúdo da narrativa. Fontes que contenham essas características são as mais indicadas para a maioria das narrativas gráficas, pois garantem fluidez na leitura.

Figura 18 - CCAstroCity



CC ASTRO CITY

Fonte: O Autor

Diferente da tipografia que é utilizada para quase todos os diálogos, a fonte para os textos de gritos, sussurros, falas de vilões, entre outros, o editor pode usar outras mais exageradas, distorcidas, serrilhadas, quaisquer que passe a sensação do que está acontecendo na cena onde estão os personagens, basta avaliar o conteúdo da narrativa e adaptar para cada balão de fala de modo a combinar e trazer equilíbrio tanto para o formato dos balões quanto para o peso emocional da situação, mas assim que escolhida, ela deve ser replicada caso houver situações semelhantes na mesma obra para não gerar ruídos na leitura.

2.3.4 Grids

Durante a diagramação de uma peça gráfica os designers utilizam diversas técnicas de alinhamento para construir uma estrutura. Os grids surgem para auxiliar nesta produção, pois eles são um conjunto de linhas dispostas na vertical, horizontal ou também em outras formas proporcionando padrões estruturais que servirão para organizar as informações que serão inseridas. (ARTY, 2018)

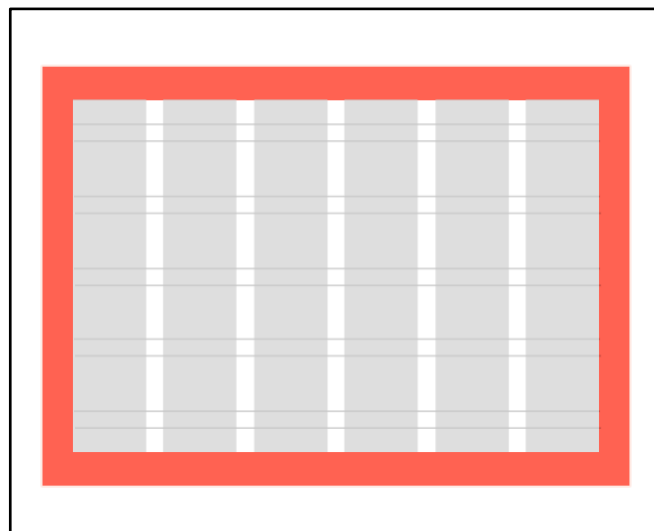
Anatomia de um grid:

As partes de um grid são divididas, conceituadas e nomeadas cada um possuindo a sua função em particular.

Margens:

Este conceito de grid é o mais básico. São os espaços em branco entre as bordas da página e o início do conteúdo. Elas também são as áreas de respiro dos textos e imagens que proporcionam descanso aos olhos além de facilitar o manuseio, se o produto for impresso, podendo servir também como uma zona de informações secundárias caso necessário.

Figura 19 - Margens

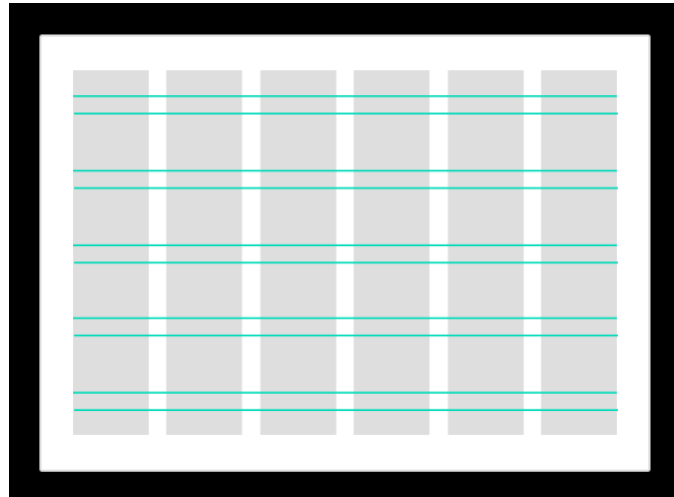


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Guias horizontais:

São os alinhamentos horizontais. Elas cruzam horizontalmente quebrando o espaço nesta direção. Assim é possível guiar o olhar do leitor para criar diferentes pausas, inícios e áreas de respiro para as imagens e textos.

Figura 20 - Guias Horizontais



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Colunas:

São as estruturas verticais que geram divisões horizontais e delimitam o espaço a ser ocupado pelo conteúdo entre as margens.

Figura 21 - Colunas

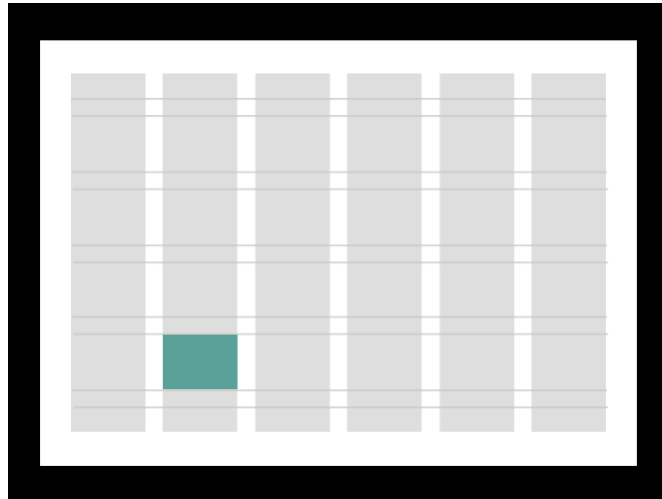


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Módulos:

No grid elas são as unidades formadas através da junção da coluna com a linha base.

Figura 22 - Módulos

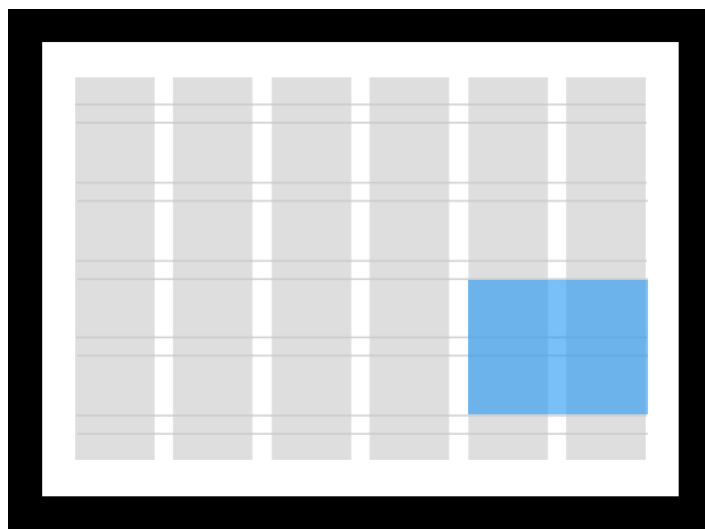


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Zonas espaciais:

É um conjunto de módulos, que juntos formam uma unidade visual.

Figura 23 - Zonas Espaciais

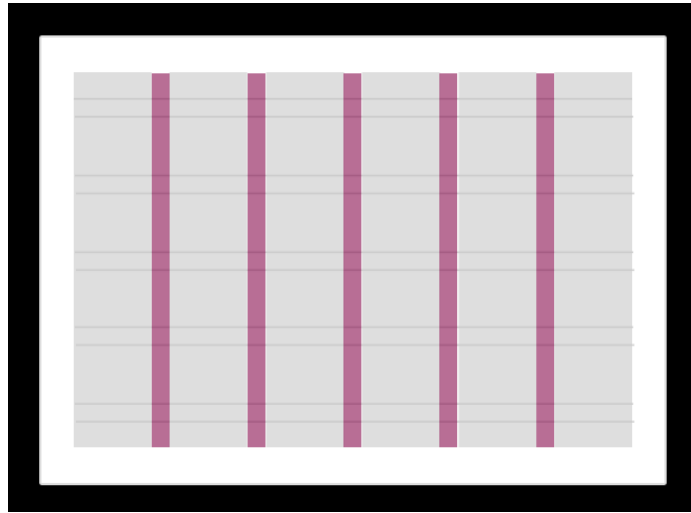


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Calhas (Gutters):

São os espaços em branco entre colunas e linhas. Servem para a separação das informações.

Figura 24 - Calhas (Gutters)

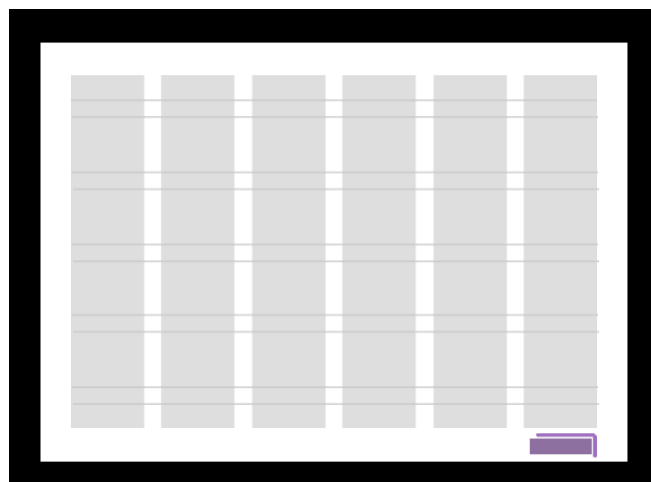


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Marcadores:

Localizados na parte externa, eles são as informações secundárias, como exemplos, cabeçalhos, paginação, nomes de seções, entre outros.

Figura 25 - Marcadores



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

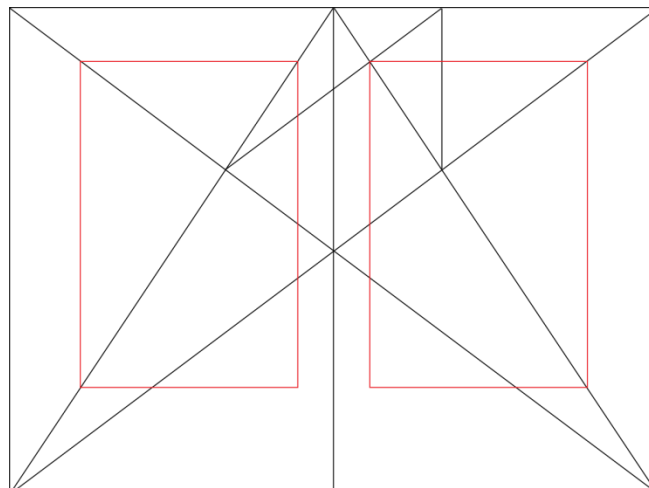
A importância de se utilizar um grid está justamente em organizar todos os elementos de uma peça, seja ela um cartão de visita, panfleto ou um site. O designer pode guiar o fluxo da leitura facilitando e orientando corretamente o leitor por onde ele deverá apreciar o conteúdo de forma prática e eficiente. Balanceando a proporção de cada informação tornando a hierarquia sutil, gradativa, com precisão e permitindo criar projetos mais profissionais. (ARTY, 2018)

Como se criar os grids:

O profissional de design se depara diversas vezes com a necessidade de estruturar o seu projeto, criando estilos e regras para conduzir adequadamente as ideias que surgem e os grids fazem parte desse procedimento. Existem alguns valores que devem ser ressaltados ao se criar essa técnica, como por exemplo, saber as bases que serão aplicadas tais ações, são elas: as limitações do projeto, o tamanho da página, a orientação, onde será diagramado, para quem será feito, tudo baseado nos requisitos da demanda. Todos os passos contribuem para o sucesso de uma criação gráfica que, através dos grids, os seus conteúdos podem ser organizados e definidos da melhor forma.

Os programas como Photoshop e o InDesign auxiliam na criação de grids. Existem alguns sistemas já desenvolvidos, como por exemplo, o de Jan Tschichold, um tipógrafo e designer gráfico, na imagem abaixo:

Figura 26 - Grid de Jan Tschichold



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

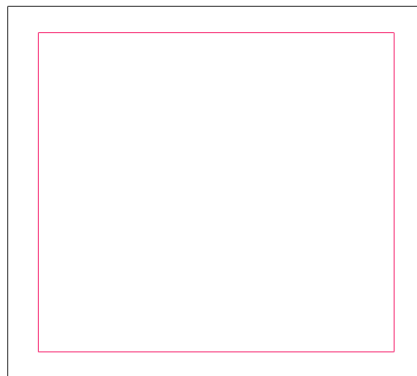
Os tipos de grids:

Existem vários modelos de grids que são utilizados, alguns deles são:

Grids de coluna única:

Formados geralmente por um único bloco de texto, eles são usados para textos corridos e grandes.

Figura 27 - Grid de uma coluna

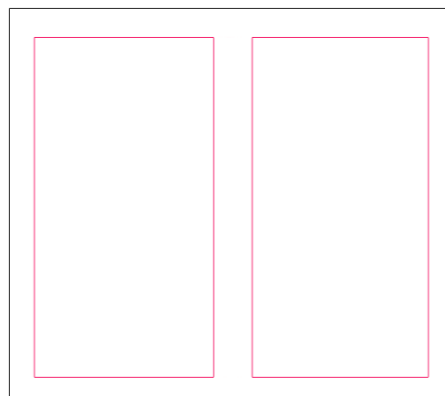


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Grids de duas colunas:

Este é mais flexível que o anterior podendo conter maior volume de texto.

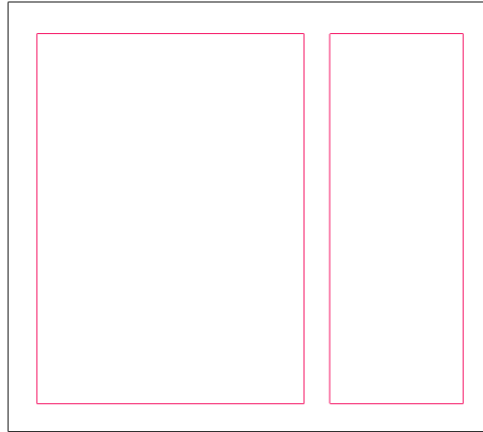
Figura 28 - Grid de duas colunas



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Os grids de duas colunas também podem variar com versões em que uma coluna possui a metade da largura de outra. Representar usando o dobro, metade ou afins confere harmônio a obra.

Figura 29 - Outro Grid de duas colunas

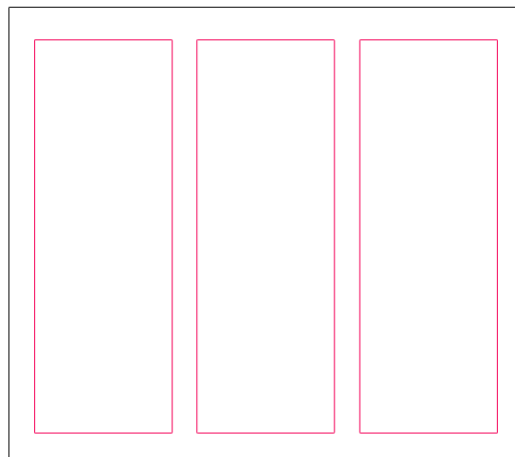


Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/grid-design/>>

Grid de múltiplas colunas:

O tipo que mais gera liberdade por conter uma quantidade maior de conteúdo. Normalmente usado para websites, jornais, revistas, tabelas, etc.

Figura 30 - Grid de Múltiplas Colunas

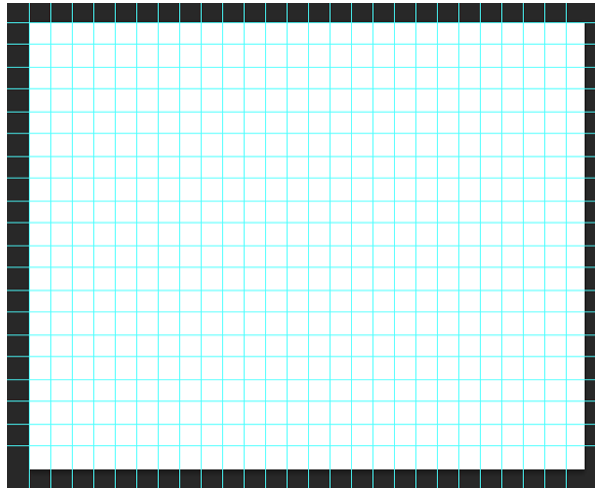


Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/grid-design/>>

Grid modular:

Esse grid utiliza múltiplas linhas verticais e horizontais, comumente usado em projetos mais complexos, como jornais e gráficos. Os módulos proporcionam maior controle dos pequenos espaços presentes no conteúdo.

Figura 31 - Grid Modular

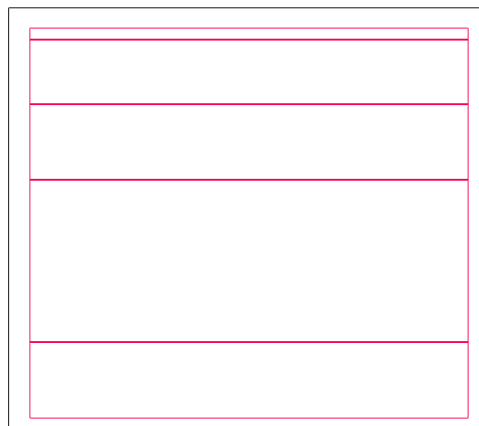


Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/grid-design/>>

Grid hierárquico:

São colunas horizontais de diferentes tamanhos criando zonas de hierarquia em um projeto.

Figura 32 - Grid Hierárquico

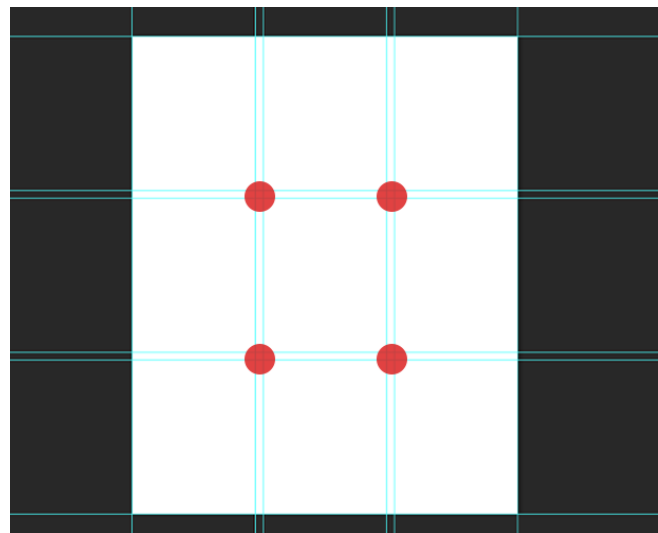


Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/grid-design/>>

A regra dos terços:

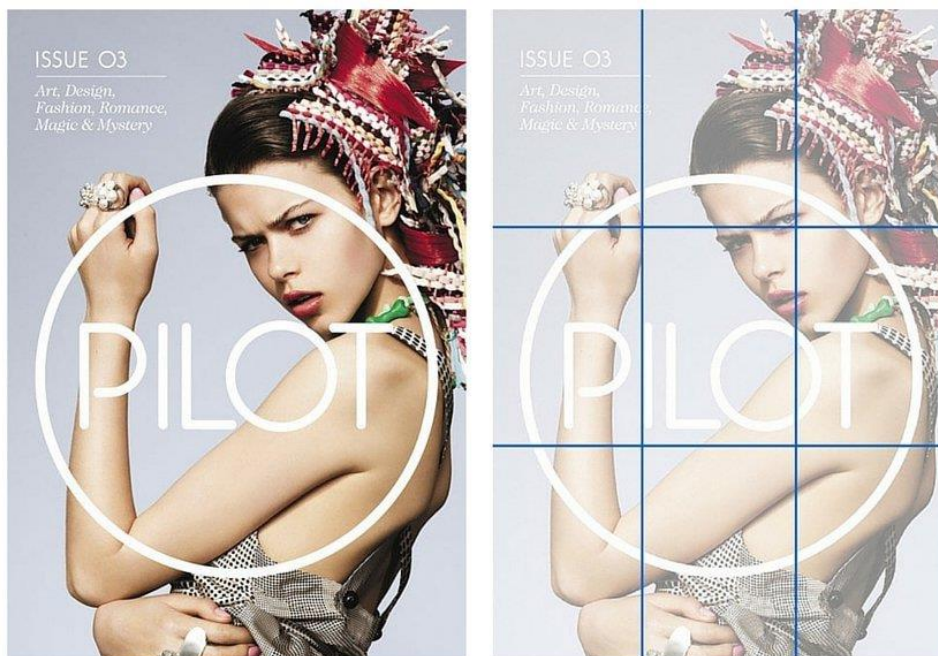
Esta é uma técnica utilizada também na fotografia, onde a imagem é dividida em 9 módulos, contendo 2 linhas horizontais e 2 linhas verticais, que geram 4 pontos nos encontros destas linhas, estes que serão os destaques gerando pontos de foco criando equilíbrio para a composição.

Figura 33 - Regra dos Terços



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/grid-design/>>

Figura 34 - Exemplo: Regra dos Terços

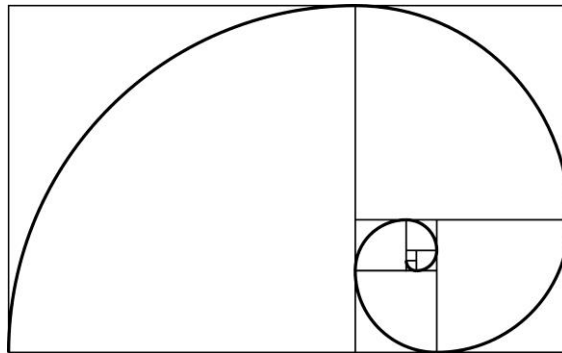


Fonte: <https://www.canva.com/pt_br/aprenda/o-que-e-proporcao-aurea/>

A proporção áurea:

Ela funciona como um guia para indicar o local onde o conteúdo deve ser inserido. O olhar do leitor é direcionado para o centro da espiral, onde pode conter os maiores detalhes da composição. Focar elementos de um design no centro torna fácil se orientar para aquele ponto de interesse visual. (CANVA, 2021)

Figura 35 - Proporção Áurea



Fonte: <https://www.canva.com/pt_br/aprenda/o-que-e-proporcao-aurea/>

Figura 36 - Proporção Áurea: Cartaz do filme Doutor Estranho

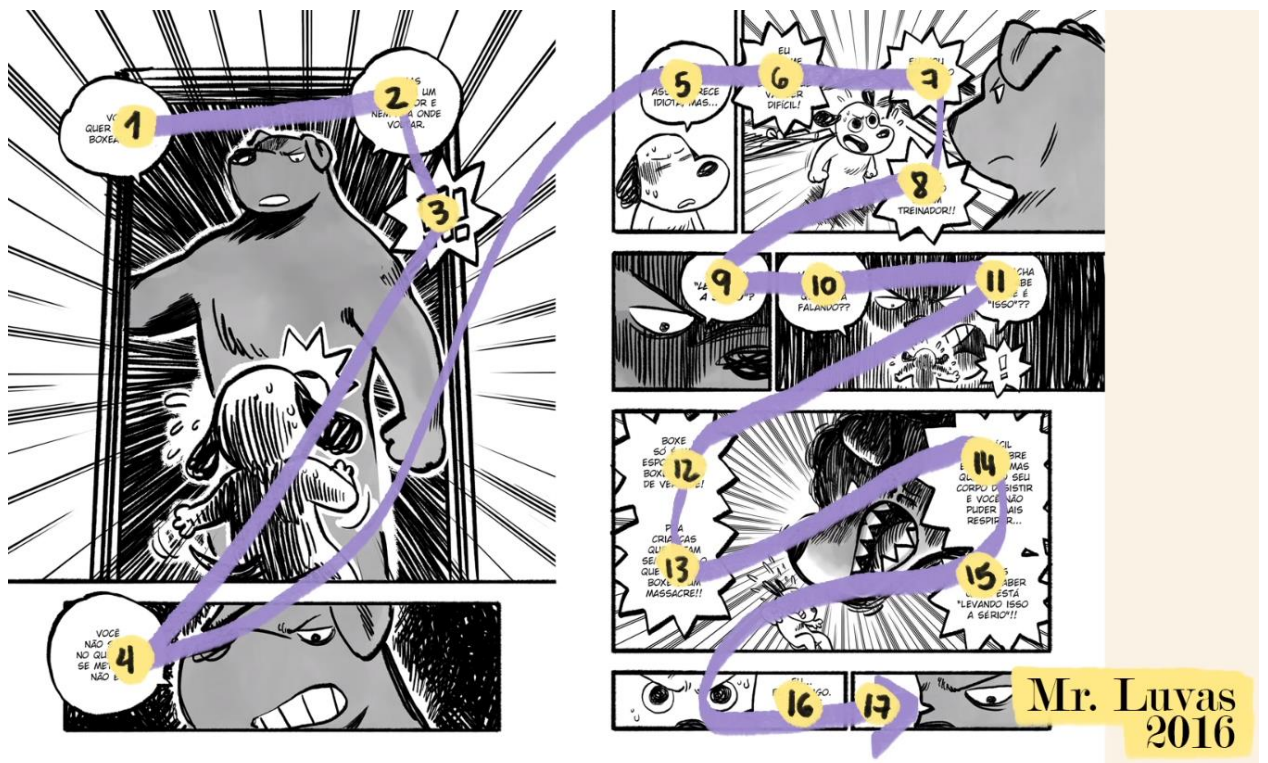


Fonte: <<https://waltermattos.com/tutoriais/analizando-o-design-do-poster-dr-strange/>>

Os grids nos quadrinhos:

Mesmo contendo inúmeros traços artísticos, os quadrinhos dispõem também dos arranjos dos quadros, uma vez que o leitor precisará saber por onde ele deve iniciar a sua leitura em uma página. O sentido de folheio pode variar dependendo da região em que foi publicado, pois as maneiras que as pessoas leem os textos variam do ocidente ao oriente, da esquerda para a direita ou vice-versa. Quando um quadrinista se preocupa com o peso de cada elemento que será inserido nos quadros, ele pode estar conscientemente ou subconscientemente exercendo uma diagramação baseada em hierarquia para atrair propositalmente a atenção do leitor para a sequência desejada. A ordem da leitura pode ser planejada através dos grids que auxiliam o sentido da narrativa com tamanhos diversos dependendo de qual situação irá ocorrer em cada cena dentro dos quadros.

Figura 37 - A Ordem da Leitura



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=S6jfTc7sIP4>>

Figura 38 - Exemplo 1: HQ do Gavião Arqueiro



Fonte: <<https://splashpages.wordpress.com/2017/06/29/uma-analise-de-grid-nos-quadrinhos-gavião-arqueiro/>>

Esta foi uma aplicação não convencional com uma página se tornando um infográfico, este que é a ausência dos textos ou narrativa convencional e substituída geralmente por imagens, mas também por legendas e diagramas gerando uma forma alternativa de interpretação ao leitor. A história é contada através da perspectiva do cachorro ao observar o diálogo dos humanos que contém palavras borradas mantendo somente as compreendidas pelo animal. Com as colunas de mesmo tamanho e separação na parte superior e inferior da página, um maior tempo de leitura é investido no centro com a quebra do padrão, onde há fluxogramas na esquerda e na direita da coluna central com informações detalhadas. (KANNO, 2013, p. 10 e 11; MIORANDO, 2017)

Figura 39 - Exemplo 2: HQ do Gavião Arqueiro



Fonte: <<https://splashpages.wordpress.com/2017/06/29/uma-analise-de-grid-nos-quadrinhos-gavião-arqueiro/>>

A página acima da HQ do Gavião Arqueiro pode ser facilmente atribuída aos méritos do grid modular, já que os quadros onde acontecem as cenas de ação estão sendo separados em colunas, através de linhas horizontais e verticais. Fica possível notar que os espaços entre as colunas, quadrados e retângulos possuem o mesmo tamanho formando calhas padronizadas. Nesta página também se faz o uso da Gestalt na transição de alguns acontecimentos, como afirma Miorando (2017):

Através da teoria da Gestalt também podemos interpretar os espaços não-visuais da página como elementos de fechamento e continuidade, se transformando-se, assim, em elementos visuais, já que são “reparados” pelo leitor, dando a sensação de peças faltantes no tempo e no dia a dia do Gavião Arqueiro durante a história. (MIORANDO, 2017)

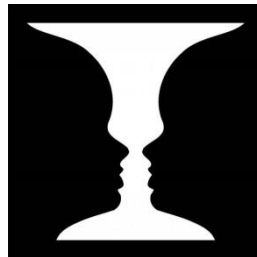
2.3.5 Gestalt

A Gestalt é uma teoria da psicologia que estuda os estímulos dos processos psicológicos de sensações de movimento, o comportamento e a percepção humana. De acordo com ARTY (2019), “No design, a Gestalt nos ajuda a entender como a informação será passada através das formas que criamos”. Auxilia a entender o motivo de algumas formas agradarem e outras não, a razão por trás de observar os objetos de maneiras específicas.

Ou seja, a partir destas leis, foi criado o suporte sensível e racional, espécie de abecê da leitura visual, que vai permitir e favorecer toda e qualquer articulação analítica e interpretativa da forma do objeto, sobretudo, com relação à utilização das demais categorias conceituais. (FILHO, 2000, p.27)

Um dos aspectos da Gestalt utilizados entre os designer é a de criar ilusões óticas. A percepção pode variar de pessoa para pessoa na figura-fundo abaixo, podendo enxergar primeiro a taça ou duas pessoas se olhando.

Figura 40 - O Vaso de Rubin



Fonte: <<https://foroalfa.org/pt/artigos/esta-na-hora-de-aposentar-a-gestalt>>

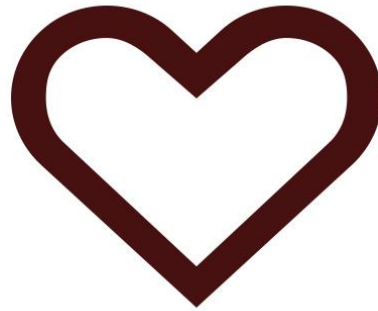
Os 8 princípios da Gestalt:

- Unidade
- Segregação
- Unificação
- Proximidade
- Semelhança
- Fechamento
- Continuidade
- Pregnância da Forma

Unidade:

É quando um único elemento se encerra em si mesmo ou elementos que juntos são considerados um só. Cores, sombras, texturas, pontos, linhas, entre outros, podem definir uma unidade.

Figura 41 - Coração: Exemplo de Unidade

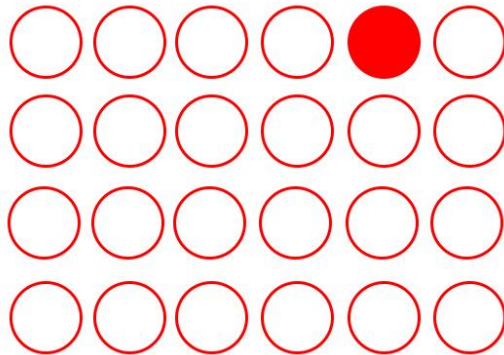


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

Segregação:

Diz respeito a capacidade cognitiva dos seres humanos em evidenciar, destacar e separar uma ou mais unidades da composição inteira.

Figura 42 - Círculos: Exemplo de Segregação



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

Unificação:

Acontece quando elementos iguais ou semelhantes são distribuídos de forma harmônica ou coerente.

Figura 43 - Yin-Yang: Exemplo de Unificação



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

Proximidade:

Referem-se aos elementos que estão próximos. Elementos próximos tendem a se agrupar e são considerados como um todo, ou seja, uma unidade.

Figura 44 - Tetris: Exemplo de Proximidade



Fonte: <<https://4ed.cc/gestalt/>>

Semelhança:

Relacionada aos elementos semelhantes, objetos que se parecem tendem a se agrupar, formando junções.

Figura 45 - Esferas com Estrelas: Exemplo de Semelhança

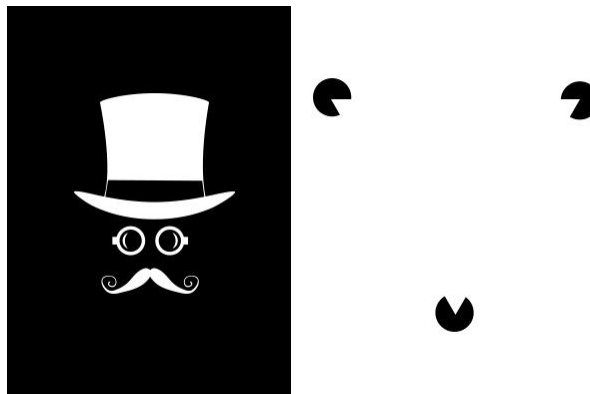


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

Fechamento:

Ocorre quando o cérebro humano tende a fechar a forma mesmo que seja um espaço em branco, ainda que o objeto não esteja completamente estruturado.

Figura 46 - Homem de Chapéu: Exemplo de Fechamento

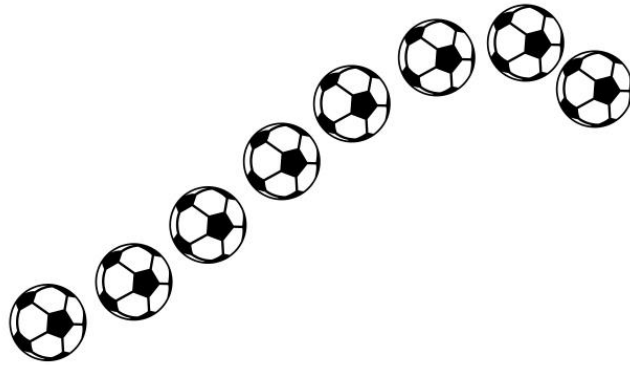


Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

Continuidade:

Está relacionada a objetos que ficam próximos e dão a impressão de continuidade por sua progressão e ritmo.

Figura 47 - Bolas de Futebol: Exemplo de Continuidade



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

Pregnância da Forma:

Segundo FILHO (2000, p.37), “Quanto melhor ou mais clara for a organização visual da forma do objeto, em termos de facilidade de compreensão e rapidez de leitura ou interpretação, maior será o seu grau de pregnância”.

Figura 48 - Foto: Exemplo de Pregnância da Forma



Maiores Pregnância

Menor Pregnância

Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/gestalt/>>

2.3.6 Psicologia das Cores

As cores permeiam o dia-a-dia de todas as pessoas transformando as experiências e relações dos indivíduos mais vívidas. Observando as cores presentes na natureza, nos campos de flores coloridas, o céu e o mar azul, o amarelo do sol, o verde das folhas, o ser humano ao longo de sua evolução obteve inspirações para replicar as imagens e as sensações em suas criações artísticas usando tintas para as pinturas e os tecidos das roupas.

No design, as cores tem extrema relevância em qualquer ramo, seja ele, editorial, gráfico ou produto. Se corretamente utilizadas podem influenciar no sucesso dos produtos, marcas e em outros aspectos que o visual se faz importante, sendo assim, os designers precisam saber como cada uma delas afeta o seu público e assim, fazer as melhores escolhas para as aplicações.

Portanto, estudos sobre a psicologia das cores foram realizados justamente para promover maior precisão em relação à sociedade e a maneira na qual reagem ou se identificam com elas. Um destes foi feito por Eva Heller, escritora alemã e cientista social, onde em seu livro “A psicologia das cores (2013)”, consultou 2 mil homens e mulheres com idades entre os 14 e os 97 anos na Alemanha. Em sua obra literária, HELLER descreve detalhadamente os significados das cores, descritos abaixo:

As pessoas conhecem mais os sentimentos do que as cores, portanto, cada cor, individualmente, pode produzir muitos efeitos e geralmente eles são contraditórios, como afirma HELLER (2013):

O mesmo vermelho pode ter efeito erótico ou brutal, nobre ou vulgar. O mesmo verde pode atuar de modo salutar ou venenoso, ou ainda calmante. O amarelo pode ter um efeito caloroso ou irritante. Em que consiste o efeito especial? Nenhuma cor está ali sozinha, está sempre cercada de outras cores. A cada efeito intervêm várias cores – um acorde cromático. (HELLER, 2013)

Azul:

Apontada como a predileta nas pesquisas de Heller (2013), sendo preferida por 46% dos homens e 44% das mulheres, esta cor funciona bem em muitos ambientes que for aplicada, se tornando um trunfo, muita das vezes. Ainda segundo HELLER (2013), “Não existe sentimento negativo em que o azul predomine. Portanto, não é de se estranhar que o azul seja uma cor tão querida”.

Figura 49 - A Cor Azul



Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Frio, céu, gelo, águas tranquilas, montanhas longínquas, safira.

Associação afetiva:

Amizade, harmonia, simpatia, confiança, segurança, espaço, inteligência, sinceridade, credibilidade, verdade, poder, serenidade, infinito.

Vermelho:

A primeira cor do homem. Era muito importante na realeza dos tempos antigos, durante anos conhecida como a definição do “colorido” quando as demais cores não podiam ser facilmente aplicadas. Do sangue ao fogo, o vermelho hoje é bastante usado para representar a paixão ou a fome, em muitos restaurantes.

Figura 50 - A Cor Vermelha



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Calor, fogo, sangue, lábios, rubi.

Associação afetiva:

Amor, ódio, coragem, fome, violência, perigo, sedução, atração, comunismo, paixão, intensidade, emoção, desejo, energia.

Amarelo:

A cor mais clara de todas, mesmo se comparada ao branco. Ela traz em si algumas contradições, por um lado o amarelo expressa otimismo, mas também a irritação, ela transmite a iluminação, embora também possa arremeter ao desprezo, contendo uma enorme ambiguidade.

Figura 51 - A Cor Amarela



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Sol, verão, primavera, calor, enxofre, ouro.

Associação afetiva:

Iluminação, inspiração, energia, perigo, inveja, engano, ciúmes, divertimento, expectativa, alegria, felicidade, aviso, alerta, diversão, espontaneidade.

Verde:

O verde é uma das cores mais presentes por todo o mundo, nas florestas, plantas, árvores, folhas, insetos, representando bem como a cor da natureza, da vida. Ela alegra uma vista sem cansar os olhos, funcionando como relaxamento.

Figura 52 - A Cor Verde



Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Natureza, dinheiro, árvores, folhagem, bosque, família, esmeralda.

Associação afetiva:

Saúde, harmonia, crescimento, vida, amizade, primavera, frescor, humor, divertimento, crença, boa sorte, vigor, estabilidade, repousar, acalmar, suavidade, segurança, abundância, serenidade, juventude, inveja, felicidade, paz, ciúme, inveja, fertilidade, relaxamento, aprendiz.

Preto:

A cor do poder, da violência e da morte. É sinônimo de sofisticação usar um terno preto e seriedade para algumas empresas em seus produtos. Tintas com esta cor é usada em diversos ambientes através de canetas, pincéis físicos e digitais, famosa por ser usada no contorno de desenhos e também em caligrafia.

Figura 53 - A Cor Preta



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Noite, sujeira, escuro, elementos ocultos, terno, espaço sideral.

Associação afetiva:

Morte, luxo, mistério, mal, dor, tristeza, azar, sofisticação, violência, ódio, ilegalidade, elegância, objetividade, poder, conservadorismo, peso, culpa.

Branco:

Significando a paz, a luz, o branco é o início. O princípio das ideias, o papel branco que dá a oportunidade de surgir universos criativos de autores. A base para inserir outras cores ou a mistura de todas.

Figura 54 - A Cor Branca



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Nuvens, sal, açúcar, neve, cisne, lírio.

Associação afetiva:

Bem, infância, harmonia, otimismo, limpeza, pureza, ordem, simplicidade, verdade, perfeição, clareza, honestidade, neutralidade, objetividade, casamento, dignidade, paz, alma, pensamento, divindade, leveza, vazio.

Laranja:

Nomenclatura derivada da fruta de mesmo nome, é a soma do vermelho e do amarelo. A cor do budismo, na China e na Índia, ela não se refere à laranja e sim ao açafrão, graças ao corante retirado deste fruto. Expressa a energia e transformação se tornando uma cor para o estímulo energético.

Figura 55 - A Cor Laranja



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Pôr do sol, chamas, raposa, calor, luz, raios luminosos.

Associação afetiva:

Energia, dominação, desejo, excitabilidade, saúde, recreação, estimulante, amigável, tentação, prazer, euforia, ofensa, força, lúdico, cítrico, diversão, luxo, vibração, entusiasmo, transformação, alegria, festa.

Violeta:

A mistura do vermelho e o azul, se tornando lilás com adição de branco. Utilizada pelos bispos nas Igrejas Católicas, é considerada a cor da devoção, da teologia. Em contraparte, a cor do misticismo, da magia, da sexualidade.

Figura 56 - A Cor Violeta



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Cosméticos, lavanda, violeta, feminismo, ametista.

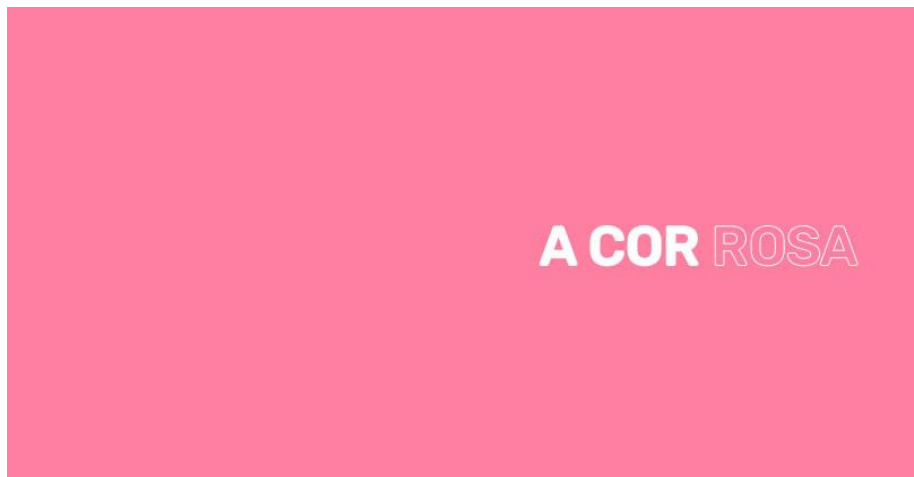
Associação afetiva:

Magia, misticismo, teologia, alquimia, controle, dignidade, luxo, nobreza, poder, vaidade, sexualidade, erotismo, imoralidade, furto, engano, calma.

Rosa:

Rosa ou Magenta, tipicamente atribuído ao lado feminino. Doce e delicado, maciez e charme, esta é a melhor cor para representar guloseimas, pois combina muito com sobremesas.

Figura 57 - A Cor Rosa



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Doces, flores, feminino.

Associação afetiva:

Inocência, suavidade, maciez, doce, doçura, charme, cortesia, delicadeza.

Marron:

Bastante subestimada, porém, com muitos valores, frequentemente aplicada em alimentos transmitindo aconchego e segurança. Pouco utilizada em comparação às demais.

Figura 58 - A Cor Marron



Fonte: <<https://www.chiefofdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Madeira, chocolate, cacau, café, outono, águas lamacentas.

Associação afetiva:

Terra, velho, burrice, segurança, natureza, desconforto, doença, decomposição, aromas intensos, sujeira, feio, preguiça, aconchego.

Cinza:

Cor do tédio, do antiquado, da tecnologia e da velhice. Indica o meio termo, a indiferença, neutralidade, quando não se quer tomar algum lado, ela é a que mais faz sentido, se o branco significa o bem e o preto o mal, o cinza não é o equilíbrio de ambas, apenas a imparcialidade, não toma partido.

Figura 59 - A Cor Cinza



Fonte: <<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores>>

Associação material:

Ratos, pó, fumaça, cimento, sujeira, máquinas.

Associação afetiva:

Tédio, desânimo, sabedoria, tristeza, decadência, tecnologia, insegurança, insensível, maturidade, seriedade, passado, neutralidade, aborrecimento, modéstia, chato, solidão, sombrio, hostil, feio, reflexão, velhice, indiferença, solidão, inovação.

As cores nos personagens:

A escolha das cores nas ilustrações definem as características e impressões que o autor deseja transmitir aos leitores, no caso dos personagens funciona muito bem, pois dependendo da personalidade e ou habilidades é possível atribuir cores que contribuam para combinar esses aspectos. Embora algumas aplicações sejam pura coincidência, é curioso observar como elas funcionam quando usados os conceitos psicodinâmicos mencionados no livro “A Psicologia das Cores” de HELLER (2013).

Figura 60 - Goku



Fonte: <<https://www.stickpng.com/img/comics-and-fantasy/goku/goku-face>>

Goku é um dos personagens mais famosos do mundo todo, graças a genialidade de seu criador, Akira Toriyama, um renomado mangaká, artista de quadrinhos japoneses. Este personagem é bastante carismático e possui uma incrível facilidade em fazer amizades, inclusive até com os seus inimigos. Durante a suas aventuras, Goku sempre busca enfrentar oponentes mais poderosos para que então ele consiga ficar mais forte, uma característica marcante de alguém bem animado e energético. A cor de sua vestimenta expressa a sua personalidade, pois o laranja é a cor da energia, que também transmite aspectos amigáveis.

Figura 61 - Naruto



Fonte: <<https://scsmundofantasia.blogspot.com/2017/07/personagens-principais-de-naruto.html>>

O Naruto é um personagem infantil e ingênuo, mas a sua principal característica é a sua vontade de nunca desistir dos seus sonhos, pois ele sempre enfrenta os obstáculos com muita energia e garra. Ele foi muito bem representado com a cor laranja, que se destaca ao observar as suas vestimentas, uma vez que essa cor expressa força, entusiasmo e energia.

Figura 62 - Batman



Fonte: <<https://www.pngwing.com/pt/free-png-tvqgm>>

Bruce Wayne, o Batman, é um herói mundialmente famoso que tem as suas façanhas publicadas pela editora norte-americana DC Comics. Este personagem possui uma personalidade forte e sombria, um caráter extremamente sério. A cor marcante aplicada neste personagem é o preto, que expressa dor, tristeza, mistério e poder, aspectos que caracterizam o seu passado como Bruce Wayne e a sua transformação em Batman, o vigilante noturno de Gotham.

Figura 63 - Izuku Midoriya



Fonte: <https://www.pngfind.com/mpng/TRmimwx_-hd-png-download/>

Segundo o site Mundo-Nipo (2019), “Midoriya Izuku 緑谷出久 significa um vale verde. Os ideogramas: 緑 significa verde e 谷 significa vale”. O autor da obra My Hero Academia, Kohei Horikoshi, escolheu esse nome para ilustrar a cor do seu personagem, o que acabou combinando perfeitamente, não só por ele ser quase completamente desta coloração, como a sua aparência, roupas e poderes, mas também o significado do verde com a história deste personagem. Midoriya vivencia uma história de superação, a construção deste protagonista é inspiradora, ele se desenvolve constantemente expressando aos leitores características de crescimento e amadurecimento. A cor verde transmite saúde e crescimento.

2.3.7 Elaborando Personagens

O personagem é o guia visual do leitor, que concede a sua perspectiva guiando o roteiro de forma imersiva, para isso, é ideal que eles possuam um bom desenvolvimento. A criação é individual, cada autor possui o seu estilo e ritmo de construir os seus universos sendo possível identificar repetições em algumas características dos personagens ou das histórias de um mesmo autor, que podem

seguir padrões de elaborações próprios. Portanto, se um mesmo escritor ou roteirista já possuir o seu método e mais utilizarem do mesmo, a consequência será ruim, contendo inúmeras historietas sem inovação. (VIEIRA, 2019; PINA, 2020)

Imagine que exista um manual de criação e que todos seguissem esse manual, sem colocar o seu feeling de criador. Neste caso, os personagens seriam um produto padronizado de uma indústria que não teria o mesmo poder de encantar como existe atualmente. Mas o ser humano é único, assim como milhares de personagens e histórias criadas até hoje. (PINA, 2020)

Deixar a imaginação livre faz parte de qualquer criação e saber por onde começar se torna fundamental para não se perder durante o processo. Existem elementos secundários, como por exemplo, o nome, a faixa etária, a roupa, o gênero, as cores e a altura, que podem ser trabalhados em outros momentos, pois deve primeiramente, se concentrar na personalidade, nos trejeitos e desafios.

De acordo com PINA (2020), não há uma receita de bolo para criar um personagem, mas existem dicas que podem ajudar, são elas:

- Dar propósito ao personagem;
- Criar obstáculos;
- Identificar os defeitos;
- Estabelecer as características físicas.

Dar propósito ao personagem:

Todo personagem precisa de um objetivo que explique o motivo dele estar seguindo a sua jornada. A sua motivação e seus esforços devem ser os meios para realizar as suas conquistas.

Criar obstáculos:

Os obstáculos precisam ter a mesma proporção que os objetivos. Impor limitações mentais ou físicas, medos, fobias, traumas, preconceitos, entre outras barreiras, humanizam os personagens aproximando da realidade e promovendo a

empatia do leitor. Se o personagem for um antagonista, ele deve possuir dificuldades diferentes, como fraquezas ou restrições, até mesmo a existência de um ou mais protagonistas.

Identificar os defeitos:

Mesmo que o personagem seja alguém com boa índole, que faria o bem a qualquer um, podendo trocar até mesmo a sua vida pelo próximo, ainda sim ele precisa ter um defeito evidente. Balancear essas condições traz equilíbrio à obra e, como serão dedicados ao público, eles precisam do acesso a estas informações, independente se forem ocultas ou subliminares.

Estabelecer as características físicas:

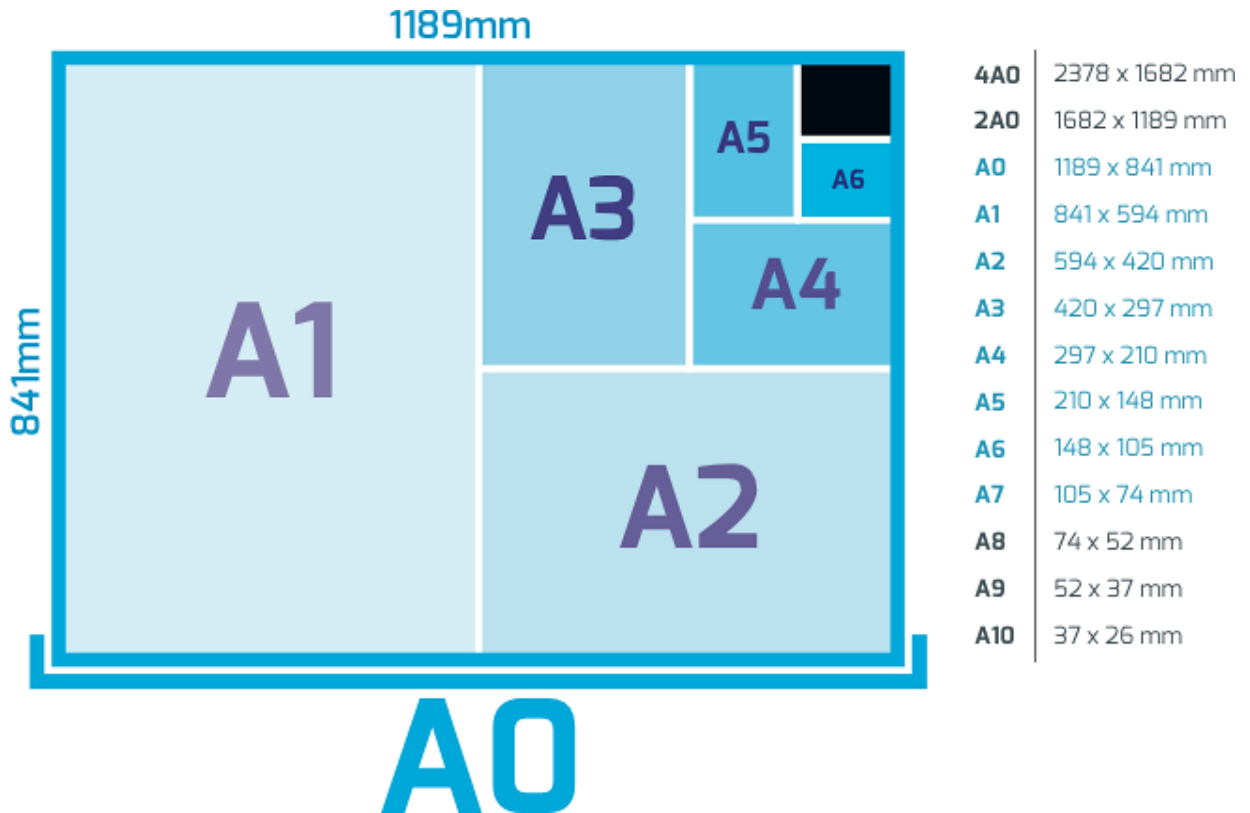
Imaginar o cabelo, a voz, o cheiro, a altura, o peso e as cores dos personagens, facilita na criação da essência do personagem. Ao ir modelando mentalmente, anotando e rascunhando essas características, o processo acaba se tornando natural e confere mais satisfação para o autor.

2.3.8 Impressão

O papel é o principal suporte para quase todos os tipos de impressões, possuindo diversos formatos, texturas e gramaturas. A série A do padrão ISO 216 é o mais comum, sendo utilizada em vários países, que diz respeito aos formatos de folhas de papel que são baseados na proporção de $1: \sqrt{2}$.

Segundo o site Printi (2020), a razão entre a altura e a largura do papel é igual à raiz quadrada de dois, ou seja, se unir duas folhas A4 obtém-se uma folha A3 com exatamente o dobro da área. O mesmo funciona ao contrário, que quando uma folha é dividida, como por exemplo, uma A1, a sua metade são duas A2. Sendo assim, é possível imprimir uma folha A3 em uma folha A4 sem perda de proporção por conta do espaço disponível.

Figura 64 - Formatos de Papel



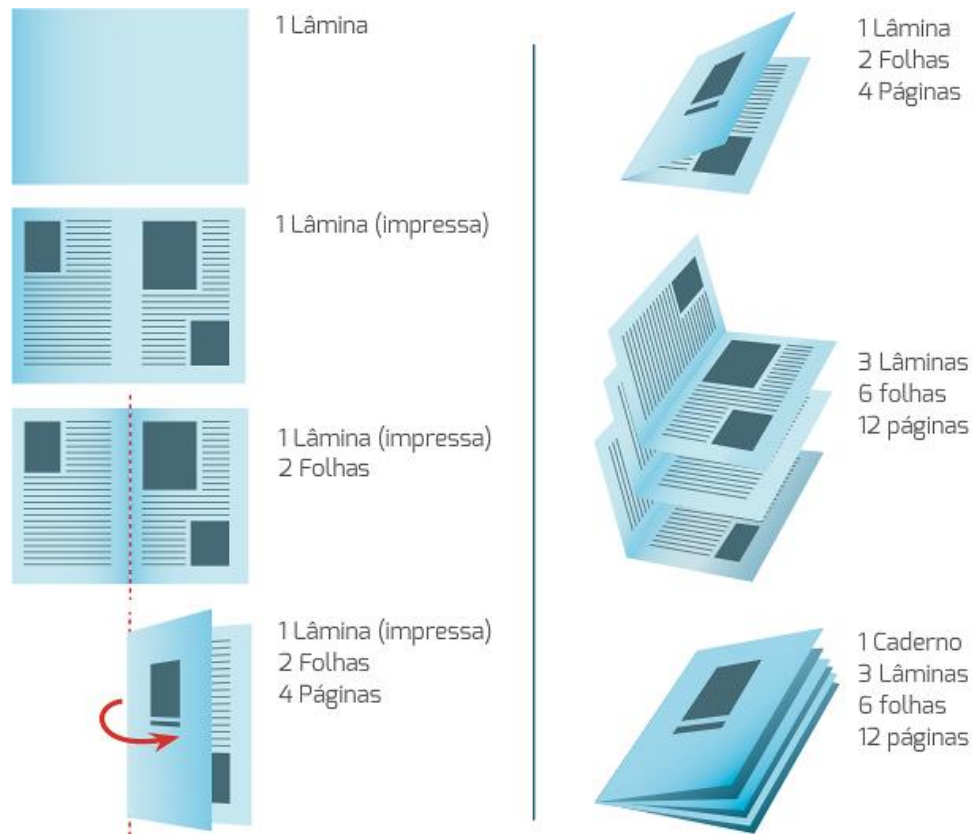
Fonte: <<https://www.printi.com.br/guia-de-impressao/formatos-de-papel>>

As palavras “página”, “folha” e “lâmina” possuem significados específicos no vocabulário gráfico. O termo “página” representa as faces do papel, frente e verso. A “folha” é o papel com duas faces, ou seja, duas páginas e duas folhas contêm quatro páginas. Concluindo, a “lâmina”, que por sua vez representa a toda a folha pertencente a um material gráfico, em seu formato aberto, com o propósito de ser impresso. (PRINTI, 2020)

Lâminas:

As lâminas servem para os produtos que serão impressos, como por exemplo, catálogos, livretos, cadernos, brochuras, folders, entre outros. O que difere esses materiais é o uso de dobras ou grampos, que são necessários para alguns, assim como é no caso dos folders, que começam com 1 lâmina de papel, a impressão acontece nas duas faces da lâmina e depois é realizada a dobra, criando 2 folhas. Como cada folha tem duas páginas, obtém como o produto final um folder de 4 páginas.

Figura 65 - Lâminas



Fonte: <<https://www.printi.com.br/guia-de-impressao/laminas>>

Fechamento de arquivo:

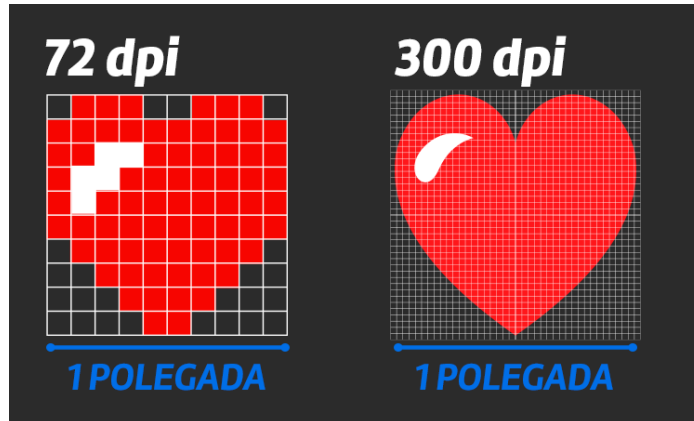
Não são raros os tipos de complicações, como por exemplo, fotos com baixa qualidade, erros ortográficos, textos com informações incorretas e as cores do arquivo não coincidir com as cores quando impressa. Nos mangás, o papel da editora é revisar o conteúdo enviado pelo mangaká para corrigir tudo o que for necessário e evitar que tais erros aconteçam, mas quando o profissional de quadrinhos conhece algumas técnicas de edição, ele pode recorrer a elas evitando o retrabalho, caso a editora devolva o arquivo com problemas na arte ou roteiro que somente o criador poderá consertar.

Resolução de imagem:

A qualidade da imagem varia dependendo de quantos pixels ou pontos ela é composta. DPI (Dots per inch) ou (Ponto por polegada) e PPI (Pixel density) ou (Pixel por polegada), são as unidades de medida utilizadas para se referir à

definição da imagem, logo, quanto mais pontos ou pixel tiver, melhor será a sua qualidade. Para a impressão, o recomendado por profissionais da área gráfica é manter 150dpi, caso o arquivo só possuir textos, e 300dpi se houver imagens.

Figura 66 - Exemplo 1: Comparação de DPI



Fonte: <<https://bityli.com/S1Pvv>>

Figura 67 - Exemplo 2: Comparação de DPI



Fonte: <<https://www.mayer.ind.br/comoenviarseuarquivo/>>

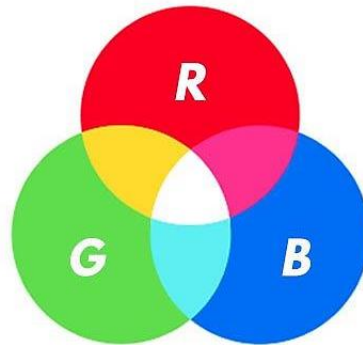
Os principais sistemas de cores:

Existem três sistemas de cores mais utilizados na indústria gráfica, são eles: RGB, CMYK e Pantone (PMS).

RGB:

O significado de RGB é Red, Green e Blue (Vermelho, Verde e Azul). Estas cores são utilizadas em monitores, como por exemplo, televisões, computadores e celulares. (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.34)

Figura 68 - Esquema de cor RGB



Fonte: <<https://tecnoblog.net/414358/pantone-rgb-e-cmyk-qual-a-diferenca/>>

Dentro do esquema de cor RGB, existe outro sistema que é utilizado em conjunto, que por sua vez é o Tripleto Hexadecimal ou HEX. Essas cores podem ser geradas automaticamente pelos programas de computador, no qual se iniciam com um “#” seguido por uma combinação de seis dígitos, contendo letras e ou números. Os dois primeiros representam o vermelho, os dois do meio representam o verde e os dois últimos, o azul. Sua maior utilidade é para HTML, CSS, entre outros.

Figura 69 - Esquema de cor Hexadecimal

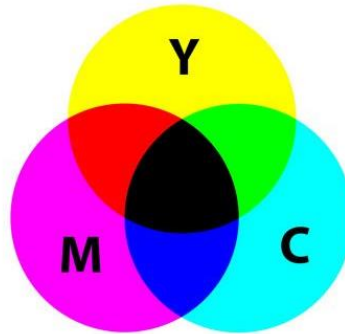
#FF0000	RGB (255, 0, 0)
#FF7F00	RGB (255, 127, 0)
#FFFF00	RGB (255, 255, 0)
#00FF00	RGB (0, 255, 0)
#0000FF	RGB (0, 0, 255)
#4B0082	RGB (75, 0, 130)

Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/75576099971850254/>>

CMYK:

São as cores da tinta, utilizadas em impressoras e fotocopiadoras. CMYK é acrônimo de Cyan (Ciano), Magenta, Yellow (Amarelo) e Key (Chave), este último representa o preto, que recebe esse nome pela sua utilidade já que se faz necessário para vários tipos de combinações. (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.32)

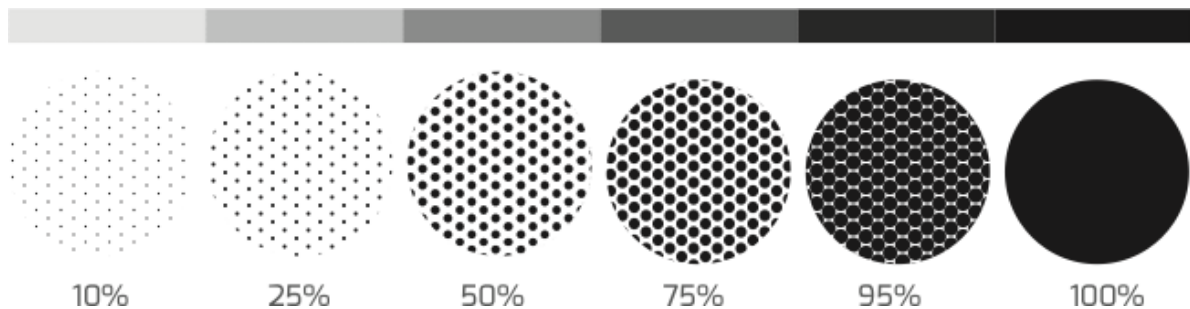
Figura 70 - Esquema de cor CMYK



Fonte: <<https://tecnoblog.net/414358/pantone-rgb-e-cmyk-qual-a-diferenca/>>

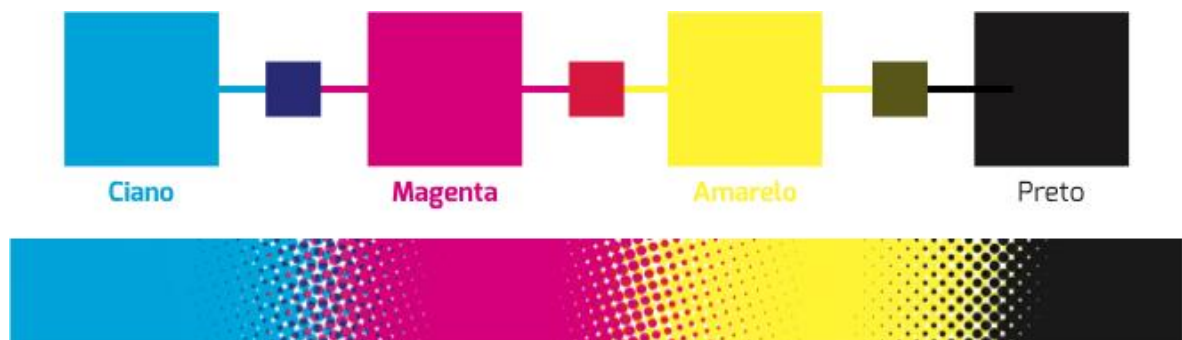
A impressão em CMYK é estruturada por retículas. Elas são pequenos pontos que formam uma cor. As tonalidades das cores são feitas através das variações entre o tamanho dos pontos e os espaçamentos entre eles. Isto gera um efeito de ilusão ótica, na qual o cérebro identifica as cores de acordo com os espaços e tamanho das retículas. A transição do cinza ao preto é possível através desta variação, representado pela imagem abaixo:

Figura 71 - Retículas: Porcentagem de Preto



Fonte: <<https://www.printi.com.br/guia-de-impressao/a-impressao-cmyk>>

Figura 72 - Retículas: CMYK



Fonte: <<https://www.printi.com.br/guia-de-impressao/a-impressao-cmyk>>

A diferença entre RGB e CMYK:

Figura 73 - RGB x CMYK



Fonte: <<http://centhury.com.br/rgb-ou-cmyk-quando-usar-cada-uma/>>

A diferença entre os dois sistemas de cor, afeta os arquivos quando são convertidos de RGB para CMYK. Nos monitores as cores possuem adição de luz apresentando mais vida e brilho, enquanto os impressos ficam com coloração apagada por não terem uma gama tão extensa de cores. Para evitar essa drástica alteração é necessário iniciar o projeto previamente ajustado, se for veiculado apenas pela internet e afins, use RGB, e caso for impresso, deve ser configurado como CMYK.

Figura 74 - A Diferença entre RGB e CMYK



Fonte: <<https://www.mayer.ind.br/comoenviarseuarquivo/>>

Pantone:

A Pantone é uma empresa americana especializada em cores que formula paletas com quase todo o tipo de cor sendo referências em todo o segmento da indústria gráfica. Este sistema é feito através de números nos quais servem para identificar as cores criando padronizações que geram precisão ao buscar alguma cor em específico. Sua escala de cor é maior que as do RGB e CMYK, por isso e pela qualidade, são utilizadas por vários profissionais, como por exemplo, designers, fabricantes, revendedores e consumidores.

Figura 75 - Cartela de Cor Pantone



Fonte: <<https://www.pantone.com.br/pantone-2-2/attachment/formulaguide-extension-2/>>

Figura 76 - Cores Pantone



Fonte: <<https://www.pantone.com.br/fashion-color-report-primavera-2017/>>

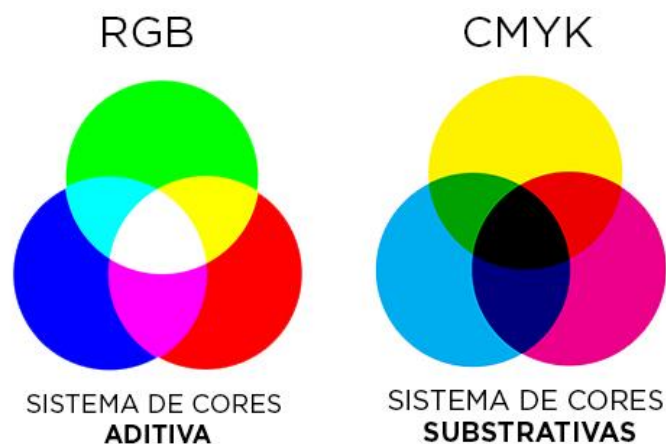
As cores no design:

O bom designer usa os termos e aplicações técnicas para operar e combinar as cores. É essencial para este profissional estar ciente e dominar as nomenclaturas e seus efeitos nos projetos, por isso os autores AMBROSE e HARRIS (2009) apresentam algumas definições para melhorar a compreensão em geral das cores:

Cores Primárias:

Existem dois tipos de cores primárias: as aditivas e as subtrativas. As primárias aditivas são aquelas obtidas pela luz, RGB. Combinando as três cores produzirá o branco. As primárias subtrativas são aquelas associadas à subtração de luz, CMYK. Em quadricromia, a combinação das três (CMY) produz o preto.

Figura 77 - Cores aditivas (RGB) e Cores subtrativas (CMYK)



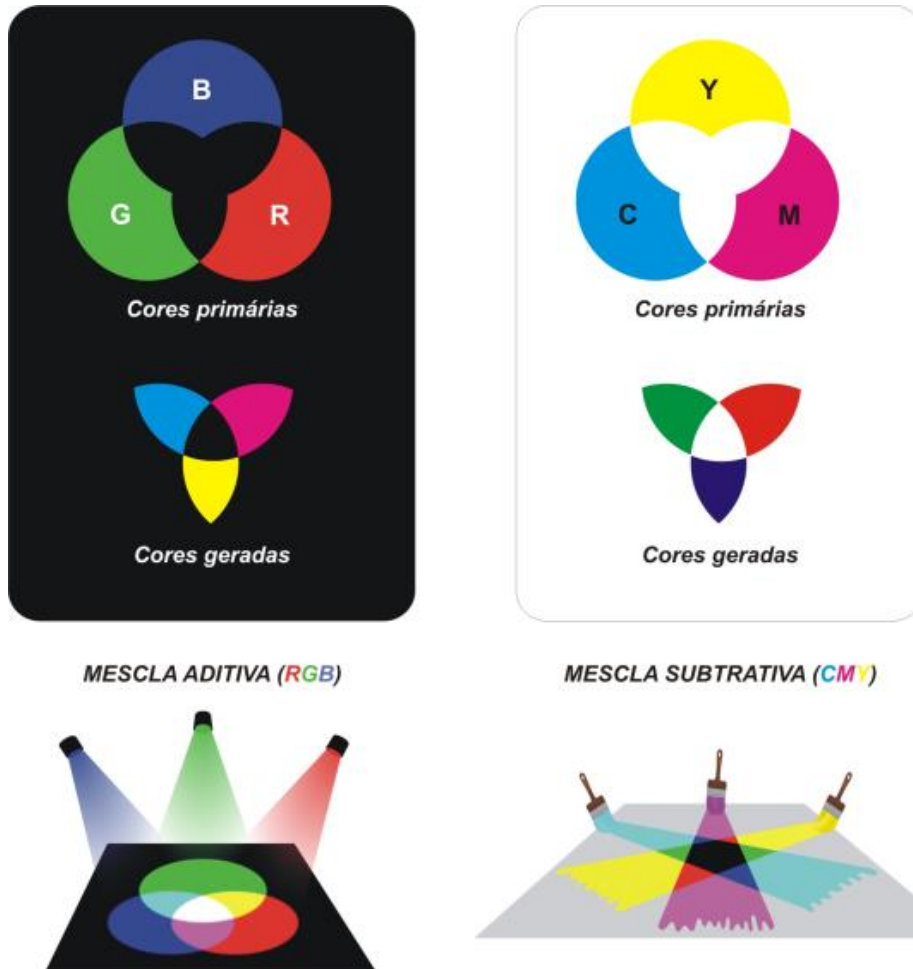
Fonte: <<https://bityli.com/KnxUC>>

Cores secundárias:

É possível produzir um conjunto de cores secundárias a partir de cada conjunto de cores primárias. As cores secundárias são criadas por meio da combinação de qualquer das duas cores primárias na mesma proporção. No espaço de cores subtrativas, as cores secundárias são vermelho, verde e azul. No espaço aditivo as cores secundárias são ciano, magenta e amarelo.

Cores secundárias geradas pelas (RGB) e (CMY):

Figura 78 - Cores secundárias geradas pelas (RGB) e (CMY)




Fonte: <<https://estudodacor.wordpress.com/aspectos-fisicos/sistemas-de-mescla/subtrativa/>>

Cores terciárias:

São produzidas com a combinação de uma cor secundária com a cor primária que não estava presente na secundária, o equivalente a misturar cores primárias subtrativas na proporção de 2:1 ou 1:2. As cores terciárias não são produzidas dessa maneira no processo de impressão em quadricromia, pois a adição de diferentes quantidades de cor acumula e produz o preto.

Figura 79 - Cores Terciárias

Cor Primária		Cor Secundária		Cor Terciária
	+		=	
Magenta		Violeta		Magenta-arroxeadado
	+		=	
Magenta		Laranja		Magenta-alaranjado
	+		=	
Amarelo		Verde		Amarelo-esverdeado
	+		=	
Amarelo		Laranja		Amarelo-alaranjado
	+		=	
Azul cian		Verde		Azul-esverdeado
	+		=	
Azul cian		Violeta		Azul-arroxeadado

Fonte: <<http://manualdoartista.com.br/cores-primarias-secundarias-e-terciarias/>>

Matiz:

Uma cor possui o seu matiz, como por exemplo, o vermelho, que existe muitas variações de tonalidade, uns mais luminosos ou mais escuros, intensos ou desbotados e, independentes da sua pureza, do seu brilho, as versões da cor ainda possuem a mesma base, o vermelho. (ESTUDO DA COR, 2017)

Figura 80 - Tons do mesmo matiz: Vermelho

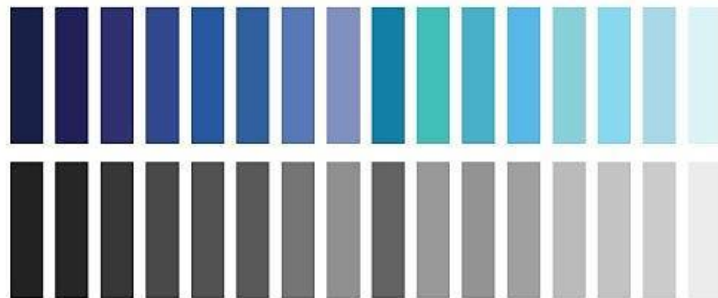


Fonte: <<https://estudodacor.wordpress.com/aspectos-fisicos/dimensoes-da-cor/>>

Brilho:

Referido à quantidade de luz aplicada em cada cor.

Figura 81 - Tons do mesmo matiz: AZUL



Fonte: <<https://estudodacor.wordpress.com/aspectos-fisicos/dimensoes-da-cor/>>

Saturação:

Ela é definida pela pureza da cor, o máximo que pode manter em si. Os níveis de saturação mais baixos desbotam a coloração da imagem.

Figura 82 - Foto: Exemplo de Saturação

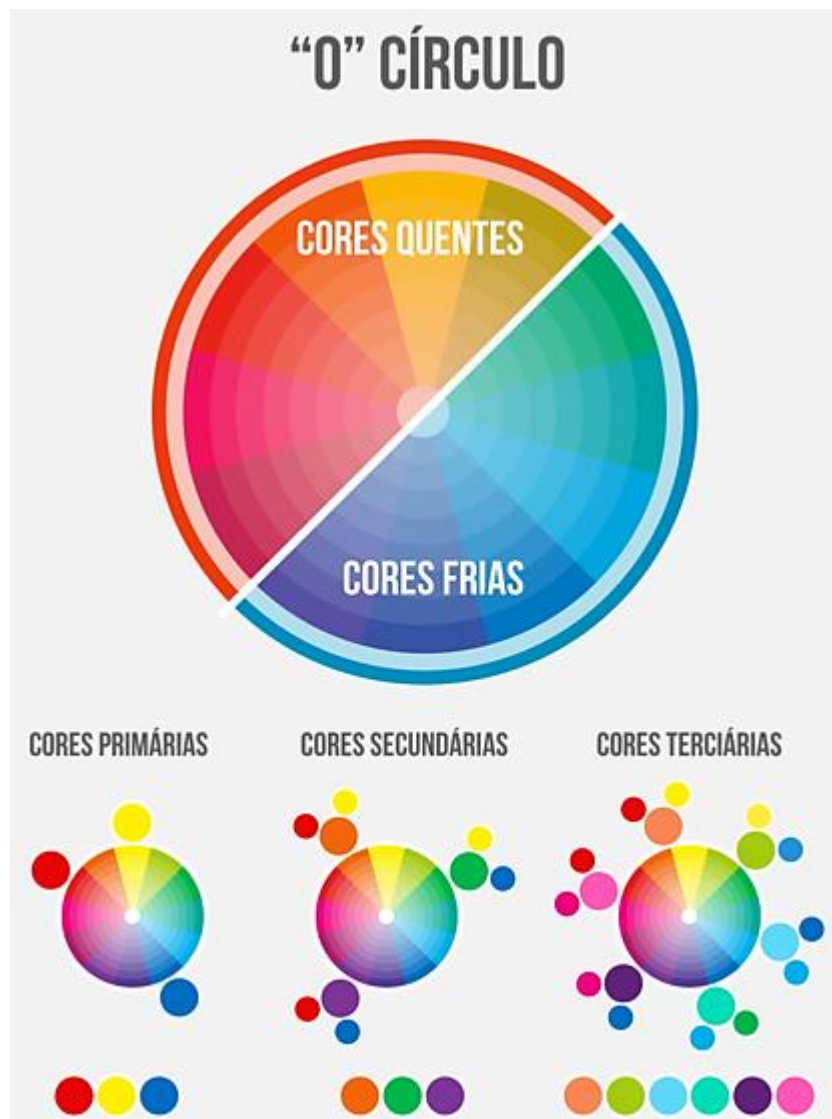


Fonte: <<https://blog.emania.com.br/efeitos-de-edicao/>>

O círculo cromático:

É a representação circular das cores. A formação é baseada na oposição das complementares. O espectro cromático contém as frias e quentes, além de várias tonalidades e luminosidades. (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.18 e 19)

Figura 83 - Círculo Cromático

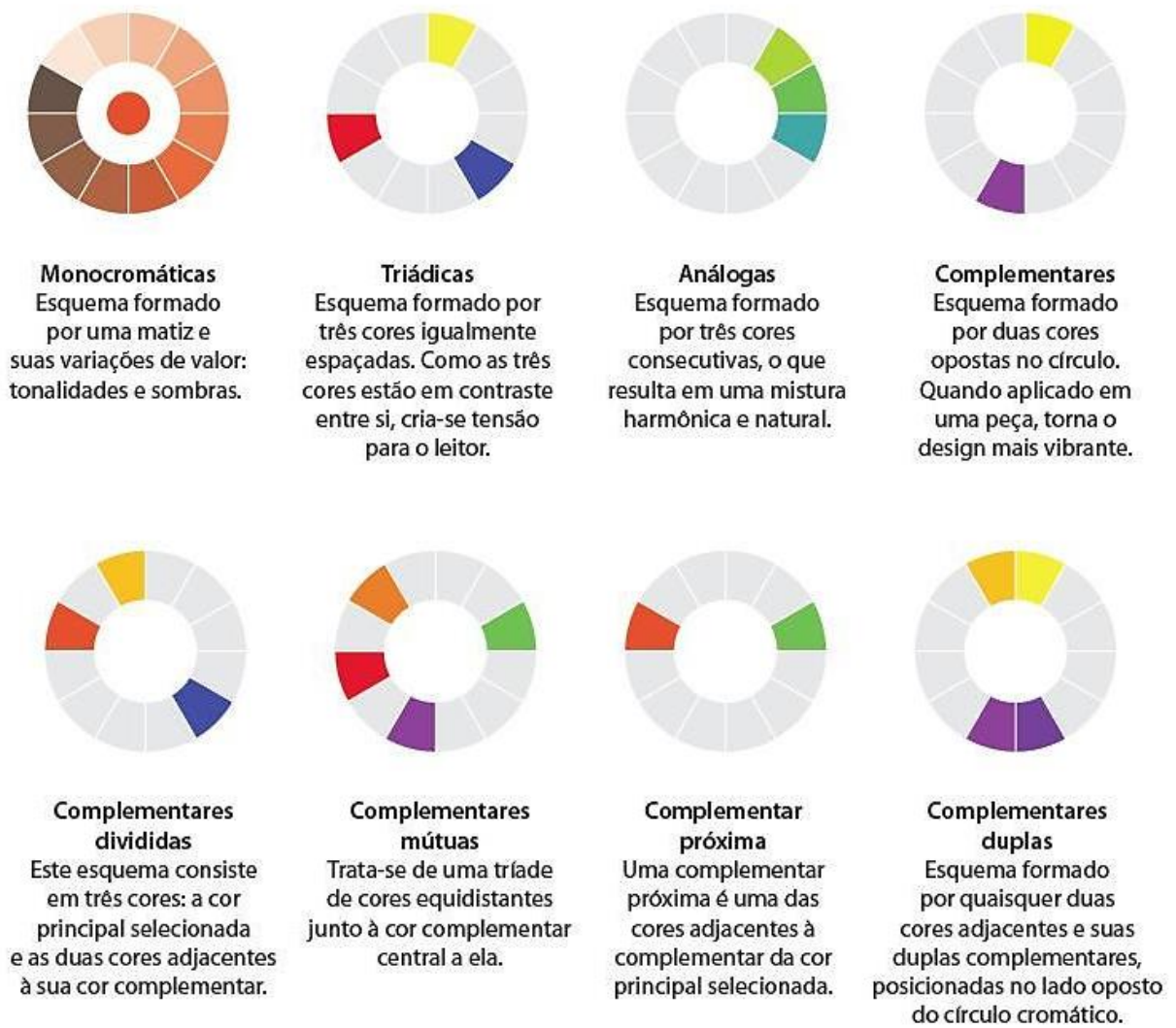


Fonte: <<http://reformavisual.com/circulo-cromatico/combinar-cores-circulo-cromatico-600x600/>>

Seleções do círculo cromático:

As seleções são arranjos estratégicos que separam as cores de formas combinativas criando contrastes, harmonia e equilíbrio.

Figura 84 - Exemplo 1: Seleções do Círculo Cromático



Fonte: <<https://zfsarquitetura.com.br/blogs/dicas/as-cores-na-decoracao-o-estudo-da-psicologia-das-cores-para-sua-casa>>

Margens, Sangria e Marcas de corte:

O cuidado com os projetos gráficos não somente são durante a sua confecção, ainda como um produto gráfico e digital, mas também após a impressão, onde serão finalizados para a venda e distribuição. As margens, sangrias e marcas de corte se fazem extremamente importante nesta etapa, pois o material será cortado, ou “refilado”, no tamanho adequado a demanda. Este corte pode sofrer uma variação de até 5mm dependendo dos materiais, portanto, o documento que foi enviado para a impressão deve lidar com essa situação contendo sangria, que significa fazer a arte ultrapassar o limite do formato final permitindo que o conteúdo da arte não seja danificado durante o refilamento.

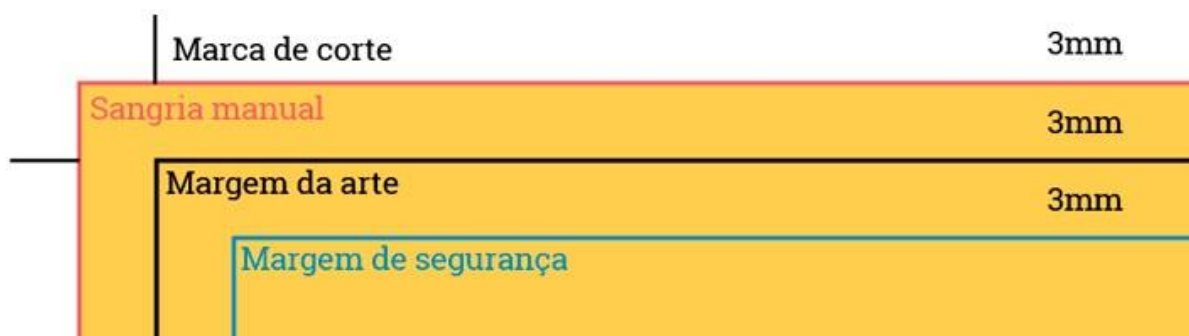
Os elementos que fazem contato com as bordas devem ser “sangrados”, ultrapassando até de 3mm a 5mm do limite da página. Em conjunto com a sangria, as margens são a segurança do projeto, inseridas internamente elas impedem que as informações importantes, como por exemplo, textos e logos sejam cortados.

Figura 85 - Sangria



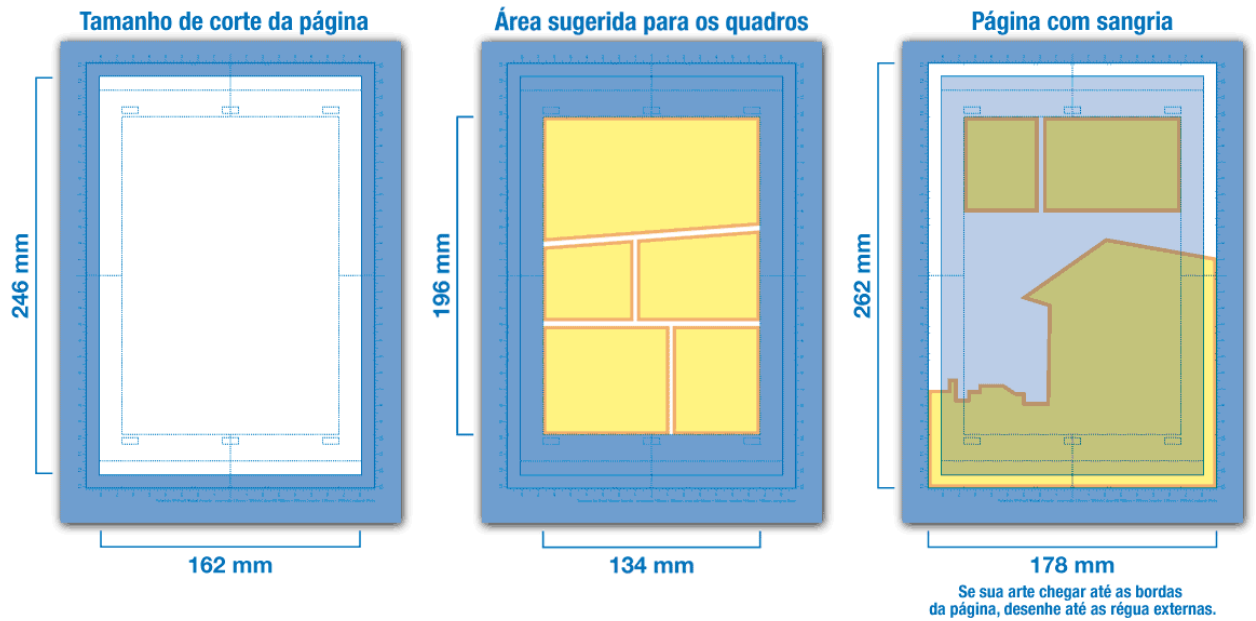
Fonte: <<https://bityli.com/pxOIQ>>

Figura 86 - Marca de Corte, Sangria e Margens



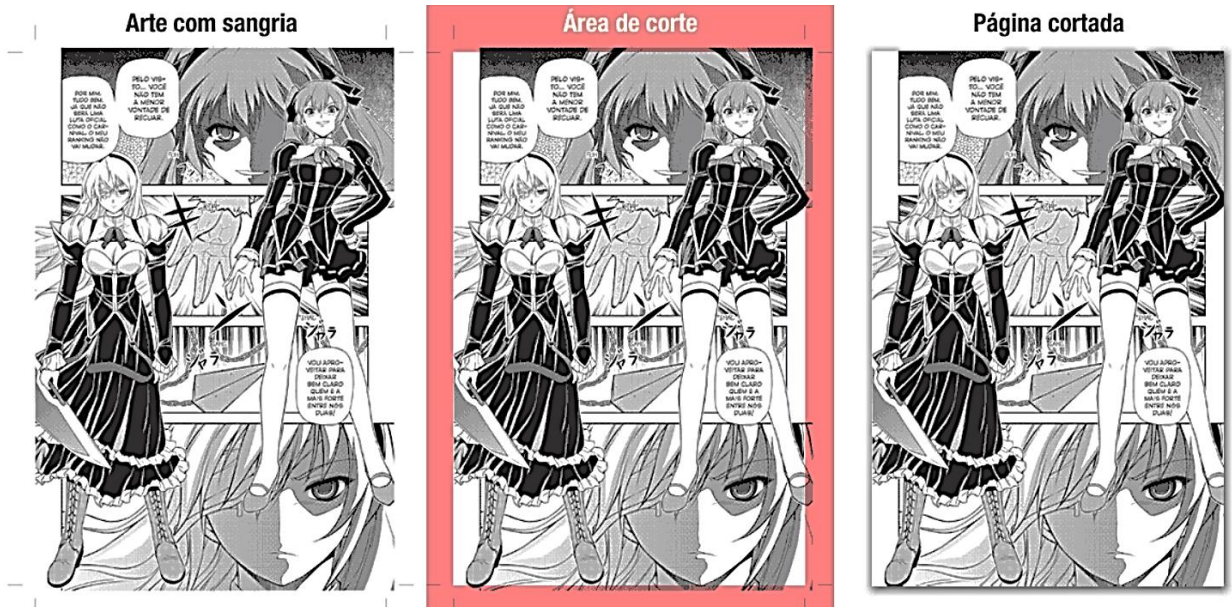
Fonte: <<https://bityli.com/pxOIQ>>

Figura 87 - Página com Margens e Sangria



Fonte: <<https://brazilmangaawards.com.br/dicas/>>

Figura 88 - Página de Mangá: Arte Cortada com Sangria



Fonte: <<https://brazilmangaawards.com.br/dicas/>>

Pré-impressão:

É importante atentar-se à qualidade de impressão ao desenvolver um projeto gráfico para que a diagramação seja valorizada transmitindo a mensagem de maneira eficaz. Deve levar em consideração o tipo de papel, cores e acabamentos utilizados para definir qual será o sistema de impressão mais adequado.

Abaixo estão três formas de impressão comuns no segmento gráfico para revistas, são elas: o processo offset, rotogravura e impressão digital.

Processo Offset:

É o procedimento de impressão mais utilizado, uma vez que é feito em impressões de grandes quantidades. Consiste no papel correndo pela máquina sem precisar da intervenção humana, porém a máquina necessita de ajustes durante o processo, para verificar e repor a quantidade de tinta e água.

Nesse processo, a imagem não é impressa diretamente no material, como o papel. Isso ocorre, pois a superfície da chapa é lisa e deixaria a imagem borrada.

De acordo com o site Printi (2013), os passos para se realizar uma impressão em offset são:

Com uma chapa metálica foto-sensível, a área protegida da luz segura a tinta (gordura) e a desprotegida água, que não chega ao papel.

Prende-se a chapa em um cilindro que roda prensado em um outro menor (contendo a tinta). A tinta vai fixar-se na área que contém imagem, enquanto os demais espaços permanecem sem cor.

Outro cilindro que possui uma blanqueta de borracha prensada no cilindro da chapa absorve a tinta, além de proporcionar melhor qualidade ao papel. A imagem está impressa na blanqueta.

O papel passe entre o cilindro que possui a blanqueta e um terceiro cilindro que fará pressão. Assim, a figura é transferida da blanqueta para o papel.

Conclui-se que a chapa imprime primeiramente na blanqueta e depois é passada para o papel.

Figura 89 - Impressão Offset



Fonte: <<https://bit.ly/3cdVw4P>>

Figura 90 - Processo Offset da Printi.com.br

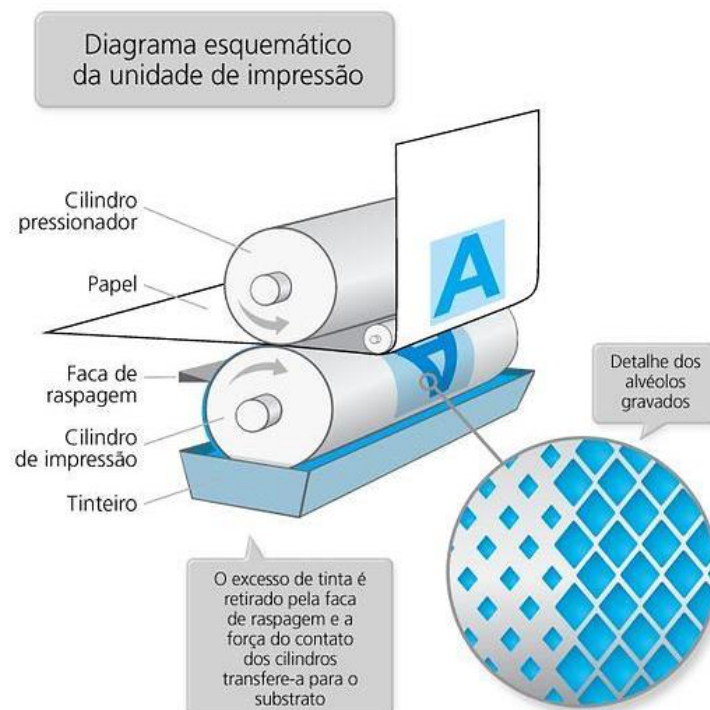


Fonte: <<https://www.printi.com.br/blog/os-processos-de-impressao-e-suas-caracteristicas>>

Rotogravura:

Este procedimento é formado por um cilindro de baixo relevo perfeitamente uniforme, gravado e cromado utilizando tinta líquida de rápida secagem. O processo de rotogravura possui alta velocidade sendo utilizados para demandas que necessitam de uma veloz produção em altas tiragens. O cilindro que fica dentro do tinteiro é o mesmo contendo o grafismo no qual transfere o conteúdo para o substrato ao penetrar a tinta nos alvéolos, depois a lâmina de aço retira o excesso de tinta. (PRINTI, 2013)

Figura 91 - Processo de Rotogravura



Fonte: <http://selosordinariosdobrasil.blogspot.com/p/blog-page_58.html>

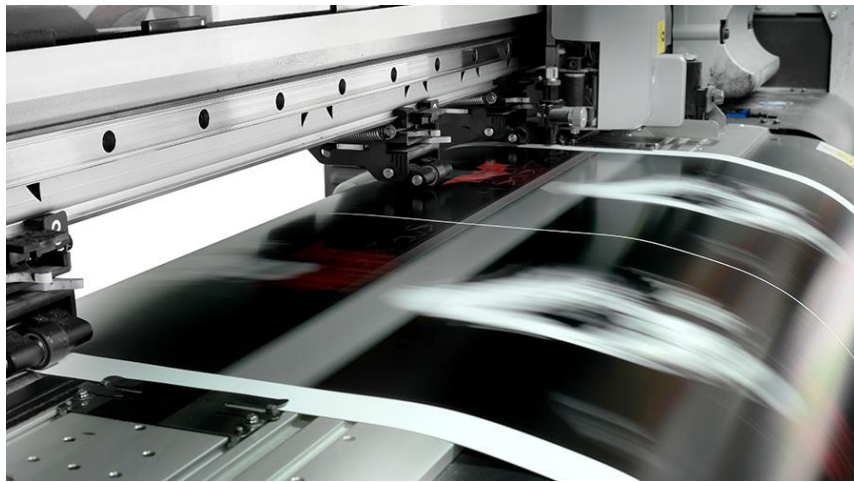
Impressão digital:

Este processo é mais utilizado para pequenas tiragens de até 200 cópias pelas copiadoras coloridas e impressão de grandes formatos com plotters. Embora possua qualidade de cor superior às impressões offset e uma constante evolução graças à tecnologia com maquinários modernos, o custo para a produção dos

produtos com este procedimento é mais caro tornando as tiragens em larga escala mais caras, e felizmente, as pequenas tiragens com melhor custo x benefícios.

Algumas gráficas de vanguarda aprimoraram o seu uso com a técnica de impressão híbrida, parte do material é produzido no tradicional offset e outra em processo de impressão digital, permitindo um impresso de altíssima qualidade e aplicações de personalizações, tanto de texto quanto imagens. (PRINTI, 2013)

Figura 92 - Processo de Impressão Digital



Fonte: <<https://bit.ly/2S5InVM>>

Tipos de papel para mangás:

Conhecer sobre gramaturas e os tipos de papel facilitam quando precisar escolher o mais adequado para cada produto, como citado pelo Blog BBM (2016):

De 35g a 75g o papel é tão fino que é usado mais para jornais e situações descartáveis ou econômicas devido à baixa resistência do material causada pela finura. Sendo que as mais altas de 60 a 75g são mais usadas em envelopes e outros produtos um pouco mais resistentes.

De 75g a 115g é a gramatura padrão dos livros, dos papéis que você usa em casa, no escritório e nas impressoras.

De 115g a 300g ficam as gramaturas mais altas que são usadas em cartazes, panfletos, cartões, cartolina, calendários e capas. São mais espessas e pesadas, por isso, essas proporções não são utilizados para a impressão do miolo de livros e semelhantes.

Alguns exemplos utilizados nos mangás são: o papel jornal, brite, offset, offwhite, cartão, couché fosco e couché brilho.

Papel jornal:

Este é um tipo de papel simples, barato, leve, fino e pouco resistente, muito utilizado em jornal por ser um produto descartável. A sua espessura pode variar de 48g a 52g.

Papel brite:

Uma versão melhorada do papel jornal por serem mais brilhantes e mais espessos. É comum serem usados para as páginas dos mangás por serem baratos e de qualidade satisfatória com variações próximas a 52 de gramatura.

Papel offset:

Com textura semelhante e cor branca, o papel offset pode ser comparado ao papel sulfite, entretanto, eles têm maior qualidade e gramatura, que pode variar de 56g a 180g, tendo as gramaturas de 90g e 120g como as mais utilizadas. Nos mangás este papel proporciona mais contraste com o preto por ser bastante esbranquiçado e o seu custo é maior que o papel brite.

Papel offwhite:

Um papel offset aprimorado, por ser amarelado ou acinzentado através de tratamentos, ele cansa menos a vista, já que a cor mais pastel e opaca diminui o reflexo do papel. Também bastante utilizado nas páginas das histórias em HQs japonesas, mas é um pouco mais caro que o papel brite, assim como o offset.

Papel cartão:

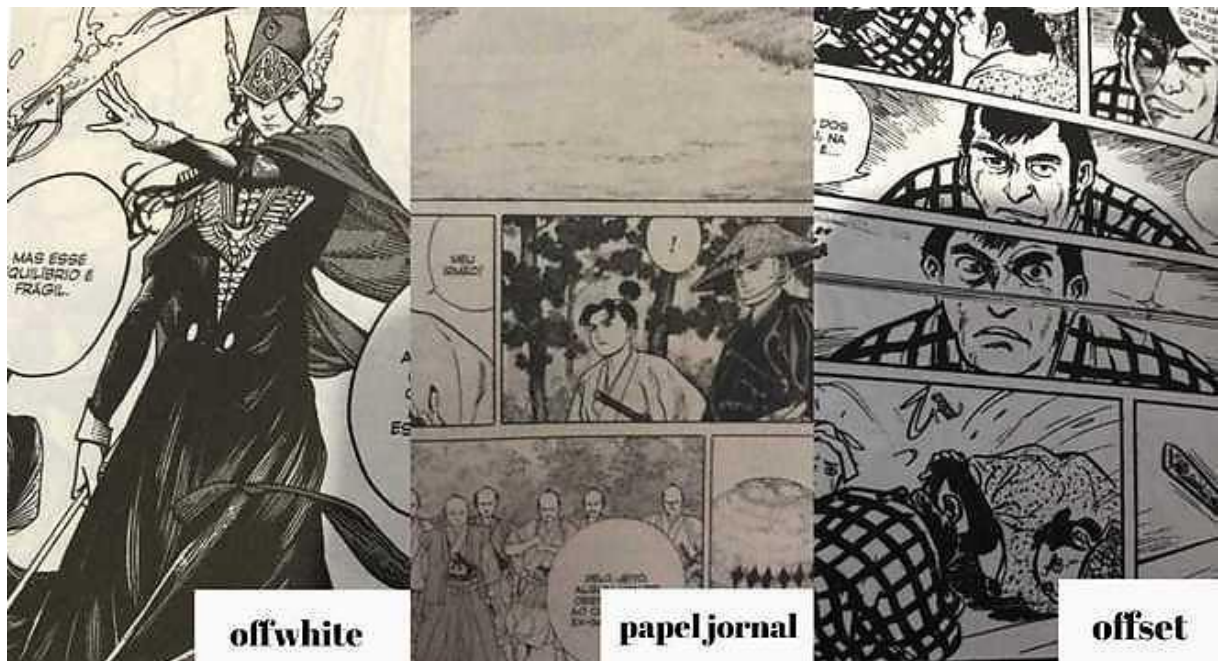
O papel cartão é espesso, frequentemente utilizado para a confecção de embalagens, caixas de alimentos, medicamentos e capas de livros. Quando utilizado nas capas de mangás, elas recebem o nome de capa cartonada, comum ter espessuras de 115g a 300g.

Figura 93 - Papel Jornal, Brite e Offset



Fonte: <<https://blogbbm.com/2016/10/20/desmistificando-lombadas-e-encadernacoes/>>

Figura 94 - Papel Offwhite, Jornal e Offset: Foto por Guilherme Pereira



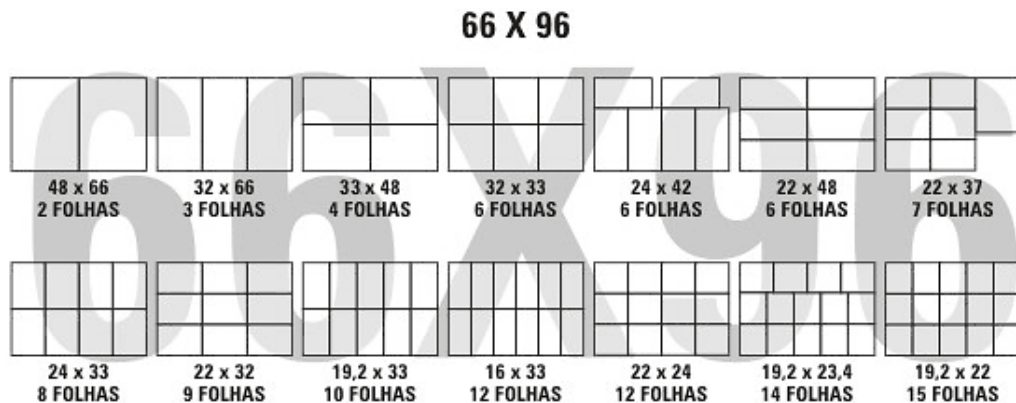
Fonte: <<https://bityli.com/WEXYx>>

Tabela de aproveitamento de papel:

Alguns autores criam obras que possuem padrões diferentes, se distanciando do formato A4 e, dependendo, uma ideia pode ser inviabilizada devido ao seu alto orçamento. Portanto, adaptar o tamanho dos projetos aos formatos de aproveitamento mais comuns se torna ideal para reduzir os custos atribuídos à impressão e evitando perda de papel.

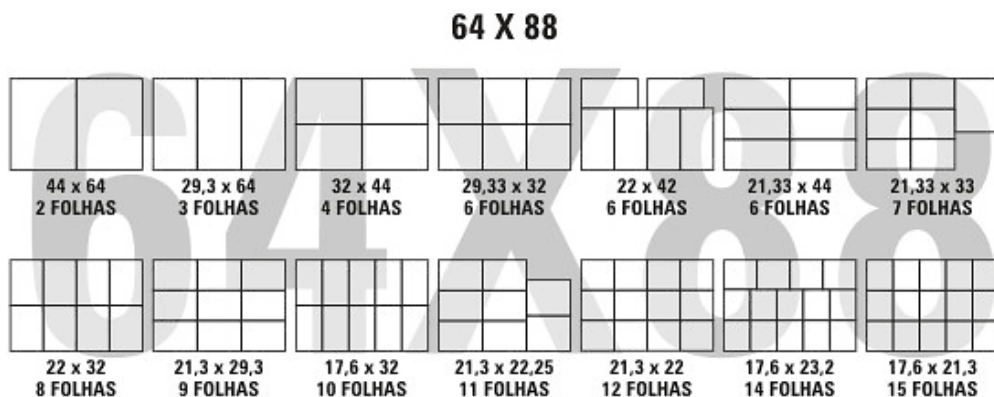
Os formatos mais comuns de folha inteira fornecida pelas indústrias gráficas possuem 66x96cm, 64x88cm ou 76x112cm. Cada uma dessas especificações é dividida conforme a arte final para a entrada na máquina, atentando caso houver cores em ambos os lados, a quantidade requisitada e também a montagem do fotolito. (CARVALHO, 2010)

Figura 95 - Tabela de Aproveitamento: 66 X 96



Fonte: <<http://www.equigraf.com.br/tabela-de-aproveitamento-de-papel/>>

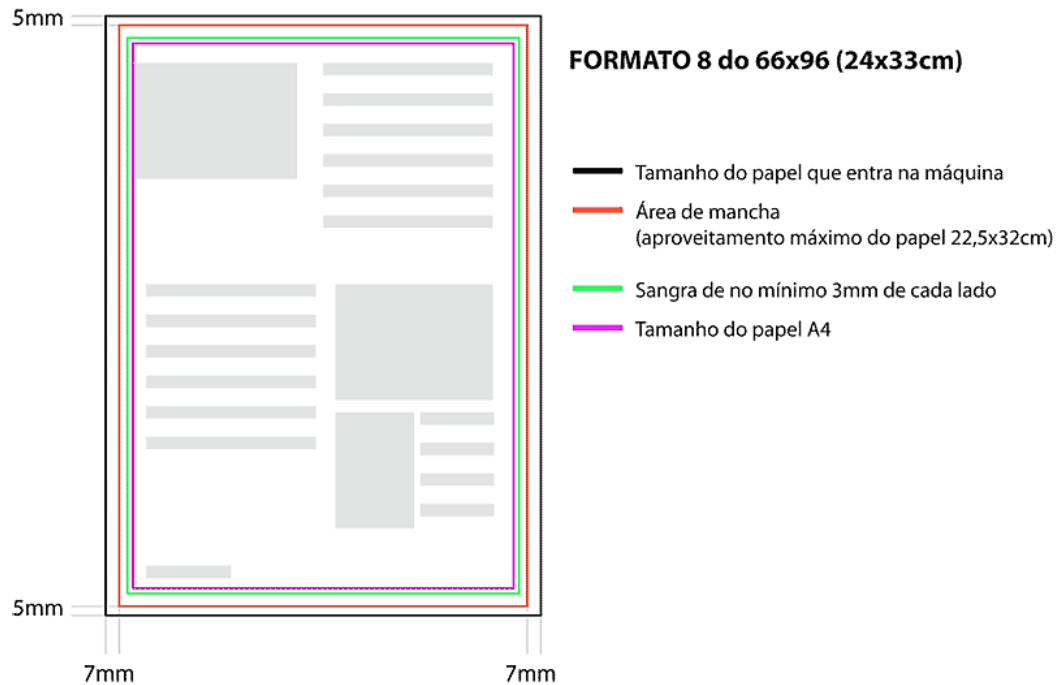
Figura 96 - Tabela de Aproveitamento: 64 x 88



Fonte: <<http://www.equigraf.com.br/tabela-de-aproveitamento-de-papel/>>

Funciona assim: Seu material tem tamanho final A4 (21x29,7cm), considere a medida final somando a sangria de 5mm de cada lado. Então a medida fica 22x30,7cm. Com esta medida verifique na tabela o formato que melhor condiciona seu arquivo, no exemplo seria a figura “8 folhas” 24x33cm.
 Obs.: O tamanho da folha não pode ser totalmente aproveitado, é necessário uma folga para a máquina puxar o papel [...] A margem deve ter 5mm de cada lado no comprimento do papel e 7mm de cada lado na largura [...] para as pinças e a “área de mancha” da máquina que não podem ter impressão. (CARVALHO, 2010)

Figura 97 - Exemplo de uma A4 para Entrada na Máquina



Fonte: <<http://www.equipgraf.com.br/tabela-de-aproveitamento-de-papel/>>

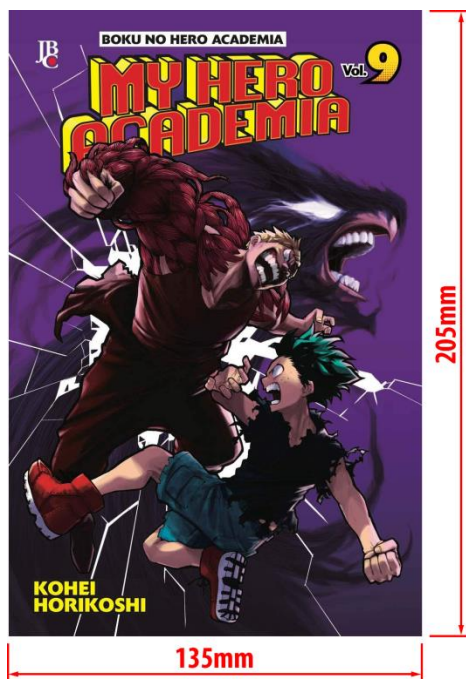
Tamanhos e formatos mais comuns em mangás:

As medidas das páginas e capas dos mangás não costumam ter alterações drásticas, elas geralmente possuem o mesmo tamanho no produto final, desconsiderando a lombada. Os quadrinistas profissionais criam as suas artes em maiores tamanhos, respeitando as proporções, para não perderem qualidade no processo de edição e publicação, pois serão enviadas as editoras que revisam o conteúdo adequadamente e fecham o arquivo despachando para a impressão.

A editora JBC utiliza para suas páginas de mangás as medidas: 135mm de largura por 205mm de altura adicionando 5mm de sangria, caso necessário. Já a

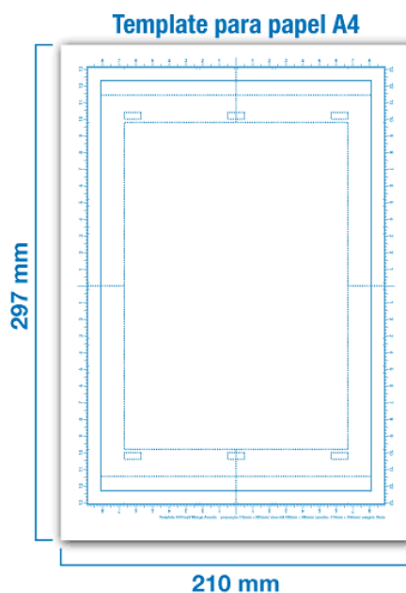
Editora Draco utiliza em suas páginas o formato 140mm de largura por 200mm de altura. Por conseguinte, todas as editoras possuem o seu formato específico, que são alterados levemente baseando em sua identidade e padrões, basta o desenhista de quadrinhos escolher previamente em qual ele desejará trabalhar ou criar estratégias em suas artes pensando em futuras pequenas alterações. (BMA, 2021)

Figura 98 - Medidas JBC: Capa My hero Cademia



Fonte: O Autor

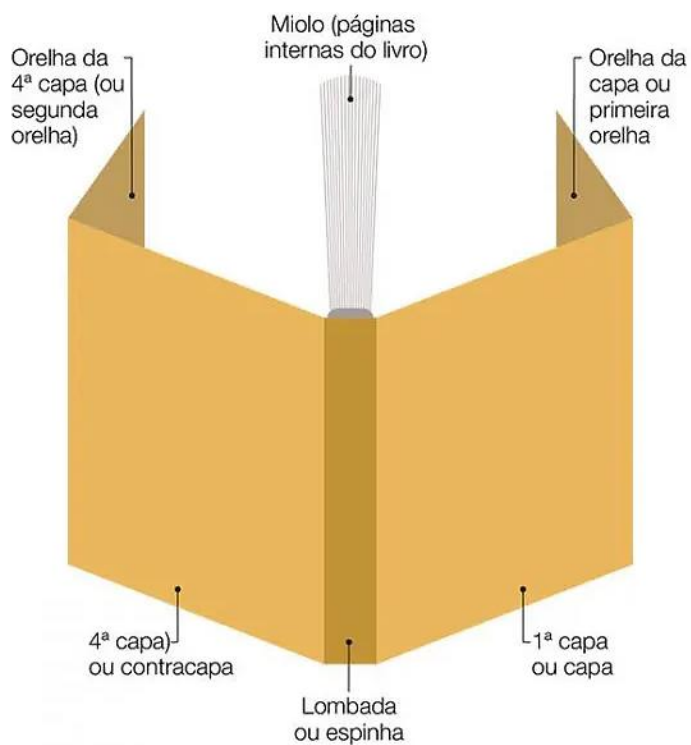
Figura 99 - Template para Papel A4: Página de Mangá



Fonte: <<https://brazilmangaawards.com.br/dicas/>>

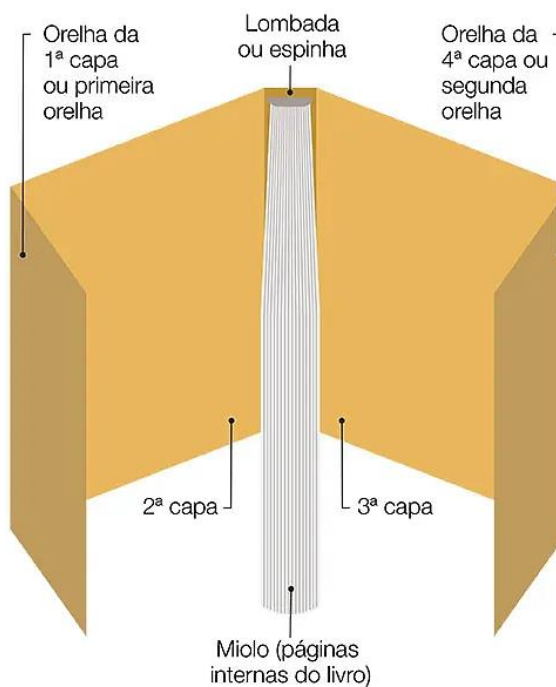
Estrutura do livro (Elementos externos):

Figura 100 - As partes do Livro: Trás



Fonte: <<https://portaldapolo.com.br/quais-sao-as-partes-de-uma-capa-de-livro/>>

Figura 101 - As partes do Livro: Frente



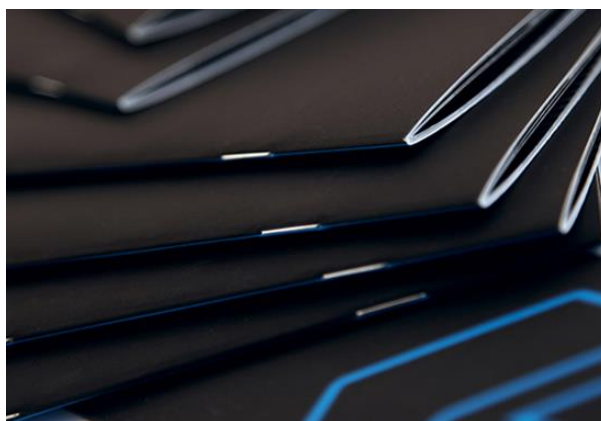
Fonte: <<https://portaldapolo.com.br/quais-sao-as-partes-de-uma-capa-de-livro/>>

Tipos de encadernação:

Esta etapa é a união do miolo, o corpo do livro, à capa. Existem vários tipos de encadernações. Alguns exemplos abaixo:

Canoa:

Figura 102 - Encadernação Canoa



Fonte: <<https://dobrapaper.com.br/servicos/grampo-canoa/>>

Brochura ou Lombada quadrada (Este tipo de encadernação é a mais utilizada nos mangás):

Figura 103 - Encadernação Lombada Quadrada



Fonte: <<https://blogbbm.com/2016/10/20/desmistificando-lombadas-e-encadernacoes/>>

Espiral:

Figura 104 - Encadernação Espiral



Fonte: <<https://bit.ly/2S5InVM>>

Wire-o:

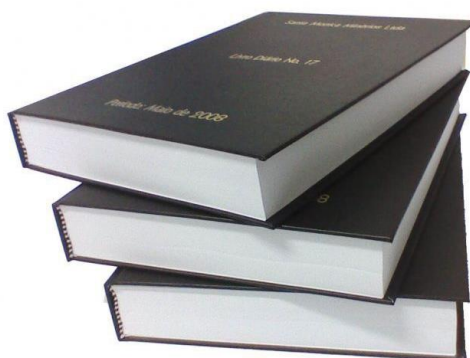
Figura 105 - Encadernação Wire-o



Fonte: <<https://blog.scrapstore.com.br/saiba-agora-o-que-e-wire-o-e-como-trabalhar-com-ele/>>

Encadernação Capa Dura:

Figura 106 - Encadernação Capa Dura



Fonte: <<https://www.graficaidealprint.com.br/pagina/encadernacao-em-madureira-rj>>

2.3.9 O Sucesso dos Mangás

Um dos personagens mais famosos dos mangás, este que por vez é o carismático personagem Son Goku, da franquia Dragon Ball criado pelo mangaká Akira Toriyama. Conquistando milhares de fãs espalhados por todo o mundo, o sucesso da série foi tão estrondoso, que em 2015 no Japão foi oficializado pela Associação Japonesa de Aniversários uma data oficial comemorativa, celebrando o aniversário do herói em 9 de maio. Esse dia foi escolhido por ser um trocadilho, o número do mês de maio é 5 e se pronuncia como “Go” em japonês, enquanto o número 9 é lido como “Ku”, logo, 9 de maio é tido como “Goku”, deve ressaltar que o formato estrangeiro é colocar o mês antes do dia. (CULTURAJAPÃO, 2015)

Figura 107 - O dia de Goku



Fonte: <<http://culturajapao.com.br/anime/dia-goku-9-de-maio-e-oficialmente-o-goku-day-no-japao/>>

Toda a fama que os quadrinhos japoneses possuem na atualidade é devido a um dos seus pioneiros, o renomado mangaká Osamu Tezuka. Segundo o site Cultura Japonesa (2021), “Premiado e reconhecido internacionalmente, até hoje os japoneses e fãs de mangá e animê no mundo inteiro se referem a ele com o título de “Mangá no Kamisamá” (o Deus do Mangá)”. O quadrinista japonês conquistou em 1964, o feito de ser o primeiro produtor de animê, animação japonesa, a exportar uma série para o exterior, quando Tetsuwan Atomu (Astro Boy) passou a ser exibida nos Estados Unidos. (SATO, 2013)

O site de críticas de cinema e televisão Rotten Tomatoes (2020) avaliou com 100% de aprovações a obra “Demon Slayer - Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train” inspirada no mangá “Demon Slayer - Kimetsu no Yaiba” de Koyoharu Gotōge. O filme foi conhecido desde o último semestre de 2020 como a maior bilheteria de animação japonesa arrecadando US\$ 400 milhões pelo mundo. Cinemas brasileiros como Cinemark, UCI Cinemas e Cinépolis confirmaram a exibição desta obra para o ano de 2021 contribuindo ainda mais para a popularização das animações e quadrinhos japoneses no Brasil.

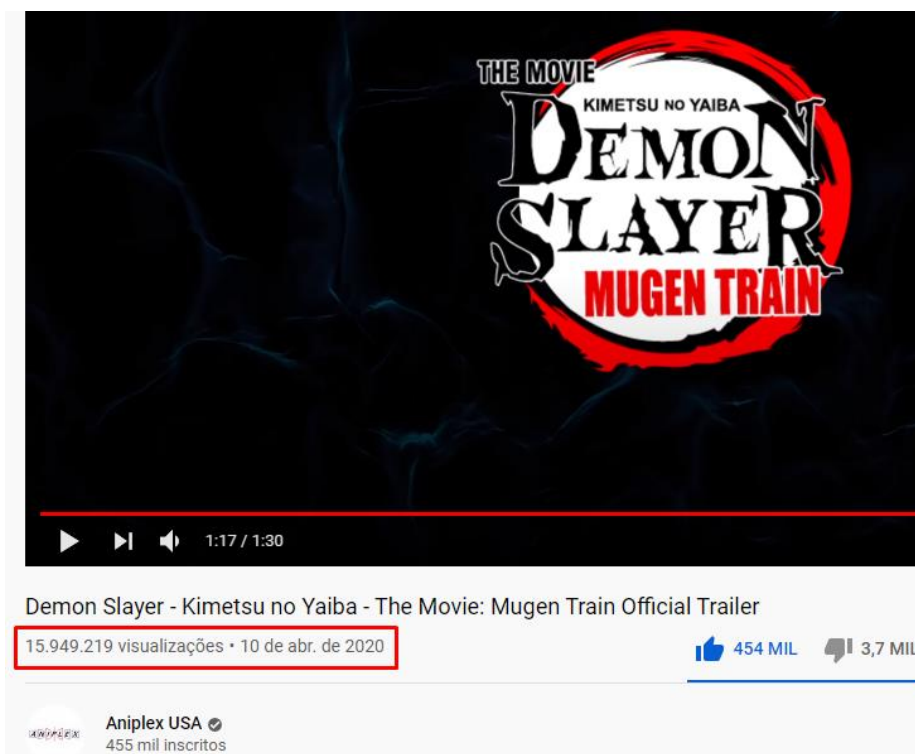
Figura 108 - Capa: “Demon Slayer - Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train”



Fonte: <https://www.rottentomatoes.com/m/demon_slayer_kimetsu_no_yaiba_the_movie_mugen_train
#&gid=1&pid=1>

O trailer oficial do filme “Demon Slayer - Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train” também fez sucesso contando com 15 milhões de visualizações.

Figura 109 - A popularidade de Demon Slayer



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ATJYac_dORw>

3 IMERSÃO EM PROFUNDIDADE

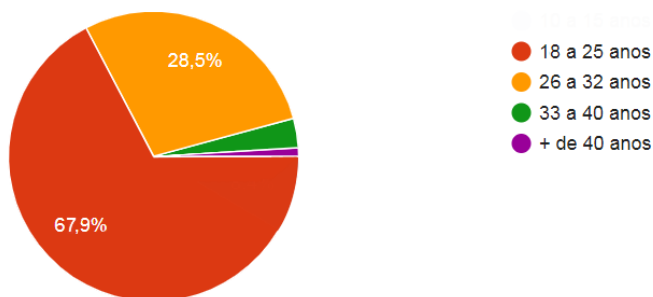
3.1 Entrevistas

Foi realizada uma entrevista quantitativa para 214 pessoas através da ferramenta de criação de formulários disponibilizada pela empresa Google no qual foi divulgado em redes sociais como Instagram, Whatsapp e Facebook. A presente pesquisa teve o objetivo de conhecer a faixa etária, o gênero, a renda salarial do público que consome os quadrinhos, além de como eles se sentem e se comportam de acordo com as suas respostas publicadas em anonimato. Resultados abaixo:

Figura 110 - Gráfico de pizza referente a faixa etária dos entrevistados

Qual a sua idade?

214 respostas



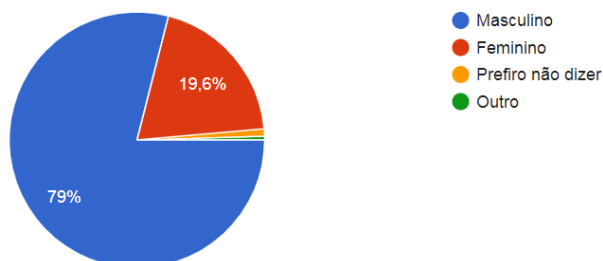
Fonte: O autor

Com a questão acima observa-se que das pessoas questionadas 67,9% ocupam a idade de 18 a 25 anos, enquanto 28,5% desta parcela são adultos de 26 a 32 anos, sendo estes então os dados mais relevantes. Mesmo os quadrinhos sendo em sua maioria direcionados ao público mais jovem, pode-se notar que existe, mesmo que pouco, leitores de idades mais avançadas como apresenta na parte verde e roxa do gráfico.

Figura 111 - Gráfico de pizza referente ao gênero dos entrevistados

Qual gênero você se identifica?

214 respostas



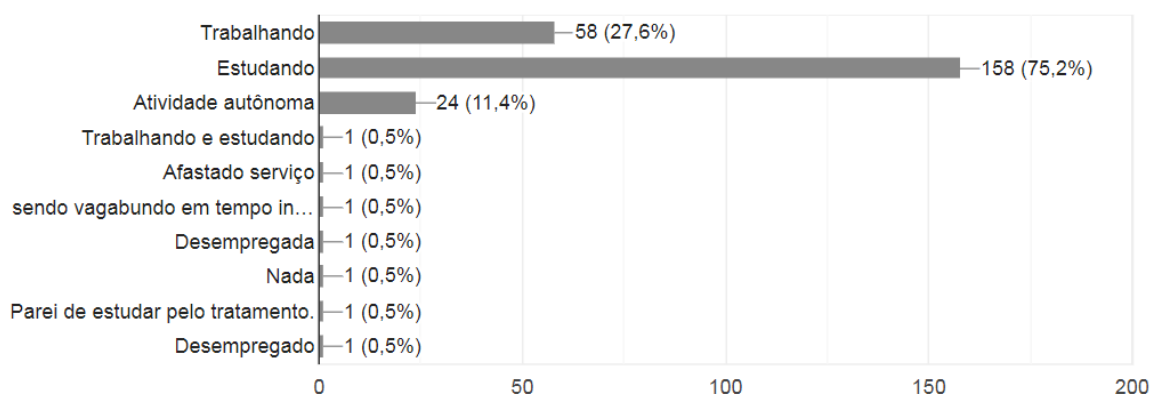
Fonte: O autor

Das 214 pessoas entrevistadas a maior parcela que é 79% foi identificada no gráfico como sendo o público masculino, isto revela a preferência dos consumidores ou a cultura das HQs ao longo dos tempos.

Figura 112 - Gráfico representando a ocupação dos entrevistados

Atualmente você está?

210 respostas



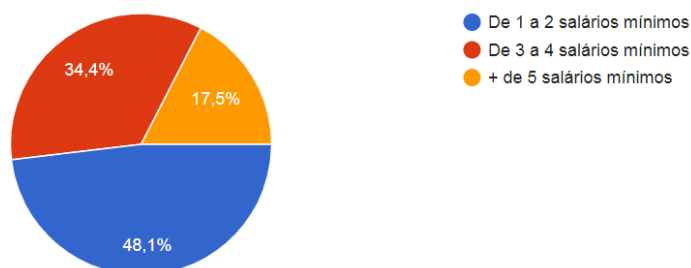
Fonte: O autor

A imagem ressalta que os leitores em sua maioria estudam, sendo 75,2% das respostas, estes dados complementa a primeira questão da faixa etária porque os adolescentes, jovens adultos e adultos fazem ensino médio, ensino superior ou cursos. A outra maior porcentagem encontrada que foi 27,6% denota que muitos trabalham e ou estudam também.

Figura 113 - Gráfico de pizza representando a renda dos entrevistados

Somando a sua e a renda das pessoas que moram com você, quanto é aproximadamente a renda familiar mensal?

212 respostas



Fonte: O autor

De acordo com a lei nº 14.013, de 10 de Junho de 2020, Art. 1º no mês de janeiro de 2020, o salário-mínimo será de R\$ 1.039,00 (mil e trinta e nove reais). Estas amostras indicam que 48,1% das respostas obtidas, referem-se ao público de baixa classe média e média classe média, 34,4% representando a alta classe média e 17,5% a baixa classe alta e a alta classe alta. (GASPARIN, 2014; BRASIL, 2020).

Figura 114 – Gráfico: História, Qualidade do traço e Leitura fluida

1) Qual o grau de importância destes aspectos em uma história em quadrinhos?



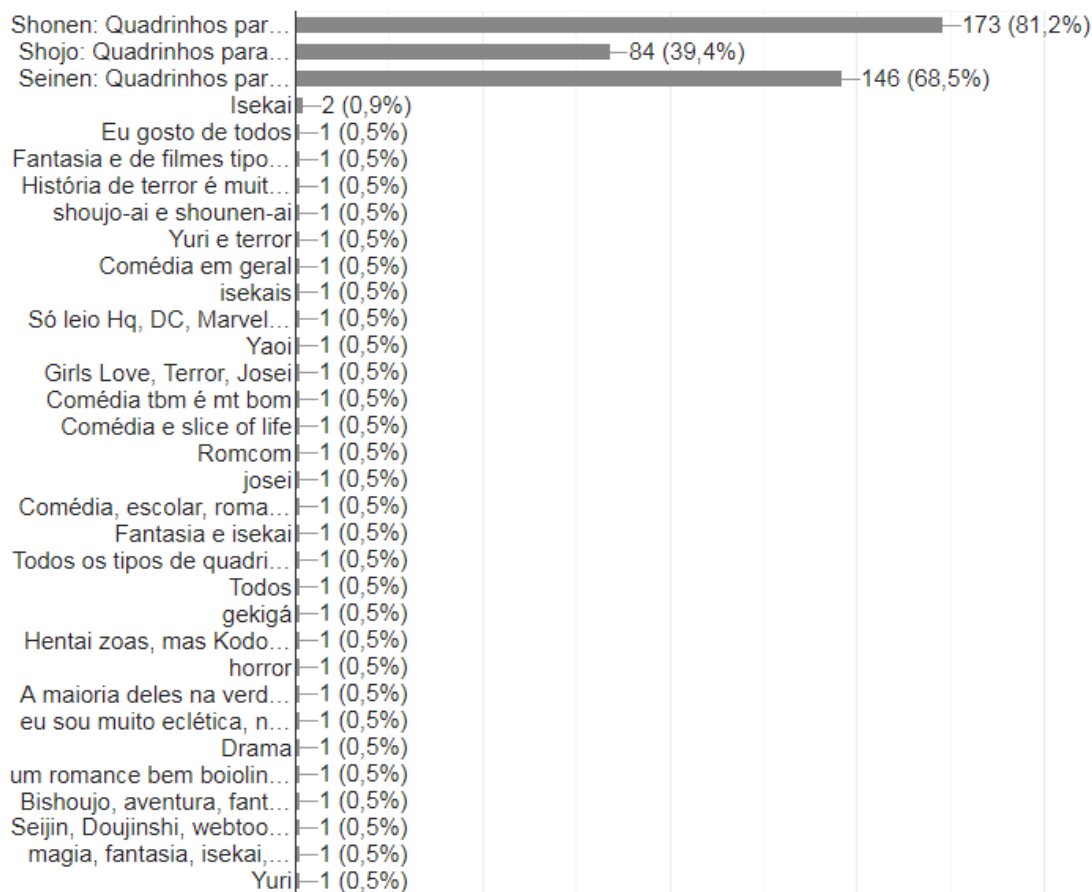
Fonte: O autor

Qualidade média do traço satisfaz o público enquanto uma leitura fluida torna a obra mais fácil de ser apreciada e destaque para a importância da história em uma narrativa gráfica com mais de 150 respostas o que fortalece a relevância do Storytelling, uma história bem contada transmite as emoções do autor aos leitores.

Figura 115 - Gráfico sobre os tipos de mangás preferidos dos entrevistados

2) Quais desses tipos de mangás você gosta?

213 respostas



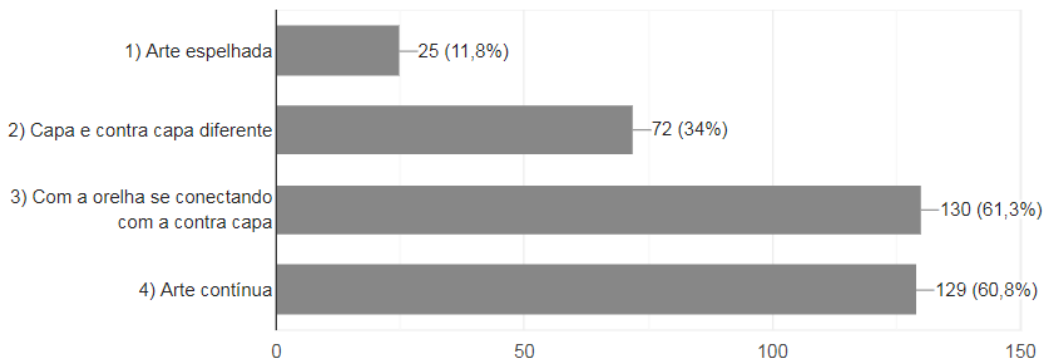
Fonte: O autor

Na imagem supracitada pode-se observar uma enorme quantidade de respostas diversas informando que existem muitos estilos de temas nas HQs, todavia a opção Shonen: Quadrinho para garotos adolescentes obteve 173 respostas, 81,2%, por conta da quantidade de leitores masculinos presentes na entrevista e a opção Seinen: Quadrinho para jovens adultos do sexo masculino apresentou 146 respostas, 68,5%, fomentando a predominância deste público.

Figura 116 - Gráfico sobre os estilos de capa

3) Quais desses estilos de capa lhe agrada?

212 respostas



Fonte: O autor

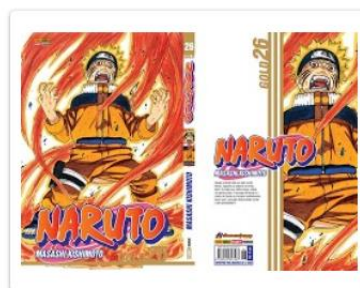
As duas mais votadas com apenas 1 voto de diferença foram as capas com a orelha se conectando com a contra capa e a capa com arte contínua. Estas respostas conferem um resultado no qual os leitores apreciam capas inovadoras que desafiam sua percepção para a criatividade dos artistas.

Figura 117 - Imagem da pergunta sobre os estilos de capa

3) Quais desses estilos de capa lhe agrada?



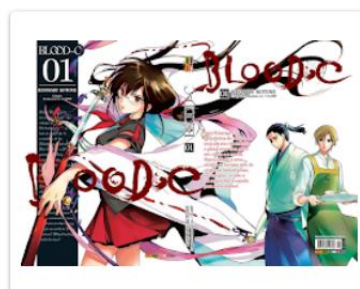
1) Arte espelhada



2) Capa e contra capa diferente



3) Com a orelha se conectando com a contra capa



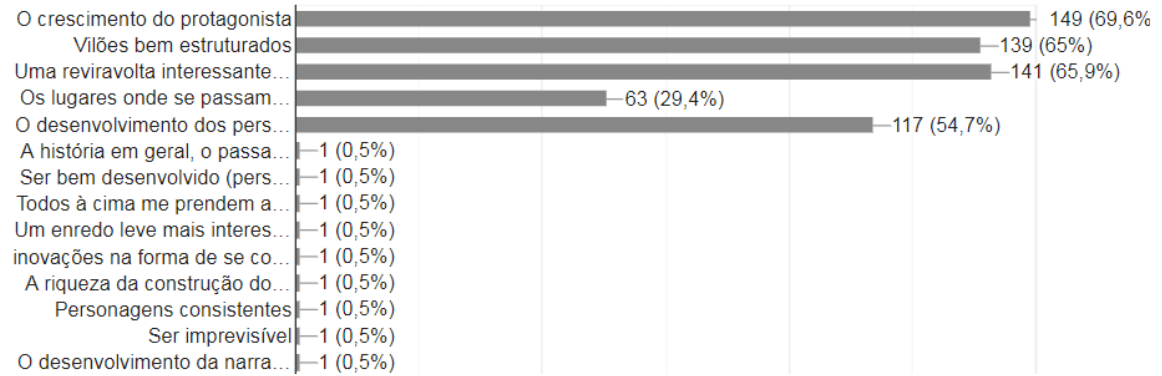
4) Arte contínua

Fonte: O autor

Figura 118 - Gráfico sobre o enredo dos mangás

4) O que mais te prende no enredo de um mangá?

214 respostas



Fonte: O autor

Com a figura anterior percebe-se que o público entrevistado gerou percentagens aproximadas nas 3 primeiras opções. Todas elas são direcionadas aos personagens das historietas, sendo eles o protagonista, o vilão e uma reviravolta interessante já que esta tem relação direta com outros personagens que contribuem também para o desenvolvimento da narrativa. Embora o cenário, o desenvolvimento dos personagens secundários e outros arquétipos da criação das HQs sejam indispensáveis, a atenção dos leitores é mais voltada para os personagens que guiam a trama em si.

Figura 119 - Pergunta: O que você gosta em um protagonista?

5) O que você gosta em um protagonista?

197 respostas

Fonte: O autor

Acima foi realizada uma pergunta sobre o que os leitores gostam em um protagonista. Logo abaixo seguem algumas das respostas dentre as 197:

- Personalidade
- Carisma
- Talvez um gene forte, não sendo um influenciável.
- Ser mais humano e menos perfeito

- Que ele mude o meio que se encontra, passe pelo os problemas de uma forma engenhosa, ter uma ideologia e enfrente o perigo com um sorriso no rosto, junto com um plano.
- Atitude
- Tenacidade
- Inteligência e convicção
- Sua história de vida e a motivação dele estar fazendo o que faz.
- Depende muito. Isso varia bastante de acordo com a obra, mas em geral o que eu mais gosto é a força de vontade deles.
- Confiança
- Dedicção
- Personalidade forte (seja ele bom ou ruim);
- Sua forma de lidar com os problemas
- Um protagonista realista, que tem seus ideais em mente, mas que não necessariamente tenha que ser um cara bonzinho ou um cara mal, mas um protagonista que faça escolhas sabendo que das consequências e mesmo que seja ruim as faça.
- Frio e analista
- Não gosto de personagens líderes e nem muito confiantes.
- Desenvolvimento mais orgânico, com os ideais e crenças se modificando juntamente com o caminhar da trama.
- Geralmente quando ele tem uma personalidade que não seja rasa e que não sejam "simplesmente bons porque o roteiro quer" e sim por suas vivências.
- Inteligência não ser destinado a grandeza e sim conquista-la
- Um protagonista que não desista mesmo sendo fraco
- Autenticidade, divertido, firme em sua proposta etc
- Amadurecimento psicológico
- A relação dele com os personagens secundários
- Resiliência, determinação, foco
- Um protagonista que seja ou passe a ser forte e/ou que seja fofo e/ou inteligente
- Ver ele numa luta emocionante

Figura 120 - Pergunta: Você prefere que o protagonista seja homem ou mulher?

6) Você prefere que o protagonista seja homem ou mulher? Por quê?

206 respostas

Fonte: O autor

Esta é uma pergunta para descobrir a preferência do gênero do protagonista e o motivo da escolha. Logo abaixo seguem algumas das respostas dentre as 206:

- Os dois gêneros me agrada, por terem jeitos diferentes e modos diferentes de fazer alguma coisa.
- Os dois, gosto mais da história do que os personagens
- Não tenho preferência, desde que sejam bem estruturados.
- Tanto faz. Normalmente se identificar com o personagem é importante, porém me sinto representando por ambos.
- Homem, por questão de identificação pessoal, porém, protagonistas femininas são uma boa quebra da mesmice.
- Homem, normalmente as histórias com protagonistas mulheres são mal estruturadas, sempre tem alguém por quem ela está apaixonada e é sexualizada.
- Na maioria das vezes depende do contexto da narrativa, mas a maioria eu prefiro masculino.
- Mulher, porém sem ser sexualizada. Por representatividade
- Como sou homem é mais fácil comprar a história quando consigo imaginar a situação. Normalmente mais fácil quando o protagonista é homem, porque consigo me imaginar no lugar dele.
- Mulher em mangá shonen. O que mais tem são personagens masculinos em mangás e animes (pelo menos de todos os q eu vi) dentro do gênero que eu gosto mais gosto que é shonen. Então se eu visse uma personagem feminina protagonista em um mangá shonen eu olharia com outros olhos.
- Mulher, 1º o corpo feminino é muito mais lindo e 2º ja cansei de ver protagonista masculino.

Figura 121 - Pergunta: O que te faria perder interesse por alguma obra?

7) O que te faria perder interesse por alguma obra?

207 respostas

Fonte: O autor

Manter o interesse, a atenção do leitor constantemente numa obra é uma tarefa desafiadora e por isso essa pergunta existe, para auxiliar o autor. Logo abaixo seguem algumas das respostas dentre as 207:

- História genérica ou história mal desenvolvida e com poucos detalhes.
- Falta de coisas no início da narrativa, como local ou personalidade enfim
- História fraca
- As lutas ou a história não fossem interessantes
- Enrolação
- Uma historia sem algum aprendizado ou algo que sirva de inspiração.
- Terem furos no roteiro, o autor demonstrar não dar o mesmo valor no decorrer da história ou ela ser prolongada sem necessidade.
- Já perdi muito interessante quando o protagonista era MUITO chato ou quando a história não fluía tão bem.
- Enrolação no desenvolvimento da história
- Sexualização de meninas adolescentes
- Clichês, personagens genéricos, ações sem justificativas.
- A mudança com que o autor deixa os personagens principais e suas personalidades. Ou a historia fica com um enredo repetitivo
- Ficar massante e repetitivo
- Decisões ruins dos personagens
- Uma obra que não tenha enredo cativante e mau construido.
- Personagens secundários sendo pouco desenvolvidos ou só estando ali pra serem mortos pra evoluir o protagonista
- Sexualizar personagem, personagens com habilidades fortes serem nerfados por causa de protagonistas.
- Obra sem conteúdo só pancadaria

- Personagens femininas serem usadas apenas como suporte para os masculinos e morrerem pelo desenvolvimento deles (90% dos shonens), o autor ir contra a lição de moral apresentada ("Um fracassado pode derrotar um gênio!" Eis o fracassado herdeiro de clã lendário, tem a Kyuubi no corpo, chackra mágico, é equivalente a um Deus na Terra, ah para), o uso de temas polêmicos de forma leviana e duvidosa (Vilanização do povo "judeu" em AOT por exemplo)
- Personagens chatos, plots ruins, enredo sem fechamento.
- O uso excessivo de "Deus ex machina" para o heróis sempre vencerem ou a falta de coerência no próprio roteiro, como mudar fatos que já aconteceram no passado dos personagens.
- Poder da amizade
- Qualidade de enredo baixa em demasia, enrolação maçante e/ou enredo com mudanças demais no desenvolvimento (fica forçado).
- Plot twist nonsenses, repetição, etc.

Figura 122 - Pergunta: Qual foi a sua maior dificuldade ao ler um quadrinho?

8) Qual foi a sua maior dificuldade ao ler um quadrinho?

202 respostas

Fonte: O autor

Existem muitos fatores que dificultam a leitura de um quadrinho e saber a opinião dos próprios leitores é fundamental para corrigir futuros problemas. Logo abaixo seguem algumas das respostas dentre as 202:

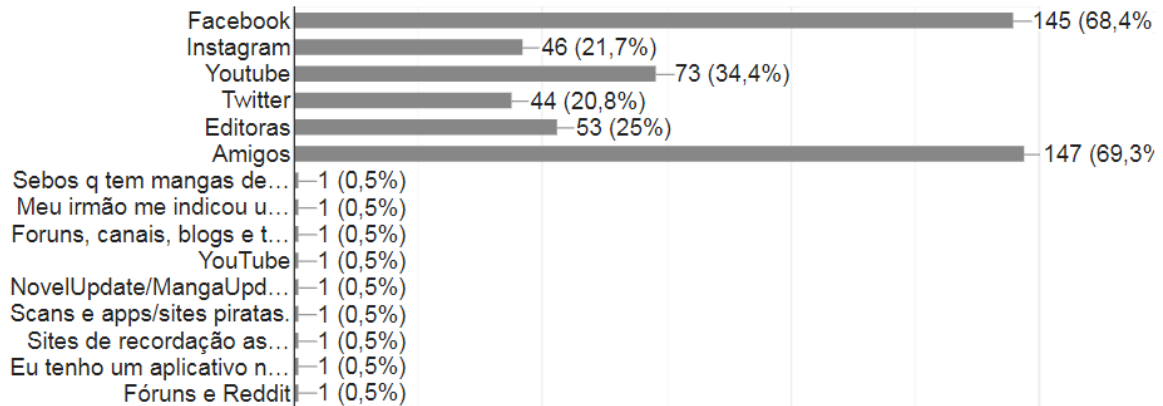
- Entender algumas cenas.
- As vezes são as continuidade da história q me deixa perdida
- Comprar (tá caro)
- Entender a ordem de mudança de cenas e imaginar o movimento entre uma cena parada e outra.
- Me perder na ordem do quadrinho

- Acho que na hora das lutas, por ter uma movimentação de combate as vezes em alguns quadros não sabia qual era a movimentação que o personagem estava fazendo.
- Focar em uma coisa só
- Entender o contexto.
- Dependendo do mangá, ele não se lê de tras para frente e as vezes isso incômoda. Ou quando a muito quadrinho e vc não consegue achar qual é o primeiro, segundo ou terceiro.
- Diagramação dos textos (balões)
- Obras com quadrinhos muito pequenos e muito texto, com explicação desnecessária de fatos já ocorridos.
- Acessibilidade e leitura digital dificultada.
- As vezes é muita exposição e as cenas são arrastadas, muitas vezes a falta de variedade no layout e na arte pode deixar um quadrinho tedioso
- A ordem das falas, as vezes pode ser confuso
- Traços muito detalhados que não consigam passar com clareza o que está acontecendo na página.
- realmente sentir a emoção que a obra quer passar, a folha não funciona tão bem pra mim, quanto o video.
- Fluxo de quadros em lutas e movimentos de combate podem ser confusos as vezes, exemplo: bleach
- Cenas de luta desconexas
- Talvez achar scans boas em alguns casos de mangás antigos (como lobo solitário), e bem de vez em quando, entender de quem é o balão de fala, e o enquadramento.
- Muito texto na página
- Me acostumar com a leitura oriental no começo e alguns diálogos expositivos ou extensos demais.
- Muito texto para pouca arte
- Geralmente quando têm fontes péssimas, já não tenho uma boa visão, aí aparece empecilhos.
- Letras muito pequenas ou qualidade de imagem
- Algumas cenas muito bagunçadas por causa do preto e branco

Figura 123 – Gráfico: A maneira que os entrevistados conhecem novas HQs

9) Como você faz para conhecer novas histórias em quadrinhos?

212 respostas



Fonte: O autor

Algumas opções foram estabelecidas na pergunta e os dados revelam que através do Facebook e dos amigos é o meio que os entrevistados mais conseguem conhecer novos títulos. O Facebook com 145 repostas, 68,4%, obtém essa marca devido ao fato de seus usuários poderem criar comunidades de interesses em comum ao se juntarem em grupos no qual interagem por meio de postagens e discussões dos assuntos que lhes interessam. As demais redes sociais possuem boa quantidade de pessoas também, porém pela acessibilidade que o concorrente anterior apresenta, fica mais difícil obter um resultado mais satisfatório.

3.2 Um dia na Vida

Com a leitura de diversos mangás de autores distintos, foi possível obter uma maior imersão dentro do universo dos quadrinhos, podendo assim, analisar algumas das técnicas utilizadas que serão descritas no próximo capítulo, ANÁLISE.

4 ANÁLISE

4.1 Similares

Existem diversos tipos de quadrinhos pelo mundo todo. A presente pesquisa abordará alguns exemplares com o foco de observar os diferentes estilos utilizados em cada região.

Comics:

Uma das mais famosas por todo o mundo são as *comics* produzidas pela editora americana, Marvel Comics. Adota a leitura da esquerda para a direita, sentido ocidental. O traço dos personagens é realista, as páginas são completamente coloridas com cores bem vivas, costuma usar balões de fala bem arredondados e a diagramação dos quadros são em sua maioria retangulares ou quadrados, poucas vezes são feitos em outras formas. Embora sejam lindas as cores nas artes dessas HQs, demanda mais tempo para que fiquem prontas de fato.

Figura 124 - Exemplo: Balões de Fala Arredondados



Fonte: <<https://bityli.com/GUeig>>

Figura 125 - Exemplo: HQ Colorida



Fonte: <<https://bitly.com/bpcqr>>

Pontos Positivos: As cores utilizadas nas *comics* facilitam a compreensão do que está se passando em uma cena trazendo riqueza visual. Pelo traço ser mais realista o leitor pode se conectar a nível emocional com os personagens gerando empatia.

Pontos Negativos: Por ser mais complexo para a fabricação leva mais tempo para ser feito e demanda uma equipe maior. Pelas páginas serem coloridas o material do produto final necessita ser mais rebuscado o que encarece a obra.

Pontos Interessantes: As cores de fato ajudam na imersão do leitor. Não é um ponto negativo, mas a falta de diversidade constante no formato dos quadros atrapalha um pouco a criatividade do autor na hora de projetar cenas inusitadas.

Mangá:

Os mangás também são mundialmente famosos. Adota a leitura da direita para a esquerda, sentido oriental, as suas páginas são todas em preto e branco possuindo quadros com cortes em diagonal para expressar dinamismo e movimentação, o que caracteriza o estilo e promove mais velocidade de publicação, pois torna o produto final mais barato. Os personagens possuem características mais distorcidas da realidade, com olhos bem maiores que os de um ser humano normal, cabelos exóticos e expressões mais exageradas.

Figura 126 - Exemplo: Página de Mangá



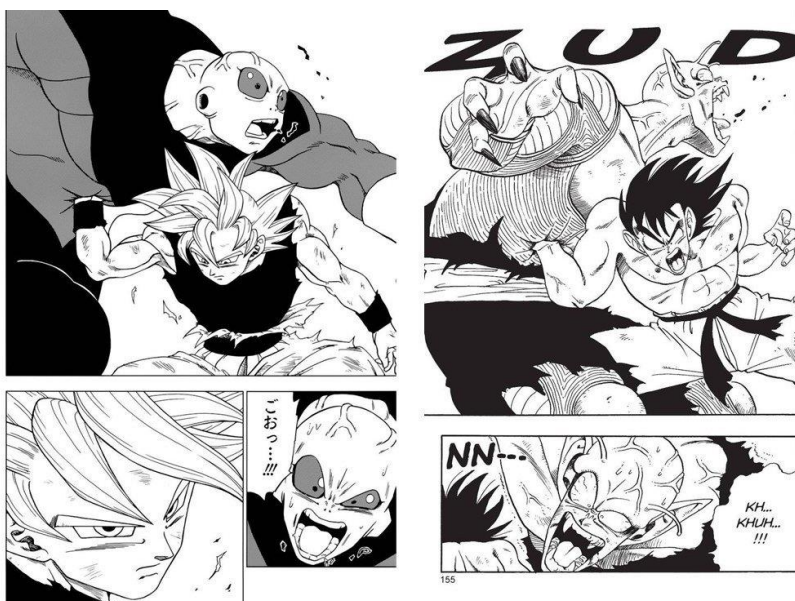
Fonte: One Punch Man, p. 12, volume 07

Figura 127 - Exemplo: Personagens de Mangá



Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/301248662545857923/>>

Figura 128 - Exemplo: Cena de Mangá



Fonte: <<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/dragon-ball-super-manga-goku-piccolo/>>

Pontos Positivos: Agilidade na produção e permite o autor ser mais ousado na criação dos quadros quando está projetando a sua narrativa.

Pontos Negativos: Por ser preto e branco demanda mais habilidade do autor para não deixar alguma cena inviável de ser compreendida pelo leitor.

Pontos Interessantes: Os personagens podem fugir da realidade enaltecendo as características individuais e traços de cada personagem.

Manhwa:

Os manhwas são os quadrinhos coreanos e diferentes das *comics* e dos mangás, eles são menos populares. Adotam a leitura dos balões da esquerda para a direita, a mesma que as HQs americanas. Em sua grande maioria feita como *webtoons* e esta é a sua maior diferença dentre os outros, pois os quadros são arranjados separadamente em uma fileira vertical facilitando a leitura digital pela utilização da barra de rolagem das páginas ou o *touchscreen* dos celulares. Este método funciona bastante na Coreia, mais especificamente na Coreia do Sul como é falado pela Yasmim Secron, cofundadora do *podcast* Clube do Lamen, em seu vídeo “Conta Mais! O fenômeno dos *webtoons* (2020)” no canal da editora “NewPOP Editora” disponível para assistir na plataforma Youtube. As artes das páginas são coloridas atribuindo mais uma das características dos *comics*, no entanto o traço dos personagens é mais inclinado para o estilo mangá, este sendo afastados das proporções da realidade e por fim, o formato dos quadros e os balões de texto não são padronizados aumentando o leque de possibilidades.

Figura 129 - Exemplo: Personagem de Manhwa



Fonte: <<https://ptanime.com/amp/tower-of-god-manhwa-podera-regressar-em-2021/>>

Figura 130 - Exemplo: Leitura de um webtoon



Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/584623595359309612/>>

Figura 131 - Exemplo 2: Leitura de um webtoon



Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/584623595359309612/>>

Pontos Positivos: O maior destaque é devido à versatilidade da leitura digital que proporciona agilidade ao leitor. As cores combinadas com o estilo *webtoon* criam mais conforto e facilidade para os leitores interpretarem as cenas se aproximando da sensação de assistir a um filme.

Pontos Negativos: Por ser em sua maioria mídia digital, necessita de um marketing elaborado porque em contrapartida a mídia física possui os seus meios de atingir o público através das bancas, livrarias e eventos.

Pontos Interessantes: A praticidade da leitura digital e também de não haver necessariamente a impressão de um produto físico torna os manhwás um veículo de leitura inovadora agregada ao avanço cultural da tecnologia.

4.2 Onomatopeia

As onomatopeias são figuras de linguagem que através de palavras, os leitores conseguem identificar sons específicos de objetos, pessoas ou animais. Elas são usadas com muita frequência nas HQs, o que trás mais dinamismo e expressividade a leitura, melhorando ainda mais a imersão para a obra. Cada região usam as suas próprias letras ou símbolos para produzir as suas onomatopeias.

Figura 132 - Onomatopeias Ocidentais



Fonte: <<https://www.elo7.com.br/lista/adeseivos-onomatopeias>>

Figura 133 - Onomatopeia Tocha Humana



Fonte: <<https://www.marvel616.com/2017/06/fabulosos-inumanos-filho-meu.html>>

Figura 136 - Balões de Fala Comum



Fonte: <Naruto Shippuden, p. 51, volume 59>

Estes são os que mais aparecem em todas as HQs. A sua forma arredondada arremete a um balão como o próprio nome diz. Por ser um formato orgânico, a leitura dentro desta forma se torna fluída e agradável, o autor também pode alterar levemente a forma para cada tipo de expressão dos personagens.

Figura 137 - Balões de Narração



Fonte: <The Promised Nerverland, p. 7, volume 1>

Os balões de narração são retangulares ou quadrados. Essa forma transmite seriedade no conteúdo inserido, que é transmitido pelo autor ou por algum personagem narrando algum acontecimento. As formas retas transmitem sensações de seriedade e conforto.

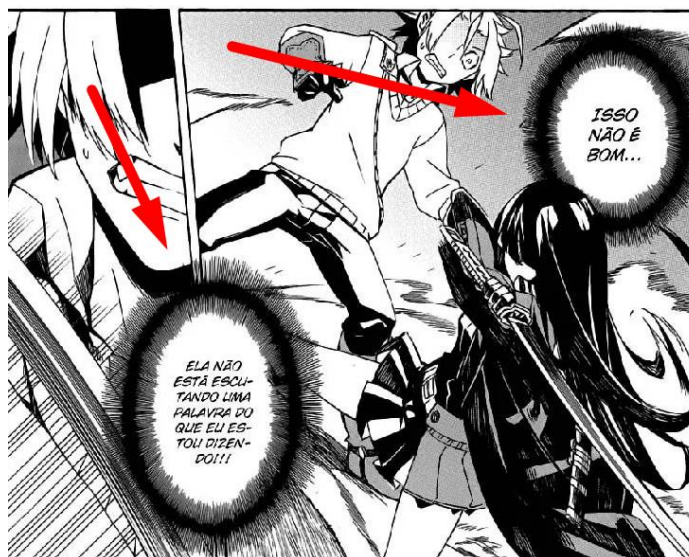
Figura 138 - Balões de Grito



Fonte: <My Hero Academia, p. 55, volume 9>

Os balões de grito servem para enaltecer algumas emoções, como: raiva, desespero, nervosismo, ansiedade, medo, entre outros. Em sua forma, geralmente é esticada verticalmente com beiradas pontiagudas.

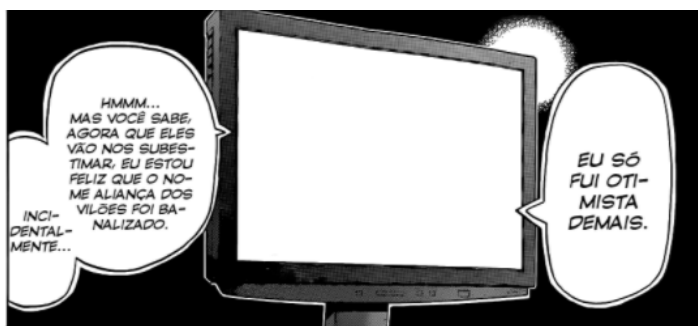
Figura 139 - Balões de Destaque



Fonte: <Akame Ga Kill!, p. 71, volume 1>

Um balão arredondado que se destaca dentre os demais por possuir maior espessura em suas bordas. Por não ter nenhuma seta que indique quem está falando, ele precisa ser utilizado somente para um personagem baseado no acontecimento do momento, pois isto irá auxiliar o leitor compreender quem é o indivíduo que está fazendo o uso deste balão naquela situação. Eles são usados para destacar pensamentos em momentos críticos e anunciar poderes em mangás.

Figura 140 - Balões Eletrônicos



Fonte: <My Hero Academia, p. 70, volume 3>

Eles são utilizados geralmente quando algum personagem está falando através de algum aparelho, de outra dimensão ou plano. O seu formato é variado e depende da entonação da fala, inclusive, todos possuem uma camada branca contornada por fora.

Figura 141 - Balões de Pensamento



Fonte: <The Promised Neverland, p. 106, volume 1>

Os balões de pensamentos possuem duas versões, sem balão e com balão em formato de nuvem, ambas passam o mesmo efeito ao leitor. São usados conforme o autor preferir para melhor se adequar as situações.

Figura 142 - Balões de Sussuro



Fonte: <My Hero Academia, p. 105, volume 7>

Este balão é menos usado, pois os acontecimentos são bem dinâmicos, surge quando algum personagem fala em um tom mais baixo que o normal. As linhas que compõem os balões são tracejadas.

Figura 143 - Balões de Intimidação



Fonte: <My Hero Academia, p. 54, volume 7>

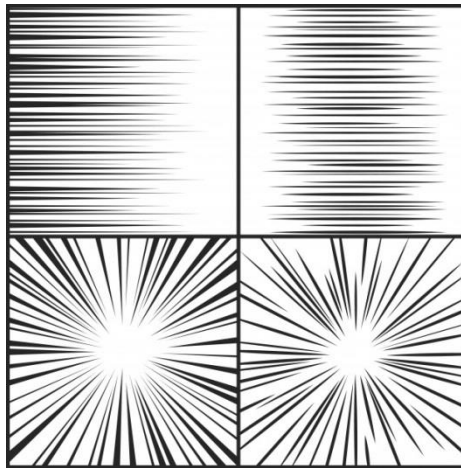
Os balões de intimidação tem a função de expressar tensão, ameaças e intimidação que um personagem esteja transmitindo em certo momento, é bem

comum em vilões ou inimigos poderosos. Há duas versões deste balão, uma com o fundo escuro e a fonte clara e a outra o contrário, presente na imagem acima, já o contorno desta forma possui espessura grossa totalmente grosseira e desuniforme, o que gera mais ainda a sensação de perigo e caos.

4.4 Linhas de Movimento

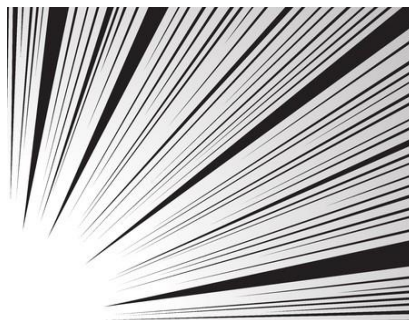
As linhas de movimento são utilizadas ao redor das cenas quando o autor desenha algum personagem se movimentando, essas linhas criam a sensação de velocidade proporcionando efeitos visuais mais precisos indicando para o leitor qual é a direção ou sentido que está se passando cada ação.

Figura 144 - Exemplo 1: Linhas de Movimento



Fonte: <<https://bityli.com/Lx0AU>>

Figura 145 - Exemplo 2: Linhas de Movimento



Fonte: <<https://eu.clipdealer.com/vector/media/A:84272918>>

Figura 146 - Página do Mangá Code:Breaker



Fonte: <<https://aoquadra.do/2012/09/26/code-breaker/>>

Figura 147 - Página da HQ Young Avengers

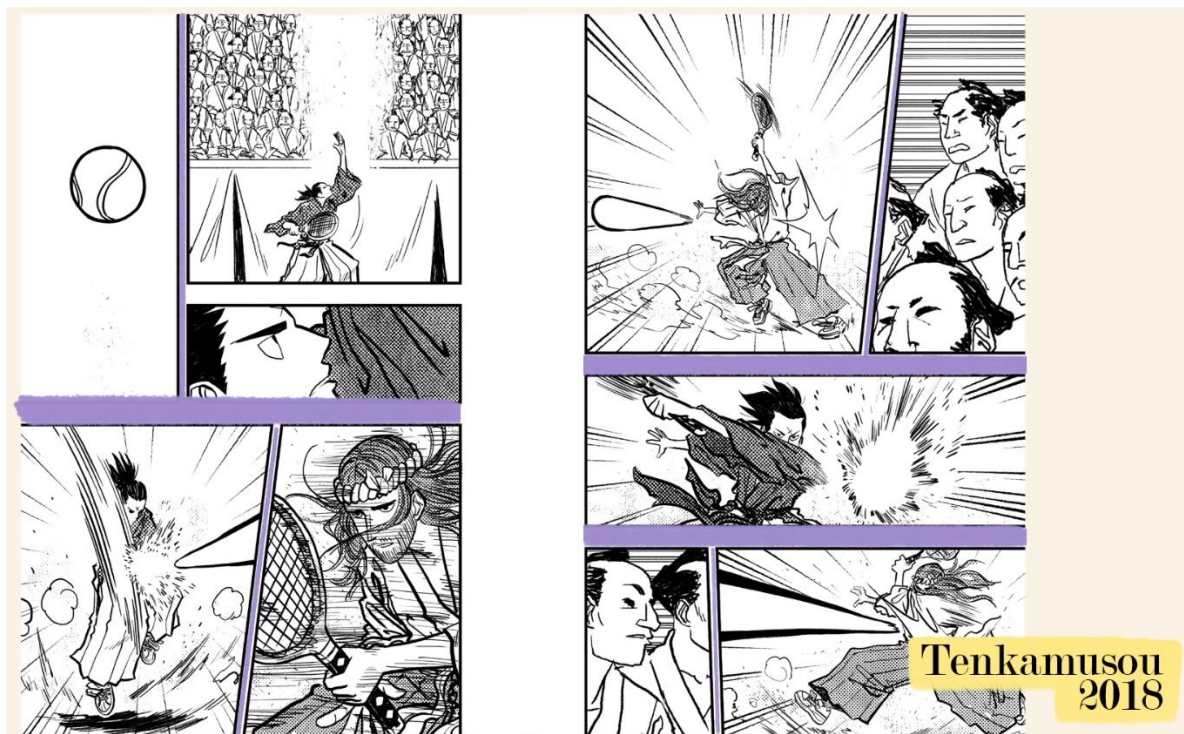


Fonte: <<https://www.quora.com/Who-is-Speed-from-Marvel/>>

4.5 Esquematisações dos Quadros

Saber representar os quadros de acordo com a narrativa não é uma tarefa fácil, exige prática e discernimento. Planejar bem os quadros de sua HQ fará o seu leitor interpretar a sua narrativa com maior facilidade, como se ele estivesse assistindo a um filme, essa é uma das dádivas dos quadrinhos. Os melhores quadrinistas conseguem deixar a leitura mais fluída quando usam bem os tipos, tamanhos e os espaçamentos entre cada um dos quadros. Cada um desses espaços hierarquizam o sentido que o leitor terá quando observa quadro a quadro, por exemplo quando se há um menor espaço entre os quadros, indica que a cena está se passando bem rápido naquele momento, enquanto espaços maiores indicam que há um maior intervalo de uma cena a outra. Os espaços horizontais são geralmente mais largos porque são eles os maiores responsáveis por transicionar o rumo dos acontecimentos mais sutis, enquanto os verticais apresentam uma ação em sequencia da outra, ou seja, tendem a ser mais bruscos.

Figura 148 - Espaçamento dos Quadros



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=S6jfTc7sIP4>>

Figura 149 - Quadros Padrão



Fonte: <My Hero Academia, p. 88, volume 4>

São nos quadros padrão onde ocorre mais diálogo entre os personagens. Geralmente não possuem alterações de tempo e a história ocorre normalmente nos padrões estabelecidos pelos autores.

Figura 150 - Quadros de Ação



Fonte: <One-Punch Man, p. 33, volume 7>

Os quadros de ação promovem dinamismo à obra, são com eles que o leitor possui a sensação de movimento dos personagens através da sua forma feita com linhas diagonais.

Figura 151 - Flashback



Fonte: <Akame Ga Kill!, p. 33, volume 1>

O *flashback*, ação ou efeito de lembrar, em quadrinhos é demonstrado quando o fundo das páginas sofre uma transição do branco para o preto, que durante todo o acontecimento do passado, o fundo permanece escuro, a cor só volta para a original quando terminam as memórias dos personagens.

Figura 152 - Página Dupla



Fonte: <My Hero Academia, p. 22-23, volume 9>

Páginas duplas com a arte completando nos dois lados são bem comuns de serem vistas em quadrinhos quando o autor quer dramatizar alguma cena e entregar mais informações sobre o acontecimento.

Figura 153 - Transição Temporal e Espacial de Quadros



Fonte: <My Hero Academia, p. 58, volume 7>

Essa repetição decrescente de espaços entre os quadros, explica a transição da narrativa para uma passagem de tempo ou troca de ambiente. Essa técnica é relacionada à Gestalt pelos princípios de fechamento e continuidade possuindo estilos diversos que o desenhista pode adaptar para a narrativa.

Figura 154 - Personagens Fora dos Quadros



Fonte: <My Hero Academia, p. 156, volume 7>

Inserir os personagens fora dos quadros, grandes e destacados nas páginas, proporcionam ao leitor maiores informações sobre o que está acontecendo com o mesmo naquela cena, o seu maior benefício é diversificar a forma como interpretar os diálogos, rompendo padrões. O personagem destacado precisa ter apoio dos quadros atrás dele, já que tudo que irá acontecer ao seu redor tem relação direta com a sua atuação.

4.6 Retículas nos Mangás

Nos mangás, as retículas são as responsáveis por acrescentar os tons de cinza aos elementos das páginas para tudo que não for tingido de preto ou branco. As retículas transmitem maiores detalhes na arte dos personagens e cenários, tornando essa técnica quase que essencial para um mangá.

Figura 155 - Página com Muitas Retículas



Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/465348573997159400/>>

Alguns autores optam por raramente fazer cenas com retículas, promovendo um aspecto mais “limpo” aos quadrinhos, mas não significa que é melhor evitar o uso, e sim sendo a preferência de cada artista.

Figura 156 - Página com Pouca Retícula



Fonte: <<https://www.pinterest.pt/pin/362539838751649480/>>

4.7 Apresentar o Cenário

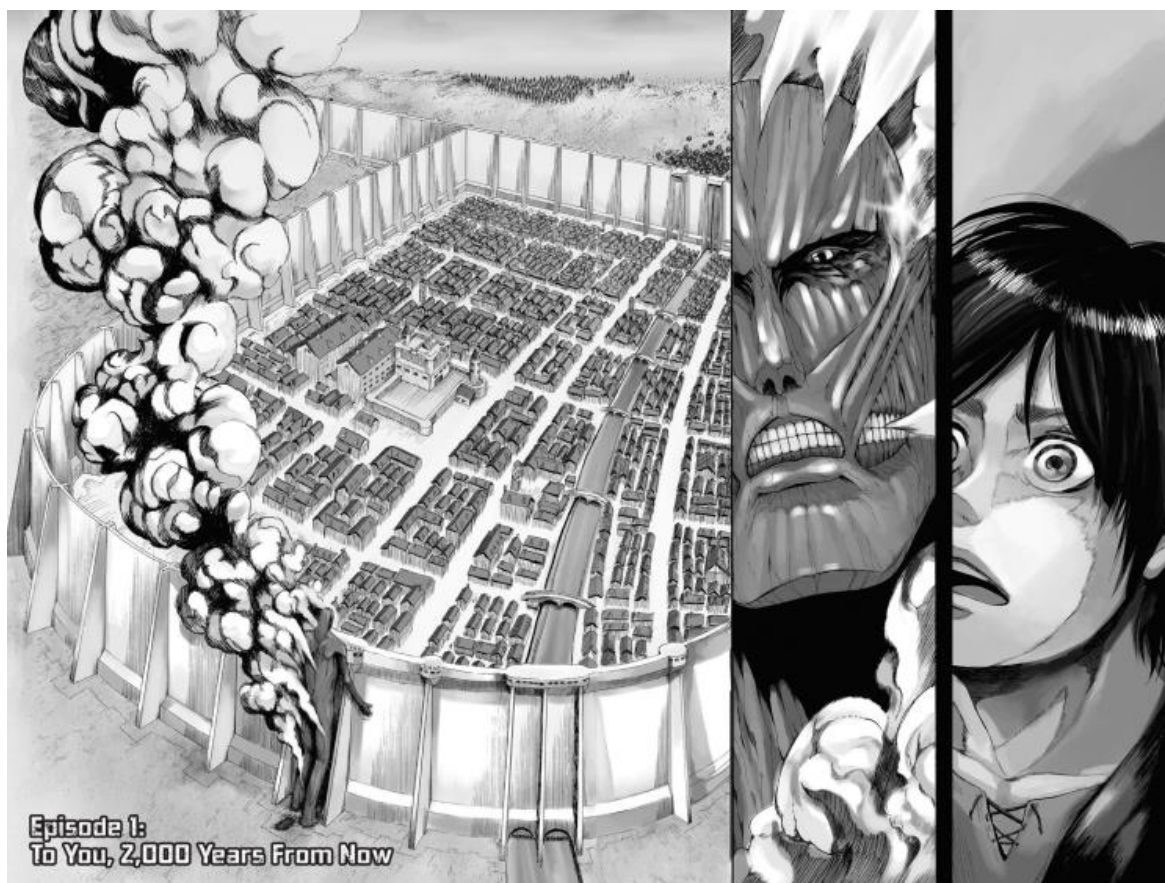
A escolha do cenário impacta em como os personagens irão interagir com os elementos inseridos no ambiente. Nos quadrinhos os cenários são apresentados por completo antes dos personagens começarem as suas ações e diálogos, pois assim o leitor consegue ter uma visão integral de onde está se passando a narrativa, permitindo que eles possam emergir mais profundamente na obra.

Figura 157 - Página do Mangá UQ Holder



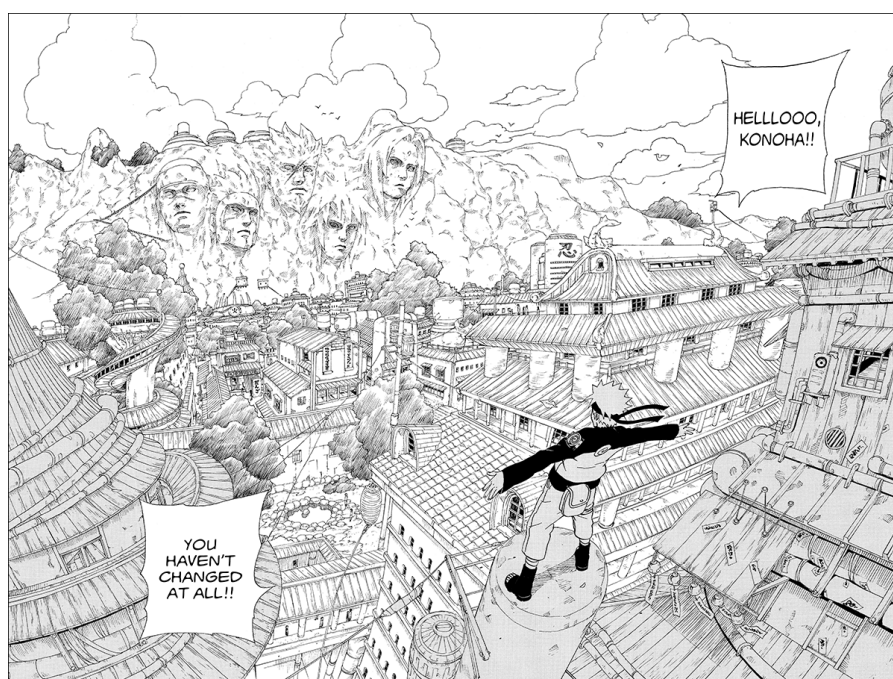
Fonte: <https://www.crunchyroll.com/comics_read/manga?volume_id=389&chapter_num=1.00>

Figura 158 - Página do Mangá Attack on Titan



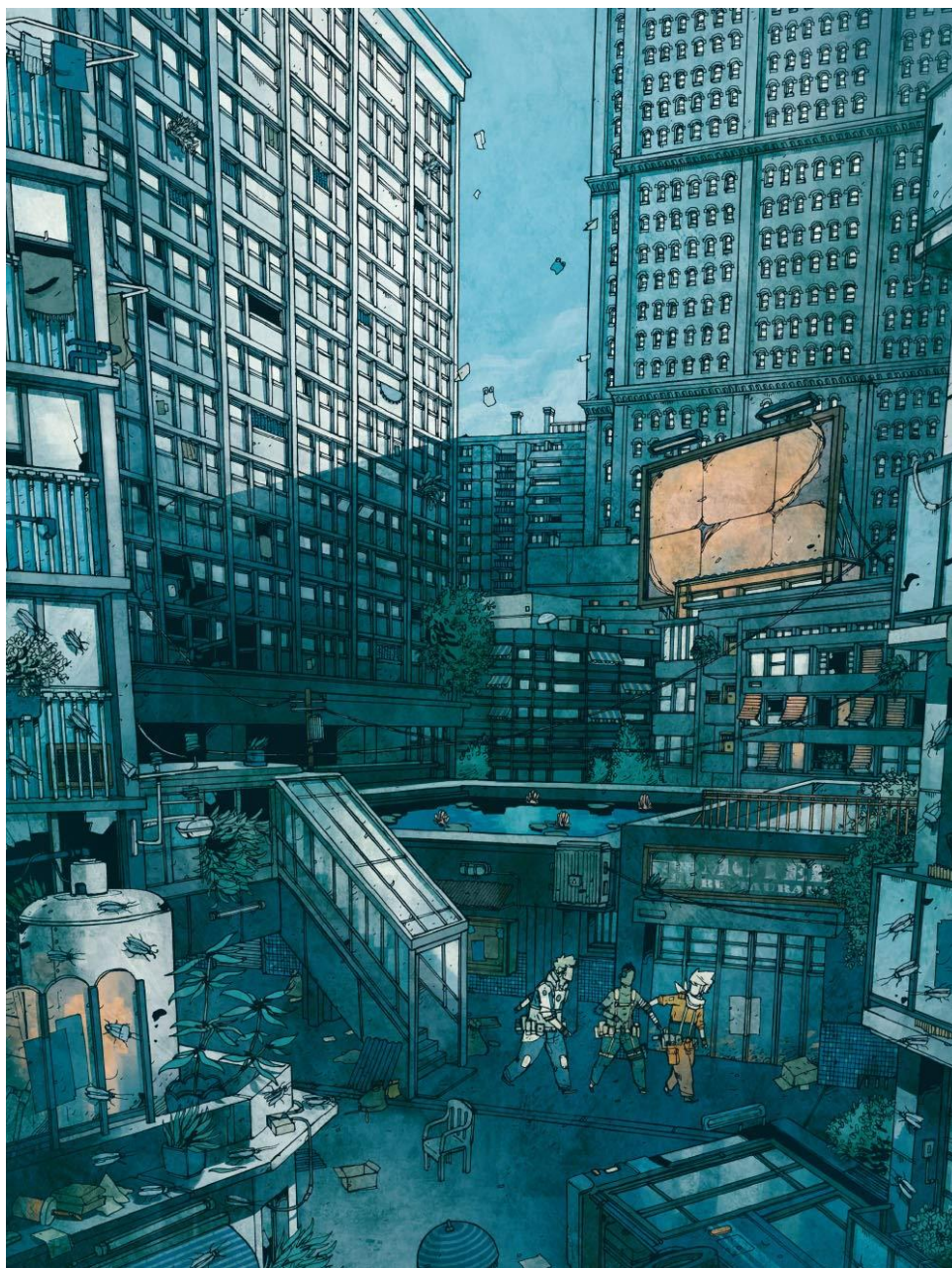
Fonte: <https://www.crunchyroll.com/comics_read/manga?volume_id=273&chapter_num=1.00>

Figura 159 - Página do Mangá Naruto Shippuden



Fonte: <<https://rieriebee.tumblr.com/post/46670146369/naruto-chapter-245-homecoming-naruto-this>>

Figura 160 - Página da HQ A Bela Morte



Fonte: <<https://artefinalhq.com.br/wp/2019/07/30/a-bela-morte/>>

4.8 Perspectivas dos Personagens

Quem conta a história para os leitores são os personagens. A sua visão, perspectiva e dificuldades criam um conjunto imersivo que permite gerar empatia quando o leitor se coloca no lugar do personagem, mas para que esse sentimento aconteça, o uso de noções de perspectiva é necessário. Essa estratégia guia o leitor

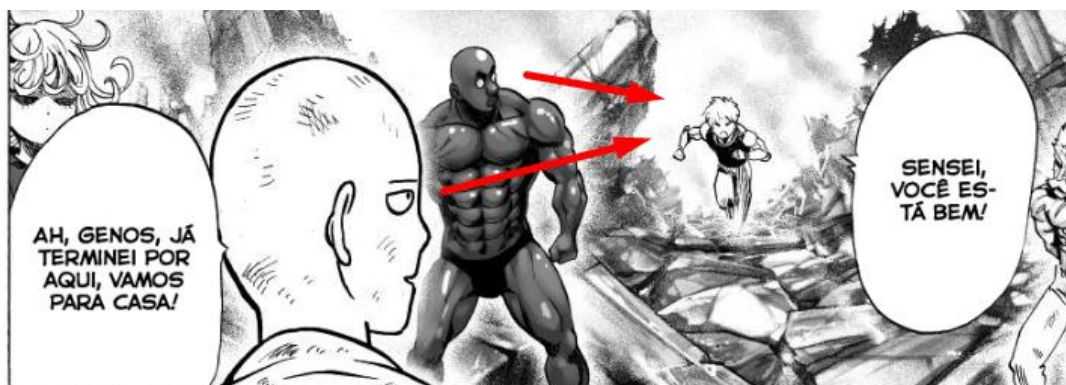
precisamente para onde ele deve prestar atenção e esse sentido é justamente onde os personagens também estão focados.

Figura 161 - Página do mangá Akame Ga Kill



Fonte: <Akame Ga Kill, p.14, volume 1>

Figura 162 - Página do mangá One-Punch Man



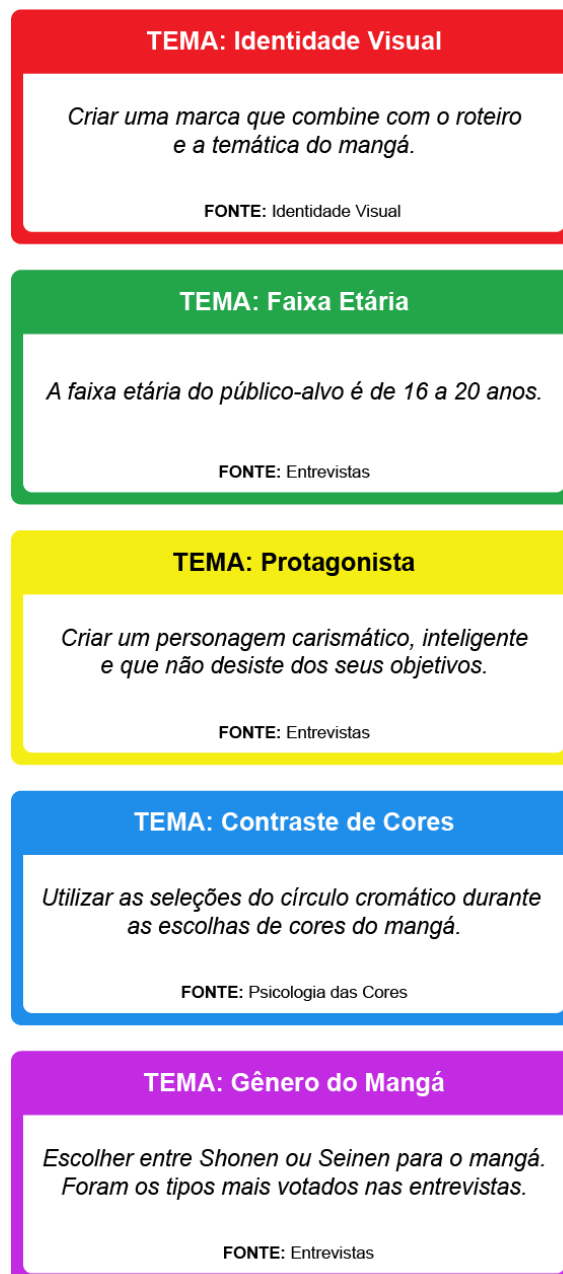
Fonte: <One-Punch Man, p.140, volume 7>

5 SÍNTESE

5.1 Cartões de Insight

São cartões com reflexões embasadas em dados reais das etapas de imersão preliminar e em profundidade para facilitar a consulta. (VIANNA et al., 2012)

Figura 163 - Cartões de Insight 1



Fonte: O Autor

Figura 164 - Cartões de Insight 2

TEMA: Criando Personagens

*Dar propósito ao personagem;
Criar obstáculos; Identificar os defeitos;
Estabelecer as características físicas.*

FONTE: Elaborando Personagens

TEMA: Diagramação

*As técnicas de grid permitem uma melhor
elaboração dos quadros dos mangás.*

FONTE: Grids

TEMA: Cor dos Personagens

*Usar cores que façam sentido com a
personalidade dos personagens*

FONTE: Psicologia das Cores

TEMA: Transmitir Sensações

*Se atentar aos 8 princípios da Gestalt
quando for criar os quadros das páginas.*

FONTE: Gestalt

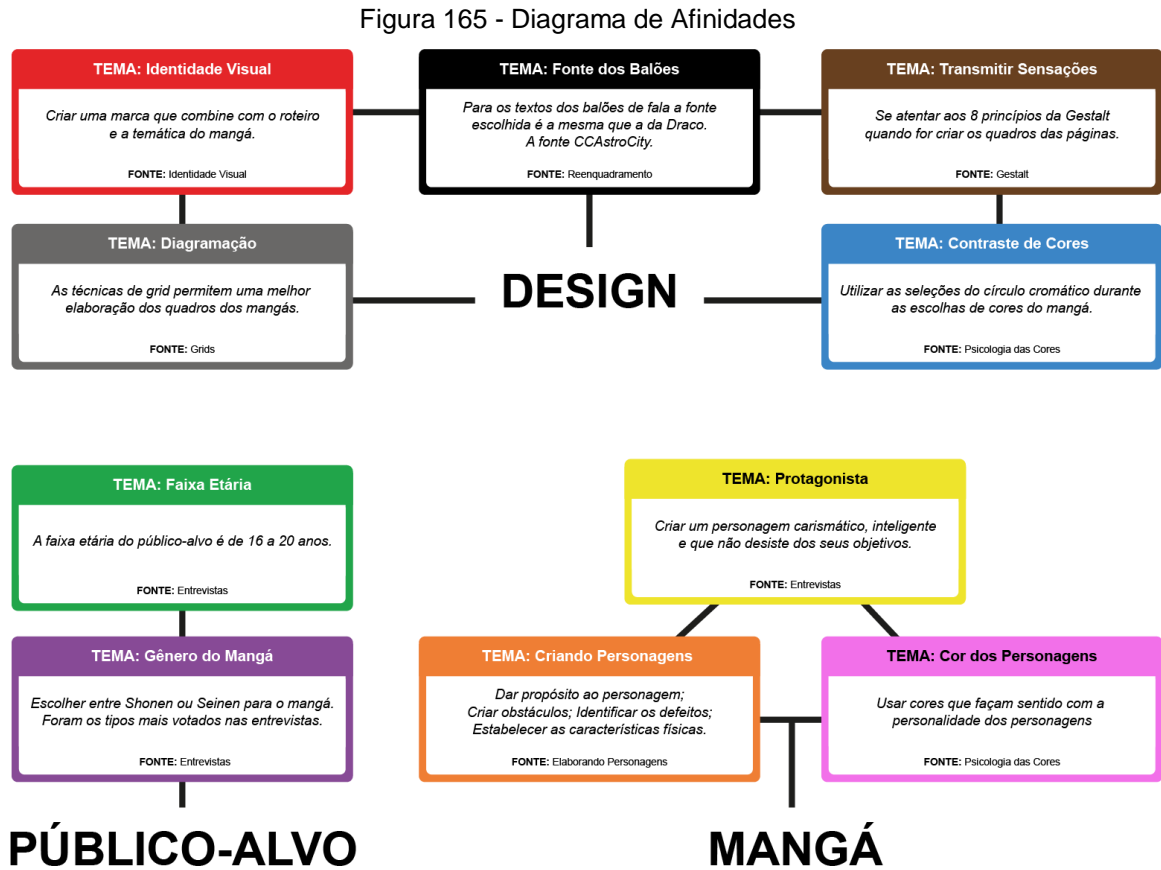
TEMA: Fonte dos Balões

*Para os textos dos balões de fala a fonte
escolhida é a mesma que a da Draco.
A fonte CCAstroCity.*

FONTE: Reenquadramento

Fonte: O Autor

5.2 Diagrama de Afinidades



Fonte: O Autor

Organizando e agrupando os cartões pela similaridade, o diagrama de afinidades demonstra as áreas que delimitam o tema do projeto. São elas:

- Design
- Mangá
- Shonen ou Seinen
- Personagem
- Cores
- Diagramação
- Marca
- Adolescentes, jovens adultos e adultos
- CCAstroCity

5.3 Personas

Com o estudo de personas é possível gerar dados que se aproximam da realidade. Uma das fases mais importantes para o desenvolvimento do projeto, pois as personas criadas funcionam como o público-alvo estimado pelas pesquisas anteriores, servindo de base para as próximas etapas.

Persona 1:

Figura 166 - Persona: Matheus



Fonte: <<https://bityli.com/H6EKV>>

Nome: Matheus

Sexo: Masculino

Idade: 20 anos

Localização: São Paulo

Escolaridade: Ensino Médio Completo e Graduado em Nível Técnico

Ocupação: Técnico de Segurança do Trabalho

Perfil: Matheus, tem 20 anos, concluiu o ensino médio e é técnico de segurança do trabalho. Ele é fã de quadrinhos desde criança e sempre lia os gibis da turma da mônica que sua mãe comprava nas bancas de jornal. Assistindo a canais infantis de televisão, descobriu séries de origem japonesa que ficou apaixonado instantaneamente, como por exemplo, Dragon Ball, Yu-Gi-Oh!, Digimon, Cavaleiros do Zodíaco, entre outros. Após alguns anos acompanhando os episódios todos os dias de sua infância, Matheus quis saber mais sobre as animações que sempre via e foi quando ele descobriu que todas eram baseadas nos mangás. Desde então nunca parou de ler os quadrinhos japoneses e mantém esse padrão até quando se tornou um adulto, ficando por dentro do lançamento de novas obras e faz desta experiência o seu maior hobby.

Estilo de Vida: Matheus trabalha em uma fábrica de alimentos como técnico de segurança do trabalho de segunda a sábado. Quando termina o seu expediente, ele retorna para a sua casa onde mora com os pais e o irmão mais novo. Nos seus momentos livres o que mais faz é tocar bateria, assistir animês, ler mangás, conversar online com os seus amigos e a sua namorada, Gabriela, que também é fã de mangás. Aos domingos, Matheus visita Gabriela e juntos assistem diversas séries, incluindo as animações japonesas. O tema que mais gostam são os Shonens, estilo voltado ao público masculino, no qual os personagens geralmente possuem poderes e lutam contra diversos outros. Mesmo sendo a categoria direcionada a outro gênero, como mulher, Gabriela não se importa nenhum pouco e desfruta das séries junto de seu namorado.

Objetivo: Matheus aprecia muitos mangás, em sua grande maioria sendo do gênero Shonen, e mesmo gostando bastante desta categoria ele percebe erros que os autores cometem, pois é bem criterioso com alguns aspectos e possui experiência pelos anos de leitura. Quando os autores erotizam as personagens femininas, fazem os protagonistas sem destaque dos demais ou quebram o sentido lógico da narrativa, Matheus desiste de acompanhar aquela história e nem recomenda para a sua namorada, já que Gabriela tem opiniões e gostos parecidos. Tem como maior desejo encontrar obras que não errem nas questões básicas e que ele possa apreciar um conteúdo bem estruturado.

Persona 2:

Figura 167 - Persona: Luana



Fonte: <<https://bityli.com/sRHHT>>

Nome: Luana

Sexo: Feminino

Idade: 18 anos

Localização: Rio de Janeiro

Escolaridade: Cursando o Ensino Médio

Ocupação: Estudante

Perfil: Luana, tem 18 anos, está cursando o último ano do ensino médio. Por amar desenhar, ela conheceu os mangás ainda mais jovem, com 12, através das redes sociais, Facebook, Youtube e Instagram. Na escola, conversa com amigas e amigos que também gostam de quadrinhos, onde comentam sobre o que mais acharam interessante em algumas obras, como por exemplo, o traço dos autores, se a narrativa foi legal ou não, sempre de forma descontraída.

Estilo de Vida: Luana costuma escrever e desenhar mangás amadores quando está com tempo livre em casa, onde mora apenas com a sua mãe. Ela

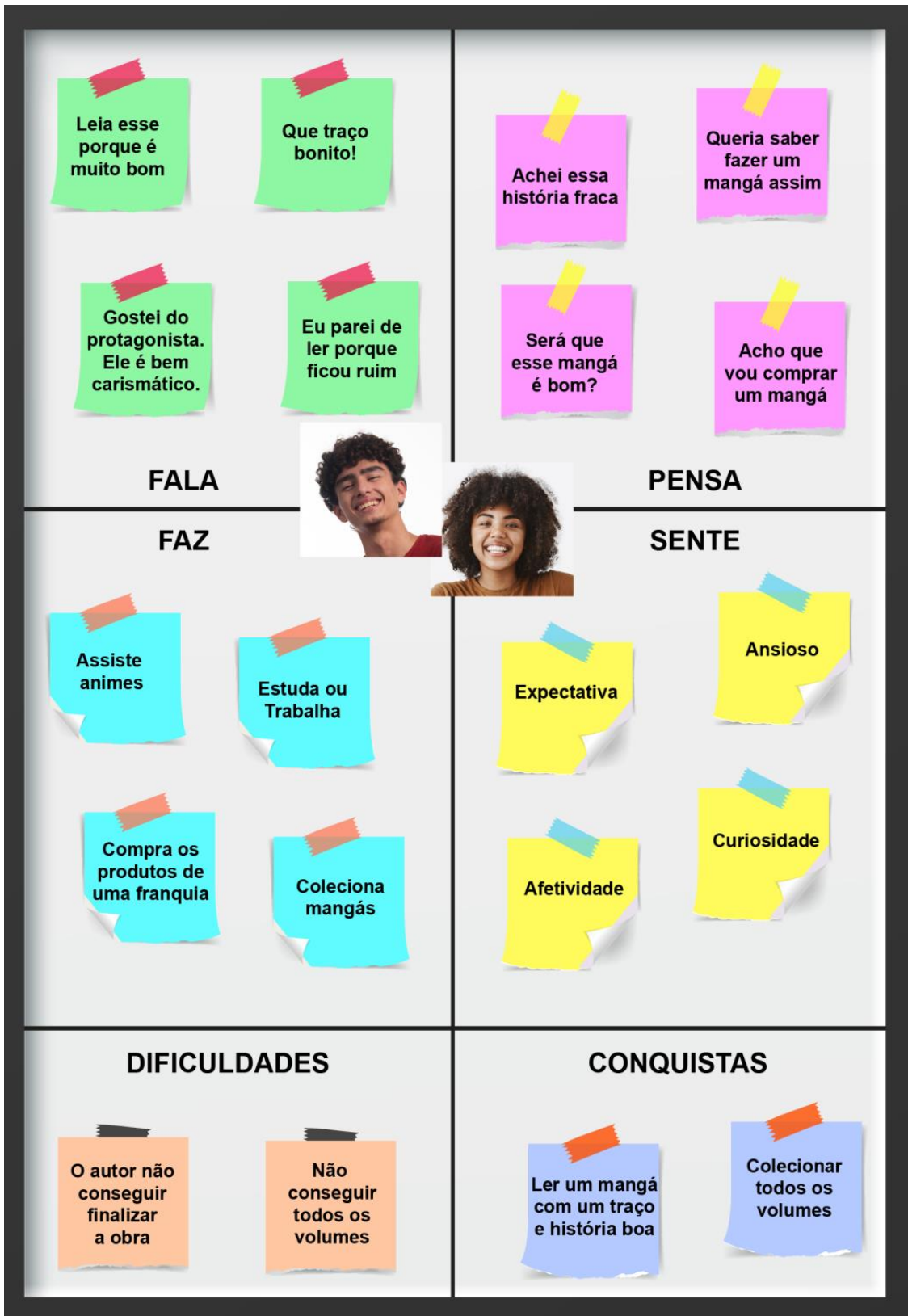
mantém sempre um padrão em suas histórias, todas precisam ter um personagem feminino marcante que deve ser muito importante para a trama. Então leva para a escola e mostra aos seus amigos que sempre orientam onde ela possa melhorar. Por gostar de vários gêneros e não ter um preferido em específico, passa a ler todas as novidades que encontra para descobrir um que mais se interesse para servir como base de suas criações.

Objetivo: O maior sonho de Luana é ser uma autora de mangás. Para isso, ela se esforça ao máximo, sempre buscando melhorar e entender mais sobre como os autores famosos realizam as suas obras. Ela deseja também conhecer o máximo de HQs brasileiras que puder para saber como as pessoas que vivem no mesmo país que ela produzem os seus quadrinhos.

5.4 Mapa de Empatia

Esta é uma ferramenta para conhecer melhor o cliente. As informações das etapas de imersão são reunidas para visualizar o que o público-alvo fala, o que faz, pensa e sente promovendo a empatia ao compreender o contexto, comportamentos e inspirações dos usuários. Mapa inserido na próxima página:

Figura 168 - Mapa de Empatia



Fonte: O Autor

5.5 Jornada do Usuário

Nesta etapa é possível acompanhar toda a interação do usuário com a HQ, desde a compra até a decisão final sobre o que ele pode fazer com o produto.

Figura 169 - Jornada do Usuário



Fonte: O Autor

5.6 Critérios Norteadores

5.6.1 Requisitos

- O gênero do mangá deverá ser Shonen;
- Focar no público-alvo de 18 a 25 anos;
- Para as cores da capa, usar as seleções do círculo cromático;
- Manter a fonte CCAstroCity para os textos dos balões de fala;
- Aplicar a psicologia das cores nos personagens;
- Utilizar o Storytelling para criar o roteiro;
- As dicas de PINA (2020) para a elaboração dos personagens;
- Diagramar os quadros com a técnica dos grids para uma leitura fluída.

5.6.2 Restrições

- Ter dimensões de 14x20 cm;
- Ter de 16 a 48 páginas;
- 1/1 para o miolo e 4/0 para capa;
- Para o miolo preto e branco usar o papel polen bold 75g, esta é uma variação do papel offwhite;
- Possuir a encadernação do tipo brochura;
- Usar o papel cartão 180g para a capa.

6 IDEIAÇÃO

6.1 Trindade do Design

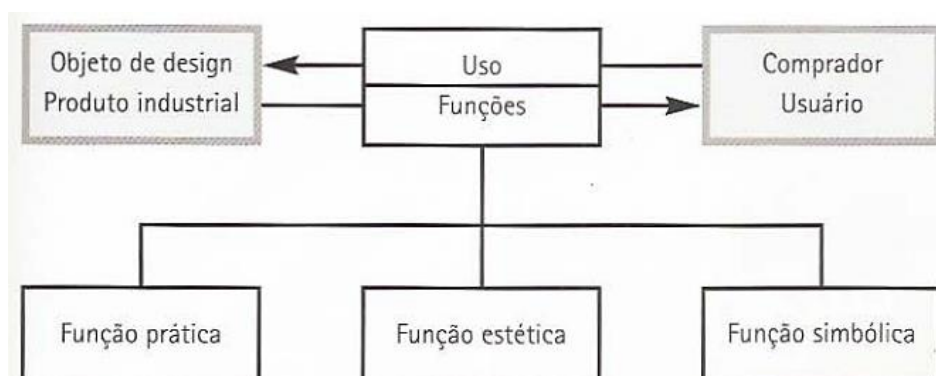
Os projetos de design são realizados com o intuito de resolver um problema ou satisfazer as necessidades dos usuários e, quando eles conseguem se conectar com as funções de seus produtos ou serviços, pode se considerar que o profissional designer fez um bom trabalho.

Cada produto possui diferentes funções e fica bem evidente quando comparado com algum objeto natural, como por exemplo, uma rocha, que por sua vez não tem relação direta com o ser humano, por simplesmente ser uma rocha, mas quando ela não tem uma forma considerada padrão, de percepção comum e sim possuindo um formato de um pássaro, o observador passa a avaliar a aparência e considerar os elementos estéticos e ou simbólicos fazendo comparação àquela visão a de um pássaro. (LÖBACH, 2001, p.54)

No projeto de uma engrenagem, as funções práticas estão em primeiro plano de interesse; na maioria das vezes, a função estética e as preocupações configurativas ficam ignoradas já que uma engrenagem não necessita adaptar-se a comportamentos humanos. (LÖBACH, 2001, p.54)

Em concordância com LÖBACH (2001, p.55), as funções dos produtos são classificadas em 3: prática, estética e simbólica.

Figura 170 - Função Prática, Estética e Simbólica.



Fonte: (LÖBACH, 2001, Design industrial, p.55)

6.1.1 Função Prática

Ainda segundo LÖBACH (2001, p.58), “São funções práticas todas as relações entre um produto e seus usuários que se situam no nível orgânico-corporal, isto é, fisiológicas”. Posto isto, significa todas as interações físicas do consumidor com o seu produto.

Pode-se definir que o produto a ser produzido, sendo ele impresso e contendo um formato físico, ou seja, será palpável. As suas funções práticas serão:

- Conter um funcionamento simples, intuitivo e prático
- Ser resistente ao manusear
- Interpretação fácil do conteúdo para o leitor

6.1.2 Função Estética

São as condições psicológicas conscientes do usuário em relação ao produto, de sua experiência e percepção sensorial ao identificar formas, cores, sons, texturas, cheiros, entre outros exemplos. (LÖBACH, 2001, p.60 e p.62)

As funções estéticas do produto no presente projeto estão relacionadas a:

- Leitura confortável através do tamanho adequado das fontes
- Capa com arte chamativa e colorida
- Cores que despertem o interesse nos personagens
- Promover o aspecto estético de produto colecionável

6.1.3 Função Simbólica

As funções simbólicas estão diretamente ligadas às experiências e sensações do repertório do indivíduo. Elas são estimuladas e determinadas pelos aspectos espirituais, psicológicos e sociais do uso. Um símbolo é um sinal, um signo que existe para algo, como por exemplo, uma bandeira, ela está presente no cotidiano do ser humano e que podem facilmente associar um país simplesmente ao observar os elementos presentes no objeto. (LÖBACH, 2001, p.64)

Portanto, as funções simbólicas do produto serão:

- Fornecer identificação com a história e os personagens
- Conectar o leitor a nível emocional despertando lembranças

6.2 Brainstorming

Esta é uma técnica focada em estimular a geração de um grande número de ideias em um curto espaço de tempo. Para o sucesso desta etapa, foi preciso estabelecer alguns preceitos:

Qualidade pela quantidade;
Evitar julgar as ideias;
Ideias ousadas são bem-vindas;
Combinar e aprimorar ideias.

Um grupo foi formado com a participação de Gabriel Viana, 27 anos, roteirista e narrador de RPG (Role Playing Game) e os leitores de mangá Danilo Velloso, 22 anos e Larissa Okiyama, 21 anos. Através de uma reunião baseada nos quatro conceitos do Storytelling: a Mensagem, o Ambiente, o Personagem e o Conflito, os participantes praticaram conversas e trocaram opiniões a cerca do tema proposto, onde todos se guiaram com algumas perguntas estabelecidas pelo autor

durante o decorrer do evento para a produção do maior número possível de ideias cuja meta é a contribuição da construção do roteiro e dos personagens.

O procedimento começa com os envolvidos criando um ambiente descontraído até se familiarizarem uns com os outros e em seguida expõe as suas opiniões para realizar um debate com o intuito de complementar e comentar com a dos demais, por fim, o autor anota tudo que foi proporcionado gerando uma síntese adaptando o insumo.

As perguntas que guiaram o rumo da reunião são:

Mensagem, Ambiente e Conflito:

- Como será o ambiente que se passará à narrativa?
- Onde e como ocorrerão os conflitos?
- Qual será a dificuldade da jornada do protagonista?
- Quando será o momento em que algum inimigo e ou aliado irá surgir?
- Haverá uma mensagem reflexiva aos leitores no fim da obra?

Personagem:

- Qual será o objetivo do protagonista?
- Qual será o objetivo do vilão?
- Como serão as personalidades dos personagens?
- Como serão as habilidades e pontos fracos de todos?

A história original estava se tornando algo bem sombrio, com assassinatos e mais situações que poderiam restringir muito a idade do público-alvo. Então através de uma longa e construtiva conversa, um rumo novo foi tomado para as aventuras do protagonista, mas mantendo alguns elementos do conteúdo antecessor que serviram de base para o novo roteiro e personagens, como por exemplo, os monstros terem a sua aparência e habilidades inspiradas em personagens do folclore brasileiro.

O ambiente, inalterado, ainda se passará no mundo dos sonhos das crianças, onde a protagonista Sara, uma menina valente e carismática, verá um monstro devorando um sonho transformando-o em um pesadelo e também conhecerá um ser mágico tentando derrotar esta criatura. Neste combate, a criança participará do duelo ajudando ele a derrotar a figura monstruosa e após isto, ela descobre mais sobre o que estava acontecendo, quem é o ser mágico e o porquê de ter despertado no seu próprio sonho.

Para mais detalhes, a história escrita consta-se no anexo do projeto.

6.3 Painel Semântico

Elaborados por meio de pesquisas na internet e com o site Adobe Color (2021), foi possível obter inspirações através dos painéis semânticos para a criação de paletas de cores focando na construção da capa do mangá.

O primeiro painel foi relacionado às crianças, a infância e os sonhos:

Figura 171 - Painel Semântico 1: Sonhos



Fonte: O Autor

Figura 172 - Paleta de Cores Gradiente: Painel Semântico 1



Fonte: Adobe Color Wheel (2020)

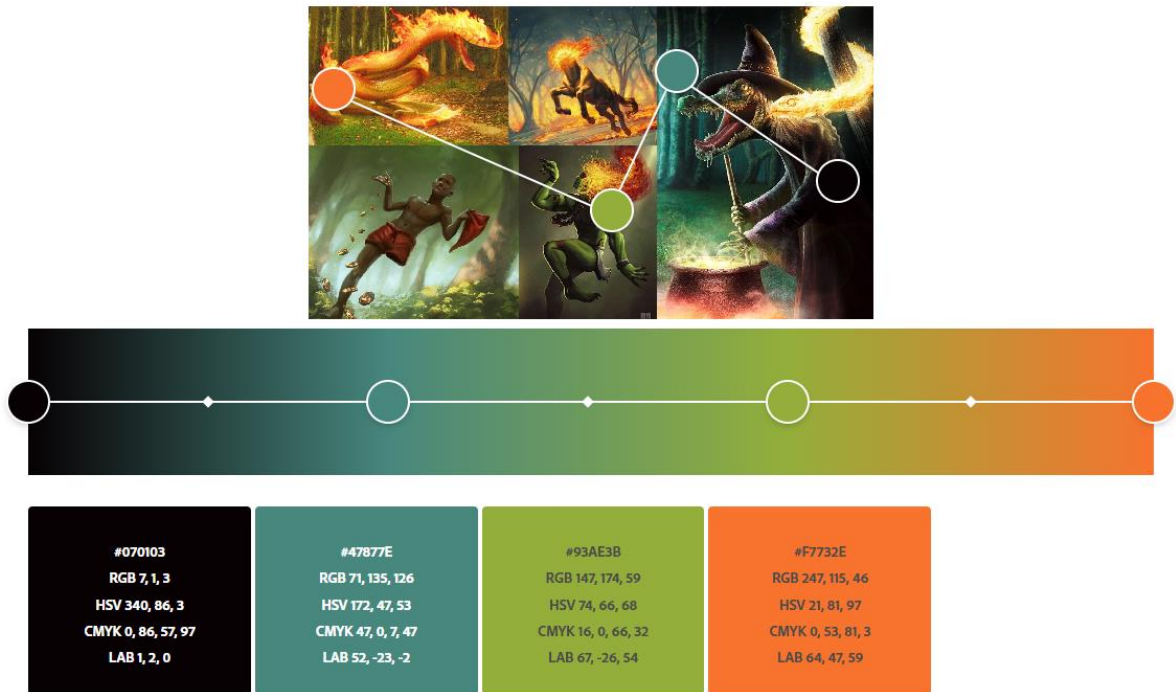
O conceito do segundo painel se baseou no folclore brasileiro:

Figura 173 - Painel Semântico 2: Folclore Brasileiro



Fonte: O Autor

Figura 174 - Paleta de Cores Gradiente: Painel Semântico 2



Fonte: Adobe Color (2020)

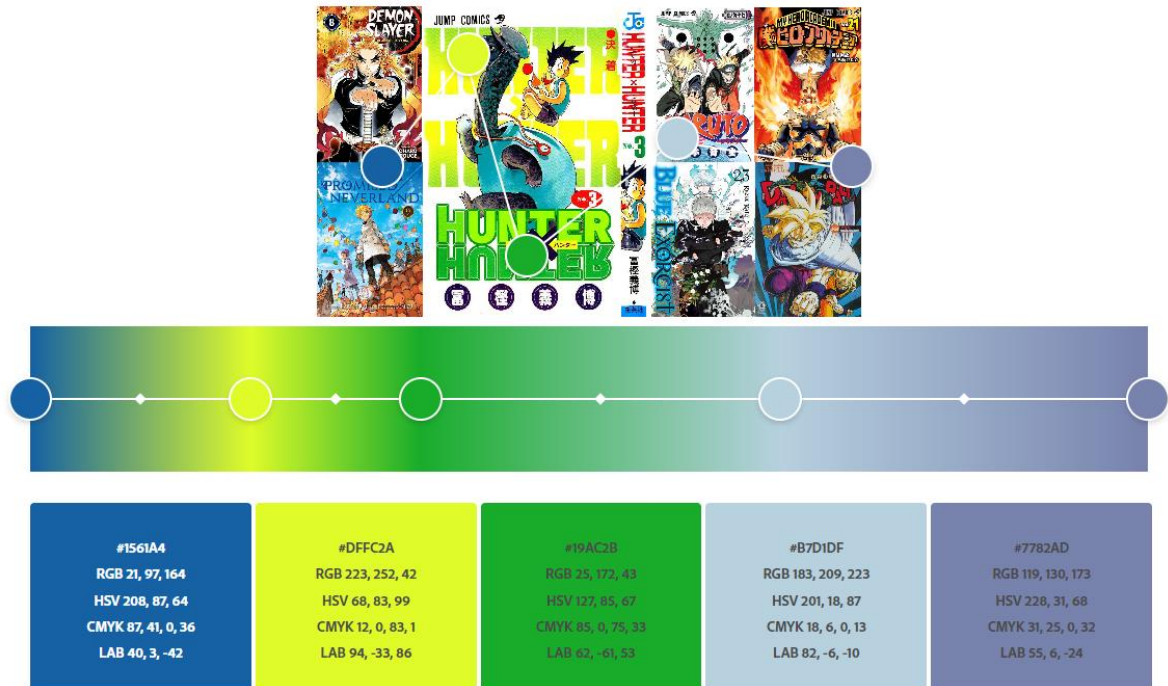
O terceiro painel se relaciona com algumas capas de mangás Shonen, para adolescentes:

Figura 175 - Painel Semântico 3: Capas de Mangás



Fonte: O Autor

Figura 176 - Paleta de Cores Gradiente: Painel Semântico 3



Fonte: Adobe Color (2020)

6.4 Geração de Alternativas

6.4.1 Marca

Lullaby “Canção de Ninar” foi o nome definido para o mangá deste projeto. Esta escolha foi gerada através da técnica Naming também presente no site Rock Content (2019), trata-se de um conjunto de técnicas utilizadas para desenvolver e criar nomes de produtos, empresas, serviços, eventos ou, ainda, um projeto em geral, com o objetivo de diferenciá-lo de outras ações ou campanhas.

Nos mangás, a decisão para o nome é gerada após a conclusão do roteiro, portanto, o título da obra deve ter relação direta com a jornada dos personagens, principalmente do protagonista, que viverá todas as tramas existentes da história, ou seja, se torna mais fácil visualizar o nome da HQ depois que o seu conteúdo está pronto ou definido.

Alguns outros títulos para a obra foram gerados como alternativas concorrentes de Lullaby, no qual foram criados com potencial para serem a escolha oficial, são eles:

- Childrean's Dream - "Sonho das Crianças"

O título acima faz menção apenas aos sonhos das crianças sendo que a história em si aborda muito mais a questão dos pesadelos do que os sonhos.

- Kids Dream - "Sonho de Criança"

Mesmo sendo uma versão no singular de Childrean's Dream, este título faz referência ao desejo de uma criança, o seu sonho. A história conta sobre guerreiros que protegem os sonhos das crianças quando derrotam os monstros dos seus pesadelos, por isso mesmo tendo as palavras-chaves do roteiro, não há conexão direta com o conteúdo principal.

- Dream World - "Mundo dos Sonhos"

Todas as aventuras se passam no mundo dos sonhos, porém este não é o foco da obra, o que torna o título pouco abrangente.

- Child Imagination - "Imaginação Infantil"

Por mais que a imaginação infantil seja um fator decisivo nas aventuras dentro dos pesadelos, este título limita a obra apenas nessa questão e ela possui muito mais aspectos para ser explorados.

- While Sleeping - "Enquanto Dorme"

Por mais que a versão em inglês seja promissora, este nome não combina com os mangás, pois tem mais haver com títulos de filmes, séries, ainda mais do gênero terror que é totalmente oposto ao conteúdo do roteiro.

- While They Sleep - "Enquanto Elas Dormem"

Muito mais que o anterior, este é bem focado em conteúdos do gênero terror. Embora faça sentido, já que a trama acontece nos pesadelos das crianças enquanto elas dormem, às vezes, fatos óbvios demais atrapalham a interpretação.

Todas as opções citadas acima possuem suas qualidades e defeitos, uns mais acentuados que outros, mas nenhuma delas contemplou de fato o conteúdo da obra, o mistério da trama e o propósito dos personagens, tanto quando foi com a Lullaby. O motivo da escolha do título da obra foi graças a um diferencial, descrito logo abaixo:

- Lullaby - "Canção de Ninar"

Lullaby foi o único título capaz de servir como o nome para a organização dos caçadores de pesadelos, pois como ela será citada diversas vezes durante o desenrolar da história, uma vez que os personagens precisam ir até o local para depois ir de encontro com algum pesadelo, este nome pela repetição, terá uma maior visualização possibilitando a assimilação dos leitores com a palavra. Outro fator é que a sua tradução tem haver diretamente com a aparência da maioria dos monstros, pois eles são inspirados no folclore brasileiro e nas canções de ninar antigas, como boi da cara preta, bicho-papão, entre outros, que estão planejados para aparecerem em futuros capítulos.

Ainda segundo o site Rock Content (2019), existem 9 principais passos para criar o nome de uma marca e para escolher de forma eficiente, que descreva sua vantagem competitiva.

Foi levando esses fatores em consideração que finalmente o título da obra foi oficialmente definido. Os seguintes fatores são:

1. Capacidade de causar impacto
2. Concisão
3. Facilidade de escrita e pronúncia

4. Agradabilidade do som
5. Transmissão da mensagem
6. Facilidade de memorização
7. Inovação
8. Possibilidade de usar acrônimos
9. Referências de outras línguas

1. Capacidade de causar impacto:

Lullaby nunca foi usado como nome para nenhum outro mangá, HQs ocidentais ou orientais, logo, não terá problema para a questão de haver nomes parecidos fazendo o consumidor se confundir, fortalecendo o seu marketing e também evitando possíveis plágios.

2. Concisão:

A ideia da obra é expressa com apenas uma única e adequada palavra deixando mais fácil de lembrar fazendo sentido com o conteúdo.

3. Facilidade de escrita e pronúncia:

A palavra Lullaby é de origem americana e em português significa canção de ninar. Ela é curta facilitando a escrita e mesmo sendo estrangeira, não é necessário ter um nível elevado de conhecimento da língua inglesa para pronunciar o que gera engajamento para o público.

4. Agradabilidade do som:

A pronúncia americana de Lullaby é “Luh·luh·bai” e a brasileira é “Lu.la.bai”. O som emitido ao pronunciar é rápido e familiar com as sílabas brasileiras faladas pela língua portuguesa.

5. Transmissão da mensagem:

Embora seja expresso em uma única palavra o conteúdo do mangá, ainda há espaço para adições caso for utilizada em jogos ou filmes para gerar expectativa visando ganhar novos efeitos.

6. Facilidade de memorização:

Como é de única palavra e curta, além de possuir um fácil pronunciamento, a marca consegue então se tornar acessível de memorizar.

7. Inovação:

Do mesmo modo que os outros mangás do estilo shonen possuem nomes fáceis de memorizar como, por exemplo, Naruto, Bleach, One Piece, Dragon Ball, o mangá deste projeto, Lullaby, se encaixa nesses padrões como um nome atemporal, pois não existem elementos que foram criados especificamente para uma determinada data.

8. Possibilidade de usar acrônimos:

Como é composta por uma única palavra, não há uma versão reduzida em letras iniciais, como por exemplo, Dragon Ball Z, que fica DBZ, mas não é um problema, visto que os mangás podem aderir à exceção pela liberdade criativa.

9. Referências de outras línguas:

Por ser de origem americana, a língua mais popular mundialmente, o nível de aceitação é maior.

Após a decisão do nome, a próxima etapa é a criação visual da marca. Abaixo contém algumas alternativas que serão definidas mais adiante na etapa decisória, que por sua vez é a matriz de posicionamento:

Figura 177 - Ideação da Marca



Fonte: O Autor

Figura 178 - A Primeira Ideia da Marca



Fonte: O Autor

Figura 179 - A Segunda Ideia da Marca



Fonte: O Autor

6.4.2 Personagens

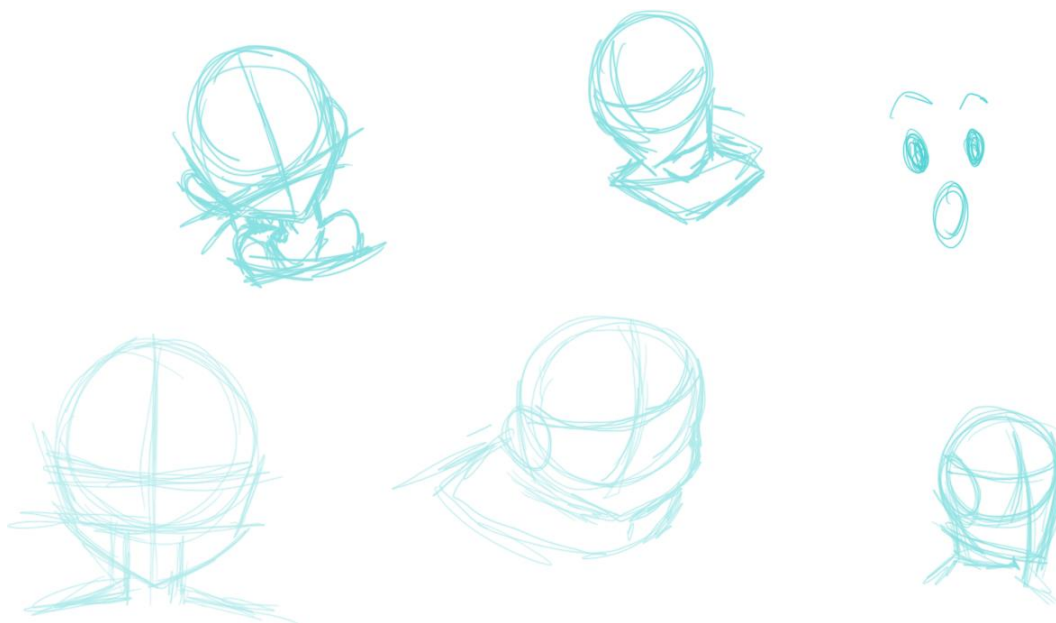
Sara, a personagem protagonista do mangá.

Figura 180 - Expressões: Sara



Fonte: O Autor

Figura 181 - Esboço - Expressões: Sara



Fonte: O Autor

Figura 182 - Model Sheet: Sara



Fonte: O Autor

Figura 183 - Esboço - Model Sheet: Sara



Fonte: O Autor

Figura 184 - Sara Power Up



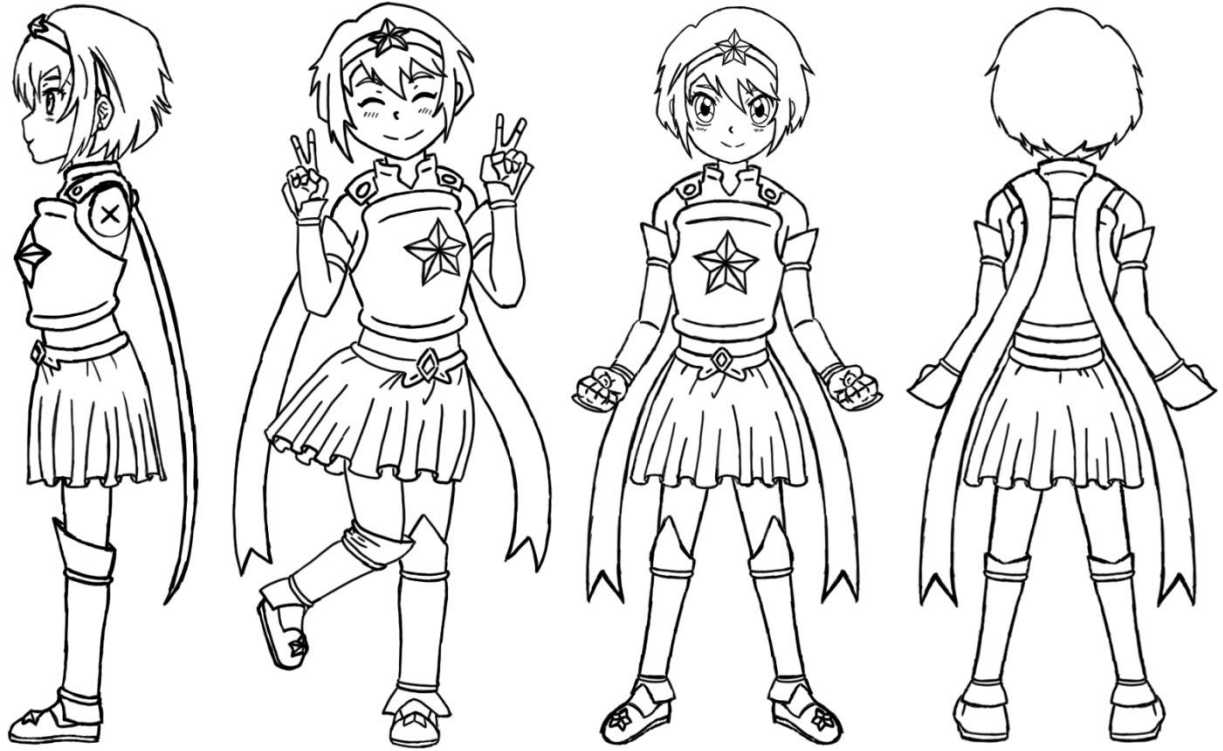
Fonte: O Autor

Figura 185 - Esboço - Sara Power Up



Fonte: O Autor

Figura 186 - Model Sheet: Sara Power Up



Fonte: O Autor

Figura 187 - Esboço - Model Sheet: Sara Power Up



Fonte: O Autor

Elias, um personagem secundário do mangá.

Figura 188 - Elias



Fonte: O Autor

Figura 189 - Esboço - Elias



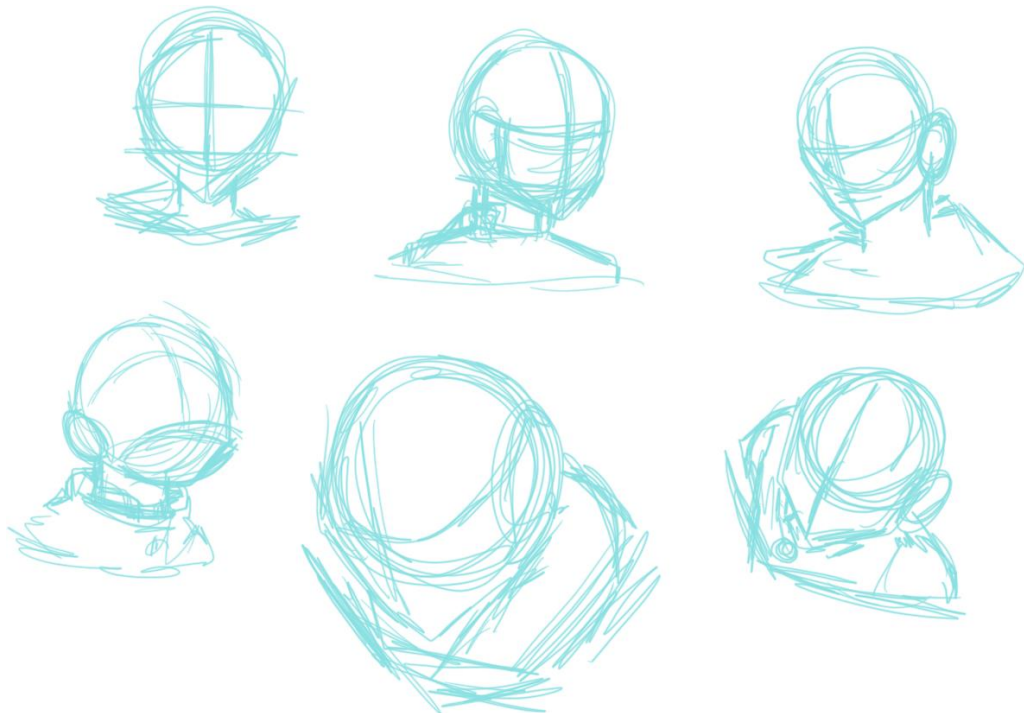
Fonte: O Autor

Figura 190 - Expressões: Elias



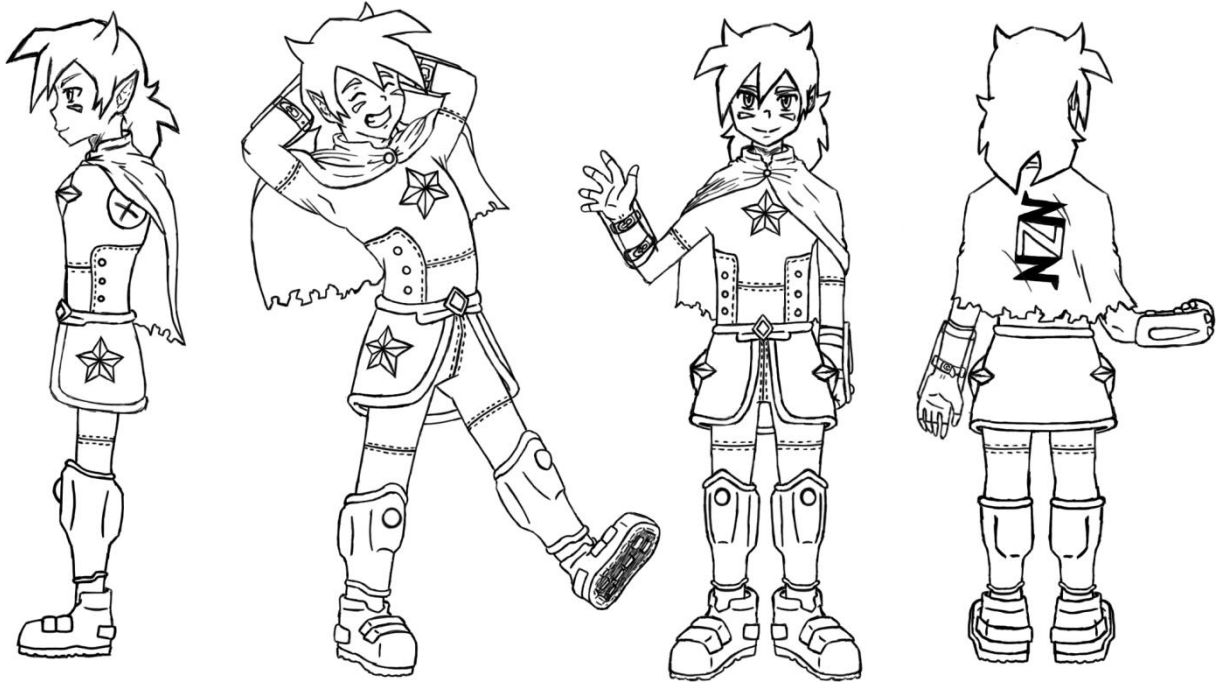
Fonte: O Autor

Figura 191 - Esboço - Expressões: Elias



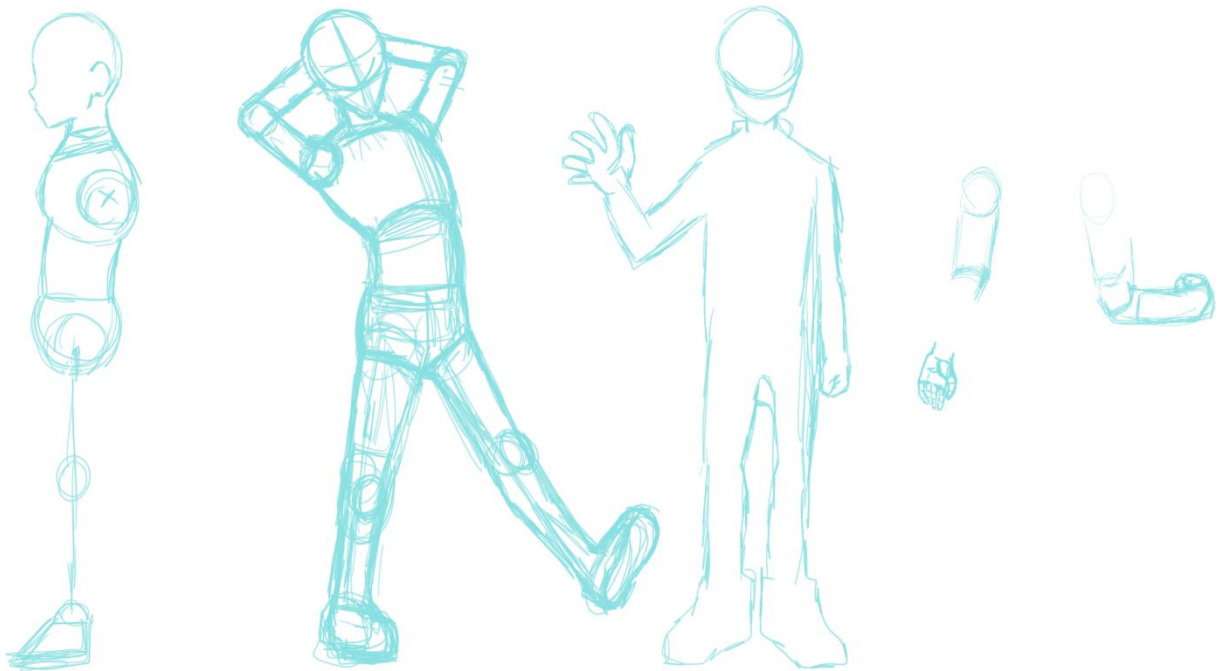
Fonte: O Autor

Figura 192 - Model Sheet: Elias



Fonte: O Autor

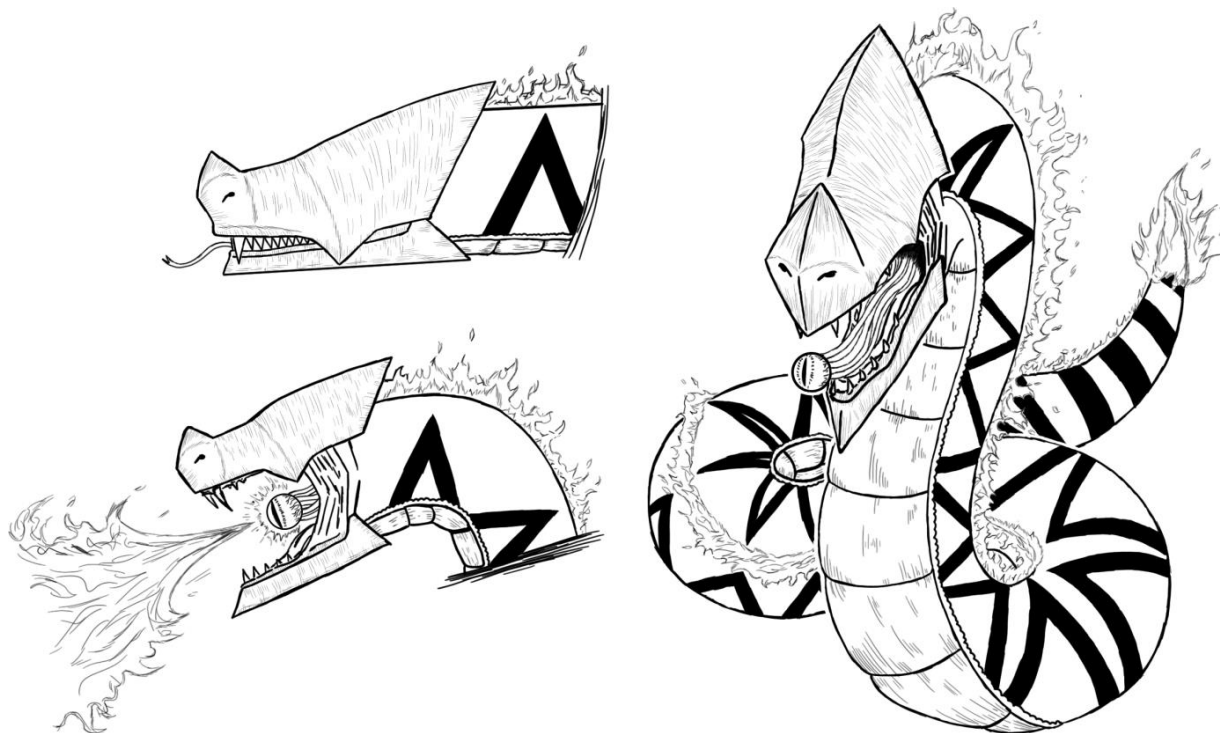
Figura 193 - Esboço - Model Sheet: Elias



Fonte: O Autor

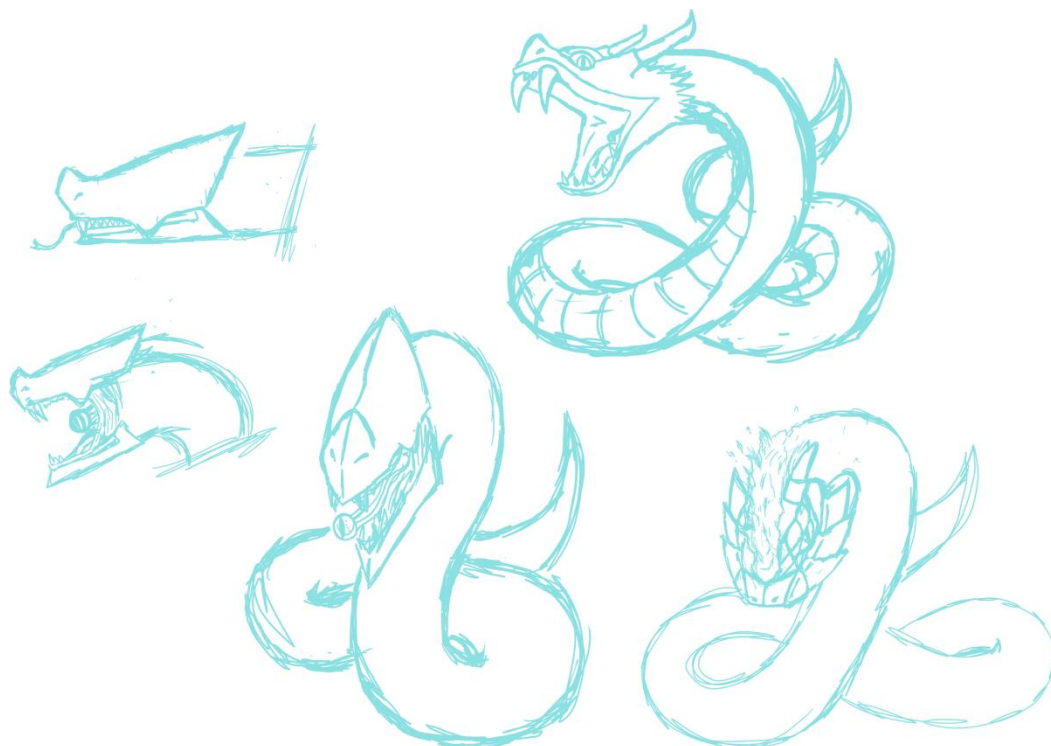
Boitatá, um monstro e personagem vilão da história do mangá.

Figura 194 - Model Sheet: Boitatá



Fonte: O Autor

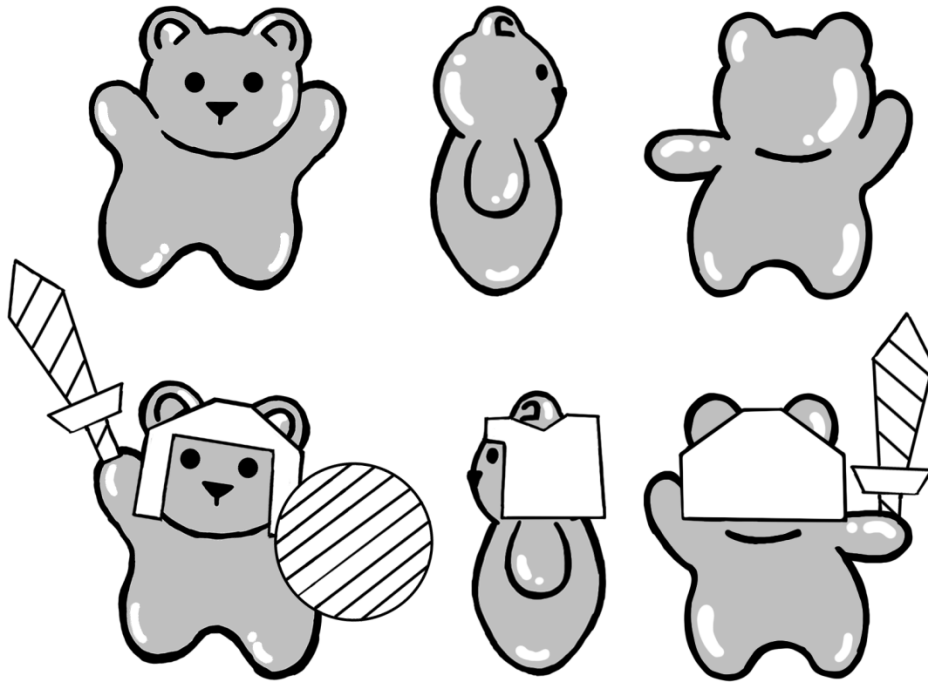
Figura 195 - Esboço - Model Sheet: Boitatá



Fonte: O Autor

Jujursinhos, personagens figurantes do mangá.

Figura 196 - Model Sheet: Jujursinhos



Fonte: O Autor

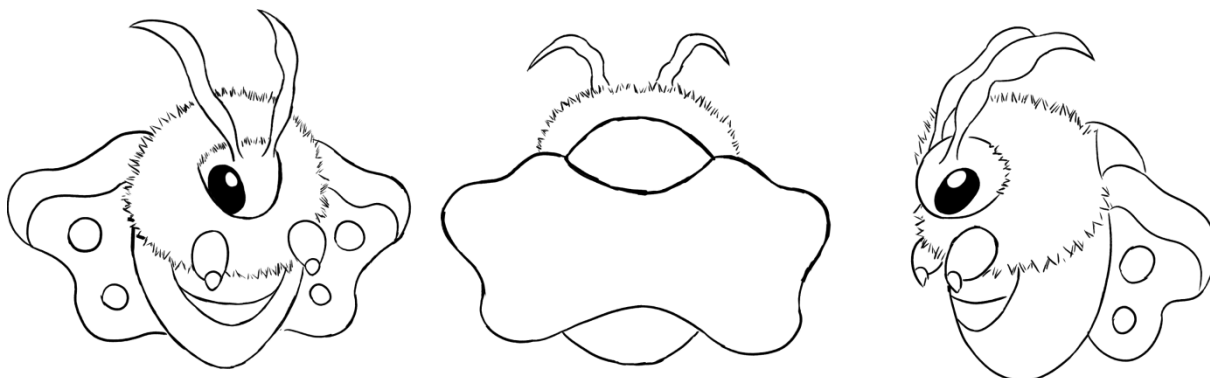
Figura 197 - Esboço - Model Sheet: Jujursinhos



Fonte: O Autor

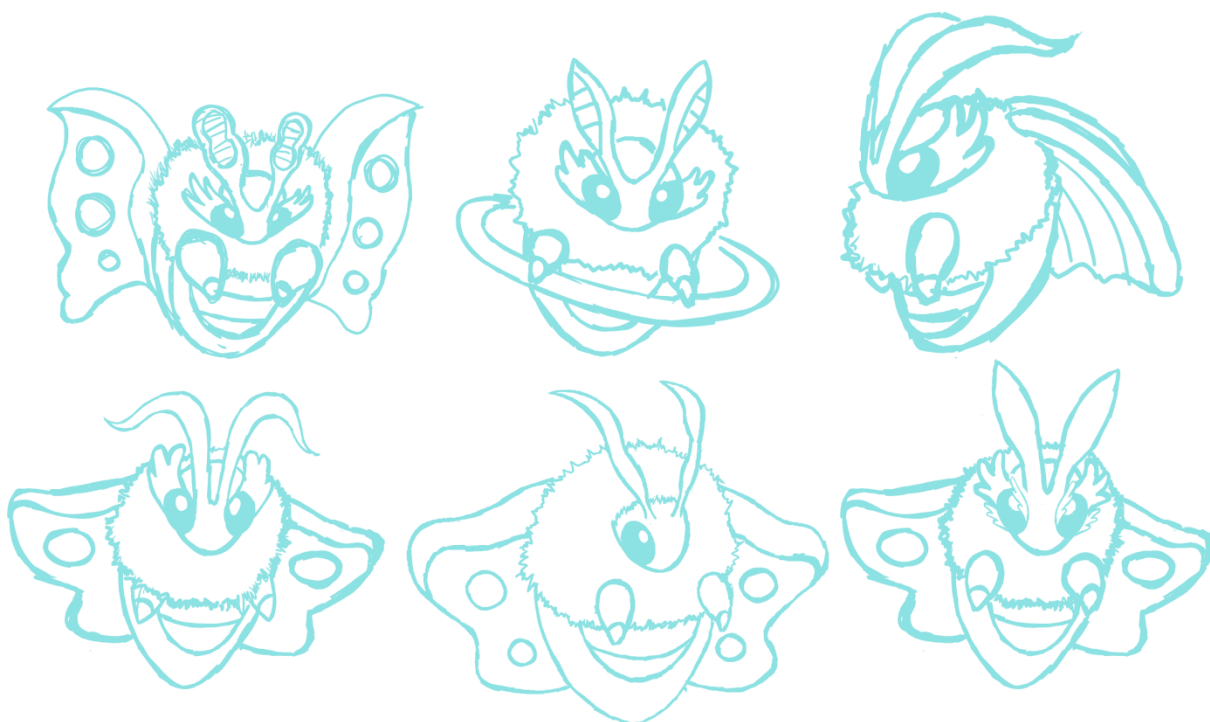
Madame Saturna, personagem responsável pela direção da Lullaby.

Figura 198 - Model Sheet: Madame Saturna



Fonte: O Autor

Figura 199 - Esboço - Model Sheet: Madame Saturna



Fonte: O Autor

6.4.3 Capa

Para a construção da capa foram inseridas as duas alternativas da marca, ambas possuindo uma versão com o fundo amarelo ou azul.

Figura 200 - Ideias para a Capa



Fonte: O Autor

6.5 Matriz de Posicionamento

As paletas de cores dos personagens foram selecionadas e aplicadas tendo como base as cores geradas pela esquematização do painel semântico em conjunto com a estratégia de decisão proveniente da psicologia das cores.

Para definir o resultado de cada matriz, as opções possuirão critérios que serão usados de forma a obter pontuações. Abaixo a lista de critérios:

- Personalidade: Cores que mais condizem com a personalidade.
- Temática: Baseia-se no objetivo, tema ou assunto do personagem.
- Essência: Leva em conta a ideia geral por trás do personagem.
- Favorito do Público: O mais votado pelo público-alvo.

Figura 201 - Alternativas para a Marca



Fonte: O Autor

Tabela 1 - Matriz Decisória - A Marca do Mangá

Critérios	1	2
Personalidade	-	-
Essência	x	x
Temática	x	x
Favorito do Público		x
Resultado:		x

Fonte: O Autor

Figura 202 - Alternativas de Cores: Sara Power Up



Fonte: O Autor

Tabela 2 - Matriz Decisória - Cores para a Sara Power Up

Crítérios	1	2	3
Personalidade	x		x
Essência	x	x	
Temática	x	x	
Favorito do Público	x		x
Resultado:	x		

Fonte: O Autor

Figura 203 - Alternativas de Cores: Elias



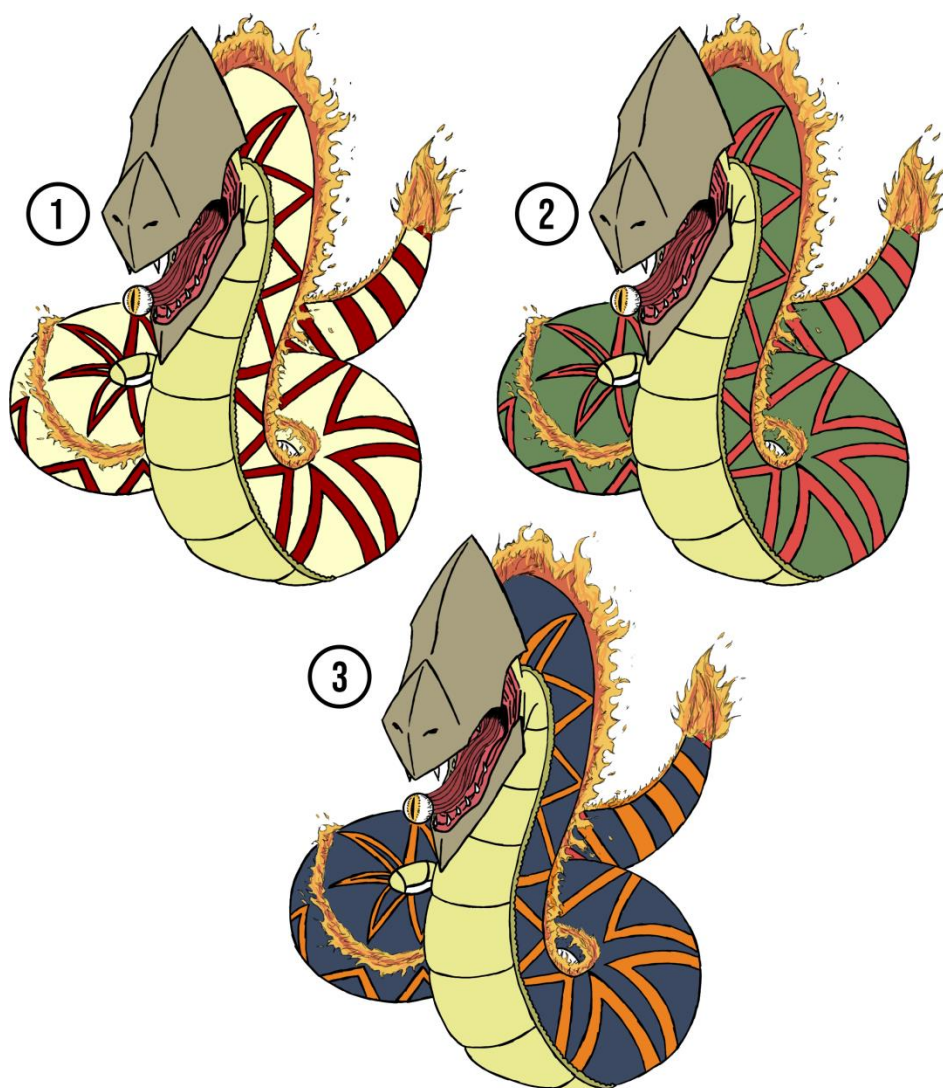
Fonte: O Autor

Tabela 3 - Matriz Decisória - Cores para o Elias

Crítérios	1	2	3
Personalidade	x		x
Essência	x	x	
Temática	x	x	x
Favorito do Público	x		
Resultado:	x		

Fonte: O Autor

Figura 204 - Alternativas de Cores: Boitatá



Fonte: O Autor

Tabela 4 - Matriz Decisória - Cores para o Boitatá

Crítérios	1	2	3
Personalidade	x	x	x
Essência	x	x	
Temática	x	x	
Favorito do Público		x	x
Resultado:		x	

Fonte: O Autor

Figura 205 - Alternativas para a Capa



Fonte: O Autor

Tabela 5 - Matriz Decisória - Capa do Mangá

Crítérios	1	2
Personalidade	-	-
Essência	x	x
Temática	x	x
Favorito do Público	x	
Resultado:	x	

Fonte: O Autor

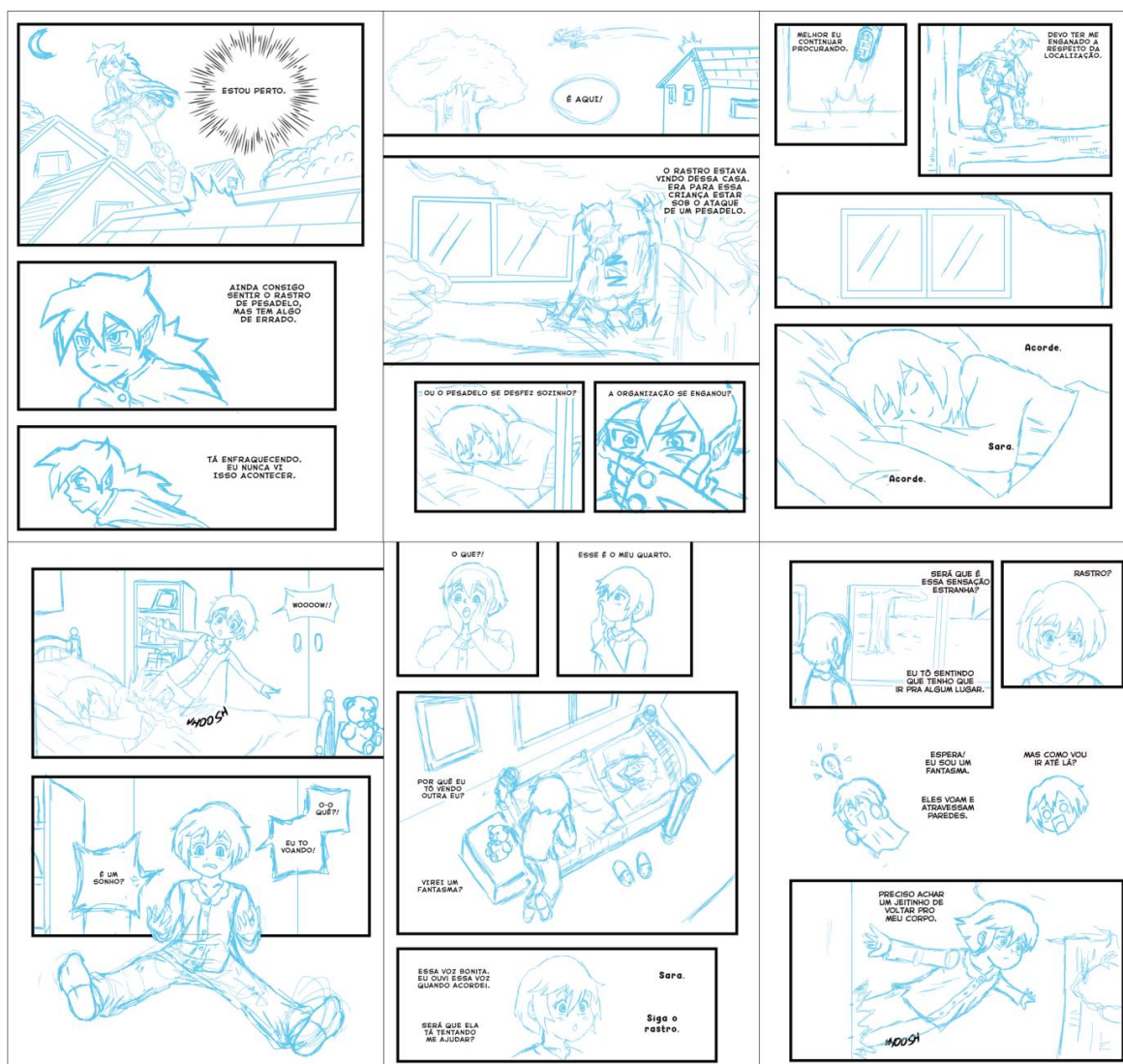
O maior fator de decisão para a capa de fundo azul, a opção número 1, é dado pelo contraste da cor azul com a cor laranja da capa do Elias com o Jujursinho Laranja. Essa é uma combinação harmônica baseado nas cores complementares que gera resultado positivo e agradável visualmente para o público-alvo.

7 PROTOTIPAÇÃO

7.1 Storyboard

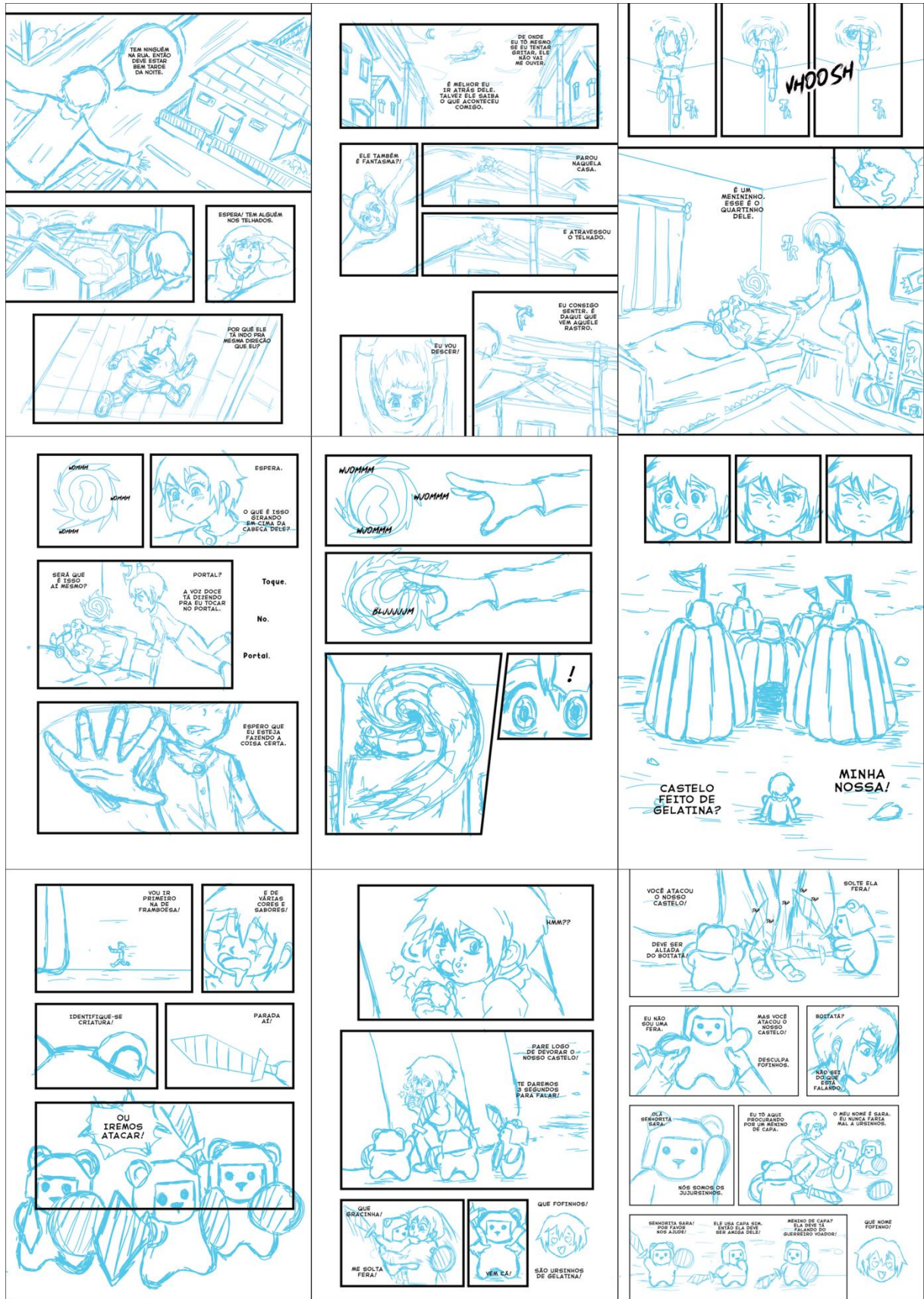
O storyboard é a etapa que antecede o produto final dos quadrinhos, pois é com ela que o roteirista consegue expressar as suas ideias em quadros no formato de sequências narrativas. Através de um planejamento técnico, o autor consegue posicionar e adequar as suas ideias, que antes escritas, agora contadas pelos balões de fala de seus personagens desenhados nas cenas.

Figura 206 - Storyboard: Páginas 1 - 6



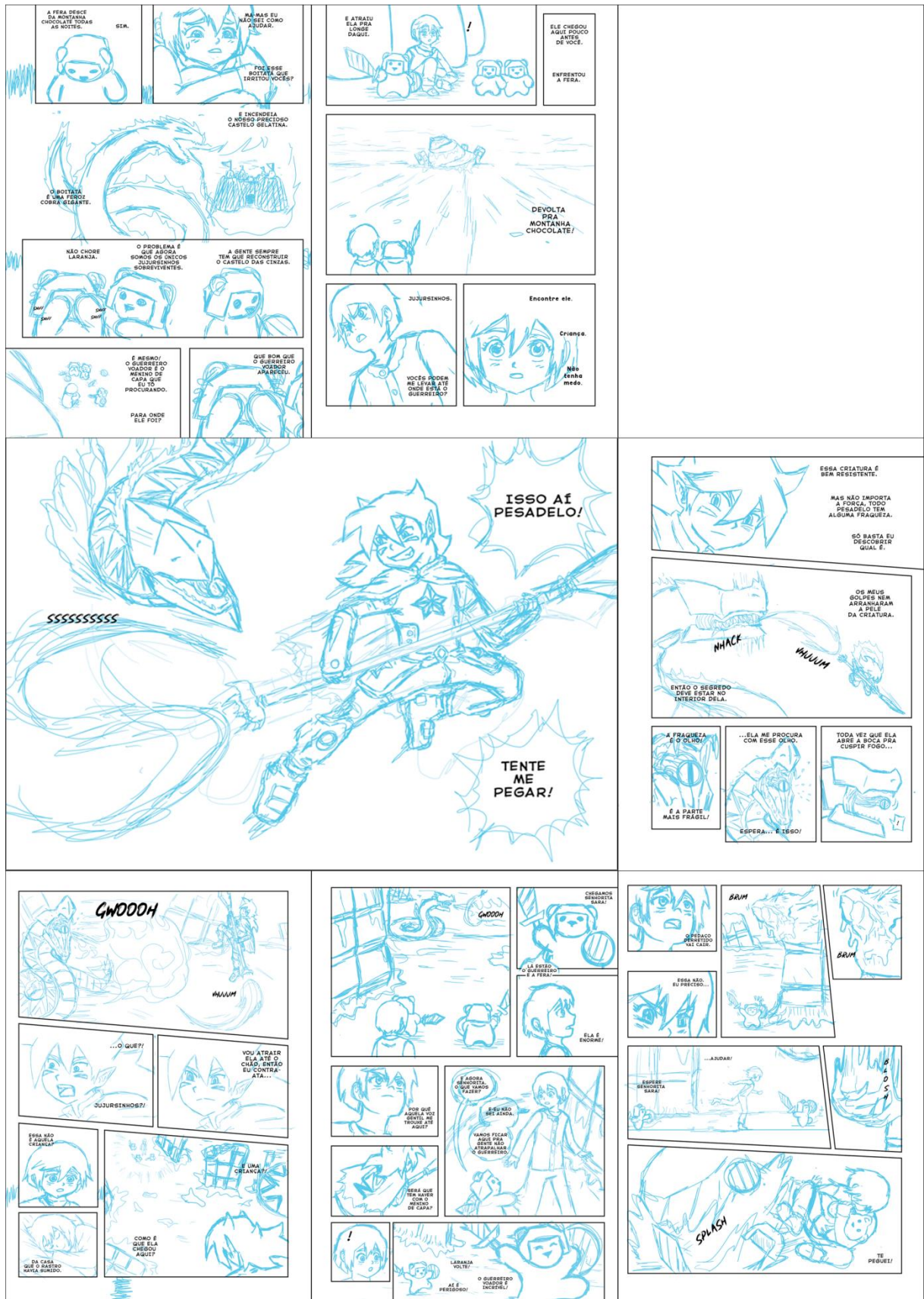
Fonte: O Autor

Figura 207 - Storyboard: Páginas 7 - 15



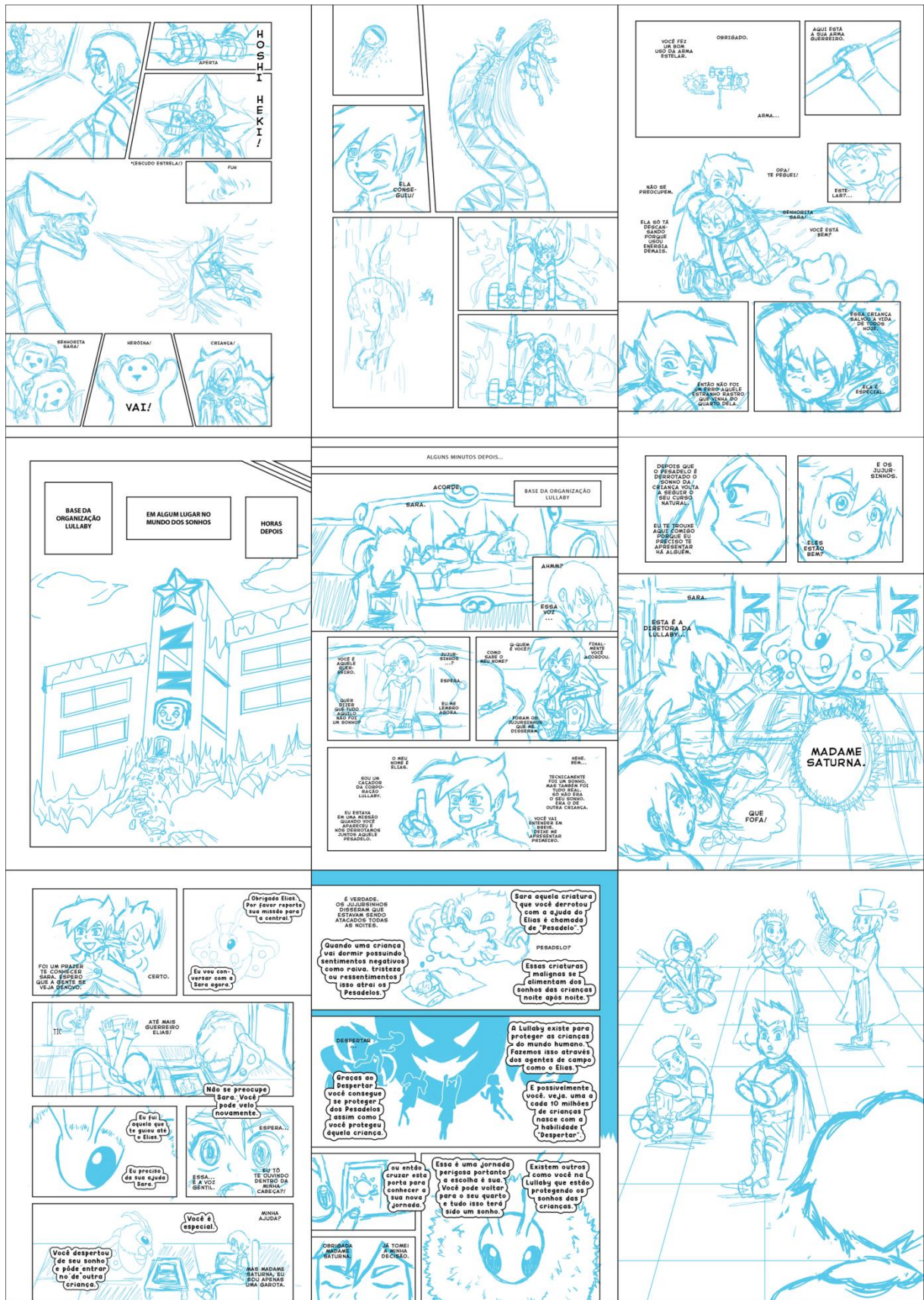
Fonte: O Autor

Figura 208 - Storyboard: Páginas 16 - 23



Fonte: O Autor

Figura 210 - Storyboard: Páginas 33 - 41



Fonte: O Autor

7.2 Protótipo Final

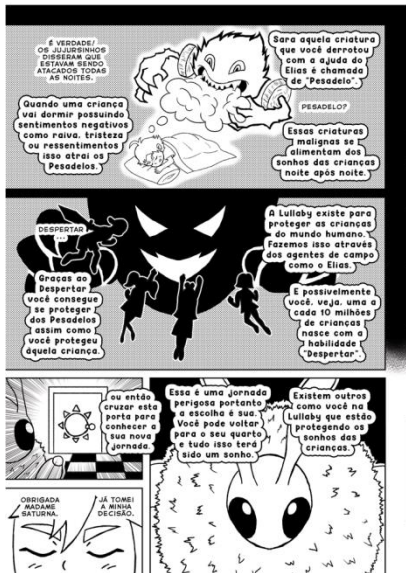
O mangá foi inteiro desenhado digitalmente.

Figura 211 - Lullaby: Páginas 1 - 6



Fonte: O Autor

Figura 215 Figura 211 - Lullaby: Páginas 34 - 42



CAPITULO 1-FIM

Fonte: O Autor

Figura 216 - Lullaby Anúncio



Fonte: O Autor

CONCLUSÃO

O projeto teve como objetivo a elaboração de um mangá focando nos padrões de confecção da Editora Draco. Foram necessárias pesquisas sobre o tema e informações na área do design que pudessem colaborar para o melhor resultado possível do insumo final através do método de Design Thinking de Maurício Vianna et al. (2012), para as etapas do projeto, e da técnica do Storytelling, para o roteiro e criação dos personagens.

A fusão do design editorial com as técnicas de elaboração de quadrinhos proporcionaram agilidade e praticidade, uma vez que para a criação de um mangá, se faz necessário ter conhecimento básico do ramo editorial, como por exemplo, saber editar as páginas criando colunas verticais e horizontais com os grids para construir os quadros, escolher corretamente a tipografia e o seu tamanho para uma boa legibilidade, respeitar as margens para não perder informações importantes quando a revista for refilada, tudo com as ferramentas básicas dos programas *Adobe Photoshop*, *Adobe Illustrator*, entre outros.

Cada vez mais um profissional do ramo das HQs precisa estar atualizado com as mudanças tecnológicas mais atuais, pois com novas funções de ferramentas de edição, a qualidade da arte das páginas evolui consideravelmente, com efeitos visuais que pode até mesmo se aproximar da realidade, como por exemplo, realizar o reflexo do sol no mar ou a iluminação de um poste em uma rua à noite.

Com a finalização do projeto, espera-se que o quadrinho gerado possa inspirar futuros quadrinistas nacionais, similar ao objetivo da Editora Draco, para que novos designers do ramo editorial possam produzir os seus mangás e realizarem seus sonhos de forma profissional e eficiente.

REFERÊNCIAS

ADOBE COLOR. **Adobe Color**: Roda de cores, um gerador de paleta de cores. Adobe Color. [S. l.: s. n.], c2021. Disponível em: <https://color.adobe.com/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

ALEY. **Os processos de impressão e suas características**. Blog da Printi. São Paulo: Printi, 13 nov. 2013. Disponível em: <https://www.printi.com.br/blog/os-processos-de-impressao-e-suas-caracteristicas>. Acesso em: 05 mar. 2021.

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **COR**, tradução: Francisco Araújo da Costa. Porto Alegre: Bookman, 2009. 176 p.

ARTY, David. **Tipografia**: Guia Sobre Tipos - Escolhendo a fonte certa [Parte 01]. Chief of Design. São Paulo: [s. n.], 25 set. 2017. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>. Acesso em: 12 ago. 2020.

ARTY, David. **Guia sobre Grid no Design**. Chief of Design. São Paulo: [s. n.], 2 out. 2018. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/grid-design/>. Acesso em: 14 ago. 2020

ARTY, David. **O que é Gestalt?** Saiba o que é e como usar a Gestalt em seus projetos. Chief of Design. São Paulo: [s. n.], 4 mai. 2019. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/gestalt/>. Acesso em: 14 ago. 2020

BLOGBBM. **BBM Responde**: Qual o melhor papel para um mangá?. Biblioteca Brasileira de Mangás. [S. l.: s. n.], 16 dez. 2016. Disponível em: <https://blogbbm.com/2016/12/16/bbm-responde-qual-o-melhor-papel-para-um-manga/>. Acesso em: 05 mar. 2021.

BMA. **Dicas de preparo dos mangás para o BMA**. Brazil Mangá Awards. São Paulo: Editora JBC, c2021. Disponível em: <https://brazilmangaawards.com.br/dicas/>. Acesso em: 08 mar. 2021.

BNDIGITAL. **O TICO-TICO**. Biblioteca Nacional Digital. [S. l.: s. n.], 6 de abr. 2015. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/o-tico-tico/>. Acesso em: 20 ago. 2020

BOX OFFICE MOJO. **Top Lifetime Grosses**. Box Office Mojo. [S. l.]: IMDbPro, c2020. Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/chart/ww_top_lifetime_gross/?area=XWW. Acesso em: 25 ago. 2020.

BRASIL. **Lei nº 14.013, de 10 de junho de 2020**. Dispõe sobre o valor do salário-mínimo a vigorar a partir de 1º de janeiro de 2020; e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 5, 10 jun. 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.013-de-10-de-junho-de-2020-261279533> Acesso em: 13 fev. 2021.

CANVA. **O que É Proporção Áurea? O que Você Precisa Saber e Como Usar**. [S. l. s. n.], c2020. Disponível em: https://www.canva.com/pt_br/aprenda/o-que-e-proporcao-aurea/. Acesso em: 15 ago. 2020

CARDOSO, Athos Eichler. **As Aventuras de Nhô-Quim & Caipora**: os primeiros quadrinhos brasileiros 1869-1883/ Angelo Agostini. Brasília/DF: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002.

CARVALHO, Z. Gustavo. **Tabela de aproveitamento de papel**. Equipgraf. São Paulo: [s. n.], 6 ago. 2010. Disponível em: <http://www.equipgraf.com.br/tabela-de-aproveitamento-de-papel/>. Acesso em: 08 mar. 2021.

CULTURAJAPÃO. **Dia Goku**: 9 De Maio É Oficialmente O “Goku Day” No Japão. CulturaJapão. [S. l.: s. n.], 9 mai. 2015. Disponível em: <http://culturajapao.com.br/anime/dia-goku-9-de-maio-e-oficialmente-o-goku-day-no-japao/>. Acesso em: 17 set. 2020

EDITORA DRACO. **Editora Draco**: Serviços. São Paulo: Editora Draco, c2020. Disponível em: <https://editoradraco.com/servicos/>. Acesso em: 02 nov. 2020.

EISNER, Will. **Narrativas Gráficas de Will Eisner**, tradução: Leandro Luigi Del Manto. São Paulo: Devir, 2005.

EISNER, Will. **QUADRINHOS E ARTE SEQUENCIAL**, tradução: Luís Carlos Borges. 1. ed. São Paulo: LIVRARIA MARTINS FONTES EDITORA LTDA, 1989.

ESTUDO DA COR. **Dimensões da cor**. Estudo da Cor. [S. l.: s. n.], 8 ago. 2017. Disponível em: <https://estudodacor.wordpress.com/aspectos-fisicos/dimensoes-da-cor/>. Acesso em: 03 set. 2020.

FILHO, G. João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2000.

GASPARIN, Gabriela. **Veja diferenças entre definições de classes sociais no Brasil**. G1 - O portal de notícias da Globo. São Paulo: Grupo Globo, 11 nov. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2013/08/veja-diferencas-entre-conceitos-que-definem-classes-sociais-no-brasil.html> . Acesso em: 13 fev. 2021.

GUINNESS WORLD RECORDS. **Venha conhecer a maior revista em quadrinhos do mundo**. Guinness World Records. Canadá: Jim Pattison Group, 13 ago. 2018. Disponível em: <https://www.guinnessworldrecords.com.br/news/commercial/2018/8/venha-conhecer-a-maior-revista-em-quadrinhos-do-mundo>. Acesso em: 20 ago. 2020.

HALUCH, Aline. **Guia prático de design editorial**: Criando livros completos. Rio de Janeiro: 2AB Editora Ltda, 2013.

HELLER, Eva. **PSICOLOGIA DAS CORES: COMO AS CORES AFETAM A EMOÇÃO E A RAZÃO**. 1. ed. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2013.

HENDEL, Richard. **O Design do Livro**, tradução: Geraldo Gerson de Souza e Lúcio Manfredi. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

KANNO, Mário. **Infografe**: Como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. São Paulo: Infolide, 2013. 151p.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**: Bases para a configuração dos produtos industriais, tradução: Freddy Van Camp. 1. ed. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2001. 208 p.

LUCCHETTI, A. Marco. **REVISTA OLHAR**: O menino amarelo. Ano 3, nº 5-6. São Paulo: UFSCar, 2001. Disponível em: <http://www.ufscar.br/~revistaolhar/pdf/olhar5-6/olhar5-6.php>. Acesso em: 15 ago. 2020.

MIORANDO, S. Guilherme. **Uma Análise de Grid nos Quadrinhos**: Gavião Arqueiro. Splash Pages. [S. l.: s. n.], 29 jun. 2017. Disponível em: <https://splashpages.wordpress.com/2017/06/29/uma-analise-de-grid-nos-quadrinhos-gaviao-arqueiro/>. Acesso em: 03 set. 2020.

MOYA, de Álvaro. **História da história em quadrinhos**. 1. Ed. Rio grande do sul: I&pm, 1986. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/1989479/book-moya-alvaro-historia-das-historias-em-quadrinhos>. Acesso em: 20 ago. 2020.

MUNDO-NIPO. **O significado de nomes dos personagens de anime**. [S. l.: s. n.], 29 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3xlChPz>. Acesso em: 20 set. 2020.

MUNIZ, Carla. **Ziraldó**: biografia, obras e personagens. TodaMatéria. [S. l.: s. n.], 19 nov. 2019. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/ziraldó/>. Acesso em: 20 ago. 2020

PINA, B. LUIZ. **Como criar um personagem do zero**. Tempo para Criar. [S. l.: s. n.], 18 fev. 2020. Disponível em: <https://www.tempoparacriar.com/como-criar-um-personagem-do-zero/>. Acesso em: 20 set. 2020.

PLENARINHO. **O Tico-Tico, a primeira revista em quadrinhos do Brasil**. Brasília, DF: [s. n.], 24 jan. 2018. Disponível em: <https://plenarinho.leg.br/index.php/2018/01/o-tico-tico-primeira-revista-em-quadrinhos-brasil/>. Acesso em: 23 ago. 2020.

PONTODESIGN. **Design editorial: o que é e qual a sua importância?**. Paraná: [s. n.], 28 fev. 2021. Disponível em: <https://www.pontodesign.com.br/design-editorial/>. Acesso em: 20 mar. 2021.

PRINTI. **Guia de impressão**. Print. São Paulo: Printi, c2020. Disponível em: <https://www.printi.com.br/guia-de-impresao>. Acesso em: 11 out. 2020.

MATOS, Talliandre. **História em quadrinhos**. Mundo Educação. [S. l.: s. n.], 6 mar. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/35Qvf8K>. Acesso em: 20 ago. 2020.

RALLO, Rafael. **Tipografia: como usar um dos pilares do Design Gráfico a seu favor**. Rock Content. Belo Horizonte: [s. n.], 12 abr. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tipografia/>. Acesso em: 12 ago. 2020.

MARQS, Raoni. **11 Dicas para Fazer Quadrinhos - especial CCXP 2018**. [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (7min). Publicado pelo canal raoni marqs. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=S6jfTc7sIP4>. Acesso em: 21 set. 2020.

ROCK CONTENT. **Naming: veja como elaborar o nome perfeito para sua marca em 9 passos**. Rock Content. Belo Horizonte: [s. n.], 23 jan. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/naming/#quais>. Acesso em: 11 mar. 2021.

ROTTEN TOMATOES. **Demon Slayer - Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train**. Rotten Tomatoes. [S. l.: s. n.], c2020. Disponível em: https://www.rottentomatoes.com/m/demon_slayer_kimetsu_no_yaiba_the_movie_mugen_train#&gid=1&pid=1. Acesso em: 20 fev. 2021.

SATO, N. Francisco. **Quem foi Osamu Tezuka?**. [S. l.: s. n.], mar. 2013. Disponível em: <https://www.culturajaponesa.com.br/index.php/cultura-pop/quem-foi-osamu-tezuka/>. Acesso em: 17 set. 2020.

SECRON, Yasmim. **Conta Mais! O fenômeno dos webtoons**. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (5 min). Publicado pelo canal NewPOP Editora. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EuuVCLxVfrQ>. Acesso em: 24 fev. 2021

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores**. Rio de Janeiro: Riobooks, 2001. 160 p.

VIANNA, Maurício; VIANNA, Ysmar; ADLER, K. Isabel; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz. **Design Thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

VIEIRA, Dimitri. **O que é Storytelling? O guia para você dominar a arte de contar histórias e se tornar um excelente Storyteller**. Rock Content. Belo Horizonte: [s. n.], 22 fev. 2019. Disponível em: <https://comunidade.rockcontent.com/storytelling/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

ANEXOS

ANEXO A - Sinopse: Lullaby: Caçadores de Pesadelos

A história conta a aventura de Sara, uma garotinha que misteriosamente desperta no meio da noite e percebe um estranho menino correndo pelos telhados da vizinhança, intrigada ela resolve segui-lo quando, acidentalmente, é levada para dentro do mundo dos sonhos. Descobrimo que se tratava de um caçador de pesadelos a serviço de uma sociedade chamada Lullaby, Sara decide acompanhar o seu novo amigo, Elias, nas lutas contra os perigos que surgirem.

ANEXO B - Lullaby: Caçadores de Pesadelos

Abaixo o link com o PDF do Mangá:

<https://drive.google.com/file/d/1tmmTCWYqVRDI8MgMRid16vnMXtV9Egc4/view?usp=sharing>