

CONTRIBUIÇÕES E LIMITAÇÕES DO DESIGNER EM CONTEXTOS DE SENSIBILIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO CÍVICA NA ATUALIDADE:

relato da experiência de estágio na U.DREAM

Joana Catarina Mota Figueiredo

CONTRIBUIÇÕES E LIMITAÇÕES DO DESIGNER EM CONTEXTOS DE SENSIBILIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO CÍVICA NA ATUALIDADE:

relato da experiência de estágio na U.DREAM

Relatório de estágio

apresentado à

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

para obtenção do grau de mestre em

Design da Imagem

realizado por

Joana Catarina Mota Figueiredo

sob orientação do

Professor Doutor Bruno Sérgio Gonçalves Giesteira

Porto, Setembro 2022

AGRADECIMENTOS

À U.DREAM,
pela oportunidade, disponibilidade e dedicação.

Ao meu orientador, professor Bruno Giesteira,
pelo acompanhamento, empenho e sabedoria.

Ao professor Heitor Alvelos,
pela aprendizagem, encaminhamento e motivação.

À minha família,
pela confiança, encorajamento e apoio incondicional.

Aos meus amigos,
pelos debates, sugestões e incentivos.

Ao Filipe,
pela inesgotável paciência, força e amor.

A todos os que me acompanharam, acreditaram e tornaram isto possível,
o meu muito obrigada!

RESUMO

Perante o crescente desenvolvimento das tecnologias de informação e de comunicação, estamos cada vez mais conectados. Contudo, apesar das plataformas digitais proporcionarem um ambiente de colaboração, somos constantemente inundados de estímulos visuais e informação excessiva, que nos desviam, entre outras questões, das inquietações sociais da atualidade. Neste contexto, o designer desempenha um papel fundamental na sociedade, possuindo as capacidades essenciais para destacar problemáticas sociais e estabelecer o apoio necessário à sua comunidade.

Neste sentido, o presente relatório pretende refletir sobre o estágio curricular efetuado entre Outubro de 2021 e Março de 2022 na U.DREAM, uma organização com impacto social. Assim, o presente trabalho direcionou o foco da sua investigação para o papel e a responsabilidade social do designer, perante a análise desta colaboração. Este relato efetua, deste modo, um testemunho analítico desta colaboração, abordando as capacidades adquiridas, as dificuldades encontradas e a dinâmica estabelecida nesta parceria. É, portanto, a reflexão de um processo exploratório, efetuado num contexto concreto, de um trabalho orientado para as necessidades de comunicação evidenciadas. Assim, perante o desenvolvimento de repertórios visuais, procurou-se, através desta parceria, analisar o impacto destas contribuições. Este processo culmina, por sua vez, na produção pós-estágio de uma narrativa ilustrada, um exercício introspetivo que menciona diversos aspetos desta interlocução.

Palavras-chave: Designer; Responsabilidade Social; Colaboração; Impacto Social; Estágio.

ABSTRACT

Faced with the growing development of information and communication technologies, we are getting increasingly connected. However, despite digital platforms providing an environment for collaboration, we are constantly inundated with visual stimuli and excessive information, which divert us, among other issues, from current social concerns. In this context, the designer plays a fundamental role in society, having the essential skills to highlight social issues and establish the necessary support for their community.

In that regard, this report intends to reflect on the curricular internship carried out between October 2021 and March 2022 at U.DREAM, an organization with social impact. Thus, the present work directed the focus of its investigation to the role and social responsibility of the designer, according to the analysis of this collaboration. This report provides an analytical testimony of this collaboration, addressing the skills acquired, the difficulties encountered and the dynamics established in this partnership. It is, therefore, the reflection of an exploratory process, carried out in a concrete context, of a work oriented towards the communication needs that were highlighted. Thus, through the development of visual repertoires, we sought, across this partnership, to analyze the impact of these contributions. This process culminates in the post-internship production of an illustrated narrative, an introspective exercise that mentions several aspects of this dialogue.

Keywords: Designer; Social Responsibility; Collaboration; Social Impact; Internship.

ÍNDICE

Agradecimentos	5
Resumo	7
Abstract	9
Introdução	13
1. A Responsabilidade Social do Designer	17
2. A Entidade Acolhedora	21
2.1. Integração e adaptação	23
3. Procedimentos e Metodologias	25
3.1. Projetos Lançados	26
3.2. Investigação	29
3.3. Processo Criativo	33
4. Resultados	49
4.1. Primeiro Desafio	49
4.2. Segundo Desafio	51
4.3. Terceiro Desafio	54
4.4. Projeto - Ilustrações para o site interno	55
5. Vivências e aprendizagens	69
5.1. Expectativas, desafios e constrangimentos	69
5.2. Experiências e competências adquiridas	71
6. Pensamentos/Pensa menos - reflexão ilustrada	75
Conclusões e Considerações Finais	81
Índice de figuras	84
Referências	86

INTRODUÇÃO

Após ter concluído a minha Licenciatura em Artes Plásticas, senti a necessidade de aprofundar a área do Design. Tendo-me especializado no ramo da Pintura, e tendo adquirido inúmeros conhecimentos nesta área, identifiquei, no entanto, a necessidade desta aprendizagem na minha formação académica, de modo a explorar e a desenvolver capacidades que me fornecessem outras ferramentas essenciais para qualquer artista na atualidade.

Deste modo, ao longo do Mestrado em Design da Imagem fui elucidada para algumas problemáticas sociais e fui-me aproximando de alguns desses temas durante a elaboração de certos projetos. Apercebi-me, então, da capacidade social da imagem e comecei a questionar-me sobre as implicações e as responsabilidades éticas e sociais do designer.

Motivada pela ausência de experiência profissional nas minhas áreas de formação e perante uma vontade de colocar em prática as competências adquiridas, optei pela vertente de Estágio para a obtenção do título de Mestre. Neste sentido, este relatório retrata o estágio curricular que ocorreu entre 4 de Outubro de 2021 e 4 de Março de 2022 na U.DREAM.

Pretendia, então, através da realização de um estágio, poder comunicar causas sociais e questionar os papéis do Design em contextos de sensibilização e mobilização cívica na atualidade. Assim, para além de sensibilizar e mobilizar os cidadãos para causas nobres pretendia, por outro lado, poder contribuir para uma organização com impacto social, analisando e compreendendo as suas necessidades, de modo a produzir imagens que conseguissem comunicar as causas e problemáticas sociais onde esta organização atua e se debruça. Procurava também, ainda, compreender o impacto dessas imagens no espetador, tentando analisar a fronteira entre a imagem que sensibiliza e a imagem que choca.

O presente trabalho direcionou, assim, o foco da investigação para os

contributos e limitações do designer nestes contextos, através da análise da parceria entre uma organização com impacto social e uma designer, onde se procurou estabelecer, neste contexto específico, uma colaboração relevante, capaz de transformar a comunidade.

Este documento encontra-se, então, estruturalmente dividido em seis capítulos. Assim, no primeiro capítulo, é efetuado um enquadramento teórico sobre a responsabilidade social do designer, abordando, através da visão de alguns autores, a capacidade do designer de efetivar transformações significativas na sociedade. Acautelo, no entanto, que não é aqui efetuada uma revisão bibliográfica sistemática, por ter sido considerada inadequada num contexto de estágio curricular que não motiva a um Estado da Arte, mas sim a uma metodologia participativa, com trabalho empírico e estudo de campo.

É, no entanto, executada uma recensão crítica, perante uma pesquisa motivada pelos objetivos da Unidade Curricular de Metodologias de Projeto e de Investigação I e II, onde foram, ao longo do processo, recolhidas e identificadas obras e autores como sendo referências particularmente relevantes, de articulação direta com os objetivos do estágio e, também, perante a orientação decorrente da experiência do estágio e dos diferentes momentos do mesmo.

No segundo capítulo, por sua vez, é apresentada a entidade acolhedora. Aqui, é descrita a história da U.DREAM, enquanto organização sem fins lucrativos, cujo principal objetivo é capacitar os jovens com competências de liderança social. São, então, abordadas as causas onde a organização se debruça, os seus objetivos anteriores e atuais e é mencionada a fase inicial de integração e adaptação, através da análise das relações interpessoais estabelecidas.

Os procedimentos e as metodologias adotadas são abordados no terceiro capítulo, onde são descritos, detalhadamente, os projetos lançados pela U.DREAM e relatadas as componentes de investigação e do processo criativo associado a cada um. Aqui, é retratada uma investigação dependente do contexto, de um trabalho orientado para as necessidades de comunicação da organização, ao longo do processo.

São, de seguida, no quarto capítulo, divulgados os resultados de cada uma dessas intervenções práticas, ao longo do percurso de estágio, na organização. Aqui, são referidas as abordagens que foram adotadas em última instância, são partilhados os feedbacks obtidos e são demonstrados os modos como esses resultados foram empregados.

São relatadas, no capítulo seguinte, as vivências e aprendizagens, onde são mencionadas, por um lado, as expectativas, os desafios e os constrangimentos desta colaboração e, por outro, as experiências vivenciadas e as competências adquiridas, ao longo deste processo.

Por fim, o último capítulo, intitulado de “Pensamentos/ pensa menos”, corresponde a um exercício introspetivo, que menciona diversos aspetos desta interlocução. É, neste sentido, a criação de uma narrativa ilustrada de uma reflexão pós-estágio de toda a experiência e que integra uma componente poética, através de duas leituras complementares, por sua vez, uma leitura verbal e uma leitura visual.

Posto isto, o relatório termina com conclusões e considerações finais sobre toda esta experiência, refletindo sobre os objetivos atingidos e inatingidos, os sucessos e insucessos desta colaboração, os contributos e limitações do designer, a dinâmica da parceria estabelecida e, também, sobre possíveis desenvolvimentos futuros.

1. A RESPONSABILIDADE SOCIAL DO DESIGNER

Victor Papanek (1971), acreditava que a maior competência que um designer poderia demonstrar, seria a sua capacidade em reconhecer e resolver problemas. Percecionava o Design como “o esforço consciente e intuitivo para impor uma ordem significativa” (Papanek 1971, 4; tradução do autor), e evidenciava a necessidade do designer ser sensível aos problemas sociais existentes.

Acreditando que existem, atualmente, problemas mais importantes no mundo do Design do que aqueles que abrangem marcas ou consumidores, Christopher Simmons (2011), elucida-nos para as necessidades básicas e fundamentais do ser humano, destacando o potencial do trabalho do designer para não só ser bom mas, também, para fazer o bem. Não sugerindo, contudo, que o Design com intenção social é, necessariamente, melhor ou mais nobre, o autor salienta, apenas, a “importância de simplesmente fazer alguma coisa” (Simmons 2011, 18; tradução do autor), independentemente da causa ou objetivo, perante a noção de que conseguimos, através do design, efetivar mudanças.

Stuart Walker (2017) enfatiza, por sua vez, na sua obra *Design for Life: creating meaning in a distracted world*, que é através do desenvolvimento de trabalhos criativos significativos que o Design pode integrar a componente ética na profissão e contribuir, deste modo, para a implementação de mudanças. O autor aponta, deste modo, para os recursos do designer e para a sua responsabilidade em projetar possíveis rumos a seguir.

Neste sentido, o Design é, também, por sua vez, percecionado por Papanek (1971) em *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, como uma ferramenta extremamente poderosa, a partir do qual o ser humano molda o seu meio envolvente e as suas ferramentas e, consequentemente, a sociedade e a si mesmo. Deste modo, o autor realça que “o designer deve estar consciente da sua responsabilidade social e moral” (Papanek 1971, 102; tradução do autor).



Assim, se Papanek (1971) acreditava que era exigido do designer esta responsabilidade e uma melhor compreensão das pessoas, acreditava também, por outro lado, que era exigido por parte do público, um melhor entendimento sobre o processo de design, por si definido como “o planejamento e a padronização de qualquer ato em direção a um fim desejado e previsível” (Papanek 1971, 3; tradução do autor).

Em *Just Design: Socially Conscious Design for Critical Causes* (2011), Kate Andrews destaca que “apoiar boas causas reconecta os designers à sociedade, incentivando-os a pensar de um modo mais amplo sobre a sua profissão e os seus talentos, e a considerar o seu papel e a sua influência” (Simmons 2011, 165; tradução do autor). Assim, tal como Papanek, Kate ressalta a importância de estarmos socialmente conscientes e refere que para conseguirmos compreender ou lidar com um problema social de um modo eficiente, necessitamos de nos envolver quer com a comunidade afetada, quer com os que trabalham no sentido de efetivar essas transformações.

Jo-Anne Bichard e Rama Gheerawo, no livro *Design Anthropology: object culture in the 21st century* (2011), mencionam que trabalhar diretamente com as pessoas, segue uma abordagem do design centrada no ser humano, através de técnicas de observação redirecionadas para a disciplina da antropologia. Salientam, deste modo, que “reunir design e antropologia pode, portanto, ser visto como uma progressão natural dessa relação” (Clarke 2011, 54; tradução do autor), pelo que “talvez os designers se devam permitir refletir sobre a sua ‘área’ e o seu ‘trabalho’ mais como antropólogos e etnógrafos” (Clarke 2011, 55; tradução do autor).

Neste sentido, a percepção de que a nova geração de designers utiliza os processos do *design thinking* para abordar questões sociais é ressaltada por Kate Andrews, afirmando que o papel de uma boa comunicação do design é, atualmente, particularmente importante. Estamos, portanto, agora, perante a noção de que “o *design thinking* inova de maneiras que vão para além dos aspetos tradicionais de ‘função e forma’ do design” (Clarke 2011, 55; tradução do autor).

Kate Andrews considera que os designers facilmente se desvinculam

daquelas que são as implicações mais profundas do seu trabalho, pelo que sublinha que estamos, aqui, perante “uma oportunidade incrível para o design ilustrar a sua relevância social, influência e criatividade” (Simmons 2011, 164; tradução do autor).

Ressaltando que o designer desempenha um papel importante no reposicionamento de perspetivas e atitudes, Stuart Walker (2017) acredita que tal reposicionamento tem a capacidade de contrastar com as normas predominantes, pelo que “explorando o design como um processo estratégico para afetar e auxiliar problemas sociais, eles (designers) estão a pensar de maneira muito diferente sobre o design e, em equipas multidisciplinares, estão a trabalhar diretamente com comunidades, setores públicos e organizações culturais anteriormente inexploradas por serviços criativos dessa mesma maneira” (Simmons 2011, 164; tradução do autor).

Posto isto, Papanek (1971) incentiva-nos a repensar o impacto e os propósitos do Design, questionando o papel social dos designers e motivando-os a desenhar soluções para o mundo real. Realça, deste modo, que aquilo que “o designer pode trazer para o mundo deve ser, agora, combinado com um sentido de responsabilidade social” (Papanek 1971, 347; tradução do autor).



na u.dream acreditamos que
podemos mudar o mundo!
juntas-te a nós?

2. A ENTIDADE ACOLHEDORA

A U.DREAM é uma organização sem fins lucrativos, com sede na cidade do Porto. Fundada em 2013 por um conjunto de estudantes da Faculdade de Economia do Porto, encontra-se também, atualmente, em Braga, Aveiro e Lisboa e apresenta-se como a primeira empresa júnior social que pretende, através do seu programa educativo, desenvolver competências de liderança social em estudantes do ensino superior.

Este projeto social nasce, mais exatamente, perante um sonho de Diogo Cruz, CEO da U.DREAM que, tendo vivenciado o ambiente de hospital na infância perante um problema de saúde que experienciou, projetou a sua vontade de concretizar os sonhos de crianças em estados de saúde debilitados, propondo o seu acompanhamento e garantindo o suporte necessário às suas famílias. Assim, a U.DREAM surge, inicialmente, associada ao objetivo da concretização dos sonhos destas crianças.

Ao longo dos anos, a organização foi efetuando impacto social nas mais diversas áreas, quer através do acompanhamento a crianças em estados de saúde debilitados ou a crianças institucionalizadas, a lares de idosos, a centros de acolhimento, entre muitos outros e, efetuando, também, algumas experiências e campanhas sociais nas ruas. Assim, atuou sempre perante uma noção de responsabilidade social perante a comunidade, procurando desapegar-se aos poucos da noção de ser um projeto exclusivamente direcionado à concretização de sonhos de crianças.

Neste sentido, a U.DREAM define-se, atualmente, como um projeto que pretende aproximar os jovens das suas populações, ajudando-os a identificar os problemas presentes nas suas comunidades para, assim, efetuarem transformações significativas, isto num país com uma das piores taxas de voluntariado jovem na Europa. Procurando ajudar os jovens a entender as suas motivações e competências, a U.DREAM desenvolveu, então, um programa paralelo ao Ensino Superior que permite que estes estudantes atuem de diversas formas nas suas cidades, como no auxílio

a idosos, crianças em lares, famílias com dificuldades, sem-abrigos, imigrantes, animais ou a agir perante questões ambientais.

Por outro lado, para além destas ações de impacto, os estudantes são instruídos para Sonhar, Inspirar e Servir. Através da autorreflexão e do autoconhecimento descobrem os seus sonhos, iniciando, deste modo, esta primeira fase do processo. Aprendem, de seguida, valores como a gratidão e a empatia e a relacionarem-se saudavelmente com os outros, de modo a conseguirem inspirar as suas comunidades. Por fim, perante todas estas aprendizagens e competências adquiridas, colocam-se ao serviço da comunidade, onde desvendam a sua missão social, as suas aptidões e motivações para a transformação das problemáticas sociais.

Neste sentido, é estabelecendo parcerias e prestando serviços às empresas que a U.DREAM assegura a sua sustentabilidade financeira tornando-se, deste modo, numa empresa autossustentável. A organização atua, portanto, de três modos distintos: transforma estudantes do ensino superior através do seu programa educativo; fornece soluções de impacto social para as empresas através da aprendizagem dos seus colaboradores; e estabelece soluções para os problemas que vão emergindo na comunidade.

A U.DREAM conjuga, deste modo, o mundo social e o mundo empresarial contando, até ao momento, com a transformação de mais de 1500 estudantes, com a concretização de 75 sonhos e tendo já apoiado 67 organizações sociais. Identifica-se, neste sentido, como um plano para mudar o mundo, que pretende auxiliar tanto indivíduos como empresas a compreender o seu potencial e a intervir sobre os problemas presentes nas comunidades.

Foi, então, perante a identificação com os princípios desta organização que, em meados de Maio de 2021, estabeleci o meu primeiro contacto com a U.DREAM, demonstrando o meu interesse em efetuar um estágio curricular no ano letivo seguinte e relatando os objetivos da minha investigação. Após uma resposta extremamente positiva e diversas reuniões ao longo do processo, iniciei, a 4 de Outubro de 2021, um estágio curricular com a duração prevista de cinco meses na U.DREAM.

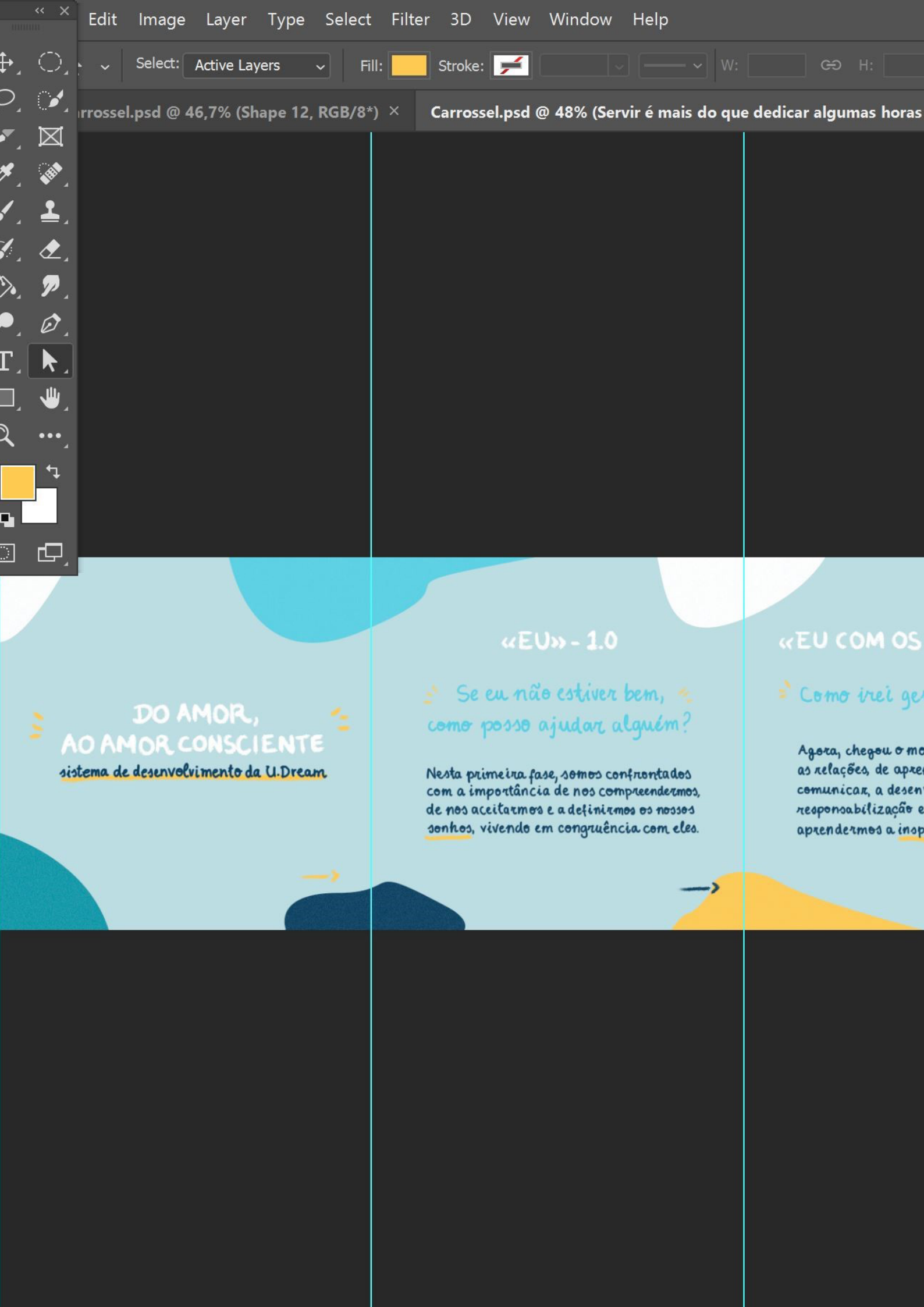
2.1. Integração e Adaptação

Antes de iniciar oficialmente este estágio, tive algumas reuniões com o Diogo Mendes (um dos fundadores da U.DREAM e meu orientador oficial de estágio), desloquei-me à sede da organização e fui convidada a participar numa experiência efetuada no terreno. Com esta experiência de campo, duas semanas antes de iniciar o estágio, relatei, com recurso à fotografia, uma entrega de flyers na Faculdade de Economia da Universidade do Porto, que pretendia dar a conhecer o programa educativo da organização aos estudantes.

Após esta primeira experiência foram-me apresentados, de seguida, os membros da equipa, o espaço de trabalho, a história da organização, as causas onde se debruça, os seus objetivos (quer anteriores, quer atuais), entre outras questões. A minha integração foi facilitada por toda a equipa, composta na sua grande maioria por mulheres, tendo sido sempre tratada com respeito e dedicação e tendo sido demonstrada inteira disponibilidade para me ajudarem com o que fosse necessário.

Por outro lado, perante uma equipa ausente de membros responsáveis pela área do Design, fui redirecionada e orientada pela Claudia Bressan, membro com formação em Design de Moda e a mais recente Communication Manager da equipa, nesta fase, que lá estaria a trabalhar há cerca de um mês, aquando da minha entrada no estágio. Trabalhei, então, mais diretamente com a Claudia e com o Diogo, tendo também partilhado algumas vezes o espaço de trabalho com outros membros de outras áreas.

Sendo esta a minha primeira experiência de estágio e, tendo feito esta recente transição de Artes Plásticas para o Design, senti que qualquer pequeno desafio se revelou um verdadeiro teste às minhas capacidades. Neste sentido, a fase inicial de adaptação não foi, no entanto, de todo complicada, tendo-se demonstrado um período bastante positivo, de convivência e de grande aprendizagem. Contudo, perante a situação pandémica vivenciada durante o percurso deste estágio e tendo, a certa altura, adotado o modelo de teletrabalho, acabaram por se evidenciar certos constrangimentos, particularmente ao nível da comunicação.



3. PROCEDIMENTOS E METODOLOGIAS

Perante uma investigação auxiliada pelo estudo de causas sociais, iniciei este processo com o intuito de identificar essas causas e modos de as comunicar, de modo a compreender que repertórios de imagens poderiam ser o motor de sensibilização de cada uma. Neste sentido, procurava analisar como poderiam essas imagens sensibilizar, de modo a evitar sensações de choque ou de confronto excessivo tentando entender, na prática, qual a fronteira entre a imagem que sensibiliza e a imagem que choca.

Assim, foi através desta parceria com a U.DREAM, enquanto organização com impacto social, que procurei tentar comunicar as causas sociais onde a instituição se debruça, através da produção de imagens, numa exploração de diversas áreas artísticas, com particular destaque nas áreas da Ilustração e da Fotografia, áreas evidenciadas, também, pelo Diogo Mendes, de maior necessidade gráfica na organização.

Neste sentido, os modos e intuitos com que estas imagens seriam produzidas (como publicações nas redes sociais (instagram, site da instituição, linkedin,...), projetos com carácter físico ou digital, etc), perante a imensidão de causas e de imprevisibilidade de acontecimentos dentro da instituição definiram-se, desde o princípio, como estando sempre dependentes das necessidades de comunicação da organização ao longo do processo, encontrando-me, assim, perante possibilidades infinitas de causas a comunicar e de modos de o efetuar.

Deste modo, toda a investigação esteve sempre muito dependente do contexto, pelo que o meu trabalho foi sempre orientado para a minha capacidade de resposta. Assim, enquanto designer tentei, de certo modo, atuar como etnógrafa, analisando e respondendo às necessidades que foram surgindo. Denoto, desta forma, um menor grau de planificação da investigação mas um maior grau de capacidade de resposta, ao longo de todo este processo.

3.1. PROJETOS LANÇADOS

Foi demonstrada, desde o princípio desta colaboração, a necessidade atual da U.DREAM de alterar o modo como ainda são percebidos, ainda muito aliados à ideia da concretização do sonho de crianças e jovens. Assim, o objetivo atual da organização seria o de realizarem o sonho de transformar o mundo através da liderança social.

Necessitavam, neste sentido, de simplificar a sua linguagem de modo a alcançarem mais pessoas e de conseguirem falar a língua dos seus públicos (neste caso, os jovens/empresas e a comunidade) de um modo inspirador. Assim, necessitavam de um novo posicionamento, impactando novos públicos.

Foi, então, perante a percepção daquela que era a comunicação atual da U.DREAM, com campanhas muito profissionais e inspiradoras mas com falta de consistência nos pontos de contacto com a audiência, que nos encontramos perante as oportunidades de explorar mais as histórias do trabalho de campo para gerar uma conexão e uma empatia com o público, abordando temas atuais com um posicionamento positivo e amplificando o alcance da marca para além dos jovens e das universidades (aliado a este antigo posicionamento).

Assim, estas alterações precisavam de ser efetuadas, por um lado, no site (necessidade de simplificar a mensagem, explorar testemunhos de modo a conseguir impactar o público, de partilhar números reais do impacto gerado, de divulgar oportunidades de projetos voluntários para quem não é U.Dreamer, de ter uma linguagem jovem e atual, entre outros), por outro lado, no Instagram (criar conteúdos partilháveis, divulgar os temas da formação para os posts, stories e reels, explorar mais os formatos em vídeo, definir uma linha editorial que responda aos objetivos estratégicos e que se conecte com o público alvo) e, por fim, no LinkedIn (comunicar com maior frequência e arranjar novos métodos de comunicar com as empresas, entre outras questões como as referidas nos pontos

anteriores).

Visualizamos, então, aquilo que teria sido feito até ao momento e aquilo que necessitava de ser realizado agora, através de uma comparação com o que era feito noutras organizações/movimentos como a Ashoka, a Fundação Lemann, o Movimento Transformers, a Ubuntu (mais alinhados com o novo posicionamento da U.DREAM), ao contrário de outros movimentos como A Terra dos Sonhos e a Make A Wish (organizações que atuavam de modo semelhante ao antigo posicionamento).

Surgem, deste modo, oportunidades para simplificar a mensagem da organização (sintetizar textos e transmitir o conceito de modo mais assertivo), para investir num posicionamento sólido com um propósito e posicionamento mais definidos, tornando-o mais fácil de transportar para a comunicação, para demonstrar esse impacto através de resultados (no site e nas redes sociais) de modo a que todos consigam ter uma visão de como a U.DREAM está a transformar o mundo e, ainda, para se posicionarem de modo positivo sobre temas atuais.

Neste sentido, a U.DREAM lançou-me três primeiros desafios. O primeiro corresponderia à criação de uma imagem que se transformaria numa publicação de Instagram, de uma fotografia que incorporasse uma frase ou depoimento, relacionado com as noções da instituição de Inspirar, Sonhar e Servir e, desse modo, traduzir o seu posicionamento numa frase e numa imagem.

O segundo desafio, por sua vez, corresponderia à criação de uma publicação, uma vez mais, para o Instagram, em formato carrossel, que simplificasse o Sistema de Desenvolvimento da U.DREAM (que se encontrava, nesta fase, no site da organização) transportando-o, deste modo, para as redes sociais, através de uma imagem ilustrada dividida em quatro ou cinco partes e cujo conteúdo se encontrasse resumido.

Por fim, o último desafio consistiria na edição de um pequeno vídeo, com cerca de um a dois minutos, que demonstrasse o impacto gerado pela organização, de modo a que viesse a ser publicado tanto no Instagram como no LinkedIn. O conjunto destes desafios, no total, tinha como expectativa inicial as suas conclusões no prazo de aproximadamente 1 mês.

Após a conclusão destes três primeiros desafios, iniciei um último projeto, de duração prolongada, destinado à parte interna do site da organização, por sua vez, destinada aos estudantes e membros da U.DREAM e que funcionaria como uma área de ferramentas para ajudar as pessoas a terem mais impacto, com pessoas que são referência na área social e através de ações de impacto. Para tal, esta base de dados incluiria sonhos da comunidade, podendo qualquer utilizador identificar e realizar um desses sonhos.

Neste sentido, com este último projeto, surgem necessidades gráficas ao nível da Ilustração, de modo a caracterizar, por um lado, aqueles que são os públicos-alvo da instituição, por outro lado, para representar as áreas dos problemas sociais em que a instituição se envolve (criando, também, uma personagem andrógina que esteja a representar cada um desses problemas sociais) e, ainda, uma imagem para representar qualquer organização de impacto que não possua um logótipo. Assim, este projeto deveria estar terminado até ao início do mês de Fevereiro, quando o novo site seria lançado.

Todas as minhas tarefas foram, então, acompanhadas pela Claudia Bressan, a Communication Manager da U.DREAM, que esteve encarregue pela minha orientação e integração na equipa, sempre disponível para me auxiliar. Assim, conforme os desafios eram lançados, eu procedia para uma fase inicial de investigação para cada um deles, seguindo para os seus processos criativos pelo que, perante os resultados obtidos, aguardava, de seguida, por feedbacks. Assim, o que não estivesse de acordo com o pretendido, seria mencionado pela Claudia, que me elucidaria para diferentes estratégias e caminhos a seguir. Perante as suas observações, eu prosseguia, deste modo, às alterações necessárias, obtendo resultados mais satisfatórios.

3.2. INVESTIGAÇÃO

3.2.1. Primeiro desafio

O primeiro desafio lançado pretendia a criação de uma imagem que incorporasse uma frase, traduzindo o posicionamento da organização, com o intuito de ser publicada no seu Instagram. Nesta fase, analisei a rede social da U.DREAM (ver figura 1), a 22/10/2021, cuja comunicação atual incorporava campanhas muito profissionais (o que, de certo modo, acabava por não apelar tanto ao público jovem) existindo, também, por outro lado, uma falta de consistência nos pontos de contacto com o público, sem publicações muito recorrentes. Assim, neste desafio, o objetivo seria apelar aos jovens através de um conteúdo textual mais simplificado e imagens mais apelativas, algo que se deveria manter e incorporar a partir de agora e, consequentemente, nos restantes desafios.

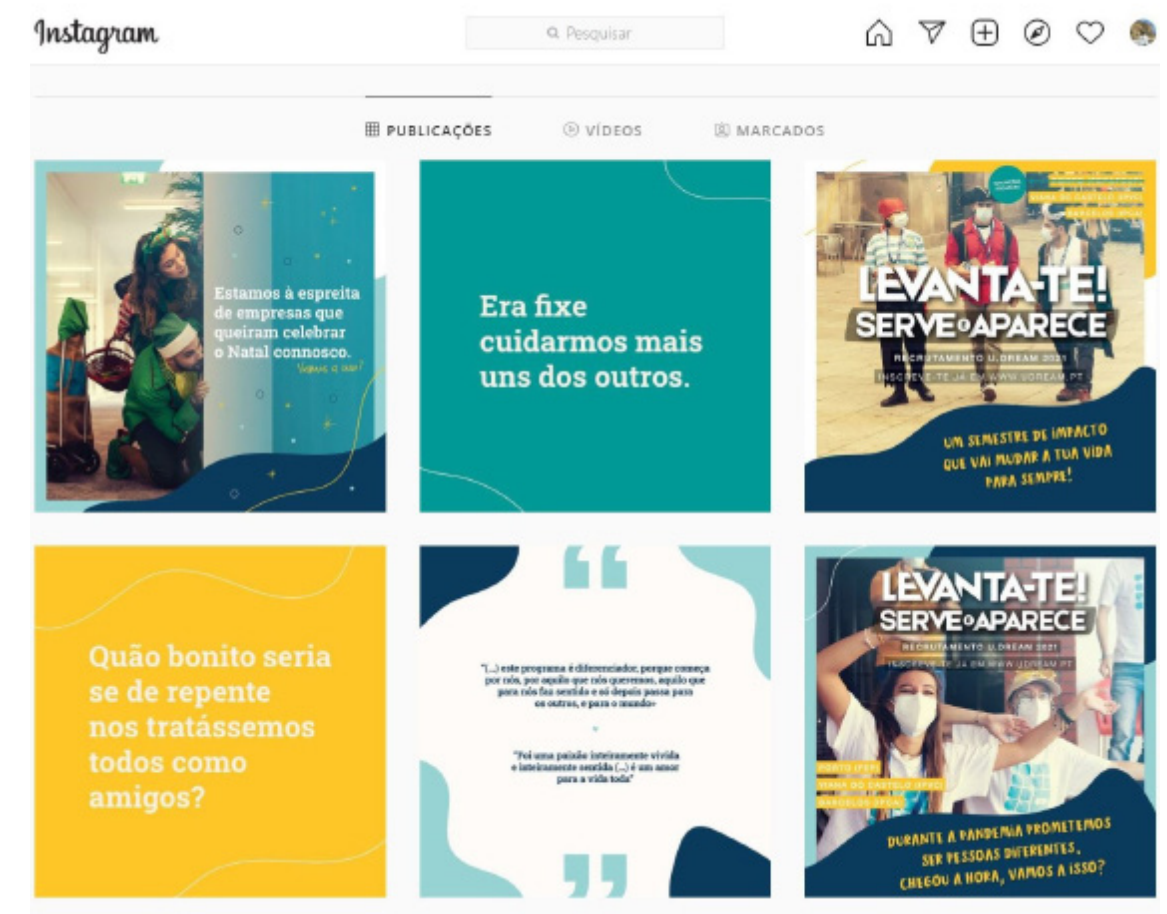


Figura 1 - U.DREAM, 2021, Página de Instagram a 22/10/2021, adaptado de <https://www.instagram.com/udream.pt/>

3.2.2. Segundo desafio

O segundo desafio, por sua vez, pretendia a criação de uma publicação em formato carrossel para o Instagram e deveria incorporar ilustrações. Esta publicação, deveria, ainda, traduzir o Sistema de Desenvolvimento da U.DREAM (ver figura 2) que se encontrava, por sua vez, no site da organização. Devido ao seu conteúdo extenso tive, nesta fase, a tarefa de simplificar e de tornar esse conteúdo mais apelativo ao nível textual para, de seguida, ao nível visual, proceder à criação de imagens que ilustrassem esses mesmos conteúdos.



Figura 2 - U.DREAM, 2021, site da organização, adaptado de <https://www.udream.pt/pt/sistema-desenvolvimento>

3.2.3. Terceiro desafio

O último desafio inicial lançado pela U.DREAM consistia na edição de um pequeno vídeo sobre o impacto gerado pela organização, que evidenciasse os números reais dos resultados. Este vídeo deveria, também, relatar todas as fases da associação, desde o início até este novo posicionamento, integrando as diversas atividades realizadas, sonhos concretizados e formações.

Neste sentido, foram-me fornecidos os conteúdos visuais (ver figura 3) e um documento com todas as informações e resultados do impacto gerado em 2021. Os conteúdos deste documento, que deveriam estar incluídos neste pequeno vídeo, integravam informações sobre sessões de formação, sobre estudantes a terminar e a iniciar semestres, sobre os beneficiários diretos, sobre o impacto indireto (experiências sociais, boot-camps, projetos), sobre media e conferências e até sobre produtos (neste caso, uma entrega de kits esperança para crianças em confinamento).

Nesta fase inicial, com muito pouca experiência em edição de vídeo e com pouca experiência com o Adobe Premiere (o software que elegi para editar este projeto), senti a necessidade de aprender a executar certos processos encontrando-me, inicialmente, numa fase de pesquisa e de aprendizagem.

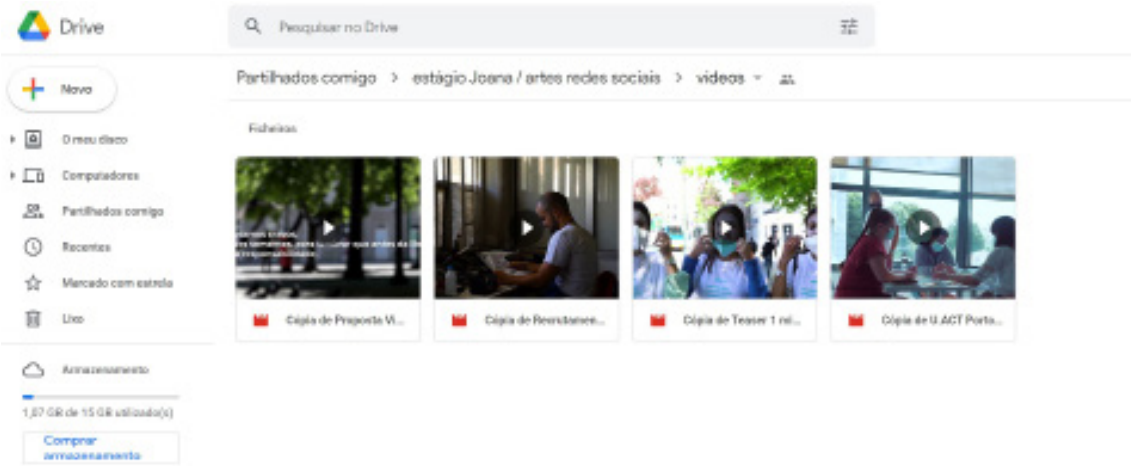


Figura 3 - Conteúdos visuais (vídeos) fornecidos para serem integrados no último desafio

3.2.4. Projeto - Ilustrações para o site interno

Terminados os três desafios, é iniciado um novo projeto destinado à parte interna do site da U.DREAM que se destinaria aos estudantes e membros da organização e que funcionaria como uma área de ferramentas para ajudar as pessoas a ter mais impacto.

Deste modo, existiam necessidades gráficas ao nível da ilustração para caracterizar, por um lado, os 8 públicos-alvo, por sua vez: o bebé; a criança; o jovem; o adulto; o idoso; a comunidade geral; os animais e o meio ambiente.

Por outro lado, existia a necessidade de representar as 12 áreas dos problemas sociais, por sua vez: Sustentabilidade Ambiental: carbono, água, lixo/desperdício, ecossistemas vivos, espaço; Deficiência, Incapacidade, Diversidade funcional; Demografia e Envelhecimento; Economia, Emprego e Pobreza; Educação, Cultura, Literacia; LGBTQIA+; Minorias étnicas, Migrantes, Refugiados, Ex-colonos; Paz, Terrorismo e Segurança; Saúde Biológica; Saúde Mental, Comportamento desviante e Desenvolvimento humano; Universo Digital e Tecnologia; e Violência (todas as formas).

Neste sentido, deveria ainda ser criada uma personagem andrógina para representar cada uma destas áreas dos problemas sociais pelo que, perante estas 12 áreas, seriam necessárias mais 12 ilustrações de modo a representar cada uma delas.

Por fim, seria necessário produzir uma imagem para representar qualquer organização de impacto que não possuísse um logótipo. Esta imagem, por sua vez, deveria ser produzida em 4 cores diferentes, de modo a poder ser agregada a diferentes áreas de atuação social das organizações.

Efetuei, então, nesta fase e ao longo de todo o processo, diversas pesquisas de modo a tentar compreender melhor cada uma destas causas e os melhores modos de representar corretamente cada um destes tópicos, procurando conseguir sensibilizar e mobilizar o público, evitando provocar choque ou confronto excessivo.

3.3. PROCESSO CRIATIVO

Iniciei este processo com uma pesquisa de referências visuais, através de uma identificação de artistas (ilustradores, designers, fotógrafos,...) que comunicassem causas sociais. Esta pesquisa foi feita em duas plataformas principais, por sua vez, no Behance (maioritariamente através de uma pesquisa de projetos) e no Instagram (através de pesquisas de artistas e dos seus conteúdos).

3.3.1 Primeiro desafio

Para este primeiro desafio foram apontadas algumas referências, ao nível da comunicação e da estética procurada. As principais referências, todas da rede social Instagram, foram as seguintes: @contente.vc; @aff-thehype; @sumol; @wandson; @menos1lixo; e @impact. Dentre as anteriores, para a resolução deste desafio, destaquei o Instagram da Sumol (ver figura 4), que senti que melhor se adequava, quer pela sua linguagem jovem e atual, quer pela sua estética e, ainda, pelo modo como a imagem e o texto se relacionam.

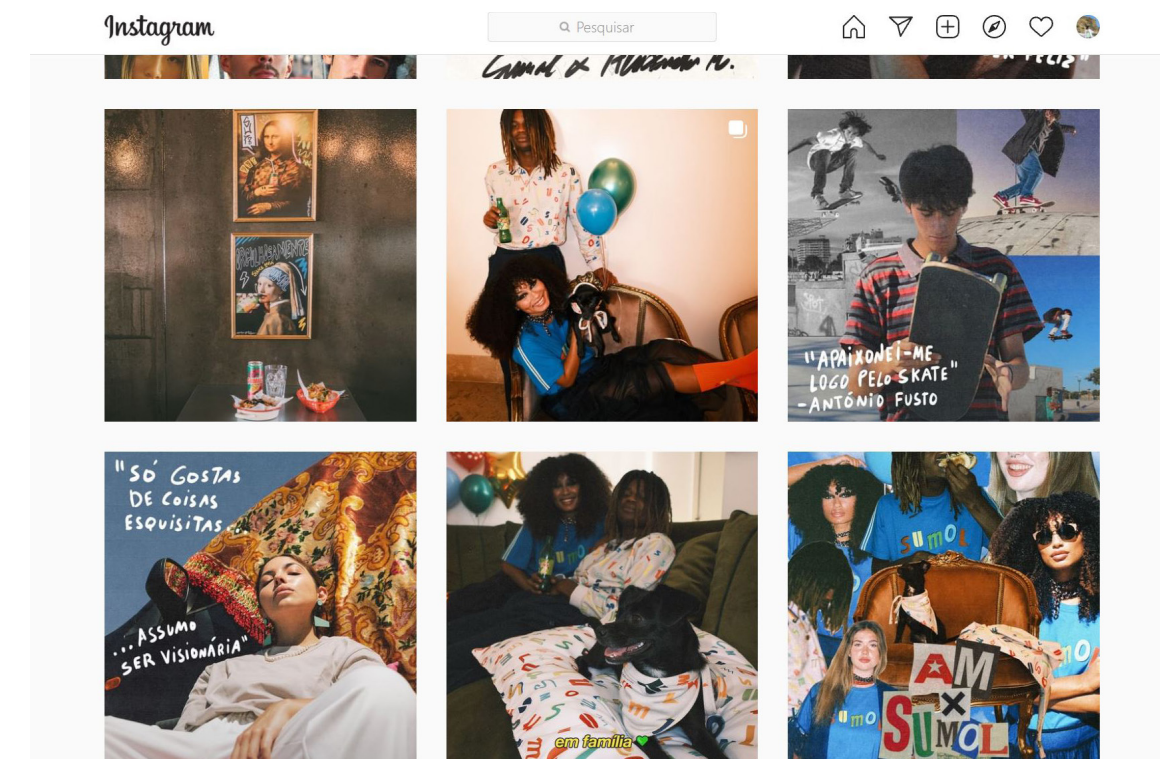


Figura 4 - Sumol, 2021, Página de Instagram a 23/10/2021, adaptado de <https://www.instagram.com/sumol/>

Foram-me fornecidas, nesta fase, diversas fotografias mais recentes (ver figura 5) para editar livremente. O conteúdo textual, da mensagem, por outro lado, não me foi fornecido tendo, portanto, liberdade total para escrever o que quisesse, numa fase inicial, de modo experimental. Assim, com o intuito de apelar mais ao jovens através de textos mais simplificados e imagens mais apelativas, partimos das publicações do Instagram da Sumol como referência visual, pela incorporação do texto escrito manualmente com a imagem fotográfica.

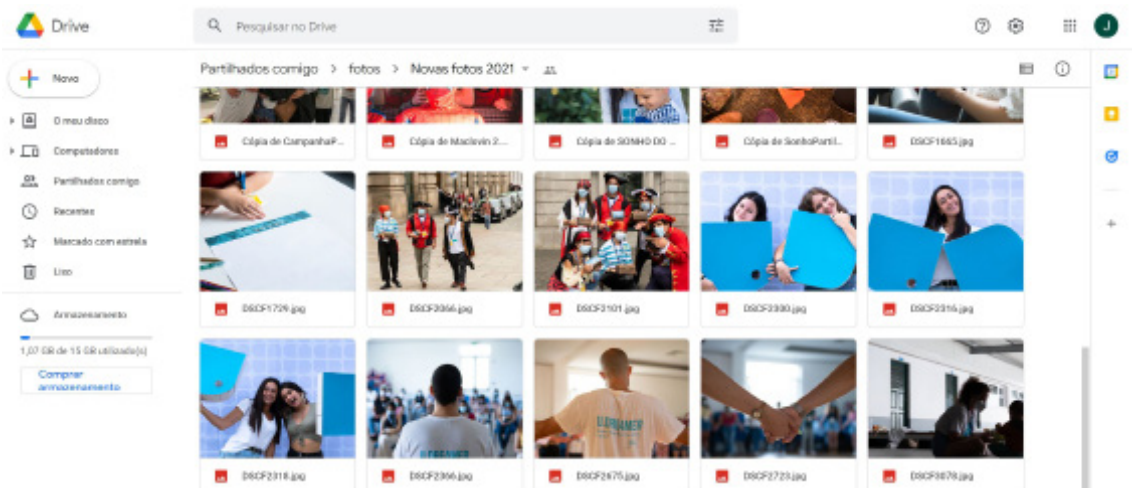


Figura 5 - Alguns dos conteúdos visuais fornecidos (fotografias) para serem integrados no primeiro desafio

Desenvolvi, então, algumas experiências com algumas imagens e, após essa análise, selecionei duas que senti que melhor se adequavam ao objetivo deste primeiro desafio. Para o conteúdo textual, testei duas abordagens distintas, sendo a primeira uma tentativa de traduzir o posicionamento da U.DREAM, inspirando o espetador a agir e, na segunda, por sua vez, a demonstrar a oportunidade dos jovens de se juntarem ao seu programa educativo que, nesta altura, estaria em fase de recrutamento.

Para a primeira abordagem (ver figura 6) apropriei-me de uma fotografia de duas pessoas a darem as mãos e decidi delinear algumas zonas. Na segunda abordagem (figura 7), por sua vez, apropriei-me do conteúdo da t-shirt para sublinhar e destacar o papel dos jovens dentro da organização. Desenhei manualmente um tipo de caligrafia diferente para cada uma das abordagens e incorporei-as de modos um pouco distintos. Efetuei, ainda, algumas alterações ao nível da edição de imagem, de modo a destacar a caligrafia. Todo este processo foi executado no Adobe Photoshop.

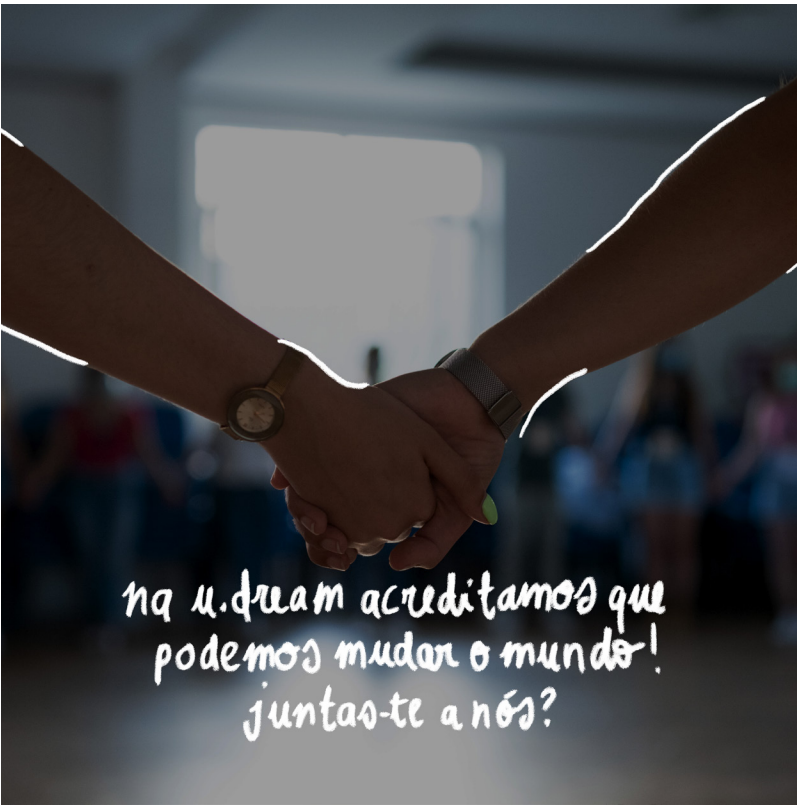


Figura 6 - Primeiro desafio - primeira abordagem no Adobe Photoshop



Figura 7 - Primeiro desafio - segunda abordagem no Adobe Photoshop

3.3.2. Segundo desafio

Para este segundo desafio, que consistia na criação de uma publicação em formato carrossel para o Instagram e que deveria incorporar ilustrações, foi-me fornecida a paleta de cores da U.DREAM (ver figura 8), pelo que comecei por testar modos de a conjugar.

Por outro lado, e perante a necessidade de traduzir o sistema de desenvolvimento da organização, tive a tarefa de o simplificar e tornar mais apelativo, organizando-o em imagens. Procedi, então, de seguida, à procura de referências visuais e ao processo de simplificação textual do conteúdo começando, deste modo, a pensar em hipóteses de organização.

Neste sentido, perante a apresentação da paleta de cores da U.DREAM (paleta principal e secundária), apercebemo-nos que existia uma necessidade de incorporar mais e melhor as cores da paleta secundária, perante a neutralidade de tons da paleta principal, tornando-se muito pouco apelativa.

| PALETA PRINCIPAL:

AZUL PRINCIPAL
PANTONE 321C
CMYK 100-12-42-4
RGB 0-153-150
#008995

BRANCO
PANTONE White C
CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
#FFFFFF

CINZENTO
PANTONE 444C
CMYK 56-38-41-21
RGB 112-123-123
#707B7B

| PALETA SECUNDÁRIA:

AMARELO
PANTONE 123C
CMYK 0-25-86-0
RGB 255-198-39
#FFC627

AZUL ESCURO
PANTONE 302C
CMYK 100-71-39-34
RGB 0-58-92
#003A5C

AZUL CLARO
PANTONE 310C
CMYK 57-0-14-0
RGB 102-207- 227
#66CFE3

No que respeita à cor, a marca encontra-se dividida numa paleta principal e secundária. A paleta de cor principal é constituída por três matrizes de modo a manter a integridade da marca. Assim, apresenta-se um tom azul que dá corpo a toda a marca, um cinzento como tom central, e o branco como cor neutra de equilíbrio. A paleta de cor secundária é um grupo de três matrizes que podem ser utilizadas em conjunto e separadamente com a intenção de alargar e restringir, simultaneamente, o espectro cromático da marca.

Figura 8 - Paleta de cores da U.DREAM (paleta principal e paleta secundária), em Outubro de 2021

Decidi produzir então, inicialmente, todo o conteúdo textual da publicação de modo manual (letra a letra), ou seja, escrevi digitalmente no Photoshop como se estivesse a escrever em papel, utilizando um Windows Surface Book como suporte e a Surface Pen como ferramenta de escrita ou de desenho. Assim, apesar de se demonstrar um processo excessivamente demorado, optei por escrever tudo, numa fase inicial, com a minha caligrafia (títulos, subtítulos e corpo de texto).

Assim, após executar algumas experiências com as cores da U.DREAM, optei por colocar um tom mais claro da paleta principal para o fundo, o branco para os títulos, cores da paleta secundária para os subtítulos (azul escuro na capa e azul claro no restante) e azul escuro para o corpo de texto. De modo a criar um maior dinamismo, criei formas em cada uma das imagens que se transporta para a imagem seguinte, de modo a criar sempre uma ligação e transformando-a, assim, numa única imagem, em formato carrossel. Incorporei, também, nesta fase, o amarelo da paleta secundária, para destacar questões, palavras e ilustrações.

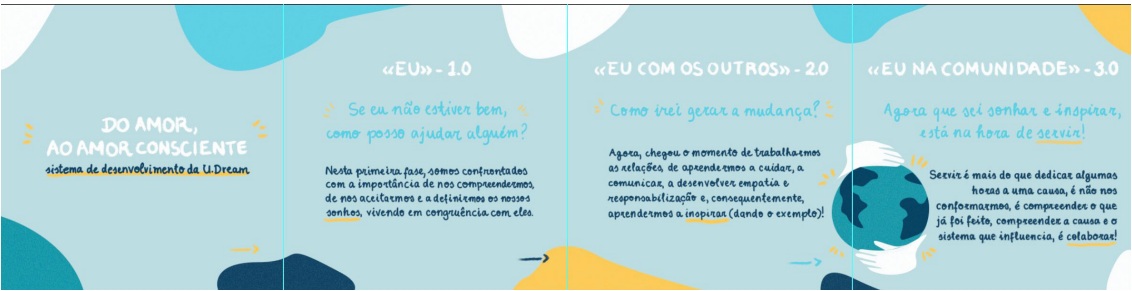


Figura 9 - Segundo desafio - texto completo escrito manualmente (letra a letra); uma ilustração; produzido no Photoshop



Figura 10 - Pormenor

Após uma primeira observação do que tinha feito até aqui (ver figuras 9 e 10), foi-me sugerido alterar o corpo de texto para uma fonte a computador, uma fonte sem serifa por ser mais adequada aos públicos jovens, neste caso, a fonte *century gothic* (no subtítulo da capa e no corpo do texto nas restantes). Produzi, também, uma ilustração para cada imagem (que já se insere em parte na imagem anterior), com formas simplificadas e que pretendem ilustrar os conteúdos textuais. Decidi adicionar, ainda, a todas as formas e ilustrações, uma nova camada com algum ruído, de modo a criar um efeito granulado, que me pareceu ter compatibilidade visual com o pincel utilizado para os títulos.



Figura 11 - Segundo desafio - conteúdo da mensagem escrita a computador, títulos à mão, carrossel ilustrado por completo



Figura 12 - Pormenor

Perante todas essas alterações e adições (ver figuras 11 e 12), fui elucida para as “viúvas”, relativamente ao alinhamento do texto, no sentido de evitar que algumas linhas terminassem com “a”, “e” ou “é”. Por fim, foi identificada uma necessidade de uma imagem final a agradecer a leitura e que incentivasse a partilhar e a guardar a publicação. Procedi, então, à produção dessa imagem final (ver figuras 13, 14, 15 e 16) e a todas as alterações necessárias, fazendo alguns pequenos ajustes gerais.



Figura 13 - Segundo desafio - feitas todas as alterações e adições - aprovado pelos membros da comunicação da U.DREAM



Figura 14 - Pormenor



Figura 15 - Pormenor



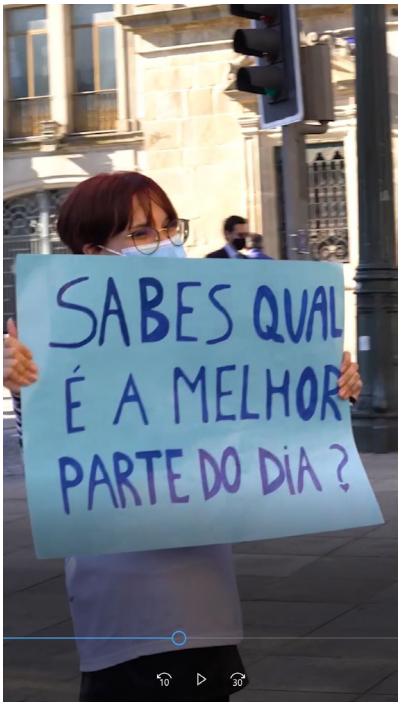
Figura 16 - Pormenor

3.3.3. Terceiro desafio

Perante os conteúdos fornecidos (cerca de 8 min no total), com o intuito de produzir um pequeno vídeo sobre o impacto gerado pela U.DREAM, dei início à sua edição. Neste sentido, o objetivo final seria conteúdo com cerca de 1 minuto de vídeo no formato 9:16 com a resolução de 1080 x 1920 (de modo a ser publicado no formato de reels no Instagram).

Assim, comecei por retirar todos os áudios associados a cada vídeo e as cenas menos relevantes para a mensagem que se pretende transmitir ou que não se apropriavam ao formato (tendo em conta que grande parte da imagem acaba por ser cortada para se enquadrar ao formato 9:16).

Exemplo (vídeo original e edição no formato 9:16):



Neste sentido, cortei partes menos relevantes como momentos do quotidiano nas formações. Por outro lado, perante a imensidade de cenários distintos, existiam muitas partes para se enquadrar ao formato, pelo que cada cena teve que ser analisada e editada em particular, de modo a poder estar adequada e centrada no formato 9:16, tendo-se revelado um processo bastante demorado. Reduzi, ainda, cenas muito longas e seleccionei e apaguei outras que se repetiam de outro modo (como as entregas de cartões, mas a pessoas diferentes ou ângulos distintos), indo, deste modo, reduzindo o tempo de duração do vídeo.

3.3.4. Projeto - Ilustrações para o site interno

Este último projeto consistiu na produção de ilustrações para a parte interna do site da U.DREAM, de modo a representar, por um lado, os públicos-alvo (8), por outro lado, as áreas dos problemas sociais (12) e uma personagem que represente cada uma delas (12), um ícone/ilustração que represente, de um modo geral, uma organização de impacto (em 4 cores diferentes) para quando estas não possuem um logótipo.

Deste modo, era importante que estas ilustrações não se caracterizassem por ícones padrão, sendo importante a criação de personagens andróginas para representar as causas e, ainda, que existisse um foco na nova paleta de cores da U.DREAM (ver figura 17), com uma nova cor adicionada à paleta.



Figura 17 - Paleta de cores da U.DREAM, atualizada em Dezembro de 2021

Procedi também, nesta fase, a uma procura de referências visuais, na plataforma Behance e em contas de ilustradores no Instagram, pensando mais no estilo de desenho do que no que está representado. Assim, recolhi um conjunto de referências (ver figura 18), a partir das preocupações anteriormente descritas.

Por um lado, procurei recolher referências para a criação de personagens andróginas (6,7,8,9,10,11,12,13,23), mais como uma referência de formas (*shapes*) e não tanto do estilo de personagem representada (um pouco mais “fofo” e “infantil”, que não é o que se pretende criar, mas

algo universal, aplicável a todos os públicos-alvo).Por outro lado, concentrei-me no estilo de desenho (mais manual, irregular, um pouco distinto do que costumamos encontrar e, na minha opinião, mais interessante) - 2,4,5,7,8,14,15. Recolhi algumas pelo modo de combinar as cores (1,2,3,17,24), pelo conceito representado (1,2,3,4,14,21,26,27) e ainda alguns ícones mais simplificados (que, apesar de eu, particularmente, não gostar tanto, poderia ir mais de encontro às expectativas da equipa) – 18,19,20,22,25.

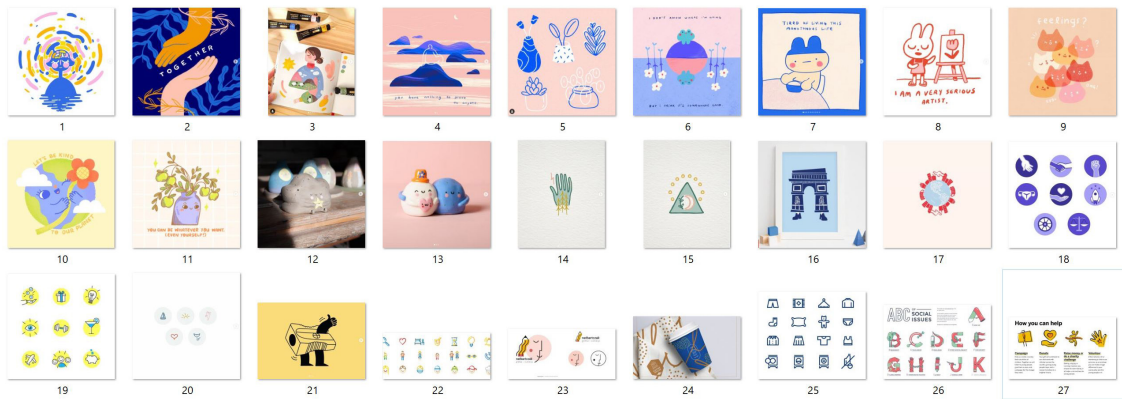


Figura 18 - Conjunto de referências recolhidas

Deste modo, as referências aprovadas (ver figura 19), correspondem, por um lado, ao estilo de linha (como acontece nas imagens 2,4,5,14,15), ao modo de combinação de cores (1,2,3,17), ao estilo de forma e de desenho (1,2,4,23) e, também, de conceito (1,2,3,4,14). Deste modo, poderá ser, então, interessante apropriar-me de um traço um pouco mais irregular, mais manual (5,14), utilizando linhas e formas simples e, possivelmente, integrando personagens e conceitos (3).

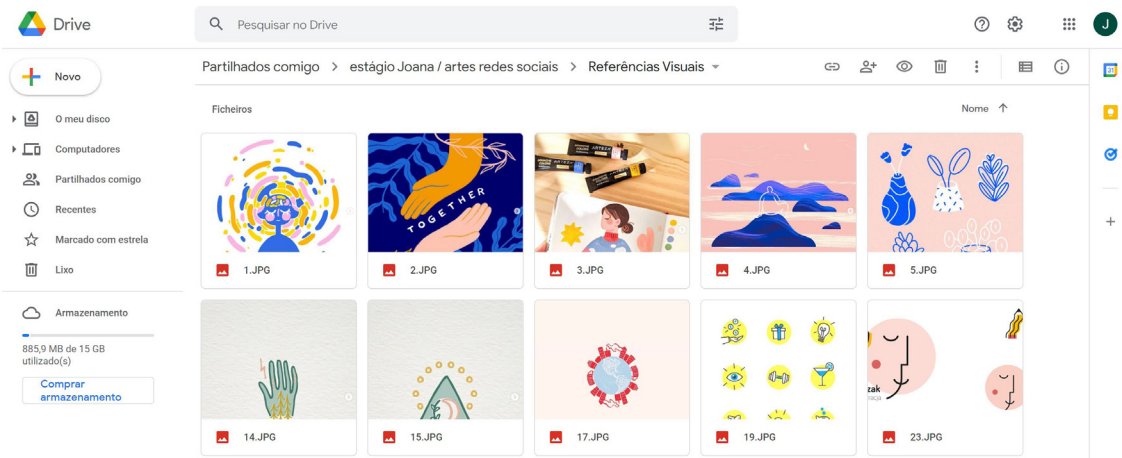


Figura 19 - Referências finais aprovadas

Neste sentido, comecei a produzir imagens exclusivamente no Adobe Illustrator, um software com o qual estaria muito pouco familiarizada e com muito pouca experiência, tentando aprender as técnicas ao longo de todo este processo. Executei, nesta fase, uma ilustração para cada uma das categorias, como um exercício.

Assim, a primeira experiência de ilustração (ver figura 20) que produzi pretendia representar o primeiro público-alvo apontado, por sua vez, um bebé. Neste sentido, decidi apropriar-me de formas simplificadas. Optei pelo laranja para a pele (cabeça e mãos), pelo amarelo para o corpo (roupa) e branco para os pés (meias). Optei, também, pelo fundo azul escuro para se destacarem todas as restantes cores que compõem a paleta da U.DREAM. Decidi incorporar formas, linhas, pontos e efeitos granulados que conferem um estilo um pouco mais abstrato à ilustração tornando-o num desenho mais interessante.



Figura 20 - Primeira experiência - Bebé (Público Alvo)

Por outro lado, a primeira área de problemática que representei foi a da Sustentabilidade Ambiental (ver figura 21) que segundo os dados fornecidos pela U.DREAM incluía os tópicos: fauna; flora; água potável e saneamento; energias renováveis e acessíveis; poluição; alterações climáticas; consumo e produção sustentáveis; e exploração espacial.

Neste sentido, de modo a criar uma ilustração que englobasse o maior número destes tópicos, optei por ilustrar espécies marinhas (fauna), algas (flora), sacos de plástico (poluição), optando, também, por representar o símbolo de água potável num dos sacos e de sustentabilidade no outro saco. Assim, optei pelo azul claro para o fundo, de modo a melhor representar o que poderia ser a água, as algas a verde, os animais a azul escuro e branco e os sacos a amarelo e a laranja (com os símbolos a branco), incorporando, assim, todas as cores principais da U.DREAM e duas das cores secundárias. Nesta experiência incorporei, também, um efeito granulado em todas as formas (menos no azul-escuro), sentindo-me bastante satisfeita com o resultado final.

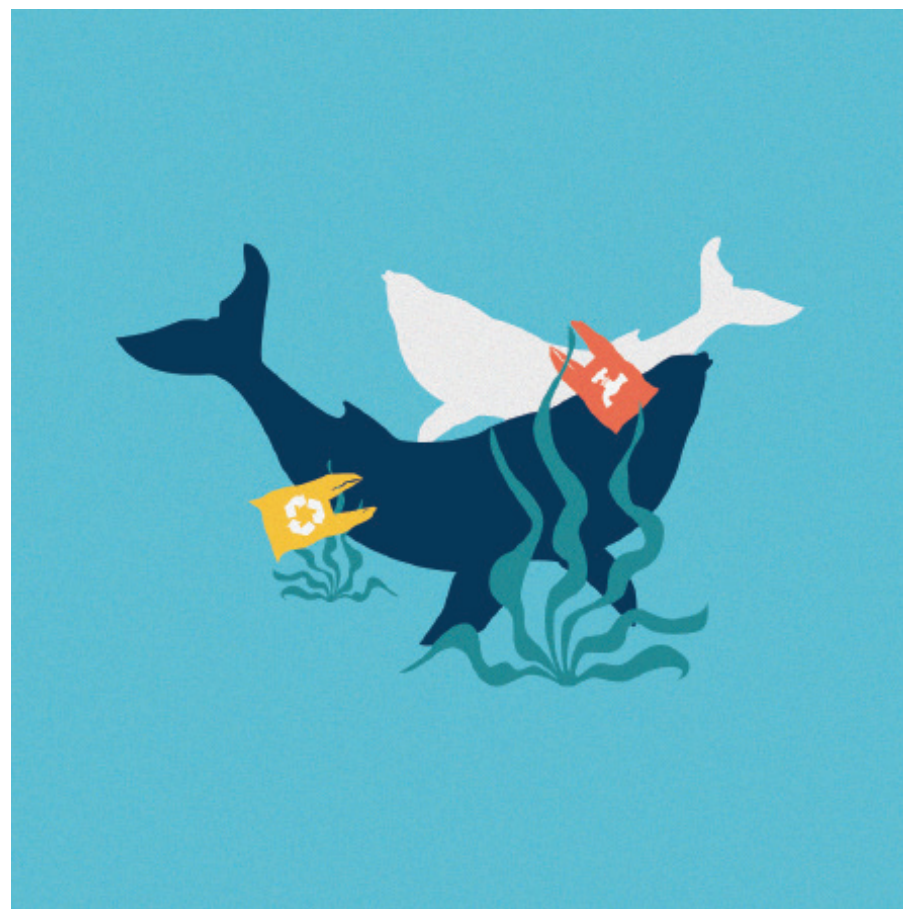


Figura 21 - Primeira experiência - Sustentabilidade Ambiental (Problemática social)

Por sua vez, o terceiro grupo de ilustrações pretendia criar uma personagem que representasse cada uma das problemáticas sociais. Neste sentido, e a partir de uma referência definida como interessante pela equipa na fase da procura e apresentação de referências que recolhi, decidi criar aqui (ver figura 22), uma personagem que representasse a causa social na camisola. Assim, a ilustração que representa a causa é a mesma, sendo apenas incorporada na camisola da personagem.

Por outro lado, perante a necessidade de que fosse representada uma personagem andrógina, pensei que poderia ser interessante utilizar uma nuvem para representar a cabeça da personagem, por ser um dos ícones mais utilizados para representar o sonho (U.DREAM), não estando associada a uma figura “feminina” nem “masculina”. Assim, obtive uma ilustração mais abstrata e simplificada, com efeitos de granulado, uma vez mais, e incorporando, agora, todas as cores (principais e secundárias) da paleta de cores da U.DREAM.

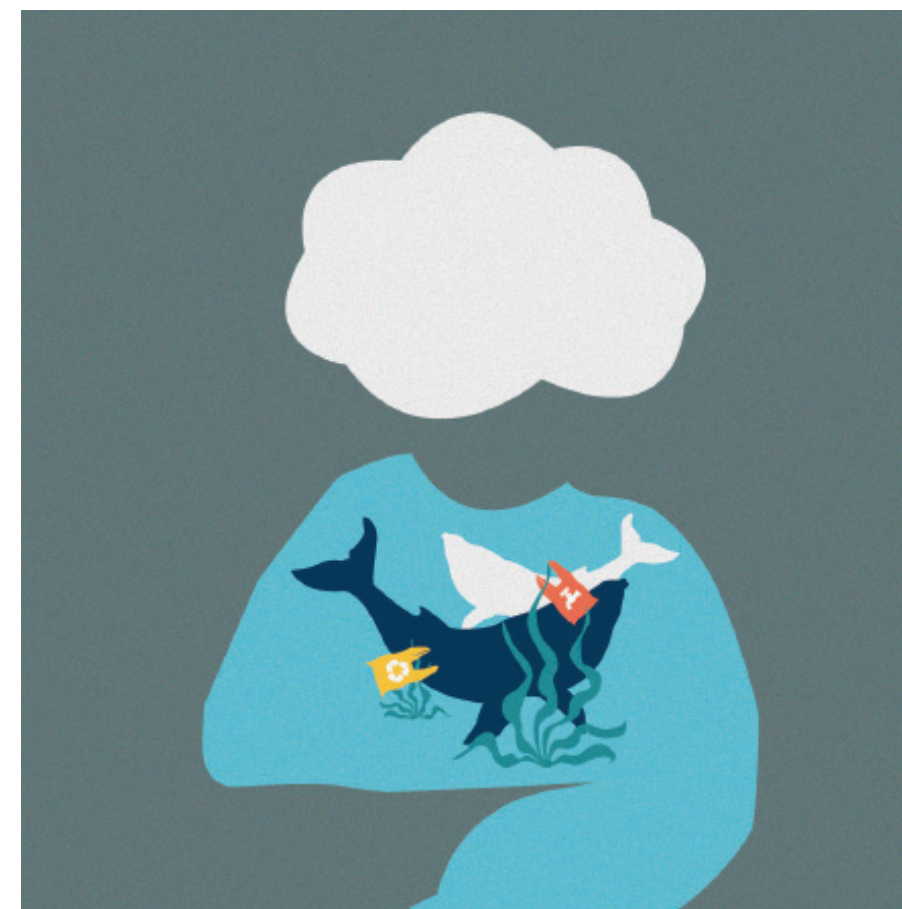


Figura 22 - Primeira experiência - Personagem andrógina da Sustentabilidade Ambiental

Por fim, o último grupo pretendia representar (através de uma única ilustração, em quatro cores diferentes), qualquer organização de impacto que não possuísse um logótipo. Assim, perante as áreas de atuação de cada uma, esta ilustração devia ser criada em quatro cores diferentes, para ser efetuada essa distinção. Neste sentido, decidi ilustrar algo que incorpora o conceito de entreajuda, através de duas personagens que aparentam criar algo em conjunto.

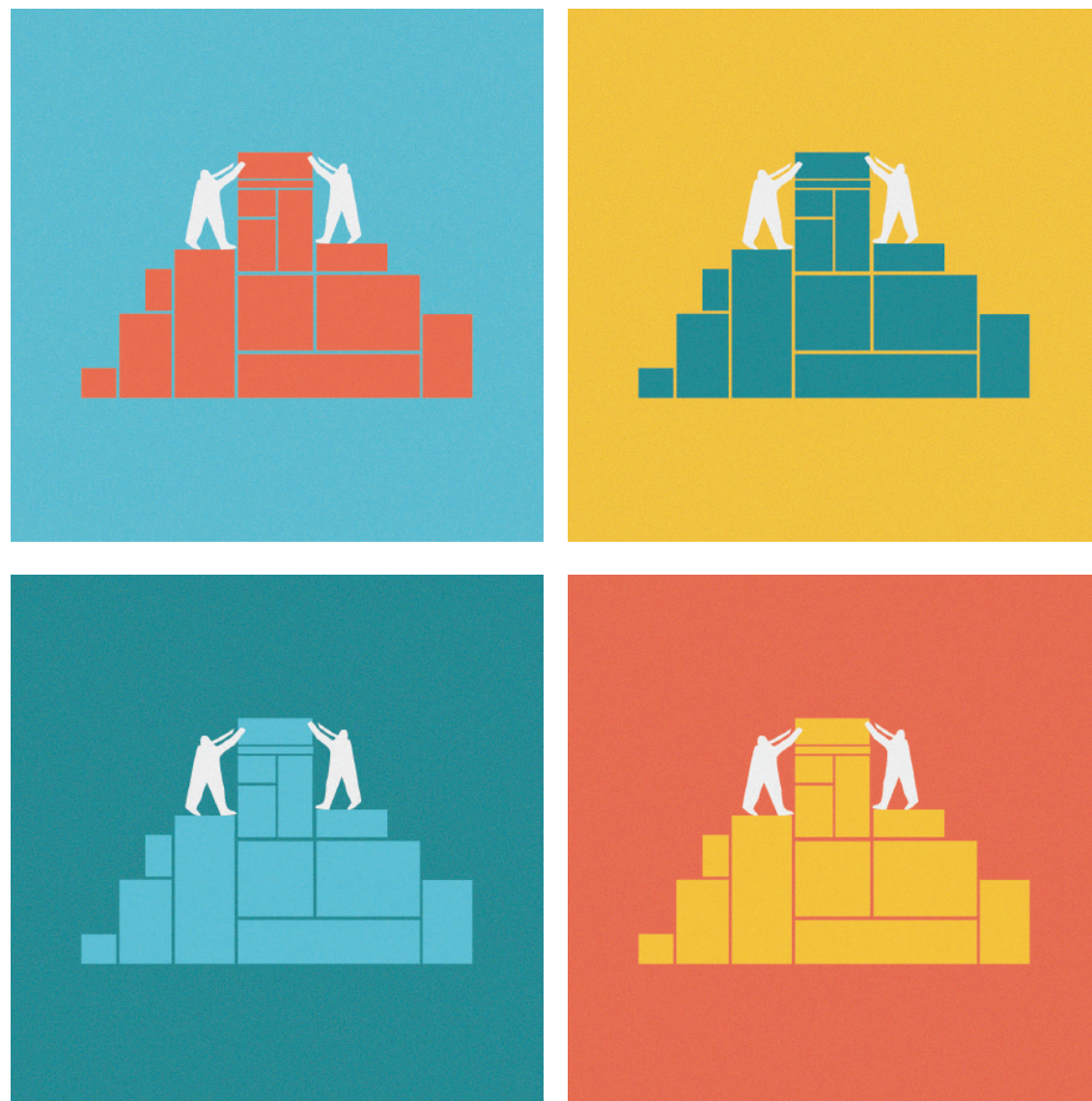


Figura 23 - Primeira experiência - Organização de impacto (em 4 cores diferentes)

Assim, produzi esta ilustração (ver figura 23) um pouco mais universal, simplificada, mas de mensagem clara. Uma vez mais, possui um efeito

granulado e incorpora todas as cores principais da paleta da U.DREAM e uma secundária (o branco). Deste modo, a maneira como conjuguei estas cores de modo a produzir quatro versões diferentes foi a partir da ideia de não repetir nenhuma cor no fundo nem repetir nenhuma cor no objeto central. Assim, obtivemos uma ilustração com fundo azul e centro laranja, uma com fundo amarelo e centro verde, outra com fundo verde e centro azul e, por último, uma com fundo laranja e centro amarelo.



4. RESULTADOS

4.1. Primeiro desafio

Após a criação das duas diferentes respostas de abordagens a este desafio, o que obtive como feedback foi que a edição do fundo deveria ser alterada, no sentido de não o escurecer, como teria feito com o intuito de destacar a caligrafia, pois fornecia às imagens um caráter um pouco mais pesado, mais escuro, o que não vai de encontro ao que se pretende transmitir, perante a natureza da organização.

Assim, mantendo a ideia inicial, e procedendo apenas à edição da fotografia, executei mais algumas experiências. Em alguns dos casos senti que as palavras pareciam perder-se um pouco, pelo que tive de experimentar diversas abordagens ao nível da exposição, do contraste e, em última instância, até ao nível da saturação, tendo decidido diminuí-la tanto na primeira (ver figura 24) como na segunda abordagem (ver figura 25), algo que me pareceu funcionar muito bem, concedendo uma boa iluminação às imagens e sem prejudicar a leitura das mensagens.

O feedback obtido foi extremamente positivo, tendo os vários elementos da equipa ficado muito satisfeitos com o conteúdo textual que incorporei nas imagens, pela manualidade da caligrafia e pelos detalhes em cada uma das abordagens. Assim, este primeiro desafio ficou concluído e a primeira abordagem particularmente destacada.

Neste sentido, a imagem é finalmente publicada no Instagram (ver figura 26), cerca de um mês depois da sua conclusão, no Dia Mundial da Bondade, a 13 de Novembro de 2021, com o objetivo de incentivar boas ações da comunidade, neste caso, através de três modos muito simples: por um lado, promovendo o reconhecimento e gratidão perante o trabalho das organizações, por outro lado, incentivando a discussão de filmes e documentários que retratem problemáticas sociais e ambientais e, por fim, sugerindo a demonstração do amor que sentimos por alguém de um modo entusiasmante e divertido (neste caso, a sugestão seria a de escrever pequenos papéis com mensagens para a pessoa em questão encontrar).



Figura 24 - Primeiro desafio-primeira abordagem



Figura 25 - Primeiro desafio-segunda abordagem

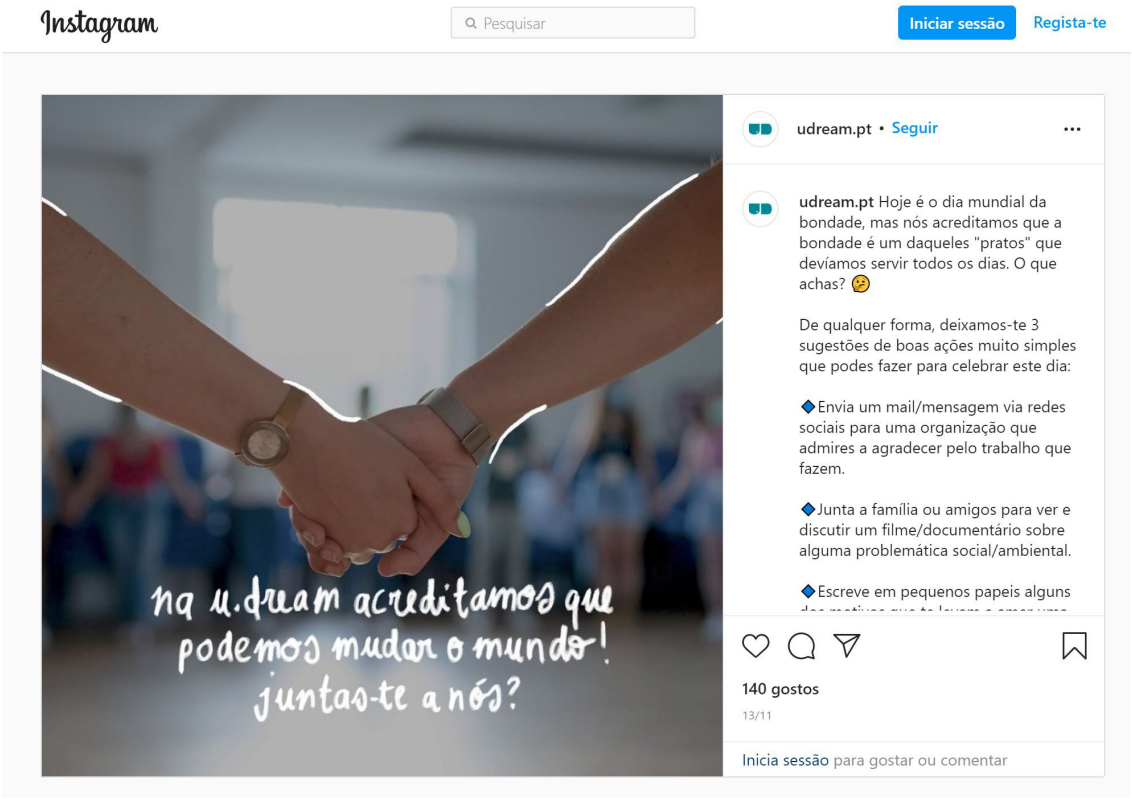


Figura 26 - U.DREAM, 2021, publicação do primeiro desafio, adaptado de https://www.instagram.com/p/CWOGP1Gt_vz/

4.2. Segundo desafio

Após a aprovação por parte da equipa de comunicação da U.DREAM, o feedback em relação ao post em formato carrossel foi extremamente positivo, tendo adorado as ilustrações. No entanto, sentiram a necessidade de se efetuarem alterações ao nível textual (tendo em conta que tudo teria sido decidido por mim até esta fase, inclusive resumir o Sistema de Desenvolvimento (posteriormente alterado pela equipa para “Sistema de Transformação”) que se pretendia comunicar).

Essas alterações procuraram alinhar-se melhor com o novo posicionamento da associação, de modo que as alterações foram as seguintes:

Capa (antes e após alterações):



Imagem 1 (antes e após alterações):

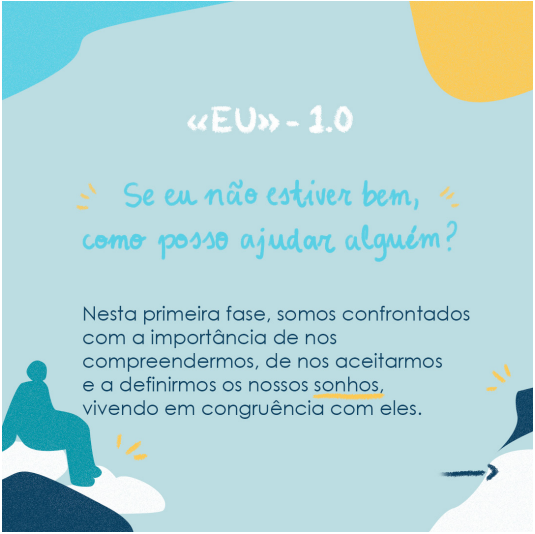


Imagem 2 (antes e após alterações):



Imagem 3 (antes e após alterações):



Imagem 4 (antes e após alterações):



Após serem efetuadas todas estas alterações, estas imagens foram publicadas em formato carrossel no Instagram da U.DREAM (ver figura 27), a 5 de Novembro de 2021.

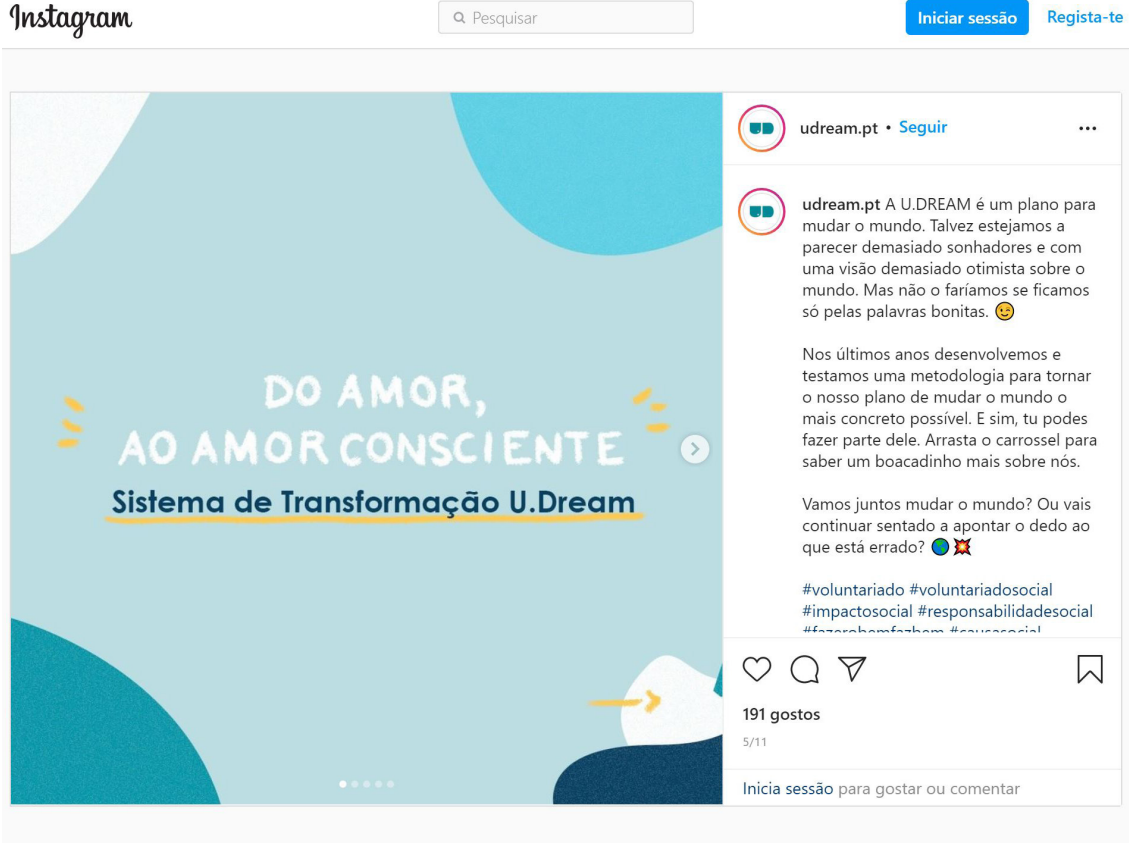


Figura 27 - U.DREAM, 2021, publicação do segundo desafio, adaptado de <https://www.instagram.com/p/CV5f5qULQ9H/>

4.3. Terceiro desafio

Após estar tudo enquadrado ao formato 9:16 e cortadas já todas as cenas menos relevantes para a mensagem a transmitir, foi necessário pensar num modo de organizar a narrativa, perante as cenas disponíveis (formações, cidades onde atua, sonhos concretizados, ações de rua), de modo a produzir um vídeo coerente.

Durante este processo e, de modo a criar essa coerência visual, voltei a partilhar com a U.DREAM a minha dificuldade em entender o documento que teria sido partilhado comigo com todas as informações e resultados do impacto gerado em 2021, por falta de contexto e por não saber ao certo o que integrar, perante tanta informação e tão pouco tempo de vídeo.

Abordei, então, este assunto e fiquei de receber estas informações simplificadas, que iriam apontar, também, o que seria mais relevante incorporar. Contudo, após um longo período de tempo a aguardar sem resposta sobre esta tema, decidi continuar a edição deste vídeo, organizando a narrativa por aquilo que considere que faria mais sentido, neste caso, iniciando-se com as cidades onde a U.DREAM atua, mostrando as palestras, as formações, os estudantes, as ações de rua dos estudantes na continuidade das formações, intercalando ações e sonhos concretizados e terminado com esses mesmos estudantes, em união.

Deste modo, após esta organização, procedi à redução do tempo de vídeo, tendo chegado a um vídeo final (até esta fase) de 1:29 min, por não saber que mais poderia excluir e esperando o feedback da equipa. Por outro lado, e perante esta duração de vídeo, incorporei também um áudio (apenas para exemplificar uma das inúmeras possibilidades) de modo a obter, uma vez mais, algum feedback nesse sentido.

Contudo, um mês depois, dei este exercício como terminado por ausência de qualquer comunicação em relação a este desafio (devido a ausência da informação textual simplificada para colocar no vídeo ou qualquer feedback em relação ao vídeo produzido, até ao momento), tendo já sido iniciado, nessa fase, um novo projeto e este vídeo não se mostrar aparentemente relevante, nesta fase, para a comunicação da organização.

4.4. Projeto - Ilustrações para o site interno

Perante as primeiras experiências de ilustração produzidas para cada grupo, o feedback obtido foi comunicado via mensagem de texto, sem ter ocorrido uma reunião prévia (por ter sido cancelada pela Claudia, minutos antes), tendo apenas como análise a organização visual, sem ter sido fornecida ainda, da minha parte, qualquer informação sobre os motivos das escolhas para cada uma delas.

Assim, em relação à primeira ilustração do público alvo que pretendia representar um bebé (ver figura 20), fui elucidada para o facto destas ilustrações virem a ser utilizadas como ícones, não necessitando de fundo. Neste sentido, estas precisariam de ser entendidas num tamanho mais pequeno, pelo que teriam de ser perceptíveis em qualquer dimensão. Neste caso, seria muito provável que, num tamanho mais pequeno, o bebé não fosse percecionado como tal.

Por outro lado, a primeira ilustração dentro do grupo das problemáticas sociais pretendia representar a sustentabilidade ambiental (ver figura 21). Aqui, o feedback que obtive foi de que apenas as baleias funcionavam. Os sacos representados, por sua vez, teriam de ser removidos pois deveríamos representar o exemplo que queremos dar e não os danos causados (neste caso, com os sacos plásticos).

A personagem andrógina criada (ver figura 22) , por sua vez, foi mencionada como estando bastante abstrata, sem entendermos que é uma pessoa, Aqui, foi apontado o rosto de uma das referências aprovadas anteriormente pela equipa, como algo a experimentar que viríamos, posteriormente, a perceber que não funcionava.

Por último, o ícone que pretendia representar as organizações de impacto (ver figura 23) que não possuísem um logótipo, foi apontado como sendo demasiado universal, podendo ser utilizado por qualquer empresa de qualquer segmento. Assim, deveria ser produzido algo mais social, mais próximo.

Deste modo, alguns caminhos foram apontados como sendo esteticamente mais interessantes, dentro das referências visuais aprovadas (ver

figura 19), sendo todas estas ilustrações simples, diretas e perceptíveis, onde percebemos automaticamente o que é suposto estar ali representado. Assim, apesar de poder colocar alguns detalhes mais lúdicos, o importante seria que a mensagem fosse clara.

Reinicie, então, este primeiro exercício, produzindo uma ilustração para cada grupo. Neste sentido, para o bebê (o primeiro público alvo), optei por uma representação simples e imediata, de um bebê de fralda, representado de perfil, com formas simplificadas e delineadas e que, por sua vez, vai de encontro ao estilo de ilustração pretendido. Aqui (ver figura 28), utilizei apenas três cores da paleta, diminuindo a saturação apenas do tom alaranjado para se adequar a um possível tom de pele.

Para representar a Sustentabilidade Ambiental, mantive a ideia principal da ilustração que teria produzido anteriormente, retirando apenas os sacos e a cor do fundo e alterando as cores para se adequarem, por um lado, ao fundo branco e, por outro lado, de modo a que o delineado azul se destacasse. Uma vez mais, optei por formas simplificadas e delineadas, incorporando um delineado azul escuro em todas as formas representadas. Aqui (ver figura 36), ao contrário do grupo do público alvo, decidi não diminuir a saturação de nenhuma das cores.

Por sua vez, simplifiquei a personagem que representa a problemática social (neste caso, a Sustentabilidade Ambiental). Aqui (ver figura 37), a causa é representada num cartaz que a personagem, muito inspirada numa das referências apontadas, está a segurar. Uma vez mais, mantemos o fundo branco e temos ilustrações com formas muito simples e delineadas. Também aqui, todo o delineado é no tom azul mais escuro da paleta e esta personagem é representada com o tom de amarelo.

Por fim, de modo a representar qualquer organização de impacto social para as organizações que não possuem logótipo, optei por uma ilustração muito simples e muito inspirada, uma vez mais, numa das referências apontadas. Aqui (ver figura 60), ao contrário da experiência anterior, existe uma melhor representação da questão social, através da representação do planeta Terra e de uma mão que procura suportá-la. As formas são, novamente, muito simples e delineadas de azul escuro e a suposta zona

“verde” do planeta é representada em quatro cores distintas, como pretendido.

A partir daqui, fui produzindo ilustrações para cada um dos grupos, alternadamente, dentro dos padrões dos resultados deste último exercício, com formas simples e uma mensagem clara. Assim, dentro do público alvo, após a ilustração do bebê (ver figura 28), procedi à execução das ilustrações da criança (ver figura 29), do jovem (ver figura 30), do adulto (ver figura 31), do idoso (ver figura 32), da comunidade geral (ver figura 33), dos animais (ver figura 34) e do meio ambiente (ver figura 35).

Dentro deste grupo, os delineados correspondem às cores da paleta da instituição e o seu preenchimento, por sua vez, é uma diminuição da opacidade dessa cor para 50%. Assim, o tom de laranja é utilizado maioritariamente para o tom de pele das figuras, o amarelo, o cinzento, o verde e o azul mais claro para o vestuário, sendo estas cores utilizadas de outro modo para representar os animais e o meio ambiente.

As figuras, por sua vez, parecem representar uma única personagem e a sua evolução natural, primeiro num bebê que gatinha, de seguida num salto de criança, passando para um adolescente e um adulto com uma postura mais correta e, por último, um idoso com uma bengala. Neste sentido, de modo a representar a comunidade geral, sem fugir da estética e do conceito representado até ao momento, decidi colocar todas essas figuras numa única imagem. Produzi, ainda, uma ilustração simples do meio ambiente e representei alguns animais, desde o doméstico ao aquático.

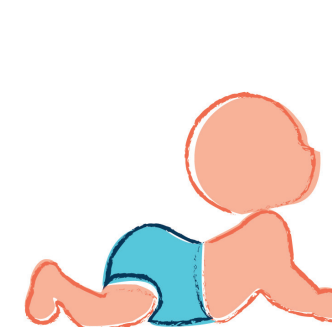


Figura 28 - Bebê



Figura 29 - Criança



Figura 30 - Jovem



Figura 31 - Adulto



Figura 32 - Idoso



Figura 33 - Comunidade Geral



Figura 34 - Animais



Figura 35 - Meio Ambiente

Por outro lado, para as áreas das problemáticas sociais, optei pela utilização da paleta secundária de cores na sua original saturação. Assim, neste grupo utilizei maioritariamente o verde (sempre representada com textura granulada, por uma questão estética), a azul clara e o laranja, com o delineado azul escuro, adicionando ou variando um pouco, conforme necessário. Aqui, as ilustrações são, novamente, bastante simples mas de clara compreensão. A par da problemática social fui, simultaneamente, produzindo a ilustração da personagem que a representa, repetindo a figura em todas as áreas e adicionando a causa representada no cartaz.

Neste sentido, após a ilustração da Sustentabilidade Ambiental (ver figura 36), produzi a da Deficiência, Incapacidade e Diversidade Funcional (ver figura 38), onde procurei uma representação de automática interpretação dos conceitos desta área, através da ilustração de uma cadeira de rodas e de uma rampa que representam, por sua vez, a mobilidade e a acessibilidade necessária. Transporte, então, esta ilustração para o cartaz da ilustração da personagem que a representa (ver figura 39).

De seguida, produzi a ilustração que pretendia representar a Demografia e Envelhecimento. Aqui (figura 40), representei uma figura com uma bengala a subir barras de estatísticas, de modo a representar os conceitos de demografia e envelhecimento, numa tentativa de perceção automática destes conceitos e transporte, uma vez mais, este ícone para a ilustração da personagem que representa esta problemática social (ver figura 41).

De modo a representar a problemática social da Economia, Emprego e Pobreza, optei por um conceito universal a qualquer um destes conceitos: dinheiro. Assim, tentei representar aqui (ver figura 42), uma nota e várias moedas que caem sobre uma mão estendida e transporte, novamente, esta ilustração para o cartaz da personagem que representa esta problemática (ver figura 43).

Por sua vez, para representar a temática da Educação, Cultura e Literacia optei por ilustrar, uma vez mais, um conceito automaticamente associado a qualquer um destes tópicos: a leitura. Decidi então, representar aqui (ver figura 44) alguns livros, um deles aberto e transporte esta ilustração para a sua personagem (ver figura 45).



Figura 36 - Sustentabilidade Ambiental



Figura 37 - Personagem - Sustentabilidade Ambiental



Figura 42 - Economia, Emprego e Pobreza



Figura 43 - Personagem - Economia, Emprego e Pobreza

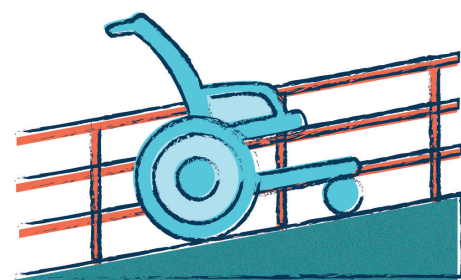


Figura 38 - Deficiência, Incapacidade e Diversidade Funcional



Figura 39 - Personagem - Deficiência, ...



Figura 44 - Educação, Cultura e Literacia



Figura 45 - Personagem - Educação, Cultura e Literacia

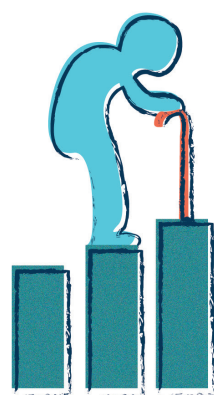


Figura 40 - Demografia e Envelhecimento



Figura 41 - Personagem - Demografia e Envelhecimento



Figura 46 - LGBTQIA+



Figura 47 - Personagem - LGBTQIA+

Por outro lado, para representar o movimento LGBTQIA+, senti que não o poderia fazer sem ilustrar o símbolo da sua representatividade, a sua bandeira. Aqui (ver figura 46), não me poderia cingir às cores da organização, pois iria alterar a perceção deste símbolo. Assim, utilizei apenas o laranja e o amarelo da paleta e o azul escuro para todo o delineado. As restantes cores procuraram ir o mais de encontro às cores da bandeira LGBT e, neste caso, para a representação da personagem, em vez da ilustração no cartaz, esta segura simplesmente a bandeira (ver figura 47).

Executei, de seguida, a ilustração que pretendia representar a temática das Minorias Étnicas, Migrantes, Refugiados e Ex-colonos. Aqui (ver figura 48), optei por ilustrar diversos membros superiores (antebraços e mãos) elevados e todos iguais mas em diferentes cores, para representar, assim, a diversidade humana. Transporte, por fim, esta representação para a ilustração da sua personagem (ver figura 49).

Por sua vez, para a temática da Paz, Terrorismo e Segurança, optei por representar uma pomba branca com um ramo de oliveira no bico, um dos maiores símbolos da paz. Aqui (ver figura 50) representei também, uma mão aberta, que a parece receber e transporte, novamente, esta ilustração para a sua personagem (ver figura 51).

De seguida, procurei representar a Saúde Biológica, através da ilustração de uma caixa de primeiros socorros, um símbolo muito associado à saúde física. Assim, representei aqui (ver figura 52), tal como na ilustração anterior, uma mão por baixo dessa caixa e transporte esta ilustração para a sua personagem (ver figura 53).

Por outro lado, de modo a representar a problemática da Saúde Mental, Comportamento desviante e Desenvolvimento Humano, optei por ilustrar uma cabeça, de perfil, e uma chave. Aqui (ver figura 54), a chave procura abrir a fechadura que é a mente humana. Por fim, transporte esta ilustração para a sua personagem (ver figura 55).

De modo a representar a temática do Universo Digital e Tecnologia, decidi representar um telemóvel e, por cima dela, o símbolo do Wi-Fi. Decidi ainda, por outro lado, representar aqui (ver figura 56), uma mão por baixo deste telemóvel, de modo a destacar o seu envolvimento humano físico

com a tecnologia e o universo digital. Transporte, de seguida, esta representação para a ilustração da sua personagem (ver figura 57).

Por último, executei a última ilustração do grupo das problemáticas sociais a serem representadas. Aqui (ver figura 58), procurei representar a problemática da Violência de um modo geral, através de uma mão aberta ensanguentada que, juntamente com o símbolo do sinal de STOP onde se insere no centro, sugerem o travar da violência. Este sinal é, por fim, elevado pela sua personagem (ver figura 59).

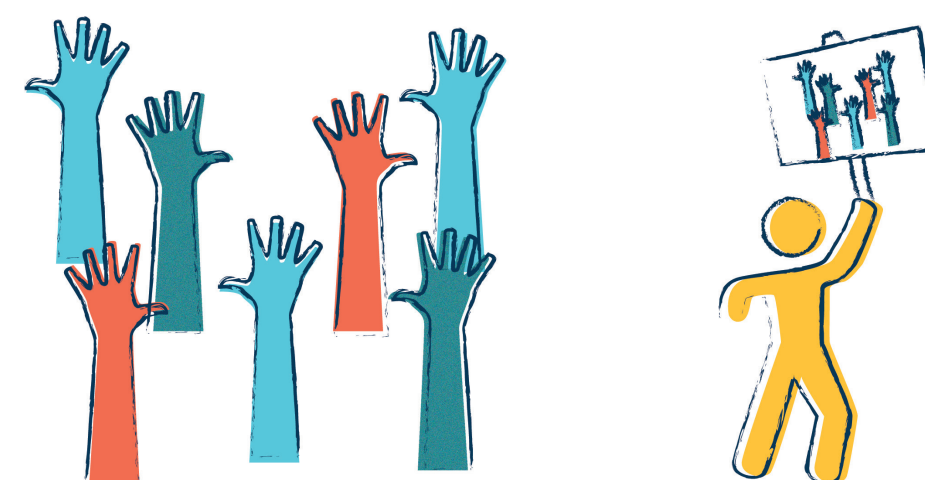


Figura 48 - Minorias étnicas, Migrantes, Refugiados, Ex-colonos Figura 49 - Personagem - Minorias étnicas, ...



Figura 50 - Paz, Terrorismo e Segurança

Figura 51 - Personagem - Paz, Terrorismo e Segurança



Figura 52 - Saúde Biológica



Figura 53 - Personagem - Saúde Biológica

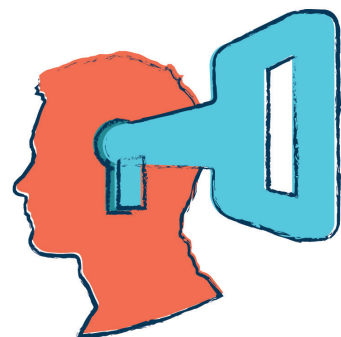


Figura 54 - Saúde Mental



Figura 55 - Personagem - Saúde Mental



Figura 56 - Universo Digital e Tecnologia



Figura 57 - Personagem - Universo Digital e Tecnologia



Figura 58 - Violência



Figura 59 - Personagem - Violência

Por fim, para o último grupo que pretendia uma representação universal para qualquer organização de impacto social que não possuísse um logótipo, decidi efetuar algumas alterações à ilustração mais recente que teria produzido para este grupo (ver figura 60). Decidi incorporar aqui (ver figura 61), uma segunda mão, pretendendo salientar a ajuda mútua, de cada lado, envolvendo e suportando o Planeta. Por outro lado, devendo esta ilustração ser produzida em quatro cores diferentes, e para ser melhor efetuada uma distinção de cada área de atuação, decidi representar a “zona azul” do Planeta em quatro cores distintas, mantendo a “zona verde” a branco em todas elas.

Posto isto, acabei por produzir todas as ilustrações previstas para este último projeto apenas para efeitos da minha própria investigação. Assim, apesar de a meio deste processo ter deixado de estar encarregue da resolução deste projeto, comprometi-me, de qualquer dos modos, a terminá-lo, mesmo sabendo que estas ilustrações poderiam nunca vir a ser utilizadas pela organização, mas de modo a entender com a equipa e com os seus eventuais públicos, através dos seus feedbacks, se as imagens passavam a ideia pretendida e retratavam corretamente cada uma das causas. Assim, o feedback foi sendo sempre extremamente positivo, tendo sido particularmente apreciados o caminho criativo seguido, o traço num “*handmade mood*”, a clareza dos ícones e, principalmente, a evolução das ilustrações perante os feedbacks.

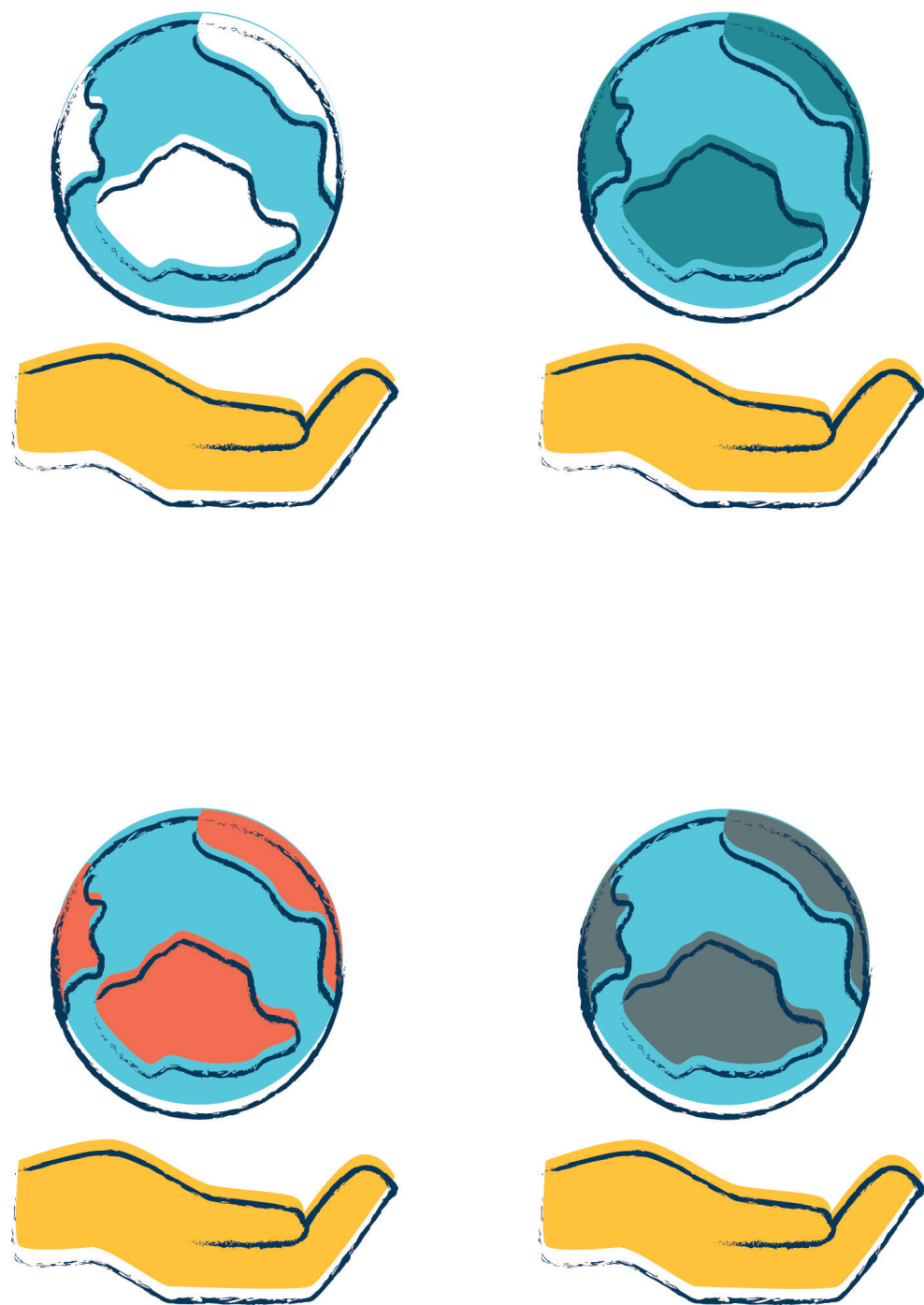


Figura 60 - Segunda experiência - Organização de impacto (4 versões)



Figura 61 - Organização de impacto (4 cores distintas) - versão final

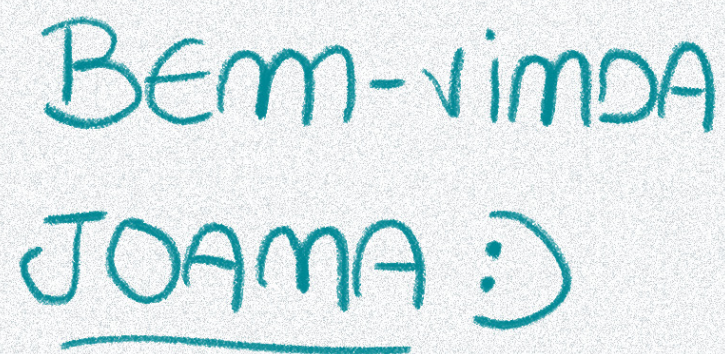
5. VIVÊNCIAS E APRENDIZAGENS

5.1. Expectativas, desafios e constrangimentos

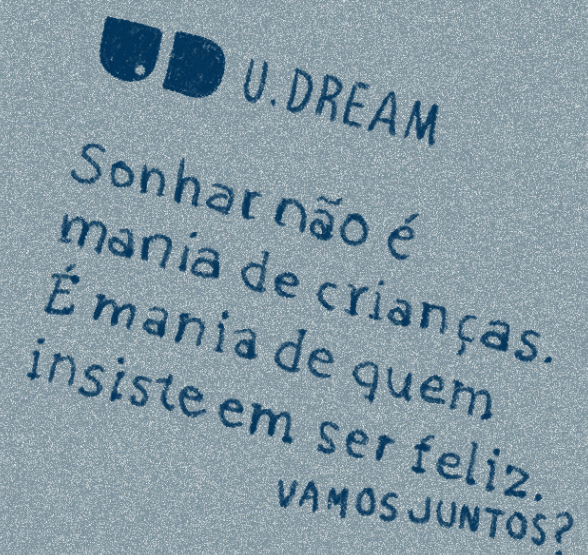
Durante a fase inicial de integração gerei algumas expectativas relativamente ao modo como iria atuar dentro da organização. Assim, perante a primeira experiência no terreno, ainda antes de iniciar oficialmente o estágio, contava que mais situações de trabalho de campo se viessem a suceder, envolvendo-me em ações de impacto, e conseguindo registar e analisar esses momentos. Contava, portanto, com a possibilidade de registar imagens ou entrevistar os intervenientes, de modo a conseguir, também, entender e comunicar melhor as problemáticas sociais abordadas.

Contudo, tal não se sucedeu por duas razões. Por um lado, quando iniciei o estágio, estaríamos ainda numa fase de recrutamento dos estudantes, pelo que essas ações na comunidade ainda demorariam muito a acontecer, tendo em conta que se realizariam apenas na última parte do programa. Por outro lado, apesar de irem existindo sempre intervenções na comunidade, as necessidades gráficas da organização demonstraram-se mais relevantes, nesta fase, e iriam mais de encontro à minha proposta inicial de produzir imagens conforme as necessidades evidenciadas.

Assim, as minhas intervenções na U.DREAM efetuaram-se, sempre, a um nível gráfico. Senti, contudo, em determinadas situações, que existia uma certa desvalorização dos processos criativos e uma maior valorização de resultados mais imediatos. Aconteceram, neste sentido, situações como ser sugerida a utilização de uma app de edição de vídeo para telemóvel, de modo a não ter de ainda estar a aprender determinados processos no Adobe Premiere ou, por exemplo, ser alegado um incumprimento de prazo, após os primeiros resultados do último projeto não estarem de acordo com o esperado e serem, conseqüentemente, pedidas alterações para a mesma data, sem ser levado em consideração que essas alterações necessitariam, também elas, do seu tempo para serem executadas.



Bem-vinda
JOAMA :)



U.DREAM
Sonhar não é
mania de crianças.
É mania de quem
insiste em ser feliz.
VAMOS JUNTOS?

Dada a situação pandémica vivenciada durante este período, a partir do mês de Dezembro acordamos que entraria no regime de teletrabalho, deslocando-me apenas à organização se realmente fosse necessário. Contudo, apesar do teletrabalho se demonstrar uma estratégia que funciona particularmente bem dentro da área do design, acabou por prejudicar, por diversas vezes, a comunicação estabelecida, de ambas as partes. Por um lado, dificultou a interpretação de informações por serem, habitualmente, fornecidas de modo textual, via Google Drive, e-mail ou WhatsApp e, por outro lado, acabou por quebrar o pouco contacto e convívio que existira, até ao momento, com os diferentes colaboradores, anulando, de certo modo, a componente relacional inerente a uma experiência de estágio.

Assim, estas questões acabaram por provocar em mim um certo desânimo, quer relativamente às relações interpessoais, quer aos objetivos de estágio que não estariam a ser totalmente alcançados perante os projetos atribuídos e à limitação de tempo sentida para a aquisição de ferramentas, necessárias às suas resoluções. Aliou-se, ainda, a toda esta experiência, o meu maior desafio ao longo de todo o processo, por sua vez, a presença de sintomas de ansiedade constantes, que já se teriam começado a manifestar antes do estágio mas que se foram agravando ao longo do processo, gerando diversas consequências para a minha saúde física e mental.

Neste sentido, dois meses antes do fim do período de estágio determinado, solicitei uma reunião, reconsiderando terminar o estágio mais cedo, estabelecendo, assim, o período mínimo para a sua concretização, de três meses. Tal devia-se ao facto de já não sentir que a colaboração estivesse a funcionar, para nenhuma das partes, não acreditando estar a conseguir contribuir para a organização do modo que necessitavam e por não sentir também, por outro lado, que estivesse realmente a contribuir, nesta fase, quer para a minha investigação, quer para o meu bem estar pessoal.

Contudo, acordamos que o estágio manter-se-ia pelo período inicialmente estabelecido de cinco meses, salientando, no entanto, que já não estaria encarregue da resolução do último projeto mas que continuaria a trabalhar nele para efeitos da minha própria investigação, procurando entender se as imagens produzidas retratavam corretamente as causas.

5.2. Experiências e competências adquiridas

Apesar dos desafios e constrangimentos anteriormente mencionados, obtive, também, ótimas experiências ao longo deste processo, e que me permitiram a aquisição de competências, em diversos níveis. Assim, perante uma primeira experiência de estágio, e tendo transitado de Artes Plásticas para o Design da Imagem, tudo se revelou tanto de estimulante como de desafiante.

O modelo de trabalho presencial, numa fase inicial de integração foi, por sua vez, extremamente positivo. Todos os colaboradores se demonstraram, durante estas interações, extremamente acessíveis e dedicados e a rotina, durante estes períodos, potenciava pequenos momentos de convívio, nos horários de almoço. Senti-me, deste modo, verdadeiramente integrada e abraçada por toda a equipa.

Tendo expressado, desde o princípio, uma vontade em aprofundar conhecimentos na área da ilustração, senti que tal foi levado em consideração na atribuição dos projetos. Por outro lado, a minha necessidade em aprofundar conhecimentos ao nível de softwares de design, apesar de, em certos momentos, ter sido percecionado como um constrangimento foi, também, algo que teve concretização. Aprofundei, então, diversos conhecimentos a estes níveis, ao longo da execução dos projetos.

Deste modo e, tendo em conta que o meu estágio passou por, autonomamente, aprender a utilizar determinadas ferramentas para a resolução das necessidades gráficas da organização, e tendo tomado tantas decisões a um nível criativo, sem uma orientação direcionada ao Design, senti que era exigida de mim uma maior responsabilidade, pelo que se foram exercitando, também, as minhas capacidades decisivas.

Algumas das capacidades que fui adquirindo ao longo deste processo, orientadas para a tomada de decisões e para a responsabilidade social, acabaram, de certo modo, por influenciar um contexto bastante específico quando, em meados de Novembro, tive a oportunidade de participar como voluntária no Projeto de Erasmus “A BREATH THOUSAND EMOTIONS”, em Lecce, Itália, a partir da Embaixada da Juventude. Assim, foi durante

esta experiência extremamente enriquecedora a vários níveis, que procurei estabelecer uma primeira conexão entre a Embaixada da Juventude e a U.DREAM por acreditar que ambas poderiam pensar em colaborar. Por um lado, a Embaixada que pretende, fundamentalmente, proporcionar experiências e fornecer conhecimentos, demonstrou-me uma necessidade de terem mais voluntários jovens portugueses nos seus projetos e, para a U.DREAM, por sua vez, achei que poderia ser particularmente interessante proporcionar este género de experiências culturais aos estudantes inseridos no seu programa educativo, permitindo-lhes, também, estabelecer relações interpessoais.

Reconheço então, agora, ter adquirido, ao longo de todo o processo de estágio, certas competências que me permitirão, no decorrer da vida, quer pessoal, quer profissional, uma aprendizagem autónoma. Identifico, deste modo, uma aquisição de conhecimentos mais aprofundados na minha área que se desenvolveram quer através do estudo e da investigação de problemáticas sociais, quer através da sua execução. Aprofundei, portanto, diversas competências, sendo, agora, capaz de comunicar temáticas e problemáticas mais adequadamente, através da imagem. Deste modo, para além de conseguir analisar e compreender problemáticas sociais, consigo também, encontrar soluções visuais para as comunicar. Assim, ao longo destes dois anos de mestrado e, perante o seu culminar com a realização deste estágio, senti que me tornei, essencialmente, capaz de produzir conteúdo artístico relevante.

The image shows a stylized graphic of the words "pensamentos" and "pensa menos" in a hand-drawn, colorful font. The word "pensamentos" is written in a larger, more vibrant font with colors like orange, yellow, and blue. Below it, the words "pensa menos" are written in a smaller, darker blue font. The background is a textured, light blue-grey.

6. PENSAMENTOS/ PENSA MENOS

“Pensamentos/ pensa menos” é uma narrativa ilustrada que exprime uma reflexão pós-estágio da minha experiência. É, portanto, um projeto introspetivo, com uma componente poética, que aborda várias das questões que têm vindo a ser mencionadas ao longo deste relatório. Assim, através deste objeto editorial, é possível efetuar duas leituras distintas mas complementares, por sua vez, uma leitura verbal e uma leitura visual.

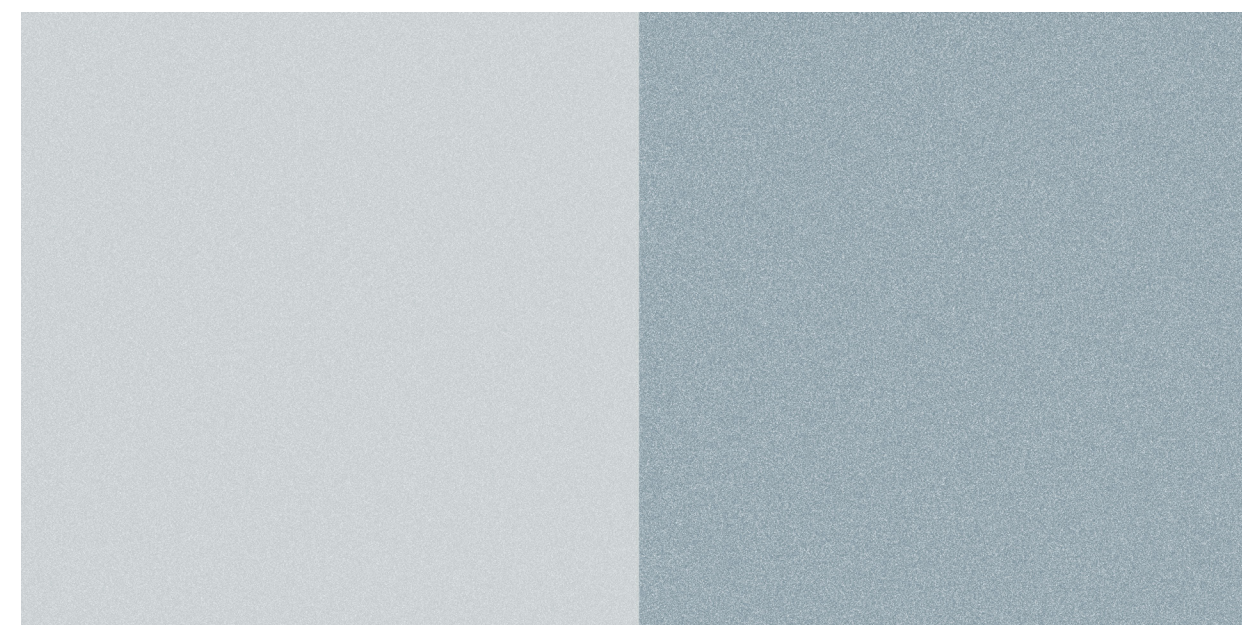
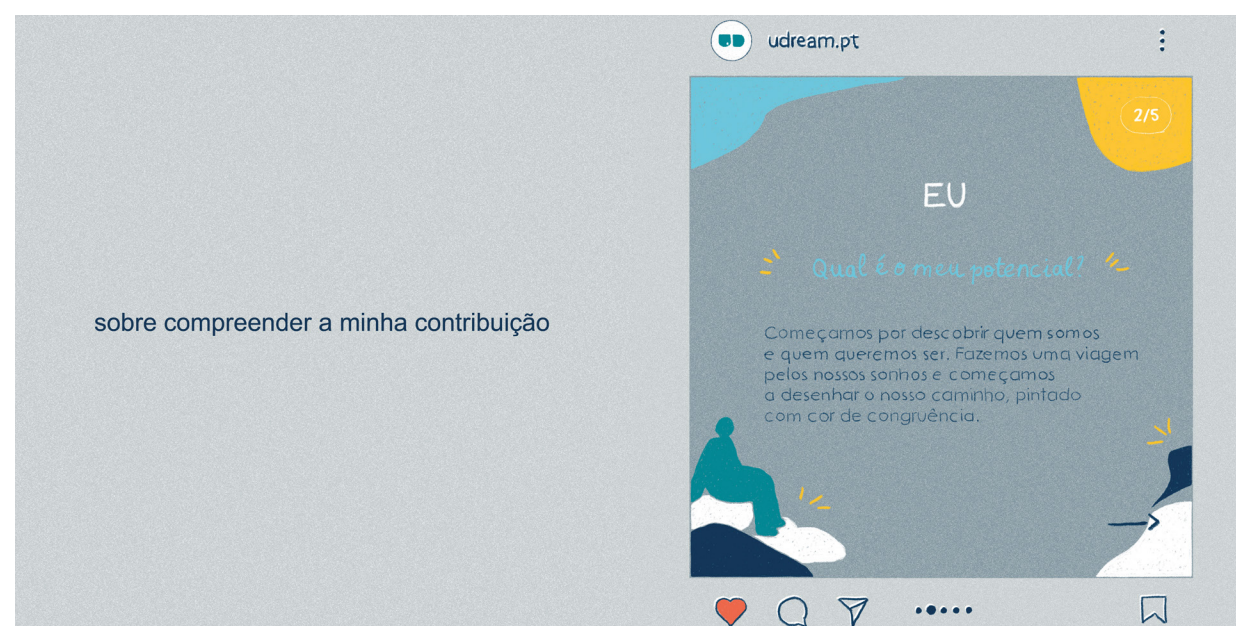
Fazendo uso da ilustração digital como expressão gráfica procuro, aqui (ver páginas seguintes), comunicar a minha experiência, de um modo muito sucinto e sequencial, evidenciando esta viagem visual do processo vivenciado que, auxiliada pelo texto, incorpora também, por sua vez, algumas observações sobre o percurso efetuado, ao longo do estágio.

Este exercício introspetivo, compreende um conjunto de nove ilustrações (incluindo a capa) exigentemente executadas que, sendo produzidas para serem olhadas pela minha perspetiva e estando ausentes de qualquer representação humana, atribuem um carácter poético à narrativa. Assim, este álbum ilustrado, pretende evocar e retratar a minha experiência, transportando o outro para o meu íntimo.

Registo aqui, deste modo, os meus pensamentos, que deram, por sua vez, origem ao título deste livro ilustrado. Combinado num jogo de palavras, o título “pensamentos” é transformado, através da representação da sua sombra, em “pensa menos”, retirando-lhe o “t” e atribuindo-lhe um espaço. Assim, este “pensa menos” é uma alusão e uma resposta aos meus pensamentos excessivos, associados à minha saúde mental, nesta fase.

É, então, através de um discurso informal e de ilustrações com carácter diarístico, que são aqui abordados diversos tópicos, como a situação pandémica, as competências que adquiri, entre outras questões. A narrativa visual inicia-se em tons mais monocromáticos e vai sendo manualmente pintada com as cores da paleta da U.DREAM, ocupando por completo a tela na última ilustração, onde se efetua uma conexão com a primeira.





CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em modo de retrospectiva, o percurso de estágio na U.DREAM foi desafiante, porém, enriquecedor. Assim, apesar dos constrangimentos e limitações que se evidenciaram, foi possível atingir alguns dos objetivos inicialmente definidos e adquirir diversas competências, em diferentes níveis. Este relatório é, portanto, a reflexão de um processo exploratório, efetuado num contexto concreto.

Assim, este testemunho analítico do que pareceu ser bem sucedido ou, por outro lado, não tão bem sucedido ao longo do processo, é efetuado de modo a destacar os pontos principais desta interlocução. Descrevo, então, uma dissonância de expectativas (em relação ao meu papel na organização, aos projetos atribuídos e às relações interpessoais), reconhecendo que, apesar de não corresponderem ao que inicialmente imaginara, foram desafios necessários de enfrentar e aos quais me tentei adaptar.

Assim, tendo transitado de Artes Plásticas para o Design da Imagem, senti, neste contexto, que ainda não teria adquirido competências aprofundadas ao nível do Design, o que implicou uma aquisição de ferramentas, ao longo do processo de estágio, perante os desafios propostos. Assim, este processo de aprendizagem, apesar de ter sido acordado desde o princípio com a U.DREAM, acabou por se revelar, para mim, como uma verdadeira limitação, por aumentar o meu tempo de resposta aos projetos lançados. Este processo foi, ainda, dificultado pelo facto de não me ter sido fornecida uma orientação direcionada para o Design, perante os objetivos da minha investigação e no contexto de estágio onde me inseri.

Acabei por compreender, deste modo, que mais do que predefinir os modos como poderia contribuir, foi mais relevante refletir sobre as minhas capacidades de ampliar as minhas próprias competências, procurando, assim, tentar responder às necessidades evidenciadas pela organização, ao longo do processo, através da produção de objetos de comunicação com perspetivas éticas e sociais.

Desenvolvi então, a partir desta experiência, um conjunto de repertórios visuais que, tendo-se adaptado às perspectivas e aos objetivos mais recentes da U.DREAM, contribuiriam para a implementação de um novo posicionamento da organização. Contribuí, deste modo, com conteúdo artístico relevante para a divulgação dos objetivos da organização, através da produção de conteúdos que pretendiam, essencialmente, efetivar uma contribuição para a projeção de realidades sociais.

Este trabalho pretende refletir-se, então, como um contributo para um contexto específico, perante uma abordagem que junta uma designer e uma organização cívica, procurando destacar as dinâmicas entre ambas, através de uma perspectiva analítica que observa as componentes desta colaboração. Reconheço, neste sentido, que o potencial do trabalho que desenvolvi, não se associa exclusivamente à produção de imagens mas, também, à criação de um espaço de convivência entre estas duas áreas.

Assim, é relatada, aqui, uma experiência que levanta tópicos que questionam o papel, o potencial e a perceção do designer nesta colaboração, destacando os pontos sensíveis desta interlocução para que, futuramente, esta venha a obter transformações positivas. Promovo, neste sentido, a inserção de mais designers nestes contextos, tendo a segura convicção de que, uma colaboração mais satisfatória é assegurada através da convivência e de uma melhor comunicação, de ambas as partes.

Neste sentido, poderíamos percecionar esta experiência como um contributo válido para uma futura inserção curricular na U.DREAM ou em associações similares. Assim, é importante ressaltar que nos encontramos perante territórios muito imprevisíveis pelo que iremos ser confrontados com surpresas. Deste modo, estes contextos podem não facilitar a total criatividade e inovação do designer, pelo que é necessário aceitar e confrontar estes cenários. Acautelo, também, uma possível desvalorização perante os processos criativos e as ferramentas utilizadas para o efeito e incentivo, sempre que possível, a opção pelo trabalho presencial comparativamente ao modelo de teletrabalho, através de uma abordagem mais direcionada para o trabalho de campo e em equipa.

Deste modo, apesar deste ser um trabalho motivado por intenções no-

bres, demonstra-se, contudo, como uma investigação incompleta, perante os objetivos iniciais, pelo que reconheço a necessidade de serem, futuramente, fornecidas outras perspectivas neste sentido. Assim, apesar dos objetivos inicialmente estabelecidos não terem sido atingidos na sua plenitude, foram analisados e desenvolvidos, até determinados pontos. Deste modo, apesar da minha contribuição no último projeto ter sido interrompida e não terem sido empregados os seus resultados, o seu desenvolvimento possibilitou-me, no entanto, tal como pretendia inicialmente, a produção de imagens que procuraram comunicar problemáticas sociais.

Por sua vez, analisei e compreendi as necessidades da organização, produzindo imagens que conseguiram comunicar os seus objetivos. Assim, mesmo que em quantidade reduzida de conteúdos, consegui contribuir para uma organização com impacto social, através de imagens que visaram contribuir para a sensibilização e para a mobilização dos cidadãos para causas nobres. No entanto, analisar o impacto dos projetos que produzi, tornou-se mais complicado, tendo em conta que apenas dois desses desafios foram empregados. Assim, a fronteira entre a imagem que sensibiliza e a imagem que choca não foi analisada, tal como se pretendia.

Procurei, no entanto, compreender os meus papéis enquanto designer nestes contextos, analisando as minhas contribuições e limitações ao longo do processo e explorando modos de aplicar as minhas competências, ao serviço de um bem maior. Esta investigação ressalta, portanto, a consciência de que o trabalho que foi desenvolvido é um trabalho pioneiro, nobre, pelos outros e para os outros. Assim, em vez de o colocarmos refém do seu sucesso perante os objetivos inicialmente definidos, precisamos de o entender, também, como uma prospeção de uma missão e o dever de ter presente o Design ao serviço da comunidade.

Posto isto, numa era em que tanto falamos sobre cooperação mas percecionamos, sucessivamente, o oposto, o relato desta experiência procura acrescentar uma nova perspectiva, esperando contribuir para a criação de uma ponte entre designers e organizações cívicas e fornecer um novo contributo para uma futura legitimação do Design como ferramenta de transformação social.

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig.1 U.DREAM, 2021, Página de Instagram a 22/10/2021, adaptado de https://www.instagram.com/udream.pt/	29
Fig.2 U.DREAM, 2021, site da organização, adaptado de https://www.udream.pt/pt/sistema-desenvolvimento	30
Fig.3 Conteúdos visuais (vídeos) fornecidos para serem integrados no último desafio	31
Fig.4 Sumol, 2021, Página de Instagram a 23/10/2021, adaptado de https://www.instagram.com/sumol/	33
Fig.5 Alguns dos conteúdos visuais fornecidos (fotografias) para serem integrados no primeiro desafio	34
Fig.6 Primeiro desafio - primeira abordagem no Adobe Photoshop	35
Fig.7 Primeiro desafio - segunda abordagem no Adobe Photoshop	35
Fig.8 Paleta de cores da U.DREAM (paleta principal e paleta secundária), em Outubro de 2021	36
Fig.9 Segundo desafio - texto completo escrito manualmente (letra a letra); uma ilustração; produzido no Photoshop	37
Fig.10 Pormenor	37
Fig.11 Segundo desafio - conteúdo da mensagem escrita a computador, títulos à mão, carrossel ilustrado por completo	38
Fig.12 Pormenor	38
Fig.13 Segundo desafio- feitas todas as alterações e adições- aprovado pelos membros da comunicação da U.DREAM	39
Fig.14 Pormenor	39
Fig.15 Pormenor	39
Fig.16 Pormenor	39
Fig.17 Paleta de cores da U.DREAM, atualizada em Dezembro de 2021	41
Fig.18 Conjunto de referências recolhidas	42
Fig.19 Referências finais aprovadas	42
Fig.20 Primeira experiência - Bebé (Público Alvo)	43
Fig.21 Primeira experiência - Sustentabilidade Ambiental (Problemática social)	44
Fig.22 Primeira experiência - Personagem andrógina da Sustentabilidade Ambiental	45
Fig.23 Primeira experiência - Organização de impacto (em 4 cores diferentes)	46
Fig.24 Primeiro desafio-primeira abordagem	50
Fig.25 Primeiro desafio-segunda abordagem	50
Fig.26 U.DREAM, 2021, publicação do primeiro desafio, adaptado de https://www.instagram.com/p/CWOGP1Gt_vz/	50
Fig.27 U.DREAM, 2021, publicação do segundo desafio, adaptado de https://www.instagram.com/p/CV5f5qULQ9H/	53
Fig.28 Bebé	57
Fig.29 Criança	57
Fig.30 Jovem	58
Fig.31 Adulto	58

Fig.32 Idoso	58
Fig.33 Comunidade Geral	58
Fig.34 Animais	58
Fig.35 Meio Ambiente	58
Fig.36 Sustentabilidade Ambiental	60
Fig.37 Personagem - Sustentabilidade Ambiental	60
Fig.38 Deficiência, Incapacidade e Diversidade Funcional	60
Fig.39 Personagem - Deficiência, Incapacidade e Diversidade Funcional	60
Fig.40 Demografia e Envelhecimento	60
Fig.41 Personagem - Demografia e Envelhecimento	60
Fig.42 Economia, Emprego e Pobreza	61
Fig.43 Personagem - Economia, Emprego e Pobreza	61
Fig.44 Educação, Cultura e Literacia	61
Fig.45 Personagem - Educação, Cultura e Literacia	61
Fig.46 LGBTQIA+	61
Fig.47 Personagem - LGBTQIA+	61
Fig.48 Minorias étnicas,Migrantes,Refugiados,Ex-colonos	63
Fig.49 Personagem - Minorias étnicas,Migrantes,Refugiados,Ex-colonos	63
Fig.50 Paz, Terrorismo e Segurança	63
Fig.51 Personagem - Paz, Terrorismo e Segurança	63
Fig.52 Saúde Biológica	64
Fig.53 Personagem - Saúde Biológica	64
Fig.54 Saúde Mental	64
Fig.55 Personagem - Saúde Mental	64
Fig.56 Universo Digital e Tecnologia	64
Fig.57 Personagem - Universo Digital e Tecnologia	64
Fig.58 Violência	65
Fig.59 Personagem - Violência	65
Fig.60 Segunda experiência - Organização de impacto (4 versões)	66
Fig.61 Organização de impacto (4 cores distintas) - versão final	67

REFERÊNCIAS

Blaikie, Norman. 2000. Designing social research: The logic of anticipation. Oxford: Polity Press.

Clarke, A. J. 2011. Design anthropology: Object Culture in the 21st century. Vienna: Springer.

Miguel, Ana. 2019. “My Dream is to make you smile, what about yours?” THE MOTIVATIONS AND OUTCOMES OF STUDENT’S VOLUNTEERING AT U.DREAM”. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia, Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/121550>.

Oliveira, Cândida. 2017. “Design gráfico em Empreendedorismo Social, caso U.DREAM”. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/109070>.

Papanek, V. 1971. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. New York: Pantheon Books.

Simmons, C. 2011. Just Design: Socially Conscious Design for Critical Causes. Australia: HOW Books.

U.DREAM. 2022. “Um plano para mudar o mundo”. <https://www.udream.pt/>.

Walker, S. 2017. Design for Life: Creating Meaning in a Distracted World. New York: Routledge.

