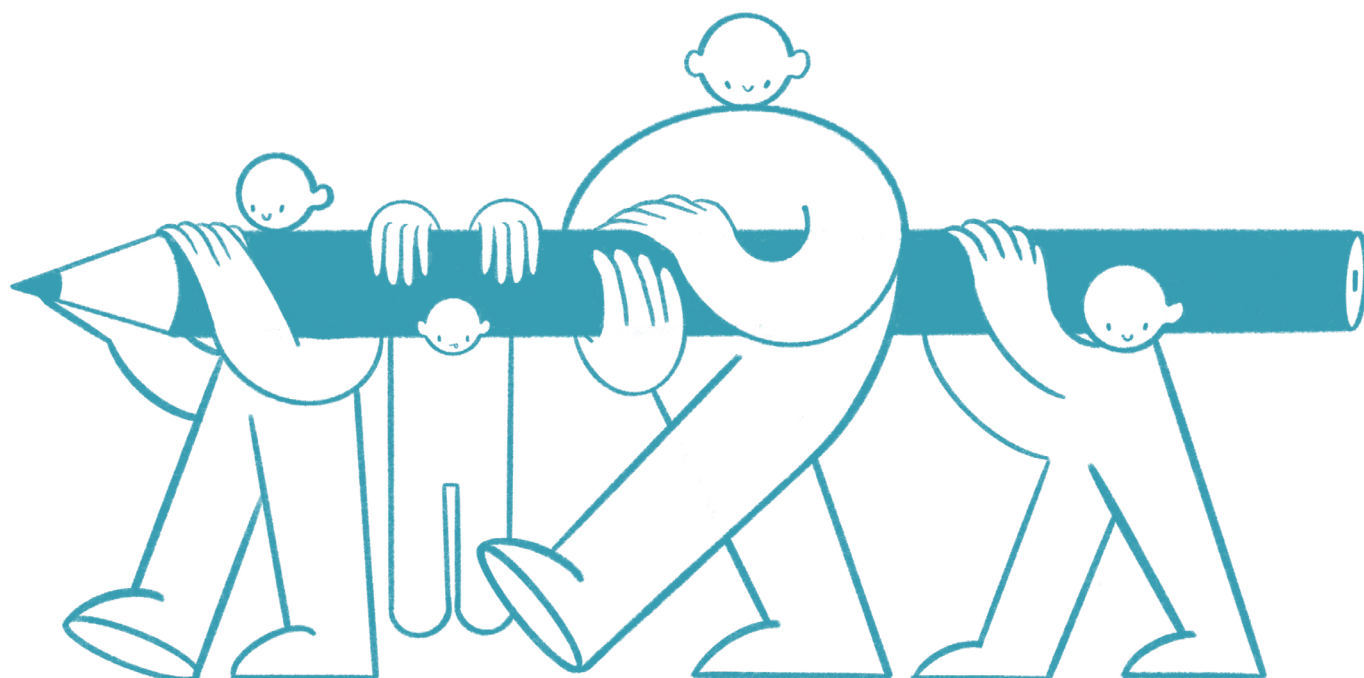


Vida de Artista:

o trabalho de ilustração independente em Portugal no contexto das feiras de autoedição e negócios de autor



Camila de Oliveira Aguiar Cota

up202400253

**Relatório de Projeto para obtenção do grau de
Mestre em Ilustração, Edição e Impressão.
Realizado sob orientação de Júlio Dolbeth.**

Junho de 2026

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Agradecimentos

A concretização deste projeto não teria sido possível sem o apoio incondicional de quem me acompanhou ao longo deste percurso.

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais, pelo suporte constante e pelo investimento na Vida desta Artista que aqui encerra um ciclo académico e que agora lutará para viver do seu trabalho de ilustração de forma independente.

Ao meu Luís, pela presença e pela calma nos momentos de maior insegurança.

Ao meu orientador, Júlio Dolbeth, pela disponibilidade em acompanhar este projeto e por todo o apoio prestado.

Aos colegas e amigos que fizeram parte destes dois anos de MIEI, pelas conversas, trocas de experiências e cumplicidade que só quem partilha o mesmo percurso consegue oferecer.

A todos os artistas, ilustradores, *designers* e organizadores, que generosamente cederam o seu tempo e as suas palavras e contribuíram de forma significativa para esta investigação.

Resumo

Este projeto de investigação visa compreender o trabalho de ilustração independente em Portugal fora do circuito tradicional cliente-encomenda. Pretende contextualizar o universo da publicação independente em Portugal, incluindo o fenómeno dos *fanzines*, o movimento *Do-It-Yourself* e as feiras de arte e autoedição, com especial enfoque na cidade do Porto. Pretende ainda estabelecer contato direto com ilustradores que desempenham um papel ativo na gestão dos seus próprios negócios e espaços comerciais, de forma a compreender os mecanismos de divulgação e venda de ilustrações no mercado independente e analisar em que medida estas práticas contribuem para a sustentabilidade financeira e autonomia criativa dos artistas, bem como as dificuldades inerentes. No âmbito da investigação prática, realiza-se também uma experiência pessoal de participação em feiras e mercados de arte, com o objetivo de recolher dados e compreender os processos envolvidos. Por fim, pretende contribuir para a investigação científica sobre o trabalho de ilustração independente em Portugal enquanto prática autónoma, refletindo sobre o seu lugar no contexto académico. Desta investigação resulta um projeto de ilustração intitulado *Vida de Artista*, que explora as experiências e os desafios enfrentados por ilustradores que procuram viver exclusivamente do seu trabalho. O projeto utiliza diferentes técnicas de reprodução, resultando em um conjunto de objetos ilustrados concebidos para circulação e venda.

Este projeto visa ainda a criação de uma feira de ilustração e autoedição para os alunos da FBAUP, a desenvolver em colaboração com a Associação Júnior de Design, com o objetivo de promover a produção autoral, a publicação independente e a criação de redes entre pares.

Palavras-chave

Ilustração; Sustentabilidade; Trabalho de Autor; Feiras de Autoedição

Abstract

This research project aims to understand the work of independent illustrators in Portugal outside the traditional client-commission circuit. It aims to contextualize the independent publishing landscape in Portugal, including fanzines, the *Do-It-Yourself* movement, and art and self-publishing fairs, with a special focus on the city of Porto. It also intends to establish direct contact with illustrators who play an active role in managing their own businesses and commercial spaces, in order to understand the mechanisms of dissemination and sale of works in the independent market and to analyze to what extent these practices contribute to the financial sustainability and creative autonomy of artists, as well as the inherent difficulties. As part of the practical research, a personal experience of participating in art fairs and markets is also carried out to collect data and understand the processes involved. Finally, it intends to contribute to scientific research on the work of independent illustrators in Portugal as an autonomous practice, reflecting on its place in the academic context.

This research results in an illustration project entitled *Artist's Life*, which explores the experiences and challenges faced by illustrators who seek to live exclusively from their work. The project uses different reproduction techniques, resulting in a set of illustrated objects designed for circulation and sale.

This project also aims to create an illustration and self-publishing fair for FBAUP students, in collaboration with the Junior Design Association, to promote authorial production, independent publishing, and the creation of peer-to-peer networks.

Keywords

Illustration; Sustainability; Authorial Practice; Self-publishing Fairs

Reconhecimento do uso de ferramentas IA

Reconheço a utilização do ChatGPT 5.5 (Open AI, <https://chatgpt.com/>) para revisão linguística, nomeadamente nas conclusões dos capítulos, e formatação dos formulários distribuídos, de forma a obter maior clareza e fluidez do texto. De qualquer forma, todo o conteúdo, interpretação e referências foram revistos pela autora.

Glossário	p. 9
Índice de imagens	p. 11
Introdução	p. 18
Objetivos e Metodologia	p. 19
Estrutura	p. 20
Estado da Arte	p. 22
KISMIF	p. 22
Raia, Tráfico de Edições	p. 22
Feira da Alegria	p. 23
1. Capítulo I - Enquadramento teórico	p. 24
1.1 Ilustração	p. 24
1.1.1 A ilustração como múltiplo - a reprodução mecanizada	p. 25
1.1.2 A pluralidade do ilustrador - autor, editor e produtor	p. 29
1.1.3 A ilustração como prática autónoma	p. 31
1.1.4 Identidade do ilustrador	p. 32
1.2 Autoedição	p. 34
1.2.1 Do-it-yourself	p. 34
1.2.2 Feiras de arte e autoedição	p. 36
1.2.3 As redes sociais	p. 38
1.2.4 Sustentabilidade financeira	p. 38
1.3 Considerações finais do capítulo	p. 40
2. Capítulo II - O trabalho de ilustração independente no contexto das feiras de autoedição e negócios de autor - casos de estudo e trabalho de campo	p. 41
2.1 Autores	p. 42
2.1.1 Mariana, a Miserável	p. 42
2.1.2 Mariana Malhão	p. 44
2.1.3 Gambuzino	p. 46
2.1.4 Tina Siuda	p. 47
2.1.5 Ana Seixas	p. 48

2.2 Feiras	p. 50
2.2.1 Feira Laica	p. 50
2.2.2 Feira Autónoma	p. 51
2.2.3 Bouça em Arte	p. 52
2.2.4 Mercado Quimera	p. 53
2.2.5 Feira Elixir	p. 54
2.3 Galerias Especializadas	p. 55
2.3.1 Ó! Galeria	p. 55
2.3.2 Padaria Águas Furtadas	p. 56
2.4 Trabalho de Campo	p. 57
2.5 Associações de ilustração e recursos de apoio	p. 59
2.6 Considerações finais do capítulo	p. 59
3. Capítulo III - Projeto <i>Vida de Artista</i>	p. 60
3.1 Enquadramento do tema	p. 60
3.2 Trabalho de campo - experiências pessoais	p. 61
3.3 Ilustrações	p. 62
3.4 Materiais e métodos de impressão	p. 69
3.5 Resultados	p. 77
3.6 Feira <i>Vida de Artista</i>	p. 85
Considerações Finais	p. 92
Desenvolvimentos Futuros	p. 93
Bibliografia	p. 94
Fontes das Imagens	p. 99

Glossário

Fanzine - junção de “*fan*” e “*magazine*”, é uma publicação produzida de forma independente por entusiastas de uma cultura particular para outros entusiastas;

DIY (Do-it-yourself) - termo inglês para “faça você mesmo”, é uma filosofia e prática de produção autónoma que incentiva a criação e a construção de objetos e projetos de forma independente;

Autoedição - processo em que o autor assume o controlo e o investimento total de um projeto, desde a revisão e *design* até à impressão e distribuição;

Design - disciplina que visa a criação de objetos, ambientes, obras gráficas, etc., ao mesmo tempo funcionais, estéticos e conformes aos imperativos de uma produção industrial;

Underground - espetáculo, obra literária, ou revista de vanguarda realizados fora dos circuitos comerciais ordinários;

Print - termo inglês para “impressão”, geralmente refere-se à reprodução artística ou cópia impressa de um trabalho feita para comercialização;

Linogravura - técnica de gravura em relevo derivada da xilogravura (gravura em madeira) feita numa matriz de linóleo;

Offset - termo inglês para método de impressão baseado na técnica de impressão litográfica onde a tinta antes de passar da chapa para o papel é primeiro “deslocada” para um cilindro de borracha intermediário;

Sticker - termo inglês para “autocolante”, feito de pedaços de papel, plástico ou vinil com imagens ou textos que podem ser colados em superfícies;

Tote bag - termo inglês para “saco de transporte”, saco de tamanho médio com duas alças de ombro geralmente feito em tecido ou pano;

Feiras e mercados - circuitos de distribuição e venda de trabalhos de ilustradores, *designers* e artistas visuais diretamente com o público;

Cut-and-paste - termo inglês para “recortar e colar”, relacionado à técnica da colagem;

Punk - movimento de contracultura, contestação social e género musical que surgiu nos anos 70 na Grã-Bretanha;

Open Call - termo inglês para “chamada aberta”, significa um concurso público ou processo seletivo;

Freelance - termo inglês para “trabalho autônomo ou independente”, alguém que trabalha por conta própria sem depender de um empregador;

Print-on-demand - termo inglês para “impressão sob demanda”, é um modelo de negócio em que os produtos personalizados são produzidos mediante o pedido do cliente;

Múltiplo - cada um dos exemplares de uma obra de arte (litografia, serigrafia, etc.) pensada para ser reproduzida;

Concept store - loja reúne uma seleção curada de artigos de diferentes marcas e categorias (moda, decoração, beleza e arte) focados num tema central;

Stories - funcionalidade que permite publicar fotos e vídeos curtos que ficam visíveis para os seguidores durante uma curta duração (geralmente 24 horas);

Post - conteúdo publicado numa plataforma digital ou rede social.

Índice de imagens

Fig. 1 - Cartaz da Chamada de propostas para a 8ª edição do KISMIF. Autor Desconhecido. 2025.	p. 22
Fig. 2 - Cartaz para a 7ª edição do raia, Tráfico de Edições. Matilde Feitor. 2022	p. 22
Fig. 3 - Cartaz da 1ª edição da Feira da Alegria. Vasja Lebarič. 2019.	p. 23
Fig. 4 - Cartaz da edição de 2025 da Feira da Alegria. Gabriel Seixas. 2025.	p. 23
Fig. 5 - Feira da Alegria. 2025.	p. 23
Fig. 6 - Xilogravura. Cena com Jesus e São Pedro do livro <i>Schatzbehalter</i> . Michael Wolgemut. 1491.	p. 25
Fig. 7 - Ilustrações da produção das xilogravuras em xilogravura. Jost Amman. 1568.	p. 25
Fig. 8 - Página de uma <i>Biblia Pauperum</i> . Século XV.	p. 26
Fig. 9 - Tipos móveis. Wili Heidelberg. 2004.	p. 26
Fig. 10 - Panfleto <i>Tooneel van Flora</i> (Palco de Flora). Joost Broersz. 1637.	p. 26
Fig. 11 - Cartão-postal em cromolitografia (litografia em cor). Th. Mayerhofer & Co. 1902.	p. 26
Fig. 12 - Litografia em <i>Offset "Vibes"</i> . David Shrigley. 2018.	p. 26
Fig. 13 - A gravura heliográfica mais antiga que se conhece, impressa a partir de uma placa de metal exposta sob uma gravura comum e copiada fotograficamente. Nicéphore Niépce. 1825.	p. 27
Fig. 14 - Caneta Elétrica, uma das componentes do sistema duplicador. Thomas Edison. 1876.	p. 27
Fig. 15 - Modelo 78 do mimeógrafo da A.B. Dick Company. 1914-1930.	p. 27
Fig. 16 - 1ª edição do <i>fanzine "The Comet"</i> . Raymond Palmer e Walter Dennis. 1930.	p. 34
Fig. 17 - 1ª edição da revista <i>"TinTin"</i> . Dinis Machado e Vasco Granja. 1968.	p. 34
Fig. 18 - 1ª edição da revista <i>"Detours"</i> . Louis Russell Chauvenet. 1940.	p. 35
Fig. 19 - <i>Fanzines</i> comprados no London Zine Symposium. Autor desconhecido. 2007.	p. 35

Fig. 20 - <i>Fanzines punk</i> ingleses e americanos. Autor desconhecido. 1994-2004	p. 36
Fig. 21 - Feira Raia, Tráfico de Edições. Foto tirada pela organização. 2024	p. 36
Fig. 22 - Ilustração para o livro " <i>Autónoma</i> ", baseado no <i>fanzine</i> previamente publicada " <i>Freelancer</i> ". Mariana, a Miserável. 2019.	p. 42
Fig. 23 - Ilustração " <i>Too Romantic</i> ". Mariana, a Miserável. 2014	p. 43
Fig. 24 - <i>Fanzine</i> " <i>Little Miserable Book</i> ". Fotos de Susana Jaques e Raquel Graça. Mariana, a Miserável. 2013.	p. 43
Fig. 25 - Ilustração para o Festival Play. Mariana Malhão. 2020.	p. 44
Fig. 26 - Mural " <i>Mãos de Luz</i> " para o festival Ruas D'Arte em Vila Nova de Poiares, organizado pela Mistaker Maker. Mariana Malhão. 2022.	p. 45
Fig. 27 - Cartaz para o Sábado-Feira organizado por Mariana Malhão e Dylan Silva. Mariana Malhão. 2018.	p. 45
Fig. 28 - Mural para a Eatery 119. Gambuzino. 2025.	p. 46
Fig. 29 - Ilustração para a exposição individual " <i>Shadow Folk</i> " na Metralha. Gambuzino. 2026.	p. 46
Fig. 30 - Risografia " <i>Fire Love Leons</i> ". Tina Siuda. s.d.	p. 47
Fig. 31 - Risografia " <i>Cheeky</i> ". Tina Siuda. s.d.	p. 47
Fig. 32 - Ilustração " <i>Facetime with my friends</i> ". Ana Seixas. s.d.	p. 48
Fig. 33 - Livro ilustrado " <i>Entre Máquinas Inteligentes</i> " escrito por CosiCosa e publicado por Flamboyant. Ana Seixas. 2022.	p. 49
Fig. 34 - Pássaros de Cerâmica. Ana Seixas. s.d.	p. 49
Fig. 35 - Cartaz da 1ª edição da Feira Laica. José Feitor. 2004.	p. 50
Fig. 36 - Cartaz da 21ª e última edição da Feira Laica. Zé Burnay. 2012.	p. 50
Fig. 37 - Cartaz da 1ª edição de Feira Autónoma. Mariana Freire. 2023.	p. 51
Fig. 38 - Feira Autónoma. 2023.	p. 51

Fig. 39 - Cartaz da 5ª edição da Feira Autônoma. Rodolfo Sobral. 2026.	p. 52
Fig. 40 - Cartaz da 2ª edição do Bouça em Arte. Erica's Chapters. 2025.	p. 52
Fig. 41 - Participação da autora na 2ª edição do Bouça em Arte. Foto publicada pela organização no seu Instagram. 2025.	p. 53
Fig. 42 - Cartaz da 1ª edição do Mercado Quimera. 2024.	p. 53
Fig. 43 - Alfinetes oferecidos aos artistas participantes. Foto tirada pela autora na participação da 13ª edição do Mercado Quimera. 2026.	p. 54
Fig. 44 - cartaz da 2ª edição da Feira Elixir organizada pelo Pórtico da FMUP. 2026.	p. 54
Fig. 45 - Participação da autora na 2ª edição da Feira Elixir. Foto publicada pela organização no seu Instagram. 2026.	p. 54
Fig. 46 - Parede da Ó! Galeria. Foto tirada pela autora. 2024.	p. 55
Fig. 47 - Exposição coletiva de inverno " <i>Spoonful of Happy</i> " realizada na Ó! Galeria. 2026.	p. 55
Fig. 48 - Exposição " <i>Breakfast for Dinner</i> " da KIKA realizada na Cor Própria. 2026.	p. 56
Fig. 49 - Padaria Águas Furtadas. 2026.	p. 56
Fig. 50 - participação da autora na 14ª edição do Mercado Quimera. 2026.	p. 57
Fig. 51 - Cabeçalho do questionário distribuído pelos participantes das diversas feiras onde a autora também participou. 2025-2026.	p. 57
Fig. 52 - "Guia Ninja do Ilustrador" da AGPI com informações legais, profissionais e de mercados para ilustradores <i>freelance</i> . 2016.	p. 59
Fig. 53 - Registo de todas as vendas feiras durante as participações nas feiras mencionadas por ordem cronológica. 2025-2026.	p. 61
Fig. 54 e 55 - Fotos publicadas pelo Mercado Quimera no seu Instagram para divulgar o trabalho da autora na participação da sua 14ª edição. 2026.	p. 62

- Fig. 56 - Lápis de grafite, lápis de cor, marcador, lápis de cera e Apple Pencil. Foto tirada pela autora. 2026. p. 62
- Fig. 57 - "*The Illustrators Survival Guide*" da Mimaster Illustrazione publicado pela Corraini. Daniele Morganti. 2018. p. 62
- Fig. 58 - 1ª e 2ª páginas do *fanzine*. p. 63
- Fig. 59, 60 e 61 - 3 paletas de cor iniciais. Escolheu-se a última. p. 64
- Fig. 62 - Testes com as primeiras duas opções de paleta de cor. p. 64
- Fig. 63 e 64 - Esboço e ilustração final da capa já na paleta de cor escolhida. p. 64
- Fig. 65 - Esboços do *fanzine*. p. 65
- Fig. 66 - Esboço do *sticker* "Ajuda um pequeno artista". Pequenos artistas são aqueles que estão a começar o seu percurso na área e esta expressão é muito usada pelos mesmos para pedir apoio do público. A ilustração mostra o sentido literal de "pequeno artista" com uma pequena figura junto de um lápis gigante. p. 66
- Fig. 67 - Esboço do *sticker* "Tantas ideias e tão pouco trabalho que as pague". Realça o sentimento de frustração da falta de oportunidades na área e as dificuldades financeiras. p. 66
- Fig. 68 - Esboço do *sticker* "A dar o meu melhor". Este acabou por ser usado em alfinetes. p. 66
- Fig. 69 - Esboço do artista. Este foi usado tanto para o cartaz da Feira *Vida de Artista* organizada pela autora no contexto deste projeto. p. 66
- Fig. 70 - Esboço da mão do artista. Este foi usado tanto para *stickers* como para um alfinete em acrílico. p. 66
- Fig. 71 - Esboço do *sticker* sobre a ação de transação monetária e a venda do trabalho artístico, assim como o contato com o público. Acabou por não ser usado no projeto final. p. 66
- Fig. 72 - Esboço do *print* sobre a comunidade e ajuda entre pares. p. 67
- Fig. 73 - Esboço do *print* sobre o autor, editor e produtor. p. 67

- Fig. 74 - Esboço do *print* sobre as interações entre o artista e o cliente. p. 68
- Fig. 75 - Esboço da ilustração para *tote bag* já com as áreas de cor pensadas. p. 68
- Fig. 76, 77, 78 e 79 - *Fanzine* impresso na gráfica. p. 69
- Fig. 80 - Ilustração do *sticker* "Ajuda um pequeno artista". p. 70
- Fig. 81 - Ilustração do *sticker* "Tantas ideias e tão pouco trabalho que as pague". p. 70
- Fig. 82 - Ilustração do *sticker* do artista. p. 70
- Fig. 83 - Ilustração do *sticker* da mão do artista. p. 70
- Fig. 84 - Ilustração do *sticker* do lápis do artista, reaproveitado na ilustração anterior. p. 70
- Fig. 85 e 86 - Alfinete em acrílico com a ilustração da mão do artista e respetiva embalagem. p. 70
- Fig. 87 e 88 - Primeiras ilustrações para o alfinete. Devido à escolha de um tamanho mais pequeno de alfinetes (10mm), o texto tornar-se-ia muito pouco legível então optou-se por simplificar a ilustração. O texto passou para a embalagem do alfinete. p. 71
- Fig. 89 - Ilustração final para o alfinete. p. 71
- Fig. 90 - Alfinetes em botão e embalagem com a frase. A ideia da embalagem foi também reaproveitada para os alfinetes em acrílico. p. 71
- Fig. 91 - Ilustração da comunidade em só uma cor. 13x18cm. p. 72
- Fig. 92 - Ilustração final para *print* em impressão digital. Decidiu-se usar mais cores com o lápis a preto para lhe dar destaque. 13x18cm. p. 72
- Fig. 93 - Primeiro teste de efeito de risografia no Photoshop com o uso de *greyscale* e efeito de pontilhismo, no entanto, as cores ficaram muito claras. 20x25cm. p. 73
- Fig. 94 - Segundo teste e ilustração final apenas com o uso de ruído. 20x25cm. p. 73
- Fig. 95 - Primeira solução para a ilustração do autor, editor e produtor dentro do estilo da autora. 13x18cm. p. 73
- Fig. 96 - Segunda opção e final, sem tantas sombras e com ruído para ficar mais coeso com a outra ilustração de

efeito de risografia. 13x18cm. As ilustrações foram também reaproveitadas para um pack de três <i>stickers</i> .	p. 73
Fig. 97 e 98 - Preparação e corte das ilustrações e do cartão prensado. Os <i>prints</i> são colocados dentro de um envelope plástico transparente com cartão prensado do mesmo tamanho atrás para proteção.	p. 73
Fig. 99 e 100 - Preparação da ilustração na matriz de linóleo e tintagem.	p. 74
Fig. 101 e 102 - Impressão da ilustração nos sacos e marca gráfica da autora na parte de trás.	p. 74
Fig. 103 e 104 - Tintagem da matriz e primeiro teste de impressão mal sucedido.	p. 75
Fig. 105 e 106 - Segunda tentativa de impressão antes e após correção de erros com o pincel e tinta.	p. 75
Fig. 107 e 108 - Marcas gráficas da autora em formato vetorial e em matriz de linóleo usadas nos diversos elementos do projeto.	p. 76
Fig. 109 - Objeto contendor do projeto. Exterior da caixa.	p. 77
Fig. 110 - Interior da caixa. Todos os objetos do projeto.	p. 77
Fig. 111 e 112 - Detalhes do interior da caixa.	p. 78
Fig. 113, 114, 115 e 116 - <i>Fanzine</i> "Guia Ilustrado de Sobrevivência a Feiras de Arte e Autoedição".	p. 79
Fig. 117, 118 e 119 - <i>Prints</i> .	p. 80
Fig. 120 - <i>Tote bag</i> .	p. 81
Fig. 121 e 122 - Alfinete em acrílico e em botão.	p. 82
Fig. 123, 124, 125 e 126 - <i>Stickers</i> .	p. 83
Fig. 127 e 128 - <i>Stickers</i> .	p. 84
Fig. 129 - <i>Post</i> da <i>Open Call</i> publicada no Instagram da autora e do MIEI.	p. 85
Fig. 130 - Primeiro esboço do pôster para a feira <i>Vida de Artista</i> .	p. 85
Fig. 131 - Pôster final para a Feira <i>Vida de Artista</i> impresso em A3 e divulgado pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto no seu Instagram.	p. 85
Fig. 132 - Coleção de 3 imagens em carrossel para o Núcleo de <i>Design</i> publicar no seu Instagram, o que nunca chegou a ser feito devido à falta de resposta deles.	p. 86

Fig. 133 - Ilustração para cabeçalho dos formulários de inscrição e de comentários sobre a feira.	p. 86
Fig. 134 - Post de divulgação dos artistas participantes.	p. 87
Fig. 135 e 136 - Feira <i>Vida de Artista</i> . Fotos tiradas por Helena Sá, uma das participantes. Todos os participantes consentiram que fotos fossem tiradas durante o evento ao fazerem a inscrição.	p. 87
Fig. 137 e 138 - Feira <i>Vida de Artista</i> . Fotos tiradas por Helena Sá, uma das participantes. Todos os participantes consentiram que fotos fossem tiradas durante o evento ao fazerem a inscrição.	p. 88
Fig. 139 e 140 - Feira <i>Vida de Artista</i> . Banca da autora com o projeto Vida de Artista. Fotos tiradas por Helena Sá, uma das participantes.	p. 88
Fig. 141, 142, 143, 144, 145 e 146 - Detalhes da banca da autora com o projeto <i>Vida de Artista</i> .	p. 89
Fig. 147 - Póster apresentado no IJUP em maio de 2026.	p. 91
Fig. 148 - Dia da apresentação. 8 de maio de 2026.	p. 91

Introdução

A partir das últimas décadas do século XX e do início do século XXI, um número crescente de ilustradores começou a construir percursos paralelos ao circuito tradicional cliente-encomenda. Motivados pela liberdade criativa, começaram a produzir objetos como livros, *prints*, *fanzines* e postais, concebidos, editados e distribuídos por iniciativa própria, sem depender das imposições de clientes ou de mediadores. Nasceu assim o ilustrador enquanto autor, editor e produtor e a ilustração enquanto uma prática autónoma. Surgiram espaços e circuitos de divulgação, partilha e venda, como feiras de arte e de autoedição e galerias especializadas, onde ilustradores podem contactar com o público e criar uma rede entre pares. Gerir este tipo de trabalho implica a acumulação de competências que vão além do domínio do desenho: produção, logística, comunicação, gestão financeira e construção de uma marca pessoal. Mas é também aqui que o ilustrador pode construir uma prática inteiramente própria.

No âmbito do Mestrado em Ilustração, Edição e Impressão da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, a presente investigação nasce de uma inquietação pessoal, da proximidade do fim de um percurso académico e da entrada num mercado de ilustração cada vez mais saturado, o que levanta questões sobre os caminhos possíveis para quem quer construir uma prática criativa autónoma e autoral. Interessa perceber porque muitos ilustradores escolhem seguir estes percursos alternativos assentes na autonomia criativa, na autoedição e numa relação direta com a sua audiência. Perceber de que forma estes circuitos independentes se tornam não só espaços de venda, mas também territórios de afirmação autoral e comunitária. Por fim, de um ponto de vista académico, este projeto pretende contribuir para a investigação científica sobre o trabalho de ilustração independente em Portugal enquanto prática autónoma, refletindo sobre o seu lugar no contexto académico.

Pretende-se compreender o universo da publicação independente em Portugal e estabelecer contato direto com ilustradores que desempenham um papel ativo na gestão dos seus próprios negócios e espaços comerciais, de forma a compreender os mecanismos de divulgação e venda de ilustrações no mercado independente e analisar em que medida estas práticas contribuem para a sustentabilidade financeira e autonomia criativa dos artistas, bem como as dificuldades inerentes.

Desta investigação resulta um projeto prático que parte das experiências, tensões e desafios enfrentados por quem procura viver exclusivamente do trabalho criativo. O projeto materializa-se num conjunto de múltiplos concebidos para circulação e venda, produzidos em diferentes técnicas de reprodução com impressão

digital em formato de *print* e *fanzine*, linogravura em têxtil e a produção de autocolantes e alfinetes ilustrados. O projeto estende-se ainda a uma dimensão coletiva, com a criação de uma pequena feira de arte e autoedição para os alunos da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, com o intuito de ser um lugar de encontro, partilha e construção de uma rede entre pares.

Objetivos e Metodologia

Esta investigação seguiu uma abordagem metodológica plural, que combina diversos objetivos. Por se situar no cruzamento entre a ilustração e a edição independente, este projeto exigiu, desde o início, um estudo aprofundado de ambas as áreas. Para isso, o primeiro objetivo baseou-se numa abordagem teórica, com uma extensa revisão bibliográfica que reúne teses, dissertações, artigos académicos, livros e conteúdos digitais. Considerou-se importante uma primeira contextualização histórica da ilustração enquanto múltiplo, abordando temas como a reprodução mecanizada e a emergência do ilustrador enquanto autor, editor e produtor, o que a torna numa prática autónoma. Num segundo momento, analisou-se a prática da edição independente, com o movimento *DIY* e os *fanzines*. De seguida, há um foco na interseção entre estes dois temas e as redes de partilha, distribuição e vendas, como feiras de arte, autoedição e galerias especializadas. Termina-se com uma análise da sustentabilidade financeira na prática artística, uma dimensão central para compreender o que significa, hoje, viver do trabalho de ilustração independente.

Para o segundo objetivo, analisou-se o tema deste projeto com base em entrevistas feitas a ilustradores que trabalham de forma independente em Portugal e que vendem o seu trabalho de ilustração a partir de plataformas *online*, de plataformas físicas ou de circuitos independentes como feiras ou galerias especializadas. No tópico das feiras, são apresentadas algumas feiras, cujos organizadores também puderam contribuir com algumas palavras em entrevistas mais curtas, para perceber as motivações e intenções por detrás da organização deste tipo de eventos.

Para além disso, e como terceiro objetivo, este projeto foi baseado numa investigação à base de prática e observação com a participação da autora em feiras de arte, autoedição e artesanato na cidade do Porto, onde experiências de venda de trabalhos múltiplos ilustrados foram documentadas. Durante o trabalho de campo, foram distribuídos inquéritos aos participantes, cujas respostas foram analisadas para perceber, de um ponto de vista geral, como é a experiência de um ilustrador em Portugal que decide participar nestes circuitos mais independentes.

Este Relatório de Projeto insere-se naquilo que Frayling (1993) designa por “*Research for art and design*” (investigação para a arte e design) (p.5), uma forma de investigação cujo produto final é o próprio artefacto, e onde o conhecimento gerado não se expressa primariamente através da comunicação verbal, mas através da linguagem visual. O projeto *Vida de Artista* é, neste sentido, tanto conclusão da investigação como instrumento dela própria.

No final da investigação, pretende-se responder à seguinte questão: O que leva os ilustradores a seguir estes modelos de trabalho independentes e como conseguem atingir a sustentabilidade económica?

Estrutura

Este relatório abre com uma introdução ao tema de investigação, centrada no trabalho de ilustração independente fora do circuito tradicional cliente-encomenda, com foco nas feiras de edição independente e negócios de autor. Esta parte do relatório apresenta as motivações da autora para a escolha do tema e os objetivos deste trabalho.

No primeiro capítulo é feita uma abordagem teórica da investigação, sobre a reprodução mecanizada e a sua conexão com a ilustração independente e o início do movimento da autoedição, seguida de uma secção de aprofundamento deste último tema com o movimento *DIY* e *punk*, contextualizando também o caso português. Segue-se uma secção sobre os circuitos *underground* ligados à edição independente, como feiras e galerias, e, por fim, aborda-se a sustentabilidade financeira na prática artística.

O segundo capítulo é dedicado ao tema principal da investigação, através da análise de entrevistas realizadas aos casos de estudo e da análise do trabalho de campo. Nesta lógica, fez sentido apresentar os casos de estudo no segundo capítulo dedicado ao tema do projeto, já que também fazem parte da investigação prática.

No terceiro capítulo, é apresentado o projeto prático *Vida de Artista*, com a contextualização do tema, uma análise do trabalho de campo e das experiências pessoais que contribuíram para o projeto, e uma análise do desenvolvimento do projeto, dos esboços e das decisões técnicas e de materiais tomadas. O desenvolvimento deste projeto culminou numa feira de arte e

autoedição realizada na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, na qual as experiências pessoais, bem como as dos visitantes e dos participantes, foram analisadas através de inquéritos.

O relatório termina com uma conclusão onde se resumem as descobertas feitas e considerações finais da investigação, quais foram os objetivos alcançados, limitações encontradas e caminhos para estudos futuros ou para a evolução do projeto. Releva-se, assim, o contributo deste projeto para o campo da ilustração independente e para a autonomia do ilustrador em Portugal.

Estado da Arte

KISMIF

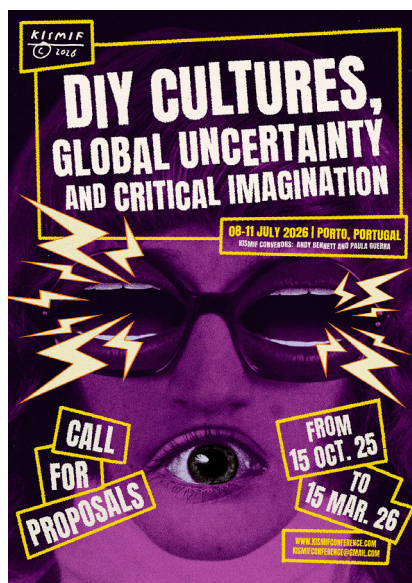


Fig. 1 - Cartaz da Chamada para Propostas para a 8ª edição do KISMIF. Autor desconhecido. 2025.

O KISMIF (*Keep It Simple, Make It Fast*) é um congresso que acontece na cidade do Porto, coordenado por Andy Bennett e Paula Guerra. Nascida em 2014, esta conferência internacional centra-se na discussão de culturas *underground* e práticas *DIY*, focando-se em práticas culturais que resistem à uniformização imposta pelos modelos dominantes de produção e mediação culturais e reivindicando o valor das “artes de fazer” (KISMIF Conference, 2016).

“O KISMIF é, até à data, o único congresso no mundo que analisa a teoria e a prática das cenas *underground* e das culturas *DIY*” (KISMIF Conference, 2016, para. 2), fenómenos que adquirem uma relevância crescente num contexto global marcado pela precariedade e incerteza. Esta conferência acolhe contributos de uma comunidade internacional de investigadores, artistas e ativistas, com o objetivo de debater diversos temas ligados a estas práticas como música, cinema, graffiti, teatro, literatura, *design* gráfico e banda desenhada (KISMIF Conference, 2016).

Raia, Tráfico de Edições



Fig. 2 - Cartaz para a 7ª edição do Raia, Tráfico de Edições. Matilde Feitor, 2022

Após a extinção da Feira Laica em 2012, surge, em outubro de 2017, numa colaboração entre José Feitor, Luís Henriques e Ricardo Castro, a “Raia - Tráfico de Edições”, com a sua primeira edição no espaço dos Anjos70, em Lisboa. Desde a sua fundação, a Raia afirma-se como um ponto de encontro entre criadores e o público, em torno de um universo editorial diverso: “(...) predominavam os *fanzines*, os livros, os objetos editoriais de difícil classificação, as artes gráficas. Discos de pequenas editoras, ou em autoedição, livros usados, *pins*, *posters* e outros objetos feitos à mão (...)” (Costa, 2021, para. 2). A Raia promove o convívio entre criadores que produzem trabalho independente em múltiplos para serem vendidos diretamente ao consumidor, sem intermediários.

Tendo chegado já à sua 11ª edição, realizada a 4 e 5 de outubro de 2025, a Raia mudou, entretanto, de casa para o Mercado de Santa Clara em Lisboa, mantendo sempre o espírito que a define: o da autoedição como prática, como comunidade e como forma de resistência à cultura do consumo e da distribuição convencionais.

Feira da Alegria

Como a Raia está para Lisboa, a Feira da Alegria está para a cidade do Porto, sendo uma das maiores feiras de referência para os artistas da cidade. É um evento anual que decorre normalmente em junho, começou com vários eventos em diferentes espaços da freguesia do Bonfim mas nos últimos anos tem acontecido sempre nos jardins da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Esta feira define-se como um espaço de encontro dedicado à produção e à edição independentes, com os seus múltiplos meios de expressão, tais como serigrafia, gravura, tipografia, ilustração, entre outros (FBAUP - Feira da Alegria, 2025).

A Feira da Alegria aposta em “(...) fenómenos de comunicação lenta, opaca e texturada, numa combinação heurística entre artes visuais, som e literatura.” Conta com a organização da Associação de Estudantes da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto e da Praça da Alegria F.C., com apoio da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto e do Instituto Português do Desporto e da Juventude (Feira da Alegria, na sua Open Call para a próxima edição, de 27 e 28 de junho de 2026).



Fig. 3 - Cartaz da 1ª edição da Feira da Alegria. Vasja Lebarič. 2019.

Apesar de várias tentativas de comunicação, não foi possível obter resposta da equipa organizadora da feira; por isso, estima-se, com base no perfil de Instagram da Feira da Alegria, que a sua primeira edição tenha ocorrido em 2019, na freguesia do Bonfim, no Porto, e que a feira continue até aos dias de hoje. Foi possível uma experiência pessoal de participação e venda de objetos autorais na edição do ano passado, nos dias 28 e 29 de junho de 2025, e está prevista a participação na edição deste ano, desta vez com a exposição e venda do projeto prático aqui apresentado.

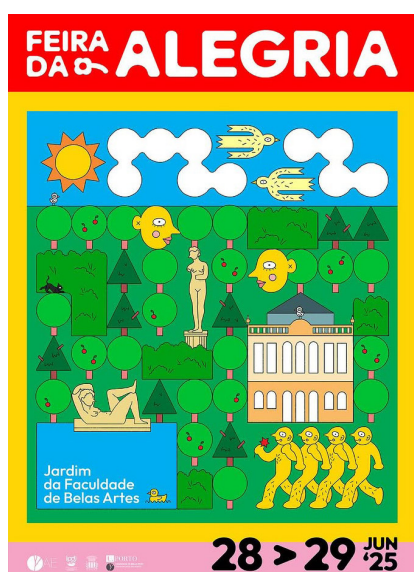


Fig. 4 - Cartaz da edição de 2025 da Feira da Alegria. Gabriel Seixas. 2025.

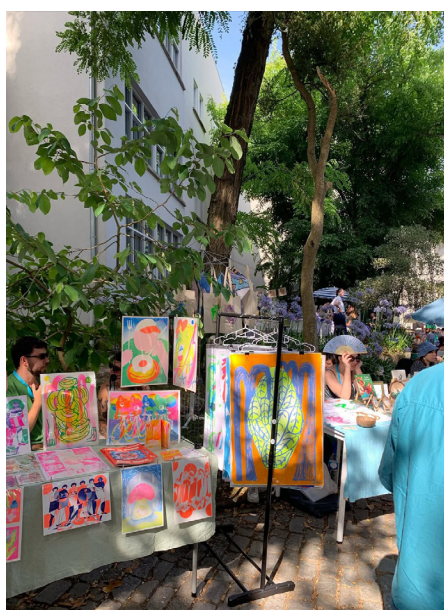


Fig. 5 - Feira da Alegria. 2025.

1. Capítulo I - Enquadramento teórico

1.1 Ilustração

Durante séculos a ilustração definia-se pela sua função auxiliar. Ilustrar significava, etimologicamente, iluminar o que estava escrito, torná-lo mais legível, mais acessível. A imagem vivia em função do texto (Quental, 2009). Contudo, nas últimas décadas este modelo começa a ser questionado e progressivamente subvertido. A ilustração passa a reivindicar um espaço próprio e o ilustrador deixa de ser o executor de uma encomenda.

Em "*History of Illustration*", D. B. Dowd afirma:

As ilustrações vêm em muitas variedades e desempenham todos os tipos de funções comunicativas, desde visualizar uma cena numa narrativa até mostrar como trocar um pneu furado, passando por embelezar a arquitetura religiosa em murais e vitrais. A sobreposição histórica da ilustração com a literatura, a informação, e especialmente com a "arte" — apesar de muitas ilustrações não serem excepcionalmente artísticas — complicou a nossa compreensão.

(Dowd, cit. por Doyle et al., 2018, p. 4)

Gannon e Fauchon (2020) definem a prática da ilustração como "*chimera-like*" e defendem que esta abrange mais do que suportes visuais para textos, apesar de muitos dicionários ainda descreverem a ilustração de forma rudimentar como "uma imagem que ilustra um livro, jornal, etc.". Descrevem ainda esta prática como "habitualmente associada a *briefings* e inserida em dinâmicas de encomenda para aplicação comercial em setores como o editorial, a publicidade, as embalagens e outros." (Gannon & Fauchon, 2020, p. 14).

No entanto, a ilustração já não se define apenas por uma ação descritiva de um texto ou ideia, mas também por um ato interpretativo. "Recentemente acrescentamos a interpretação, a ilustração será, portanto, representação e interpretação." (Dolbeth, 2014, p. 42). Como Quental (2009) explica:

A função descritiva que cumpria relativamente ao texto (e por isso era tantas vezes apelidada de desenho ilustrativo) encontra-se hoje, contudo, suplantada pela vontade de trazer à luz novas relações semânticas e significados, representados em originais e poéticas soluções formais. Nega a sujeição absoluta a um programa e aos

condicionamentos do suporte, extrapolando esses limites em formas simbólicas e densas. Assume-se como uma “mentira”, e é justamente aqui que encontra o seu destino. O facto de o ser liberta-a, permite-lhe (ao contrário da fotografia) fugir à verdade, contá-la de um outro modo, reinventar-lhe sentidos, contrariar a evidência, ser forma na versão de mundo que é ali criado.

(Quental, 2009, p. 7)

É a partir desta conquista da autonomia que a ilustração encontra na reprodução mecanizada da imagem um dos seus principais incentivadores. Ao tornar possível a multiplicação e a circulação alargadas do trabalho de ilustração, esta técnica não apenas transforma os modos de reprodução, mas também contribui para redefinir o estatuto e o alcance da própria imagem.

1.1.1 A ilustração como múltiplo - a reprodução mecanizada

Uma breve contextualização da reprodução mecanizada



Fig. 6 - Xilogravura. Cena com Jesus e São Pedro do livro *Schatzbehalter*. Michael Wolgemut. 1491.



Fig. 7 - Ilustrações da produção das xilogravuras em xilogravura. Jost Amman. 1568.

Antes do século XV e da popularização da gravura na Europa, pinturas, relevos arquitetónicos, manuscritos iluminados, vitrais e têxteis serviam de suporte ilustrativo para representar a mitologia, narrativas religiosas e história (Doyle et al., 2018). Com o advento da gravura, a situação mudou drasticamente. Enquanto algumas gravuras espelhavam as funções da arte anterior, surgiram novas formas de comunicação, com a proliferação de imagens impressas e de textos ilustrados (Doyle et al., 2018). Insere-se aqui a ilustração como um processo técnico empregue na xilogravura (Fig. 6 e 7) (e mais tarde na gravura em ponta seca e na água-forte) que permitia que estas imagens e textos ilustrados fossem reproduzidos com precisão durante a vida útil da superfície de impressão (Ivins, 1978), sem necessidade de serem executados individualmente à mão, como era o caso das iluminuras (Mareis, 2006, cit. por Quental, 2009). Com isto, o desenho torna-se, pela primeira vez, mecanicamente reproduzível graças à xilogravura (Benjamin, 1969).

A introdução da imprensa no final do século XIV e a sua disseminação no século XV facilitaram a reprodução de textos e imagens numa combinação vital que articulava conceitos de maneira diferente e mais completa do que a palavra falada ou o texto escrito isoladamente. A imprensa teve um efeito democratizador imensurável sobre a cultura, permitindo que ideias e informações circulassem através do tempo, do espaço e das fronteiras sociais.

As imagens proporcionaram acesso aos textos para aqueles que não sabiam ler e ampliaram o significado para aqueles que sabiam.
(Doyle et al., 2018, p.18)



Fig. 8 - Página de uma *Biblia Pauperum*. Século XV.

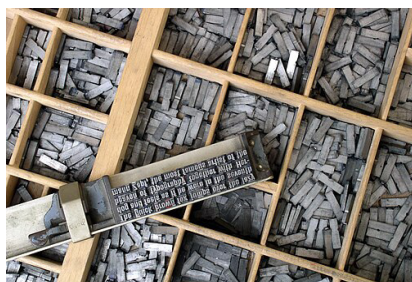


Fig. 9 - Tipos móveis. Willi Heidelberg. 2004.



Fig. 10 - Panfleto *Tooneel van Flora* (Palco de Flora). Joost Broersz. 1637.

As primeiras xilogravuras em folha única tinham usos diversos, como para decoração, porém a temática religiosa era a mais representada (Ivins, 1978). Um exemplo disso é a "*Biblia Pauperum*" (Fig. 8), introduzida no século XV, uma espécie de Bíblia ilustrada numa só página, impressa em xilogravura, com passagens da Bíblia, "renderizadas num estilo que hoje seria melhor descrito como banda desenhada, numa tentativa de reduzir a complexidade do texto original a algo mais 'popular', um fenómeno que foi amplamente ignorado pela elite intelectual da época." (Ludovico, 2012, p.31). Mais tarde, com Gutenberg e a introdução da sua prensa de tipos móveis (Fig. 9), foi possível tornar o texto original da Bíblia acessível a qualquer pessoa através de uma cópia impressa, dando a oportunidade de interpretar estes textos como quisesse (Ludovico, 2012). Posteriormente, no século XVI, com a Reforma Protestante, surgem os panfletos e folhetos (Fig. 10), impressos em uma ou duas faces de uma folha de papel barato. Estas impressões baratas, muitas vezes acompanhadas de imagens devido ao baixo nível de literacia na sociedade, difundiam notícias, histórias sensacionalistas e propaganda (Doyle et al., 2018).

A litografia e a democratização da imagem

As técnicas de reprodução atingem um novo patamar de inovação com o aparecimento da litografia (Fig. 11 e 12), uma técnica mais precisa, com capacidade de reprodução em maior escala, permitindo que as artes gráficas atinjam o mesmo nível de informação e conhecimento que a imprensa (Benjamin, 1969). Isto levaria a litografia a uma democratização da imagem: ao tornar acessíveis as reproduções a cores de qualidade, permitiu que a experiência estética de imagens coloridas deixasse de ser



Fig. 11 - Cartão-postal em cromolitografia (litografia em cor). Th. Mayerhofer & Co. 1902.



Fig. 12 - Litografia em Offset "Vibes". David Shrigley. 2018.

um privilégio reservado a poucos e passasse a estar ao alcance de toda a sociedade, presente nas casas de qualquer pessoa. (Meggs, 1992, cit. por Quental, 2009).

“A impressão *offset* era emocionante. A impressão *offset* era liberdade... a cópia podia ser colada às placas e, sem necessidade de metal quente ou de impressores especializados, estava pronta para ser impressa” (Fountain, 1988, p. 24, cit. por Atton, 2002).

A fotografia



Fig. 13 - A gravura heliográfica mais antiga que se conhece, impressa a partir de uma placa de metal exposta sob uma gravura comum e copiada fotograficamente. Nicéphore Niépce. 1825.

A litografia mal havia sido estabelecida no universo da imagem impressa quando foi ultrapassada pela fotografia (Fig. 13). Com esta nova técnica, o processo de reprodução da imagem sofre uma transformação: a mão deixa, pela primeira vez, de ser o instrumento central da criação, cedendo esse papel ao olhar e, com ele, a uma nova forma de captar o mundo (Benjamin, 1969).

Com a invenção da fotografia veio também “um profundo impacto nas formas de comunicação visual, pelo tratamento e divulgação que trouxeram à informação pictórica.” (Quental, 2009, p. 84). Antes de ser ainda possível a sua impressão, a fotografia já era usada por ilustradores para registrar a realidade que seria reproduzida depois em xilogravura, no entanto a fotografia rapidamente tomou o lugar da ilustração respetivamente à documentação de factos, pelo que os ilustradores começaram a procurar outras narrativas mais distantes da realidade, como é o caso da fantasia e ficção (Quental, 2009).

O mimeógrafo



Fig. 14 - Caneta Elétrica, uma das componentes do sistema duplicador. Thomas Edison. 1876.

Em 1876, Thomas Alva Edison patenteou um dispositivo para “impressão autográfica” cujo um dos componentes era a Caneta Elétrica (Fig. 14), que perfurava o papel para produzir um *stencil*. Um rolo de tinta, de seguida, passava por cima do *stencil* e puxava a tinta pelos furos, imprimindo uma imagem (Burns, s.d.; Hawley, 2014). Este processo levou à criação do mimeógrafo (Fig. 15) em 1887 pela A.B. Dick Company nos Estados Unidos (Hawley, 2014), um dispositivo de impressão clandestino leve e compacto que pudesse ser transportado facilmente para evitar ser confiscado ou censurado, com capacidade de produzir tiragens curtas de forma rápida e barata com uma qualidade satisfatória (Ludovico, 2012).



Fig. 15 - Modelo 78 do mimeógrafo da A.B. Dick Company. 1914–1930.

Um objeto que começou por ser comercializado a escritórios, escolas e igrejas pela sua acessibilidade a impressores não profissionais, acabou por cativar autores independentes e dar origem às primeiras grandes ondas de publicações independentes no meio alternativo (Ludovico, 2012; Hawley, 2014).

Embora estas práticas não fossem exclusivas de produtores amadores ou editoras clandestinas, os mimeógrafos tornaram-se lendários para aqueles que estudam publicações alternativas ou a Revolução do Mimeógrafo. Do Movimento das Artes Negras às editoras feministas, a mimeografia conectou grupos marginalizados a um tema recorrente de independência e auxiliou na construção da comunidade.
(Hawley, 2014, pp. 42-43)

Deste modo, este objeto tornou-se essencialmente a primeira impressora pessoal, usada por uma geração de entusiastas de ficção científica para produzir *fanzines* na década de 1950 nos E.U.A. (Ludovico, 2012).

Original vs. Reprodução

“Faz parte dos princípios da obra de arte que ela tenha sido sempre reproduzível” (Benjamin, 1969, p. 2). No livro *“History of Illustration”*, Sheena Calvert analisa a visão de Walter Benjamin no ensaio “A obra de arte na época da sua reprodução mecanizada”, de 1935. Benjamin considera que uma obra de arte original perde a sua autenticidade e valor ao ser reproduzida, pois a tecnologia de reprodução como a impressão baseada em fotografia, afeta a estrutura e recepção de uma imagem, e deste modo, diminui a “aura” desta obra de arte (Calvert, cit. por Doyle et al., 2018).

A aura é o impacto físico e espiritual tradicional da singularidade da obra de arte, o que Benjamin descreve como “a sua presença no tempo e no espaço, a sua existência única no lugar onde se encontra”. Só experimentamos essa sensação pessoalmente, como uma “aparição de uma distância” do objeto de arte. Um ex-líbris produzido fotomecanicamente pode reproduzir uma pintura, mas o ex-líbris (possivelmente) não consegue capturar a essência ou a identidade autêntica da pintura original, essa distância — a sua aura.
(Calvert, cit. por Doyle et al., 2018, p. 206)

Já para Goodman (1976, cit. por Petersson, 2020), a “obra original” é aquela que se mantém intacta por meio de várias reproduções, desde que haja um “guião” ou sistema notacional (como partituras musicais), no qual a obra não se resume a um único objeto físico. A autenticidade não depende do suporte material, mas da correta execução das instruções contidas na notação. Goodman denomina este caso de “arte alográfica”, enquanto que na “arte autográfica” a distinção entre um original e uma cópia é fundamental. Mesmo que seja criada uma cópia visualmente perfeita, ela continua a ser uma falsificação, pois o

autêntico depende do ato criativo do autor original (Petersson, 2020, p. 281).

“No extremo autográfico do espectro, que inclui pintura e gravura, nenhuma reprodução é possível sem violar as propriedades sintáticas e semânticas da ‘obra’. No extremo alográfico, as reproduções são consideradas instâncias legítimas da mesma ‘obra’.” (Petersson, 2020, p. 281). No entanto, Petersson (2020) afirma que a diferenciação entre artes alográficas e artes autográficas não corresponde exatamente à diferença entre obras únicas e obras reproduzíveis, como, por exemplo, na xilogravura. Goodman considera que todas as impressões da matriz criada pelo artista podem ser vistas como exemplares do original mesmo que haja variações na tinta ou no processo de impressão. Isto é destacado porque, nestes casos, a “originalidade” da obra não depende apenas de características visíveis, mas também de um conhecimento da história da produção da impressão. Ainda assim, voltando a Calvert (2018), uma ideia crítica importante que Benjamin (1969) oferece para pensar a ilustração é a noção de tradução e de como os ilustradores experienciam essa dimensão ao transformar palavras em imagens. Tal como as línguas, não existe uma correspondência exata entre o original e a tradução, e haverá sempre elementos que se vão perder nesse processo, enquanto novos significados surgem com a possibilidade de enriquecer a obra traduzida (Calvert, cit. por Doyle et al., 2018).

A história da reprodução mecanizada da imagem já é uma história da democratização e da transformação do estatuto da obra e do seu criador. Cada nova tecnologia de reprodução alargou o acesso à imagem e facilitou a sua circulação, dando origem às primeiras ondas de edição independente. Em paralelo, construiu-se também uma reflexão sobre a reprodução e a legitimidade da cópia em relação ao original.

1.1.2 A pluralidade do ilustrador - autor, editor e produtor

O aparecimento do computador pessoal e nova autonomia do artista

Com o surgimento do computador pessoal, veio também uma das maiores transformações na prática do *design* gráfico e da ilustração no final do século XX. Se antes o processo de criação implicava a intervenção de uma cadeia de especialistas em cada etapa do percurso entre a ideia e o objeto final, o computador pessoal veio concentrar todo este conjunto de tarefas num único indivíduo. O computador pessoal, com o advento da Internet e de novas técnicas de impressão digital, começa a afastar designers gráficos das oficinas de tipografia e das gráficas (Quintela &

Borges, 2015).

Como sublinha Mário Moura (2011) sobre o computador pessoal:

(...) permitiu a centralização num só indivíduo de um conjunto de tarefas previamente dispersas, dando origem quer a novas práticas profissionais, quer a novas especializações dentro das práticas profissionais clássicas – se, até há pouco tempo, design e edição, por exemplo, eram tarefas separadas pelas próprias ferramentas e locais em que eram exercidas, neste momento centram-se por vezes no mesmo computador e no mesmo programa.

(Moura, 2011, p. 15)

Esta centralização operativa não se trata apenas de algo técnico, mas também de uma reconfiguração da identidade do praticante, que passa a atuar como um autor, editor e produtor. Segundo Rock (1996), o significado da palavra “autor” foi mudando ao longo da história, sendo alvo de escrutínio especialmente nos últimos 40 anos, dada a sua desassociação da escrita quanto à sua definição. Agora, o autor é aquele que origina ou dá existência a algo (Rock, 1996).

A multiplicação de editores de texto, imagem, desenho e paginação, a par de uma democratização do acesso ao computador pessoal, são elementos-chave neste processo. Em conjunto, estas transformações permitiram que qualquer pessoa possa produzir os seus próprios elementos impressos, sem necessitar de grandes conhecimentos técnicos ou sem ter de fazer avultados investimentos em equipamentos e matérias-primas.

(Borges, 2013, cit. por Quintela & Borges, 2015, p. 14)

No campo dos *fanzines* e das publicações independentes (que analisaremos mais à frente), esta transformação é igualmente assinalável. Constatase que durante este período de relevância crescente do computador pessoal, os *fanzines* produzidos nesta época revelam um maior rigor técnico, longe do minimalismo do “*cut-and-paste*” dos primeiros anos do movimento *punk* (Guerra & Quintela, 2015).

A queda no custo dos computadores pessoais e a disseminação da capacidade de edição eletrónica até mesmo nos menores escritórios (onde os autores de zines podem “dispensar” tempo de computador) têm dado a cada vez mais pessoas acesso a equipamentos para produzir publicações com aparência profissional. (Duncombe, 2008, pp. 14-15).

Paradoxalmente, é também neste contexto de crescente desmaterialização que ressurge no início do século XXI um interesse pelas práticas editoriais independentes associadas ao movimento “do-it-yourself” (DIY) e aos circuitos *underground*, como *fanzines*, livros de artista e outros trabalhos autopublicados, que recorrem a técnicas “antigas” como tipografia, impressão e encadernação (Quintela & Borges, 2015). Apesar de contraditório, este movimento pode ser lido como uma afirmação da dimensão autoral e material do trabalho do ilustrador e como uma resposta à crescente imaterialidade dos processos de trabalho, que reivindica o objeto impresso como espaço de autoria, resistência e identidade (Quintela & Borges, 2015). O ritmo lento de produção, o feito à mão, usando métodos de produção que exigem na sua execução algum esforço físico, como é o caso da serigrafia, tornam a visão destes projetos uma crítica e forma de resistência à crescente complexidade tecnológica do *design* contemporâneo. (Lantenois, 2010, cit. por Quintela, 2016).

Em suma, o aparecimento do computador pessoal não apenas transforma as condições técnicas da prática do ilustrador, mas também redefine o conceito de autor e torna possível que um único indivíduo conceba, edite e produza o seu trabalho do princípio ao fim.

1.1.3 A ilustração como prática autónoma

Há um número crescente de *designers* e ilustradores que começaram nos últimos anos a trabalhar em projetos autopropostos, afirmando-se completamente como autores, produzindo autonomamente sem a encomenda de clientes (Quintela & Borges, 2015). Correia (2024) explica como o trabalho independente tornou-se o método ideal para ilustradores materializarem as suas ideias, sem que editoras e distribuidoras condicionem o seu estilo e a sua liberdade criativa: “Ao publicarem de forma independente, estes autores têm o poder de decidir e agir em todas as fases do processo, desde a criação, seleção, composição e distribuição do seu trabalho.” (p. 128).

Estes projetos independentes apresentam-se como alternativas no mercado, opondo-se ao “sistema hierárquico, autoritário, praticamente impenetrável das estruturas pesadas e imóveis das editoras ditas comerciais” (Gonçalves, 2010, cit. por Simões, 2012, p. 21). Deste modo, o *design* deixou de se definir exclusivamente pela sua função de servir a um cliente externo, e torna-se uma disciplina autoconsciente, cujas práticas e linguagens passam a ter visibilidade e a encontrar uma audiência própria (Moura, 2011, cit. por Quintela & Borges, 2015).

Uma comunidade de artistas como audiência

Estes *designers* e ilustradores, ao libertarem-se da encomenda e passarem a trabalhar a partir de uma motivação intrínseca, acabam por expor os seus projetos a esta comunidade de pares, de outros artistas que partilham os mesmos referentes:

Um dos aspetos centrais deste debate reside no facto de um número crescente de *designers* e ilustradores terem começado, nos últimos anos, a trabalhar em projetos autopropostos, assumindo-se plenamente enquanto autores, produzindo sem a encomenda de um cliente e tendo muitas vezes como audiência outros *designers*, ilustradores e artistas.

(Quintela & Borges, 2015, p. 16)

Produzir para esta comunidade de pares dispensa certas mediações e cria um espaço onde a prática pode ser realizada, experimentada e questionada, longe das concessões que a encomenda de clientes frequentemente impõe. Podemos comparar estas dinâmicas à “oficina” (*workshop*) de Sennett em “*The Craftsman*” (2008). A oficina funciona como um espaço social que une as pessoas através de rituais de trabalho e através de mentoria, aconselhamento e troca de informações (Sennett, 2008).

1.1.4 Identidade do ilustrador

No contexto da expressão artística contemporânea, especialmente na criação e na venda de múltiplos, a questão da marca visual ganha relevância. O ilustrador que produz para este mercado de projetos autopropostos necessita não só de uma linguagem visual distintiva na própria obra, mas também de símbolos gráficos que identifiquem e autenticuem o seu trabalho. O uso de marcas visuais criadas através do trabalho destes artistas “ajuda a articular peças de construção de marcas, significados e associações” (Monteiro, 2022, p. 116). Esta ideia de marca pode ser, por um lado, uma identidade relacionada a questões de gestão de marca, assim como o conceito de marca como imagem dessa identidade, um “símbolo gráfico” (Coelho, 2013, cit. por Monteiro, 2022). Este símbolo gráfico constrói aquilo que Preece (2012) descreve como uma obra que “funciona essencialmente como uma propaganda do eu” (Preece, 2012, p. 230), na qual cada objeto produzido reforça e amplia a identidade do seu autor.

Com isto, cada vez mais ilustradores optam por trabalhar fora do circuito tradicional cliente-encomenda, assumindo controlo total sobre o seu processo criativo. Esta prática não é só uma alternativa profissional, mas também uma afirmação de identidade. O *design* e a ilustração deixam de existir em função

de um serviço e passam a construir um discurso e uma audiência próprios.

A presença do ilustrador nos circuitos independentes (que iremos discutir mais à frente) exige não só um trabalho visualmente coerente, mas também esta identidade e marca reconhecíveis, que se tornam o principal instrumento de distinção num mercado em que a relação direta com o público substitui a mediação.

1.2 Autoedição

1.2.1 Do-it-yourself

O movimento DIY

Em 1970, no contexto da cultura *punk*, nasce o movimento *DIY* ("do-it-yourself" / faz tu mesmo), que incluía atividades como artesanato, álbuns de recortes, construções em casa, entre outras (Thomas, 2009). "O importante não era saber a qualidade do desenho ou da escrita, nem o acabamento da publicação, mas sim a forma como você se expressava." (Doyle et al., 2018, p.448). Este movimento traduziu-se numa disseminação de práticas e de objetos, como *fanzines*, publicações independentes e múltiplos artesanais. Assume uma posição crítica face à sociedade de consumo e abraça uma ética de autoprodução cultural, rejeitando a lógica do mercado e construindo uma cultura alternativa cujo valor não se mede em termos económicos, mas define-se por critérios como a autenticidade, o controlo sobre o próprio trabalho e a conexão (Duncombe, 2008). "A qualidade rudimentar e artesanal das publicações reforçava ainda mais a importância de imprimir personalidade e obsessões sem limites ao objeto criado." (Doyle et al., 2018, p.448). Estas práticas amadoras do *DIY* democratizaram a prática do *design* e caracterizam, quase inevitavelmente, os *fanzines* e publicações independentes, dando ênfase ao processo criativo em detrimento da massificação do conteúdo (Atkinson, 2006, cit. por Guerra & Quintela, 2021).

O *fanzine*, o *punk* e a autoedição

Antes das redes sociais, da internet e do computador pessoal, o *fanzine* surgiu como uma forma direta e acessível de fazer circular ideias, opiniões, críticas e imagens dentro de uma comunidade que não se revia nos meios de comunicação dominantes. Não exigia capital, equipamentos sofisticados, nem aprovações de editores, como explica Quintela et al.:

"Embora o surgimento dos primeiros *fanzines* tenha acontecido nas décadas de 1920-30 associado aos fãs de ficção científica, a verdade é que a produção, distribuição e consumo de *fanzines* ganhou relevância global com a emergência do fenómeno do *punk* no Reino Unido e E.U.A., durante os anos de 1970-80, assumindo-se como um espaço de liberdade de pensamento e criação *do-it-yourself*, e de alternativa aos media convencionais." (Quintela et al., 2014, p. 4).

Os primeiros *fanzines* surgem em 1929, com "*Cosmic Stories*", e em 1930, com "*The Comet*" (Fig. 16), dedicados à ficção científica, um tipo de literatura considerada marginal à época (Matos, 2025). Em Portugal, a revista "*TinTin*" (Fig. 17), em 1968, deu início à divulgação do movimento dos *fanzines*, com o

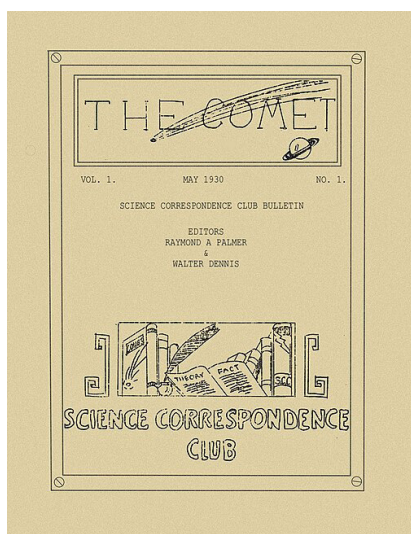


Fig. 16 - 1ª edição do *fanzine* "The Comet". Raymond Palmer e Walter Dennis. 1930.



Fig. 17 - 1ª edição da revista "TinTin". Dinis Machado e Vasco Granja. 1968.

fanzine "Impulso", de 1973, em Torres Vedras, a destacar-se como pioneira na edição deste tipo de publicações (Matos, 2025).

Fanzines são objetos artesanais, produzidos de forma individual ou coletiva e, geralmente, de difusão limitada, restrita a determinados circuitos "underground" (Quintela & Borges, 2015; Matos, 2025), construídos por indivíduos com um papel ativo no seu processo de criação, edição e distribuição (Guerra & Quintela, 2021). Geralmente impressos em papel normal de impressora, dobrados ao meio pelo lado maior e agrafados na dobra, podem assumir diferentes formatos, desde uma carta até uma revista, e pode chegar às centenas de páginas (Duncombe, 2008).

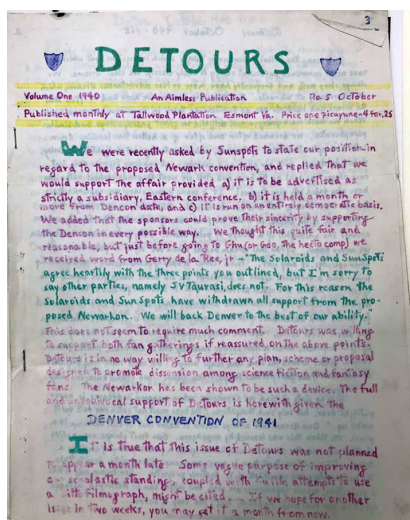


Fig. 18 - 1ª edição da revista "Detours".
Louis Russell Chauvenet. 1940.

O termo "fanzine" vem de "fan" (fã) e "magazine" (revista), cunhado por Louis Russell Chauvenet em 1940, no seu fanzine "Detours" (Fig. 18), quando expressou preferência pelo termo "fanzine" em vez de "fanmag" (Triggs, 2010, p. 12). Estes objetos são divulgados entre pessoas com interesses semelhantes, como ficção científica, desporto e música como o *punk rock* (Thomas, 2009). Triggs explica:

Eles floresceram, por exemplo, na cena musical *underground*; fazem parte da cultura do consumo em segunda mão; serviram como porta-vozes de grupos de direitos dos animais; e podem servir, igualmente, como diários pessoais para jovens adolescentes que estão a crescer e a interessar-se por uma variedade de questões e preocupações. (Triggs, 2010, p.14)

Estas publicações *underground* evitavam o ambiente regulatório dos meios de distribuição normais e, por isso, podiam abordar temas escandalosos, como sexo, violência e drogas, identificados pelo 'X' nas capas ("comix") para indicar conteúdo adulto (Doyle et al., 2018). No entanto, o tipo mais comum de *fanzines* era o *fanzine* pessoal, com reflexões sobre o quotidiano, confessionais e mundanas, ou até mesmo escandalosas. (Todd & Watson, 2006)



Fig. 19 - Fanzines comprados no London
Zine Symposium. Autor desconhecido.
2007.

Uma estética *cut-and-paste* caracterizou os primeiros *fanzines* *punk*, com "recorte, desenho/ilustração, textos escritos à mão e datilografados, manipulação de fotografias" (Guerra & Quintela, 2015, p. 76), nas quais se comunicava sobre a realidade político-social nacional e internacional de forma sarcástica (Guerra & Quintela, 2015). Com o surgimento da fotocopiadora pouco antes do início da revolução cultural do *punk*, todo um novo mundo se abriu: publicar um *fanzine* tornou-se mais fácil do que nunca. O *fanzine* tornou-se um elemento integral da cultura *punk*, aproveitando a estética em preto e branco e o próprio processo de fotocópia (Ludovico, 2012).



Fig. 20 - Fanzines *punk* ingleses e americanos. Autor desconhecido. 1994-2004.

No final da década de 1980, este tipo de práticas sofreu transformações devido ao peso das novas tecnologias e à redução dos conteúdos impressos em papel; no entanto, no início do século XXI, o interesse pelo consumo e pela produção de autoedições e autopublicações ressurgiu entre *designers* e ilustradores (Quintela & Borges, 2015). Com a banalização do "print-on-demand" (impressão mediante um certo número de exemplares pedidos) foi possível a reedição de publicações sem os encargos inerentes à gestão de stock (Borges, 2013, cit. por Quintela & Borges, 2015).

Deste modo, conclui-se que o movimento *DIY* nasce do contexto da cultura *punk* como recusa das estruturas culturais dominantes, valorizando a autenticidade e a expressão pessoal, e que o *fanzine* torna-se o objeto por excelência desta cultura. Com raízes nos anos de 1930 a 1970, estas práticas foram-se transformando com a evolução tecnológica e ressurgiram no século XXI, desta vez com novos praticantes, entre eles *designers* e ilustradores, que veem na autoedição um espaço de liberdade criativa e de afirmação autoral.

1.2.2 Feiras de arte e autoedição



Fig. 21 - Feira Raia, Tráfico de Edições. Foto tirada pela organização. 2024.

Com este "entusiasmo pela edição" (Bártolo, 2012 cit. por Quintela & Borges, 2015, p. 16) ressurgido nos últimos anos com a propagação de edições independentes (quer autoeditadas, quer lançadas através de pequenas editoras *underground*) entre *designers* e ilustradores, reaparecem também os espaços e circuitos dedicados à partilha, divulgação e venda deste tipo de produtos: blogues, *websites*, livrarias e "artist-run" spaces como feiras e galerias (Quintela & Borges, 2015). Uma publicação só pode existir se houver distribuição: é ela que transporta o objeto para além do espaço de quem o fez e o coloca ao alcance dos outros e é precisamente na capacidade de fazer chegar o trabalho a qualquer lugar que reside a diferença mais estrutural entre a edição comercial e a independente (Ludovico, 2012).

Estes circuitos contribuem para a criação de condições de visibilidade e de reconhecimento entre pares para este tipo de práticas, bem como permitem que estas cheguem a públicos mais alargados. Contribuem ainda para a viabilidade económica de novas formas de prática profissional através da comercialização de diversos produtos, como publicações, ilustrações, acessórios e vestuário, que ampliam o alcance do ilustrador e do *designer* para além do objeto editorial (Quintela & Borges, 2015). Fillis et al. (2023) explicam como a produção de cópias e múltiplos do trabalho artístico para venda torna a obra mais acessível ao público e o artista num empreendedor consciente do mercado. Fillis (2004) e O'Reilly (2005) sublinham que a prática artística continua a ser movida em grande parte por impulsos individuais e criativos (procura de estimulação intelectual ou motivações

financeiras), revelando que entre a arte como expressão e a arte como produto existe uma tensão produtiva que cada artista resolve à sua maneira (Fillis, 2004 e O'Reilly, 2005, cit. por Fillis et al., 2023).

A edição independente, assim, trouxe consigo não só a proliferação de objetos autoproduzidos e autoeditados, mas também espaços e circuitos dedicados à sua partilha e venda. A distribuição é, neste contexto, tão importante quanto a própria criação, e a produção de múltiplos para venda torna a ilustração mais acessível e transforma o ilustrador num criador com consciência de mercado.

A dificuldade na profissionalização de autores ligados a este tipo de práticas

No entanto, a profissionalização dos autores ligados a este tipo de práticas autónomas ainda é escassa e, muitas vezes, tem de ser combinada com outros trabalhos, quer seja por encomenda, na área artística ou até mesmo noutra área; no caso de jovens estudantes, podem ainda recorrer ao apoio financeiro familiar (Quintela & Borges, 2015; Becker, 1982; Quintela, 2016; Abbing, 2002).

“Neste sentido, pode afirmar-se que a conceção, produção e edição de *fanzines* e outro tipo de publicações independentes permanecem atividades essencialmente amadoras, embora permitam gerar algum retorno económico que, em regra, é insuficiente.” (Quintela & Borges, 2015, p. 27).

Ainda que muitos artistas enfrentem dificuldades com a noção de mercado (Anderson, 1991, cit. por Fillis, 2011), a realidade económica impõe-se a este idealismo, obrigando-os a escolher entre a recompensa financeira de produzir para quem compra e a liberdade pouco remunerada de criar exclusivamente segundo os seus próprios critérios (Cowen & Tabarrok, 2000, cit. por Fillis, 2011). A vontade de profissionalizar a prática está presente; no entanto, existe uma perceção das dificuldades e desafios associados à sua saída destes circuitos, relativamente a cedências e compromissos na sua abordagem gráfica, que nem toda a gente está disposta a assumir (Quintela & Borges, 2015).

Em suma, a produção independente, para a maioria dos criadores, gera retornos insuficientes para a subsistência, sendo frequentemente combinada com outros trabalhos. Esta tensão entre a liberdade criativa e a viabilidade económica coloca o ilustrador perante uma escolha difícil: produzir segundo os próprios critérios ou adaptar-se às exigências do mercado.

1.2.3 As redes sociais

De acordo com Quintela e Borges (2015), com as redes sociais e plataformas de venda globais, tornou-se cada vez mais fácil e comum a venda de publicações independentes, impressões de ilustrações, tote bags, etc., com muitos *designers* e ilustradores a aproveitarem-nas também para alcançarem públicos mais vastos do que aqueles com quem normalmente têm contato em feiras e galerias (Quintela & Borges, 2015).

“Com a internet, os ilustradores ganharam a capacidade de partilhar e vender as suas obras diretamente ao consumidor. Conseguem publicitar o seu próprio trabalho e construir uma ‘audiência’. Estes projetos são frequentemente auto-iniciados em alturas em que as encomendas dos clientes convencionais demoram a chegar.” (Silva, 2022, p.13).

Brito (2022) conclui que os canais digitais (maioritariamente o Instagram) ajudam os artistas em termos de visibilidade e que essa notoriedade digital torna-se a principal fonte de clientela e oferta de empregos. Para além disso, estas plataformas também funcionam como uma forma de os artistas exporem o seu portfólio, de modo a que possa ser acedido por todos. No entanto, se falarmos de contatos eficazes para a sua carreira, os canais digitais não parecem funcionar da mesma maneira para todos (Brito, 2022).

Assim sendo, as plataformas digitais e as redes sociais tornaram-se uma condição quase indispensável para o ilustrador independente. Oferecem a possibilidade de partilhar o seu trabalho com um público, construir uma audiência e vender diretamente ao consumidor sem intermediários. Embora a sua eficácia não seja comum a todos os criadores, a presença digital nos dias de hoje deixou de ser opcional e passa a ser uma das bases sobre as quais se constrói uma carreira de ilustração independente.

1.2.4 Sustentabilidade financeira

Neste capítulo, já foi salientado que o retorno económico nestes circuitos independentes é insuficiente e que, geralmente, é preciso associar estas práticas a trabalho por encomenda ou até mesmo a trabalho noutros setores. É um “empreendimento arriscado” que exige que o artista equilibre diferentes projetos, trabalhos, relações, perceções e identidades, sem saber se terá dinheiro suficiente para sobreviver até daqui a seis meses (Preece, 2012). No entanto, a atividade artística no geral sempre foi vista como financeiramente pouco gratificante. Muitos artistas, independentemente da fase da carreira em que se encontram, apresentam vulnerabilidade financeira devido à remuneração

baixa e à dificuldade de desenvolver carreiras sustentáveis (Abbing, 2002; Alper & Wassall, 2006; Lee et al., 2018, cit. por Lee et al., 2022).

Mas então porque é que alguém escolhe ser artista sabendo que é uma área financeiramente instável? Abbing (2002) explica:

É possível que muitos artistas comuns tenham escolhido tornar-se artistas não por causa dos seus talentos superiores, mas porque acreditam ser incapazes de exercer qualquer outra profissão a nível profissional. (...) Se alguém tem a capacidade de se tornar um artista e considera todas as outras profissões como uma receita para o desastre, a escolha torna-se óbvia. É tão óbvia que parece não haver escolha alguma, (...) a única alternativa a tornar-se um artista é a morte. De forma menos dramática, muitos artistas simplesmente presumem que não teriam um desempenho satisfatório numa profissão não artística. Eles seriam infelizes e, portanto, a satisfação pessoal ou a renda não monetária seria menor que zero. (...) Considerando a perspetiva de baixos rendimentos em empregos fora da área artística – tanto em termos financeiros quanto de satisfação – é compreensível por que é que essas pessoas escolhem carreiras artísticas. Ao escolher uma carreira artística, eles concluem que os seus rendimentos mais baixos serão pelo menos compensados por um nível mais alto de satisfação pessoal.

(Abbing, 2002, p. 115)

Já falando da prática independente, muitos artistas escolhem seguir esse caminho porque o *freelance* oferece liberdade: liberdade na escolha de projetos, liberdade na gestão no tempo, e a liberdade criativa; no entanto esta liberdade exige um preço mais alto: autodisciplina, resiliência e a capacidade de gerir simultaneamente as dimensões criativa, comercial e financeira do trabalho. A ausência de um contrato torna o sucesso profissional dependente da capacidade de autogestão e consciência dos limites pessoais (Delavani & Linando, 2025).

Flávia Vieira em “Sobre a natureza e as causas da autonomia dos artistas” (2023) afirma:

Operar sem estruturas de apoio e fora do sistema tradicional de galerias é um desafio que pode fragilizar não somente a segurança económica do artista, como também o seu valor artístico. A busca por modos alternativos ao modelo económico tradicional não pode representar uma via de exclusão e de marginalidade, mas antes um caminho

possível e seguro de expressão artística que entenda que o “artista sem galeria” é também uma condição de vitalidade e de pulsão.
(Vieira et al., 2023, p. 23)

Portanto, a prática independente pode e deve ser entendida como um caminho legítimo e viável de expressão artística, no qual a ausência de mediadores não é uma limitação, mas uma condição de autonomia e liberdade criativa.

1.3 Considerações finais do capítulo

Este capítulo procurou construir uma base para a compreensão desta prática, situada num lugar entre a ilustração e a edição independente. Foi possível traçar uma linha histórica desde o início da reprodução mecanizada ao movimento da autoedição, os circuitos de distribuição e venda alternativos e a sustentabilidade financeira do autor independente. Esta prática autónoma tem vindo a assumir uma importância crescente entre ilustradores, com o desenvolvimento de novos circuitos *online* e presenciais de exposição e venda, bem como a consolidação de comunidades locais de criadores com uma identidade e dinâmica próprias. Num mercado de trabalho de ilustração saturado e precário, especialmente para quem procura entrar agora na profissão, como os mais jovens, a prática autónoma e os circuitos independentes afirmam-se como uma estratégia de construção de visibilidade, de desenvolvimento de linguagem própria e de marca visual, e de criação de um portfólio que possa abrir outras portas a estes artistas.

Estes circuitos independentes são espaços culturais com impacto na forma como a ilustração é produzida, consumida, e valorizada, e por isso merecem uma atenção académica capaz de acompanhar as suas transformações e de avaliar os seus impactos futuros.

É com base nesta revisão bibliográfica que o capítulo seguinte se propõe a confrontar estas ideias com a realidade de quem vive e pratica a ilustração e edição independente no contexto português.

2. Capítulo II - O trabalho de ilustração independente no contexto das feiras de autoedição e negócios de autor - casos de estudo e trabalho de campo

Neste capítulo, a investigação teórica desenvolvida anteriormente dá lugar a uma abordagem mais empírica e baseada na prática, que procura compreender, a partir de entrevistas e experiências, como se configura o trabalho de ilustração independente em Portugal. Sendo assim, a recolha de dados assenta em dois eixos.

O primeiro consiste na apresentação de alguns casos de estudo com base em entrevistas realizadas a Mariana a Miserável, Mariana Malhão, Gambuzino, Tina Siuda e Ana Seixas, ilustradoras que trabalham em Portugal e comercializam o seu trabalho complementarmente ao circuito tradicional cliente-encomenda, através de plataformas de divulgação e venda online, espaços físicos ou outros circuitos, como feiras e galerias. A estes juntam-se contributos de organizadores de feiras de arte e de autoedição, como José Feitor, da Feira Laica, Feira Autónoma, Bouça em Arte, Mercado Quimera e Feira Elixir, recolhidos através de entrevistas mais curtas por correio eletrónico, que permitem compreender as motivações e intenções por detrás da criação e manutenção deste tipo de eventos. Inclui-se aqui também o contributo da Ó! Galeria e da Padaria Águas Furtadas. É importante notar que de todas as tentativas de contato feitas por e-mail para entrevista ou inquérito, apenas os nomes aqui mencionados responderam, não deixando de constatar que estas respostas revelam contributos bastante significativos para este trabalho. (Entrevistas completas no Anexo I)

O segundo eixo assenta numa investigação baseada na prática e na observação, com a participação direta da autora em feiras de arte, autoedição e artesanato na cidade do Porto, onde a experiência de venda de trabalhos múltiplos ilustrados foi documentada. Durante este trabalho de campo, foi distribuído aos restantes participantes das feiras um inquérito, cujas respostas são aqui analisadas para perceber a experiência do ilustrador português que escolhe integrar estes circuitos independentes.

2.1 Autores

2.1.1 Mariana, a Miserável

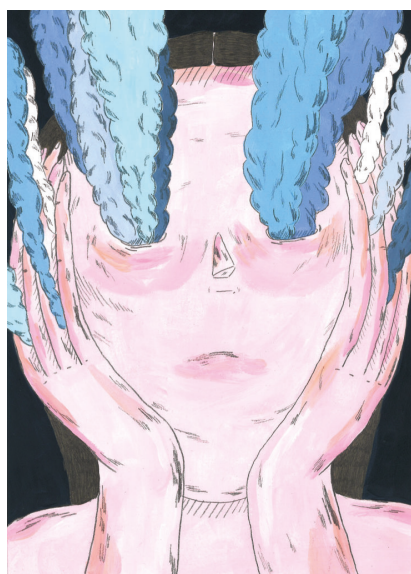


Fig. 22 - Ilustração para o livro "Autónoma", baseado no fanzine previamente publicada "Freelancer". Mariana, a Miserável. 2019.

Mariana Santos, mais conhecida como "Mariana, a Miserável", é ilustradora *freelancer* sediada no Porto. A falta de oferta de formação em ilustração nos seus anos de ensino superior levaram-na a tirar uma licenciatura em *Design Gráfico*, e posteriormente um Mestrado em *Design Editorial* que ficou inconcluso. A sua relação com a ilustração surgiu naturalmente e Mariana deixou de lado o título de *designer* para se tornar ilustradora a tempo inteiro.

A coisa foi acontecendo, eu não programei propriamente. Nunca estudei ilustração, tive ilustração só durante a minha licenciatura e depois durante o mestrado tive um semestre com o Júlio Dolbeth e fiz alguns projetos que tinham ilustração, ou seja, dava para perceber que eu estava focada neste tema. Embora aquilo fosse um mestrado de design editorial, portanto, tinha a componente de design que eu não queria, eu não estava minimamente interessada em ser designer.

(M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025)

O que a levou a escolher a via de trabalho independente vem de, segundo ela, um sentimento comum entre ilustradores de que não havia na altura exatamente um emprego de ilustrador, e que essa atividade estaria sempre aliada a outra profissão como professor, arquiteto ou *designer*, apesar de reconhecer que este caso ainda acontece nos dias de hoje. Ainda que ao início, enquanto jovem estudante, ter tido apoio financeiro da família, o que considera um privilégio, teve de tomar uma decisão mais tarde sobre se queria seguir este caminho.

Porque no curso prepararam-me para ser *designer* e os *designers*, porque não existia muita coisa do *freelancer*, era vão 'ser *designers* e vão trabalhar para ateliês', (...), mas quase nunca ouvi aquela coisa de 'você até podem trabalhar por vocês mesmos e terem os vossos clientes', até porque uma das maiores dificuldades nessa altura, e eu acho que agora também, embora seja diferente, é como é que tu vais angariar os teus próprios clientes, sendo que quando saís do curso não és conhecido, não fizeste nada, portanto, não tens portfólio.

(M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025)



Fig. 23 - Ilustração "Too Romantic".
Mariana, a Miserável. 2014.

Os principais desafios que encontrou ao iniciar a carreira no circuito autónomo da ilustração têm precisamente a ver com essa autonomia: o ilustrador, autor, editor, produtor, gestor de atendimento ao cliente e contabilista. Considera que a única maneira de aprender a gerir este trabalho é tentar e falhar. Hoje em dia, Mariana consegue viver inteiramente do trabalho independente de ilustração, apesar de grande parte dele se enquadrar no circuito cliente-encomenda. Durante o seu percurso teve de começar a cobrar preços mais justos e aceitar muito trabalho apesar das consequências negativas para a saúde, no entanto considera ter tido o privilégio de fazer com que a transição para uma carreira financeiramente sustentável fosse progressiva:

Mas é assim, é isto, eu tive que chegar a um ponto em que eu pensei, isto não faz sentido nenhum estar alguém a pagar para eu conseguir ter preços baixinhos para os clientes me comprarem coisas, nem pensar. As pessoas têm que pagar aquilo que valem as coisas e o meu tempo. Mas sim, eu consigo viver disto, felizmente, ainda bem. E não foi uma coisa programada, eu tive o privilégio de fazer com que isto fosse progressivo.

(M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025)

O seu percurso artístico começou com exposições de temas à sua escolha, devido à falta de clientes. Após as exposições, os trabalhos eram vendidos na Ó! Galeria (de que iremos falar posteriormente) e na sua loja *online*, que continua em funcionamento até hoje.



Fig. 24 - Fanzine "Little Miserable Book".
Fotos de Susana Jaques e Raquel Graça.
Mariana, a Miserável. 2013.

Há temas que me dão vontade de desenhar e que não são pagos, mas que depois eu rentabilizo isso de uma maneira, fazendo desenhos em serigrafia para vender ou por exemplo, *prints*. Já fiz um livro que me apeteceu fazer e pronto. No fundo o material das feiras é todo auto iniciado, tem zero controlo e aprovação externa. (...) É um controlo total. Eu acho que isso é uma boa maneira também de ter este aspeto artístico. Para além das feiras e exposições, a auto-edição como os *fanzines*.

(M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025)

Ainda que consiga viver do trabalho de ilustração independente a tempo inteiro, Mariana reconhece a precariedade estrutural do setor com o qual aprendeu a conviver:

(...) há problemas que continuam, porque há uma falta de investimento brutal no setor cultural, mas isso é sempre e a ilustração encaixa aí. Vamos sempre ser as pessoas que fazem os bonecos e, portanto, essa desvantagem é geral. É para mim que já comecei há inúmeros anos e é para vocês que vão começar agora. (...) Agora, é preciso resiliência e acho que é preciso querer muito e é preciso algum sofrimento envolvido no processo. Saber que em Espanha se paga muito melhor, porque eu só de falar com ilustradores que trabalham em Espanha e perceber os orçamentos que eles dão é assim. Acho que é sustentável se a pessoa quiser que seja. Mas lá está, há sempre desafios e perceber que agora vamos passar por outra crise, mas quando é que não vamos, não é?

(M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025)

Independentemente disso, o crescente número de pessoas interessadas na disciplina da ilustração resulta, na sua opinião, em mais variedade de trabalho artístico e consequentemente, mais variedade de público interessado e mais trabalho na área: “como há mais gente a fazer, dá para coexistir. Sinto que de alguma maneira esse maior interesse faz com que tenhamos todo mais trabalho.” (M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025).

2.1.2 Mariana Malhão



Fig. 25 - Ilustração para o Festival Play. Mariana Malhão. 2020.

Mariana Malhão é ilustradora, ceramista e autoeditora. Na licenciatura em *Design de Comunicação* ganhou um gosto pela ilustração e pela liberdade que lhe dava. A partir da sua participação e organização em feiras de edição independente, começou a ganhar alguns clientes que viam o seu trabalho exposto nestes eventos: “Acho que o facto de uma pessoa estar cá fora pode ajudar a criar os nossos contatos para poder ser ilustrador.”. Tornou-se ilustradora independente devido aos horários mais livres, ao poder de “escolher o que fazer e onde fazer” (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025).

Assim como “Mariana, a Miserável”, comenta os desafios de ter todo o trabalho de responder a clientes e gerir as vendas e os orçamentos e manter o portfólio atualizado para os clientes: “Desafios seriam às vezes aquela chatice de responder aos e-mails, ver quanto se pede. (...) Para mim é sempre a principal dificuldade, orçamentos e tudo mais.” (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025).



Fig. 26 - Mural "Mãos de Luz" para o festival Ruas D'Arte em Vila Nova de Poiares, organizado pela Mistaker Maker. Mariana Malhão. 2022.

Maior parte do seu rendimento costumava vir da participação em feiras de edição independente, mas com o passar do tempo e com a quantidade de trabalhos por encomenda que tem recebido acaba por ir às do costume e que estão mais próximas:

Confesso que não vou a muitas agora porque requerem muito do meu tempo e fico na dúvida se vou vender alguma coisa, no entanto são muito fixes para conhecer pessoas novas, então tem aquele misto de conversar e apanhar uma grande seca. (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025)

Lá, vê-se com o dilema dos preços, porque preocupa-se com a acessibilidade do seu trabalho sem querer ser injusta consigo e com o trabalho quem tem à venda em galerias: "Gosto da ideia das coisas serem acessíveis, apesar de também ter de valorizar o meu trabalho, então há ali um dilema e uma limitação." (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025).

Ao ser questionada se considera possível viver exclusivamente do trabalho de ilustração independente, Mariana responde que é difícil e que é necessária disciplina. Revela algumas dificuldades a nível de gestão da loja *online* e de vendas e confia no instinto. "Há quem viva de feiras mas acho importante ter alguns projetos para complementar, trabalhos mais comerciais ou *workshops*. É preciso ter foco." (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025).

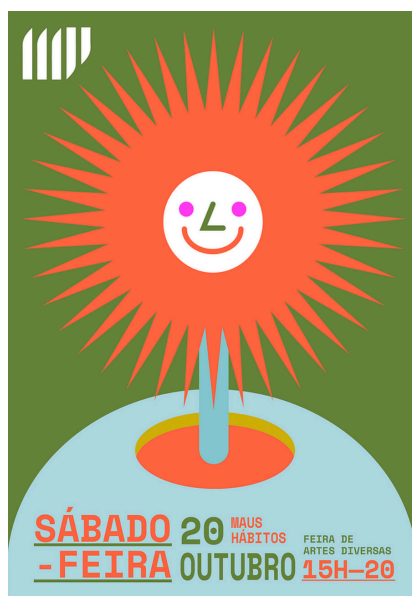


Fig. 27 - Cartaz para o Sábado-Feira organizado por Mariana Malhão e Dylan Silva. Mariana Malhão. 2018.

A ideia de começar a organizar feiras surgiu de um convite para participar numa feira no SiloAuto, juntamente com o colega Dylan Silva. "Correu bem, gostei de estar lá e de estar em contato com outras pessoas." (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025). Surgiu então, a Sábado-Feira, que acontece de dois em dois meses desde 2018 nos Maus Hábitos, no Porto: "não estavam a acontecer mais feiras na cidade e sentimos essa necessidade. Na altura as rendas eram baratas então qualquer coisinha para ganhar rendimento já era ótimo." (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025). A intenção deste evento é trazer projetos novos, assim como de ilustradores com muitos anos de experiência, garantir a oportunidade de gente diferente participar e criar uma rede de contato entre artistas.

No panorama das feiras de ilustração e edição independente, Mariana gostava de algumas mudanças no sentido da escolha de artistas, com a participação de mais gente de fora do país e com trabalhos diferentes.

“Imagino um pavilhão grande onde pudesse haver a feira mas também concertos. Acho bom quando as coisas estão assim envolvidas com outros eventos que tragam muita gente. É preciso organizar e nem sempre dá retorno, então não existe grande vontade para fazer essas coisas acontecerem.” (M. Malhão, comunicação pessoal, 4 de novembro, 2025).

2.1.3 Gambuzino



Fig. 28 - Mural para a Eatery 119.
Gambuzino. 2025.

Margarida Eloy trabalha sob o alter ego “Gambuzino”. Devido à grande procura e à pouca oferta de trabalhos criativos por contrato, decidiu começar a trabalhar como ilustradora independente. Assim como muitos outros ilustradores no ramo independente, Margarida sentiu a necessidade de ter várias fontes de rendimento. Tinha alguma experiência em ilustrar livros infantis, mas percebeu que este mercado é muito pequeno e que não conseguiria estar constantemente a trabalhar nestes projetos. Conseguiu colocar o seu trabalho à venda em galerias e *concept stores* em Portugal, começou a vender em feiras de arte e autoedição e a mediar oficinas de arte para crianças e adultos.

Surgiu assim um momento em que decidi que tinha de tomar uma decisão: ou continuava numa situação de estabilidade financeira, mas sem desenvolver as minhas capacidades, ou abandonava o meu trabalho para me aventurar como ilustradora freelancer. Foi o que fiz.

(M. Eloy, comunicação pessoal, 5 de novembro, 2025)

No seu ponto de vista, a ilustração é uma área bastante precária a nível nacional, com a maioria das editoras a não querer pagar um preço justo pelo trabalho de ilustração, até mesmo havendo editoras que prefiram o uso da inteligência artificial para reduzir custos: “As editoras não estão, na sua maioria, dispostas a pagar um preço justo aos ilustradores, havendo já algumas editoras a utilizar inteligência artificial para reduzir os custos relacionados com a ilustração e *design* de livros.” (M. Eloy, comunicação pessoal, 5 de novembro, 2025).



Fig. 29 - Ilustração para a exposição individual “Shadow Folk” na Metralha.
Gambuzino. 2026.

Margarida vive há três anos exclusivamente do trabalho de ilustração e relembra a importância de ter várias fontes de rendimento para garantir a estabilidade financeira: “isso garante que em meses onde tenho menos trabalho editorial possa fazer mais feiras ou oficinas, e assim ter um rendimento necessário para cobrir todas as minhas despesas e ainda ter lucro.” (M. Eloy, comunicação pessoal, 5 de novembro, 2025). Relewa também a importância das redes sociais como forma de exposição e visibilidade: “Foram as redes sociais que me trouxeram os meus

primeiros clientes, exposições, projetos editoriais, propostas para oficinas, e até a criação de uma comunidade artística onde existe uma cooperação que tem sido extremamente valiosa durante todo o meu percurso.” (M. Eloy, comunicação pessoal, 5 de novembro, 2025).

Ao ser questionada sobre as mudanças que gostaria de ver no setor da ilustração independente, é mencionada a necessidade de mais oferta direcionada aos novos talentos, revelando que muitas oportunidades de trabalho e prémios de concurso são maior parte das vezes direcionados a ilustradores mais estabelecidos na área, não deixando de notar, no entanto, a qualidade do seu trabalho artístico: “Apesar de termos ilustradores já estabelecidos cujo trabalho apresenta uma enorme qualidade, são muitas vezes os nomes repetidos que vemos a ganhar a maioria dos concursos.” (M. Eloy, comunicação pessoal, 5 de novembro, 2025).

2.1.4 Tina Siuda



Fig. 30 - Risografia “Fire Love Leons”. Tina Siuda. s.d.

Tina Siuda é ilustradora e empreendedora polaca. Trabalha na cidade do Porto, onde vende os seus trabalhos de ilustração em galerias e na sua loja *online*, e também possui um pequeno negócio de risografia chamado “Not So Fast Press”. O seu percurso de ilustradora começa com uma pequena exposição do seu trabalho na Ó! Galeria: “alguns trabalhos venderam — e a partir daí nunca mais parei.” (T. Siuda, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025).

A escolha de trabalhar de forma independente veio de forma “hereditária” ao crescer numa família de artistas *freelancers*, com a liberdade e o *stress* inerentes a este tipo de trabalho presentes no ambiente familiar. Para além do estúdio de impressão em risografia, onde produz o próprio trabalho e também realiza impressões para outras pessoas, tem uma loja *online* no Big Cartel e vende o seu trabalho de ilustração em galerias especializadas em Portugal e Espanha. A loja *online* foi criada na altura da pandemia com a necessidade de chegar a um público maior e, posteriormente, o estúdio apareceu com a necessidade de um espaço para realizar os serviços de impressão em risografia.

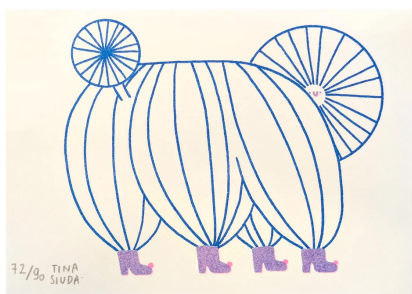


Fig. 31 - Risografia “Cheeky”. Tina Siuda. s.d.

Assim como outros artistas já aqui mencionados, a estabilidade financeira também constitui um dos maiores desafios para Tina, especialmente uma estabilidade que lhe permitisse dedicar tempo ao portfólio pessoal. No entanto, ao contrário de “Mariana, a Miserável”, por exemplo, considera que, nos dias de hoje, a profissão de ilustrador tornou-se mais difícil com o crescimento da comunidade de ilustradores em Portugal: “sinto que se tornou uma profissão bastante desejada. A procura por ilustração aumentou muito. No entanto, a dificuldade de ser ilustrador *freelancer* em Portugal continua a ser, acima de tudo,

os orçamentos reduzidos.” (T. Siuda, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025). Nunca conseguiu ter rendimento suficiente para viver exclusivamente da ilustração, mas também nunca quis arriscar: “Por outro lado, também nunca arrisquei tudo para que a ilustração fosse a minha única ocupação.” (T. Siuda, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025); e por isso os rendimentos paralelos vindos de outras atividades foram importantes para manter estabilidade.

Tem também um interesse pelas feiras de ilustração e edição independente pelo ambiente acolhedor e descontraído: “As feiras de ilustração são muito mais acessíveis e diretas, e por isso mais pessoas se sentem à vontade para vir conhecer a arte e os autores por trás.” (T. Siuda, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025).

2.1.5 Ana Seixas



Fig. 32 - Ilustração “Facetime with my friends”. Ana Seixas. s.d.

Ana Seixas é *designer*, ilustradora, ceramista e empreendedora. Tem um pequeno espaço na cidade do Porto, a “Ana Seixas Shop”, onde vende desde ilustrações impressas até cerâmicas, produtos de vestuário, alfinetes em esmalte e tapetes em tufagem. A intenção de trabalhar por conta própria sempre existiu: “Comecei por ser ilustradora freelancer e, com a participação em feiras, a criação de loja online fez sentido, para focar no meu trabalho como um negócio que podia crescer e envolver mais pessoas.” (A. Seixas, comunicação pessoal, 2 de fevereiro, 2026). Houve um desejo de mais liberdade criativa, menos restrições por decisões de clientes, contato com outras pessoas e de não depender de outras lojas para vender o seu trabalho. No entanto, esta decisão de ter um espaço também acarreta consequências, como a maior responsabilidade e a gestão de tempo para criação: “ao ter um negócio próprio com pessoas a depender de mim, a responsabilidade é maior e há mais necessidade de aprender a gerir tempo, pessoas, tarefas, projetos. É difícil equilibrar o tempo de criação com o tempo de gestão.” (A. Seixas, comunicação pessoal, 2 de fevereiro, 2026).

À semelhança de Gambuzino e Tina Siuda, também são mencionados os valores baixos pagos pelo trabalho de ilustração: “sobretudo no contexto editorial: os valores pagos pelo trabalho que fazemos são muito baixos e é difícil viver dignamente apenas da ilustração.” (A. Seixas, comunicação pessoal, 2 de fevereiro, 2026). Ao comparar a situação com o contexto internacional, Ana considera haver mais companheirismo entre pares e mais apoio entre profissionais, especialmente em Barcelona e Berlim: “Não existe vergonha em comercializar ou ter êxito numa feira (às vezes sinto isso aqui). Cá, é um tabu falar do dinheiro ou dos preços que praticamos.” (A. Seixas, comunicação pessoal, 2 de fevereiro, 2026).



Fig. 33 - Livro ilustrado "Entre Máquinas Inteligentes" escrito por CosiCosa e publicado por Flamboyant. Ana Seixas. 2022.



Fig. 34 - Pássaros de Cerâmica. Ana Seixas. s.d.

Menos *gatekeeping*, menos elitismos, mais reconhecimento da profissão. Acho que em Portugal, não se reconhece a real possibilidade de tornar a ilustração uma profissão (os próprios ilustradores não o fazem). Enquanto continuarmos a aceitar trabalhos por valores irrisórios, não evoluímos como colectivo. Tem de haver uma consciencialização coletiva de que é um trabalho pelo qual devemos ser pagos corretamente. (A. Seixas, comunicação pessoal, 2 de fevereiro, 2026)

2.2 Feiras

No seguimento de todas as tentativas de contato por e-mail para inquirir as organizações de feiras de edição independente em Portugal, apenas foram obtidas respostas de José Feitor e Ana Margarida Matos, das feiras Laica e Autónoma, respetivamente, bem como das feiras Bouça em Arte, Elixir e Quimera, inseridas no trabalho de campo. Não obstante, os contributos que estes autores e organizadores deram a esta investigação são significativos.

2.2.1 Feira Laica

Por detrás deste nome está José Feitor, um dos fundadores da Feira Laica, da Oficina do Cego e da Raia - Tráfico de Edições (Feitor, 2017). A Feira Laica surge em 2004 em Lisboa, sendo considerada uma das pioneiras das feiras de edição independente em Portugal.

(...) partindo de uma lógica de espaço de comércio cultural alternativo e justo, tem dado visibilidade a inúmeros editores independentes, artistas gráficos e artesãos e promovido diversos eventos geradores: exposições de artes gráficas, *workshops* de serigrafia e tipografia, concertos, publicações, cinema de animação,...

(Feitor, 2012)

Fig. 35 - Cartaz da 1ª edição da Feira Laica. José Feitor. 2004.

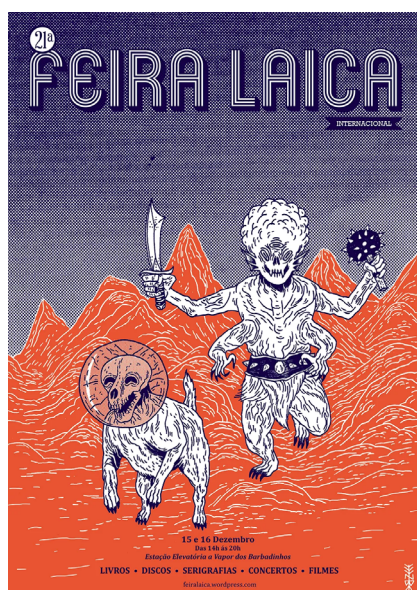


Fig. 36 - Cartaz da 21ª e última edição da Feira Laica. Zé Burnay. 2012.

A criação desta feira surge de, segundo José Feitor, um gosto pela autoedição e pela edição independente de objetos de pendor gráfico, com a convicção profunda de que “todos podem ser criadores, editores, impressores, ilustradores, enfim, artistas. Não é necessário aprender na escola, basta a pulsão e a vontade.” (J. Feitor, comunicação pessoal, 15 de novembro, 2025).

Deste modo, a Laica nasce da necessidade de criar um espaço onde editores independentes e praticantes do *DIY* possam vender o seu trabalho sem intermediários nem consignações, dando-lhes oportunidade de “testar as suas criações cara a cara com o público, sem intermediários (galerista, diretor de arte e quejandos)” (J. Feitor, comunicação pessoal, 15 de novembro, 2025). Não existem referências internacionais para a sua criação, apenas algumas experiências prévias.

Inicialmente convidámos intervenientes de outras áreas, como o artesanato urbano, pois era necessário congregarmos públicos, mas rapidamente percebemos que a área do grafismo e da edição e impressão de pequena tiragem era suficiente para

mobilizar público suficiente. As edições da Laica na Bedeteca foram cruciais para estabelecer o padrão, que passou a incluir concertos, exposições, performances, impressão ao vivo, etc.

(J. Feitor, comunicação pessoal, 15 de novembro, 2025)

Em dezembro de 2012, a Feira Laica teve a sua última edição, no entanto, o seu legado continua “na retaguarda de todos aqueles que promovam a organização de eventos que promovam a edição independente” (Feitor, 2012).

2.2.2 Feira Autónoma



Fig. 37 - Cartaz da 1ª edição da Feira Autónoma. Mariana Freire. 2023.

A Feira Autónoma surge em 2023 em Almada por consequência da procura de apoios financeiros a artistas almadenses aquando da seleção da sua organizadora, Ana Margarida Matos, para uma residência artística na Letónia. A aquisição de apoios revelou-se sem sucesso; no entanto, recebeu disponibilidade de espaços para eventos.

Uma das coisas que mais me cansava e ainda cansa é ter que ir a Lisboa para participar em feiras, ou ver exposições ou até para me encontrar com os meus amigos, a minha comunidade. (...) Como fazia *fanzines* e muitos dos meus amigos também o faziam propus fazer uma Feira de publicações independentes com o objetivo de dar visibilidade ao trabalho de artistas autónomos e de fomentar a relação entre os artistas e a comunidade.

(A. Matos, comunicação pessoal, 15 de dezembro, 2025)

Esta feira procura contribuir de maneira positiva para a valorização do trabalho artístico e a sustentabilidade económica do artista, dois conceitos que, para Ana Margarida, são diferentes e se pagam de maneiras distintas, no entanto, estão relacionados.



Fig. 38 - Feira Autónoma. 2023.

Promove, por exemplo, projetos em diferentes etapas de carreira e com diferentes técnicas e formatos, divulga o evento internacionalmente, oferece uma rede de contatos para a realização de *workshops* ou concertos pagos e realiza concursos para a promoção de *fanzines* com prémios em dinheiro. Os objetivos futuros para a Feira Autónoma focam-se na construção de uma rotina entre artistas e comunidade, com a divulgação do evento entre o público para dar conhecimento de que podem, ali, entrar em contato direto com artistas e o seu trabalho, assim como fazer com que os artistas criem já a contar que vão ter essa exposição e contato com o público: “acredito que possamos começar a pensar em melhorar a sustentabilidade económica dos



Fig. 39 - Cartaz da 5ª edição da Feira Autónoma. Rodolfo Sobral. 2026.

artistas e do mercado da publicação independente.” (A. Matos, comunicação pessoal, 15 de dezembro, 2025).

Algumas referências mencionadas na criação da Feira Autónoma são: a Feira Raia, a Feira da Alegria, a Feira Parangona, o Estalo, o Mercado do Mal, a Feira Morta e a Feira Laica. Já no panorama internacional, são mencionados os eventos BilBolBul (Itália), Comic Fest Hamburg (Alemanha), Lustr (Chéquia), Wobbyland (Países Baixos) e o Festival NEED.

As referências existem e muitas das pessoas que organizaram estes eventos continuam a organizar feiras e a participar nelas, por isso é impossível não haver influência. A ideia de feira já existia antes de eu começar a organizar esta, por muito orgânica que a ideia tenha surgido.

(A. Matos, comunicação pessoal, 15 de dezembro, 2025)

Também é ressaltada a importância do evento “Encontros de BD e publicação independente - Miragem”, organizado pelo Coletivo Goteira do Porto: “considero ter um trabalho muito importante nos presentes e próximos tempos da BD portuguesa.” (A. Matos, comunicação pessoal, 15 de dezembro, 2025).

2.2.3 Bouça em Arte



Fig. 40 - Cartaz da 2ª edição do Bouça em Arte. Erica's Chapters. 2025.

A feira Bouça em Arte está inserida no trabalho de campo, com a presença da autora na sua 2ª edição em dezembro de 2025 e na 4ª edição em abril de 2026.

Este projeto surgiu no bairro da Bouça, no Porto, uma zona que carecia de interesse e de públicos jovens: “Apesar de rodeado por outros mercados de arte e/ou feiras na zona do centro histórico do Porto, a zona da Bouça permanece um pouco separada e distanciada do público mais jovem.” (Bouça em Arte, comunicação pessoal, 2 de dezembro, 2025). Os objetivos do Bouça em Arte passam por construir um espaço de encontro entre artistas, artesãos e um público interessado em arte. A partir da 3ª edição, esta feira passou a realizar-se no Centro Comercial da Cedofeita. Este tipo de circuitos representa para os artistas uma oportunidade de contatar com o público e receber reconhecimento que dificilmente encontrariam noutros contextos:

“Acreditamos que estes projetos conseguem levar certas pessoas a descobrir novos nichos, a descobrirem oportunidades novas de emprego além dos mercados e, acima de tudo, reconhecimento e atenção de mais pessoas.” (Bouça em Arte, comunicação pessoal, 2 de dezembro, 2025).



Fig. 41 - Participação da autora na 2ª edição do Bouça em Arte. Foto publicada pela organização no seu Instagram. 2025.

A sustentabilidade financeira é um tema central, que depende de um equilíbrio entre a capacidade organizativa dos eventos, o interesse do público em comprar e a viabilidade financeira da própria iniciativa:

Entendemos, porém, que como as coisas estão atualmente, não é o método mais sustentável que existe, e vem com bastantes riscos como a falta de vendas e sucesso. E muitos sentem a necessidade de se apegarem a um nicho específico ou tornar-se um evento cultural com patrocinadores, o que pode afogar as vozes de artistas e ilustradores independentes no processo.

(Bouça em Arte, comunicação pessoal, 2 de dezembro, 2025)

O Bouça em Arte tem maior foco na cultura *pop*, tendo a “zona de artistas” do Iberanime e da ComicCon como referências. Ao nível da cidade do Porto, são mencionados o antigo Mercado Pardal (agora Avant-Pop) e o Mercado Abelha.

“Destaca-se mesmo a zona de artistas do Iberanime, onde surgiu a nossa curiosidade e amor pela arte da cultura *pop*, *anime* e até mesmo artesanato (...), e destaca-se imenso o antigo mercado Pardal no Shopping Brasília que abriu portas para visitantes e ilustradores a um novo mundo de mercados independentes na zona do Porto.” (Bouça em Arte, comunicação pessoal, 2 de dezembro, 2025).

2.2.4 Mercado Quimera

O Mercado Quimera está da mesma maneira inserido no trabalho de campo, com participações na sua 13ª edição em fevereiro de 2026 e na 14ª edição em abril de 2026.

Este projeto foca-se em criar um mercado capaz de abranger todos os tipos de arte:

Achamos que na altura existiam mercados mas cada um tinha o seu nicho, ilustração de autor, artesanato, *anime* e afins. Daí surgiu o Quimera e o nome em cima, a junção de três animais completamente diferentes mas que formam só um ser.

(Mercado Quimera, comunicação pessoal, 17 de março, 2026)



Fig. 42 - Cartaz da 1ª edição do Mercado Quimera. 2024.

O Quimera incentiva o consumo mais consciente, intencional e pessoal, através da compra de um artefato diretamente do seu criador:



Fig. 43 - Alfinetes oferecidos aos artistas participantes. Foto tirada pela autora na participação da 13ª edição do Mercado Quimera. 2026.

(...) pelo facto de haver várias linguagens diferentes que lembram as pessoas de momentos na sua vida ou mesmo de amigos e familiares que incentivam a uma compra, mesmo que pequena, com um valor muito maior do que algo que se encontra em grandes lojas/indústrias.

(Mercado Quimera, comunicação pessoal, 17 de março, 2026)

Em termos de referências e inspirações, são novamente mencionados o Mercado Pardal e o Mercado Abelha, assim como o Pierrot que já não existe.

Com o tempo fomos tomando notas de outros eventos e mercados que acontecem na Baixa como o Ohana e o Urban Market. Visitávamos os mercados e falávamos com os artistas nesses mercados também para fazer um pouco de publicidade do nosso.

(Mercado Quimera, comunicação pessoal, 17 de março, 2026).

2.2.5 Feira Elixir



Fig. 44 - Cartaz da 2ª edição da Feira Elixir organizada pelo Pórtico na FMUP. 2026.

A Feira Elixir, inserida no trabalho de campo com uma participação na sua edição de 2026, é um pequeno mercado organizado pelo Pórtico, um grupo de arte afiliado à Associação de Estudantes da Faculdade de Medicina da Universidade do Porto.

A criação do projeto Feira de Arte Elixir adveio da vontade de proporcionar arte e cultura aos corredores da Faculdade de Medicina da Universidade do Porto. Alinhando-se com os valores e objetivos do Pórtico, a criação de uma feira de arte anual ou bianual desenvolveu-se como uma evolução natural das nossas atividades e projetos!

(Pórtico, comunicação pessoal, 24 de abril, 2026)



Fig. 45 - Participação da autora na 2ª edição da Feira Elixir. Foto publicada pela organização no seu Instagram. 2026.

Segundo a organização, este tipo de evento pretende oferecer aos ilustradores e artistas portugueses uma visibilidade que os meios digitais, por si só, não conseguem proporcionar. O encontro presencial com o público cria condições únicas "onde o público será mais recetivo e o artista terá todo o destaque."

(Pórtico, comunicação pessoal, 24 de abril, 2026).

Os eventos de referência para a Feira Elixir vão ao encontro dos das outras feiras entrevistadas, como o Urbano Market, Ohana Market, Mercado Avant Pop e Feira da Alegria, e adicionalmente, o Mercado do Bolhão.

2.3 Galerias Especializadas

2.3.1 Ó! Galeria



Fig. 46 - Parede da Ó! Galeria. Foto tirada pela autora. 2024.

A Ó! Galeria é talvez uma das galerias especializadas em ilustração mais conhecidas e mais mencionadas por ilustradores, especialmente dentro do panorama da ilustração independente na cidade do Porto. Nasceu como um projeto em 2009 no contexto da abertura de um novo espaço, "Bidonville" no CCBombarda.

A iniciativa veio do apelo e oportunidade de preencher uma das estruturas modulares de madeira (desenhadas pelo designer Rui Viana) com um projeto novo e diferenciador. A proposta de criar uma galeria focada exclusivamente em ilustração surgiu para aproveitar esta oportunidade e iniciar um projeto (quase) pioneiro.

(E. Ribeiro, comunicação pessoal, 18 de novembro, 2025)

Esta galeria é criada como um espaço que desvincula a ilustração do mundo editorial, dando a oportunidade a autores de mostrarem o seu trabalho como uma arte autónoma, dada a "inexistência de um espaço físico exclusivo e permanente dedicado a esta arte (mencionando a Galeria Dama Aflita como uma das raras exceções)." (E. Ribeiro, comunicação pessoal, 18 de novembro, 2025).

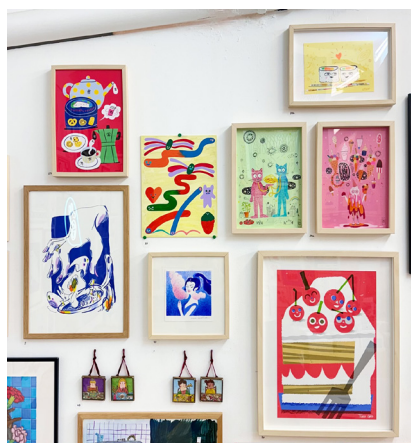


Fig. 47 - Exposição coletiva de inverno "Spoonful of Happy" realizada na Ó! Galeria. 2026.

Esta galeria, enquanto espaço de exposição, divulgação e venda de trabalhos de ilustração, como um "portfólio físico", pretende "legitimar a ilustração como forma de arte, educando o público a reconhecer o desenho e a ilustração como algo que 'vive por si só' e pode ser colecionada." (E. Ribeiro, comunicação pessoal, 18 de novembro, 2025).

A equipa da Ó! Galeria reconhece a dificuldade na estabilidade financeira nesta área, especialmente com o aumento do número de ilustradores e, consequentemente, o nível de competitividade. Em função disso, pretende contribuir para "um mercado mais sustentável e profissionalizado através de criação de valor e mercado ao elevar o estatuto da ilustração a arte colecionável, (...) um novo segmento de mercado focado em obras originais e múltiplos acessíveis." (E. Ribeiro, comunicação pessoal, 18 de novembro, 2025). Isto permite ao público adquirir e colecionar arte com valores mais baixos e permite aos ilustradores ter uma estrutura de galeria que lhes permite comercializar o trabalho continuamente e não apenas de forma pontual.

“A acessibilidade dos valores e a facilidade de se relacionar com o conteúdo da ilustração (que é muitas vezes narrativa) ajuda a cultivar um público novo e fiel que apoia financeiramente a produção artística de forma mais estável.” (E. Ribeiro, comunicação pessoal, 18 de novembro, 2025).

2.3.2 Padaria Águas Furtadas



Fig. 48 - Exposição “Breakfast for Dinner” da KIKA realizada na Cor Própria. 2026.

À semelhança da Ó! Galeria, a Águas Furtadas aparece como um projeto que promove o trabalho de ilustração na cidade do Porto. A sua fundação acontece em 2005 com o “Bazaar” na Águas Furtadas da sua casa-mãe. Entretanto o Bazaar encerrou e a Águas Furtadas surge no recém-aberto CCBombarda como a primeira loja a fechar contrato.

Surge um segundo espaço, o Almada 13, uma *concept store* dedicada à curadoria de projetos contemporâneos, de marcas e de pequenos estúdios europeus. Em pouco tempo e com outras ambições, surgiu a vontade de colaborar com os artistas da cidade em exposições e projetos. Aparece assim a Padaria Águas Furtadas, na Vitória. “Aqui abriu um espaço exploratório para artistas mais experientes ou emergentes, um espaço para todos, com oportunidades de crescimento e experimentação. O que coze, até hoje, neste forno não é pão, é arte.” (S. Felgueiras, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025). Em 2022 e de volta ao Quarteirão Bombarda, abre o terceiro espaço, a galeria *pop-up* Cor Própria.

O projeto era suposto ser temporário mas o carinho que se sentiu dos artistas e do público levou a torná-lo permanente na Rua do Rosário, onde se situa atualmente, onde, em semelhança com a Padaria, são realizadas mensalmente apresentações de projetos e de obras exclusivas.

(S. Felgueiras, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025)



Fig. 49 - Padaria Águas Furtadas. 2026.

Nos dias de hoje, a Águas Furtadas continua a fazer projetos exclusivos e chamadas públicas em colaboração com artistas emergentes e artistas de renome, dando-lhes oportunidade de exposição, divulgação e venda de trabalhos: “Aqui, recebemos os artistas de braços abertos e ajudamos a concretizar as suas ideias e acompanhamos o seu crescimento.” (S. Felgueiras, comunicação pessoal, 11 de dezembro, 2025).

2.4 Trabalho de Campo

Para terminar este capítulo, e como acréscimo à investigação realizada no âmbito das feiras e mercados de arte e autoedição, foram analisados os dados obtidos através da distribuição de um formulário aos restantes participantes das feiras visitadas.

Entre outubro de 2025 e maio de 2026, foram realizadas visitas no contexto de participação enquanto artista vendedora em diversas feiras na cidade do Porto. Entre elas, a Sábado-Feira, Mãe Quero Ser Artista, Feira Elixir, Bouça em Arte, Mercado Quimera e Mercado Abelha, tendo sido possível participar duas vezes nas últimas três feiras.

Este formulário de dez questões, concebido na plataforma Google Forms, contém perguntas de escolha única ou múltipla sobre temas como o trabalho independente, estratégias de promoção, redes sociais e o impacto das feiras e dos mercados de arte e de autoedição.



Fig. 50 - Participação da autora na 14ª edição do Mercado Quimera. 2026.

Na distribuição dos formulários através de um código QR, tentou-se ao máximo abordar apenas artistas com trabalho focado na ilustração, não incluindo, por exemplo, trabalho de artesanato como crochê ou bijuteria. Obtiveram-se cinquenta respostas, com alguns resultados de consenso alargado. Os formulários foram distribuídos no Sábado-Feira, Mãe Quero Ser Artista, Mercado Quimera e na primeira participação do Mercado Abelha. Ao longo das participações nestas feiras, o número de formulários distribuídos foi reduzindo gradualmente à medida que se tornava evidente que a participação de um certo número de ilustradores era recorrente. *(Respostas completas no Anexo II)*

Os inquiridos não pertencem a nenhum perfil específico, sem faixa etária ou género definidos. Nas respostas, a vontade de trabalhar de forma independente entre os inquiridos vem maioritariamente de um **desejo de liberdade criativa** (38 votos), com a **sustentabilidade financeira** (42 votos) sendo um dos principais desafios. Nas plataformas de venda e divulgação utilizadas, as **galerias, feiras e mercados de arte** (44 votos) são a escolha principal dos inquiridos e a **localização e custo de participação** (41 votos) revelam-se como o critério principal para decidir em que feiras participar. Ao questionar sobre estratégias para promover trabalho e atrair clientes a escolha principal são as **redes sociais** (49) votos. Conclui-se este questionário com o impacto das feiras na valorização da ilustração em Portugal que se mostra **muito positivo** (28 votos) com o aumento da visibilidade e valorização do trabalho de ilustração. No entanto, a possibilidade de se viver exclusivamente do trabalho de ilustração independente em Portugal é **apenas possível de forma parcial com rendimentos complementares** (27 votos).

Práticas e sustentabilidade do trabalho independente de Ilustração em Portugal

Este questionário faz parte de uma investigação académica no âmbito do Projeto de Mestrado em Ilustração, Edição e Impressão da Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto (FBAUP). Tem como objetivo compreender as motivações, práticas e desafios dos ilustradores que trabalham de forma independente em Portugal. Pretende-se analisar de que forma estes organizam o seu trabalho, que estratégias utilizam para criação, divulgação e comercialização, e como percecionam a sustentabilidade económica e artística da sua atividade. Os dados recolhidos serão utilizados exclusivamente para fins académicos.

Desde já agradeço pela sua participação!

Camila Cota
Mestrado em Ilustração, Edição e Impressão
Contactos:
Email: camicotat15@gmail.com
Instagram: @milacamomila_

* Indica uma pergunta obrigatória

Fig. 51 - Cabeçalho do questionário distribuído pelos participantes das diversas feiras onde a autora também participou. 2025-2026.

Na caixa de comentários opcional, um dos participantes contribuiu com o seguinte parágrafo:

Penso que qualquer trabalho independente é muito difícil de começar se o mercado em geral estiver em crise. Muitas vezes ouço de outros artistas “comecei no ano certo” ou “fiz isto na altura certa” em relação a trabalhos freelancer que aceitaram que lhes deu visibilidade e oportunidades. E no entanto um trabalho onde que pode ser bem valorizado e conheço artistas com muito bons rendimentos em trabalhos como freelancer mas não é fácil e a constante busca por oportunidades e motivação para continuar é um fator com muito peso nesta área.

(Participante anónimo, comunicação pessoal, 2026)

Já na última participação no Mercado Abelha em maio de 2026, em conversa com outro participante, foi dito:

Atualmente e devido à saturação do mercado artístico, as feiras de ilustração de autor são uma das poucas maneiras de um ilustrador poder mostrar o seu trabalho e estar em contato com clientes. Não querendo mistificar a profissão, as galerias da área estão saturadas de ilustradores e é muitas vezes difícil encontrar vagas a não ser que se seja ‘diferente’ criando um certo peso na criação artística que quer queiramos ou não pode influenciar negativamente o nosso trabalho, colocando-nos pressões que não deviam existir.

(Juliana Carreira, “Tosta Mista Atelier”, comunicação pessoal, 2026)¹

¹ Esta citação vem de uma conversa pessoal, ao contrário das outras citações que foram obtidas de forma anónima pelo questionário distribuído. Foi pedida autorização da artista citada para que esta afirmação pudesse ser usada neste relatório.

2.5 Associações de ilustração e recursos de apoio



Fig. 52 - “Guia Ninja do Ilustrador” da AGPI com informações legais, profissionais e de mercado para ilustradores *freelance*. 2016.

Alguns dos entrevistados mencionam a falta de uma associação de ilustradores em Portugal, como Mariana, a Miserável, por exemplo: “Acho que era fixe existir um em Portugal, era giro se nos juntássemos de alguma maneira e que falássemos mais entre nós. Acho que estamos todos muito afastados.” (M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025). Durante a investigação foi possível encontrar a AGPI - Asociación Galega de Profesionais da Ilustración (Associação Galega de Profissionais da Ilustração), que faz parte da Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (FADIP). Esta associação tem como objetivo defender os direitos e interesses dos ilustradores galegos e ajuda na formação e informação do desenvolvimento desta profissão (AGPI, 2026). Para além das atividades desenvolvidas, no seu *website* é possível encontrar uma lista de recursos disponível a qualquer pessoa, com guias de apoio que envolvem aspetos legais e profissionais no mercado da ilustração (Fig. 52), modelos de contrato, vendas online, assim como listas de editoras e agências de ilustração.

Num contexto similar, existe uma página de Instagram portuguesa, a Fine Tip PT (@finetip_pt), que apesar de no momento estar inativa, também partilha recursos para artistas em Portugal, como calendários de feiras e eventos a acontecer e dicas sobre produção de merchandising, da mesma maneira que partilha *Open Calls* para divulgar o trabalho destes artistas.

2.6 Considerações finais do capítulo

Os resultados destas entrevistas e inquéritos reforçam as conclusões já tiradas do primeiro capítulo, com o trabalho independente sendo uma das principais vias de trabalho entre ilustradores devido à liberdade criativa e o menor número de restrições por parte de clientes ou mediadores. Reforça-se mais uma vez a sustentabilidade financeira como um dos maiores desafios, havendo muitas das vezes a necessidade de complementar este trabalho com outras fontes de rendimento, e as redes sociais e feiras de edição independente como ferramentas importantes para a visibilidade dos artistas.

Exemplos como a AGPI mostram como as associações nacionais de ilustradores podem oferecer apoio legal, formação e visibilidade no setor. A criação de uma associação portuguesa de ilustradores permanece como algo cobiçável, que pode transformar as condições de profissionalização e sustentabilidade da prática independente no país.

3. Capítulo III - Projeto *Vida de Artista*

3.1 Enquadramento do tema

Esta investigação materializa-se na criação de um conjunto de objetos ilustrados, inspirado nas bancas de artistas observadas durante o trabalho de campo. Inspirado na variedade de suportes e técnicas encontradas nestes circuitos, decidiu-se criar um *kit* para ser apresentado em feiras e entrar em contato com o público.

O nome *Vida de Artista* nasceu durante a investigação, ao perceber das dificuldades que estes ilustradores experienciam ao tentar viver do seu trabalho numa sociedade que tende a descredibilizar esta profissão, como Mariana, a Miserável expressou:

Eu acho que na generalidade devia ser uma profissão mais bem respeitada. (...) Era fixe se investissem mais em ilustração. Portugal tem dos melhores ilustradores do mundo e não somos assim tão caros. Tem a haver com esse investimento, tem a haver com a mentalidade, têm de parar de nos diminuir e parar de achar que esta é uma profissão menor.

(M. Santos, comunicação pessoal, 29 de outubro, 2025)

Já Ana Fernandes, no artigo “Vai mas é trabalhar, ó “artista””, publicado *online*, analisa a conotação negativa que o nome “artista” tem na cultura portuguesa e como não é uma profissão levada a sério:

É em nós, enquanto sociedade, que começa o descrédito ao (verdadeiro) artista. A sua arte sempre foi vista como um passatempo por nós, porque só a vemos como passatempo (ou seja, quando temos tempo extra fora do horário laboral). Daí que digamos de boca cheia para o artista ir trabalhar, ignorando que aquele é, de facto, o seu trabalho. (...) É também muito importante que mal possamos contribuamos todos na medida das nossas possibilidades para ajudar a que de uma vez por todas, os artistas sejam valorizados. Ao contrário do que se pensa, não se alimentam de palmas. (Fernandes, 2020, para. 3 e 9)

Com o tema já em mente, fez-se uma lista das técnicas e materiais mais usados e vendidos por artistas independentes. Identificou-se a impressão digital, serigrafia, risografia, gravura, impressão ou bordado em têxtil, cerâmica, *stickers*, *fanzines* e outros objetos personalizados.

3.2 Trabalho de campo - experiências pessoais

Sábado-feira

Stickers- 3€

Mae quero ser artista

Marcador-3€

Bouça em arte

Marcador- 3€

Stickers - 4€

Brincos - 8€

Keychain- 4€

Print- 3€

Quimera

Print - 11€

Sticker - 2€

Brincos - 16€

Abelha

Print - 24€

Sticker- 1€

Bookmark- 3€

Quimera

Sticker- 2€

Keychain- 4€

Brincos- 8€

Print- 7€

Bouça

Print- 4€

Sticker-5€

Elixir

Sticker-2€

Marcador-3€

Abelha

Sticker- 2€

Entre outubro de 2025 e maio de 2026 foram registadas onze participações em feiras de arte, autoedição e artesanato na cidade do Porto, entre elas a Sábado-Feira, Mãe Quero Ser Artista e Feira Elixir e participações repetidas (duas) na Bouça em Arte, Mercado Quimera e Mercado Abelha. Nestas feiras, foram apresentados à venda trabalhos de ilustração pessoais, incluindo *prints* digitais de pequeno formato, *stickers*, marcadores de livro e postais de oferta. Em algumas destas feiras, foi também vendido algum trabalho de crochê de elementos baseados na estética do trabalho ilustrado mas não serão tidos em conta nesta investigação.

Em cada feira foi registado o número de vendas feitas (Fig. 53), sendo especialmente importante para as participações repetidas para perceber a diferença de lucro ao participar na mesma feira mas em alturas diferentes do ano.

Também foi possível perceber o aumento de vendas ao longo destas participações, devido à experiência ganha, percebendo o que atrai mais as pessoas ao trabalho apresentado. A maior variedade de *prints* e *stickers* assim como a introdução de marcadores de livros são alguns exemplos. Os *stickers* são o objeto mais popular e mais vendido, principalmente entre o público mais jovem, pelo seu tamanho, preço e pelo gosto pelo colecionismo que muitas pessoas têm.

No entanto, a segunda participação no Bouça em Arte, no Mercado Quimera e no Mercado Abelha não teve tanto sucesso nas vendas quanto a primeira. Por exemplo, no dia do Mercado Abelha decorreram festejos na cidade, o que acabou por direcionar o público para outra área. No geral, não é possível prever se uma feira vai correr bem ou mal. Pode depender do tempo, do dia da semana, da localização, dos eventos que estão a acontecer à volta ou simplesmente o público daquele dia não se interessa por aquele tipo de trabalho autoral.

Quanto às redes sociais, mais especificamente o Instagram, praticamente todas as equipas de organização de feiras partilham com antecedência os perfis dos artistas participantes juntamente com uma fotografia do trabalho deles (Fig. 54 e 55), submetida pelo artista aquando da submissão da candidatura ou escolhida pela equipa. Este gesto ajuda a dar visibilidade ao trabalho do artista, a informar o público sobre onde vão poder entrar em contacto com este trabalho autoral e até mesmo a aumentar o número de seguidores. Por exemplo, durante o mês de dezembro, após a participação em três feiras, a autora foi contactada pelo Instagram pela equipa organizadora de uma feira para convidá-la a participar. Outro caso foi durante a participação do Bouça em Arte a 1 de dezembro de 2025, quando a organizadora do

Fig. 53 - Registo de todas as vendas feitas durante as participações nas feiras mencionadas por ordem cronológica. 2025-2026.

Mercado Quimera também mostrou interesse pelo trabalho autoral e convidou a participar na edição seguinte da feira.

Fig. 54 e 55 - Fotos publicadas pelo Mercado Quimera no seu Instagram para divulgar o trabalho da autora na participação da sua 14ª edição. 2026



3.3 Ilustrações



Fig. 56 - Lápis de grafite, lápis de cor, marcador, lápis de cera e Apple Pencil. Foto tirada pela autora. 2026.

Durante a fase de esboçar o projeto, houve a necessidade de criar símbolos gráficos que pudessem ser usados como linha condutora que ligasse os objetos ao tema.

O primeiro símbolo a acompanhar os esboços foi o lápis, por poder representar a pluralidade do ilustrador. Em *"History of Illustration"*, é explicado que ao contrário da fotografia ou pintura, em que o nome da prática é associado a uma técnica específica, a ilustração não consegue ser definida dessa maneira (Doyle et al., 2018). Por isso, o lápis aparece para representar uma variedade de técnicas devido ao seu formato: pode representar um lápis de grafite, um lápis de cor, lápis de cera, marcadores e até mesmo o Apple Pencil ou as canetas utilizadas por artistas digitais (Fig. 56).



Fig. 57 - *"The Illustrators Survival Guide"* da Mimaster Illustrazione publicado pela Corraini. Daniele Morganti. 2018.

O segundo símbolo é a mão, que muitas vezes aparece junto com o lápis. A mão representa também a pluralidade deste artista: o fazer, desenhar, criar, editar, e produzir. Adicionalmente, simboliza o contato entre artista e cliente, especialmente ligado aos circuitos independentes como as feiras e mercados, com o contato entre mãos: o objeto passa da mão que o criou para uma mão que agora o possui.

O primeiro objeto idealizado para este projeto foi o *fanzine* intitulado *"Guia Ilustrado de Sobrevivência a Feiras de Arte e Autoedição"*. Inspirada no *"The Illustrators Survival Guide"* (Fig. 57) da Mimaster Illustrazione, pretendeu-se criar um pequeno guia com dez dicas para *"sobreviver"* a feiras de arte e autoedição, que passam pelo processo de candidatura, preparação do trabalho para as feiras, vendas e dicas de boas práticas com os outros participantes.

O primeiro passo passou pela escrita do texto, e com base nele criaram-se os esboços:

1. Na hora da inscrição, apresenta um portfólio coeso e organizado. Não desanimes se não entrares desta vez, haverá sempre uma próxima feira para tentares participar.
2. Atenta ao regulamento de cada feira, ao preço de inscrição e ao material que te podem fornecer, como mesa e cadeiras.
3. Prepara o teu stock. Mais vale ter a mais do que a menos.
4. Define os teus preços tendo em conta o que é justo para ti e para o teu trabalho. Na dúvida, pergunta a outros participantes quais são os seus preços, para que possas comparar.
5. Tem sempre trocos contigo. Nem sempre as apps de transferências estão acessíveis.
6. Aposto numa boa apresentação da tua mesa para chamares a atenção das outras pessoas para o teu trabalho.
7. Sê simpático com os visitantes e participantes. Aproveita para criar contatos e fazer amizades.
8. Traz um lanchinho e algum entretenimento. Por vezes as feiras duram várias horas e nem sempre vão ter muito movimento.
9. Respeita os teus colegas. Se encontrares um amiguinho e ficarem à conversa, evitem tapar as mesas dos outros participantes.
10. Diverte-te!

Tendo em conta que se trata de um formato *booklet* e o número de páginas tem de ser múltiplo de quatro para poder bater certo, houve a necessidade de acrescentar duas páginas. Decidiu-se, então, na primeira página, adicionar um texto introdutório sobre o guia, o seu propósito e o contexto da sua criação. Como este guia é um objeto de apoio para artistas independentes, a segunda página contém uma lista de nomes de feiras onde a autora participou e cujas experiências serviram para escrever o *fanzine*, de modo a dar conhecimento a outras pessoas, especialmente a artistas que desejam começar este tipo de percurso, sobre alguns nomes de circuitos independentes na cidade do Porto (Fig. 58).



Fig. 58 - 1ª e 2ª páginas do *fanzine*.

Com a criação dos esboços para o *fanzine*, também se estabeleceu uma paleta de cores que acompanhasse todos os elementos do projeto. Foram concebidas três paletas, que tentassem seguir a estética já existente no trabalho pessoal da autora (Fig. 59, 60 e 61). Os desenhos seguem a mesma linha de pensamento, com uma mistura de linhas geométricas e um modo de pintura mais manual, tudo feito num suporte digital (Procreate). Procuram ocupar os limites da folha e interagir com o texto. As personagens retratadas não têm gênero, etnia ou idade associados, com a intenção de fazer com que qualquer pessoa se identifique com o trabalho. A capa tomou a mesma estética sintetizada, com um fundo colorido em contraste com desenhos claros. Aparece aqui também o símbolo das mãos, a segurar um lápis ou uma tesoura, como símbolo do artista autor, editor e produtor (Fig. 63 e 64).

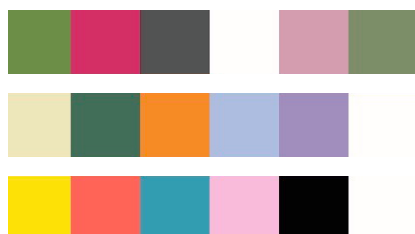


Fig. 59, 60 e 61 - 3 paletas de cor iniciais. Escolheu-se a última.

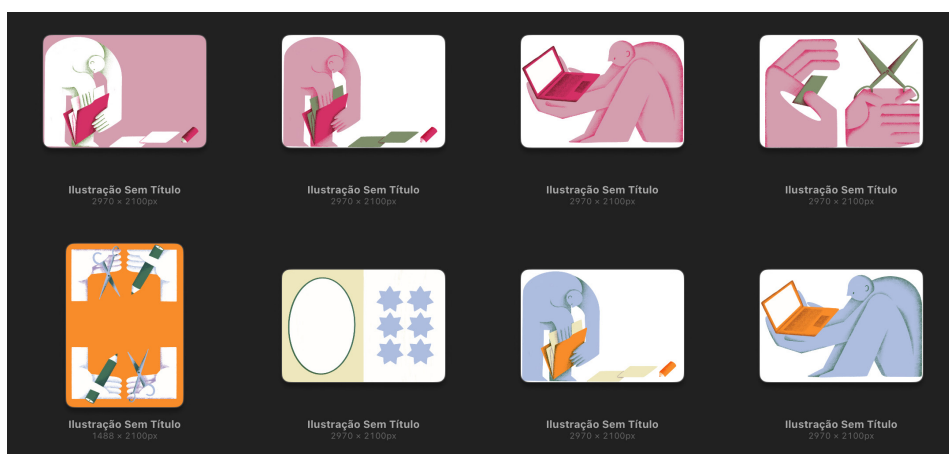


Fig. 62 - Testes com as primeiras duas opções de paleta de cor.

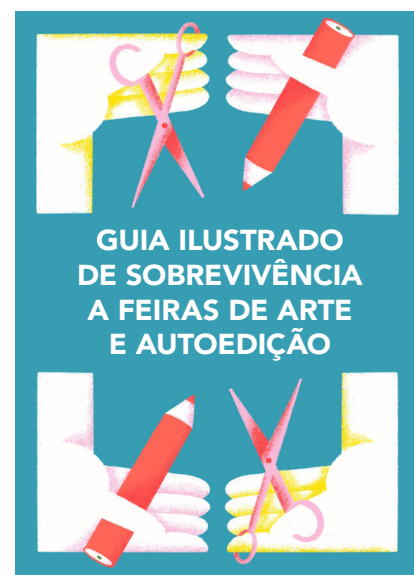
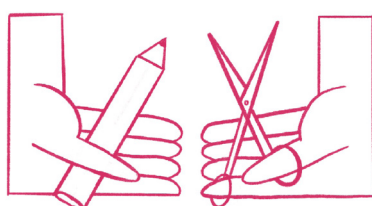
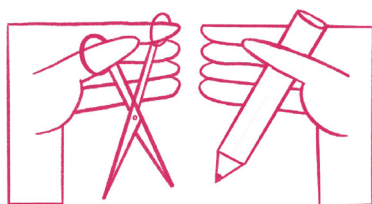


Fig. 63 e 64 - Esboço e ilustração final da capa já na paleta de cor escolhida.

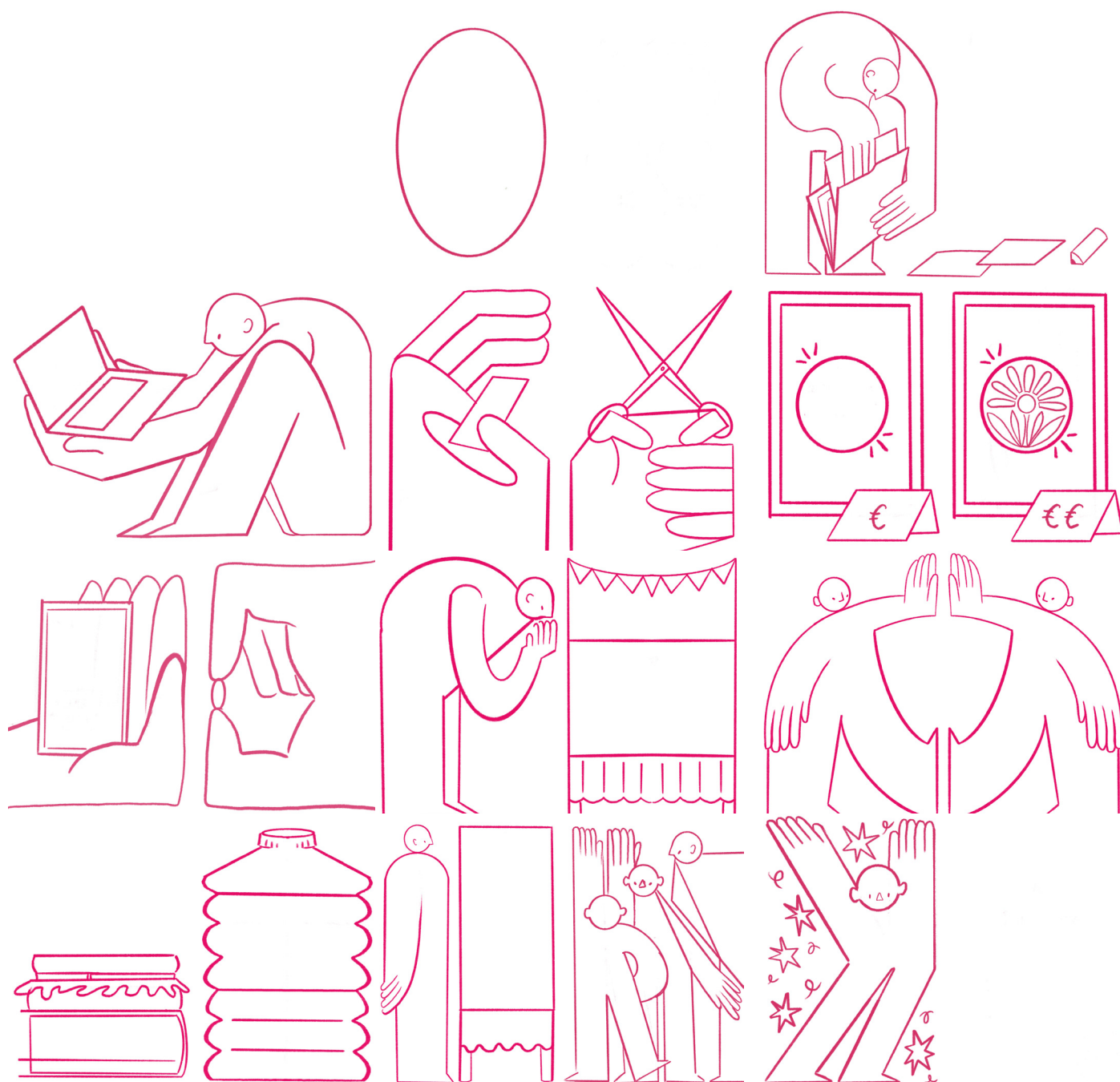


Fig. 65 - Esboços do fanzine.

De seguida vieram os *stickers*. As primeiras ideias passaram pelo formato redondo, como um emblema, e com texto. Pensou-se inicialmente nas frases, que pretendiam retratar frustrações sobretudo dentro do tema financeiro. Surgiram mais algumas ideias dentro da simbologia da mão, sobre o contato com o cliente e a validação entre pares. Alguns dos esboços acabaram por ser usados para produzir outros objetos como alfinetes.



Fig. 66 - Esboço do *sticker* "Ajuda um pequeno artista". Pequenos artistas são aqueles que estão a começar o seu percurso na área e esta expressão é muito usada pelos mesmos para pedir apoio do público. A ilustração mostra o sentido literal de "pequeno artista" com uma pequena figura junto de um lápis gigante.



Fig. 67 - Esboço do *sticker* "Tantas ideias e tão pouco trabalho que as pague". Realça o sentimento de frustração da falta de oportunidades na área e as dificuldades financeiras.



Fig. 68 - Esboço do *sticker* "A dar o meu melhor". Este acabou por ser usado em alfinetes.



Fig. 69 - Esboço do artista. Este foi usado tanto para *stickers* como para o cartaz da Feira Vida de Artista organizada pela autora no contexto deste projeto.



Fig. 70 - Esboço da mão do artista. Este foi usado tanto para *stickers* como para um alfinete em acrílico.



Fig. 71 - Esboço de *sticker* sobre a ação de transação monetária e a venda do trabalho artístico, assim como o contato com o público. Acabou por não ser usado no projeto final.

O *print* era uma coisa que não podia faltar neste projeto. A primeira ideia surgiu a partir da comunidade de artistas que se viu criar durante o trabalho de campo. Com todas as participações em feiras foram-se criando contatos, já que é um meio pequeno e as mesmas pessoas acabam por participar nos mesmos circuitos. Criaram-se amizades e redes de entreajuda. Esta ilustração procurou representar esta comunidade que se cria dentro do circuito das feiras. Utilizando personagens universais com diferentes cores e tamanhos, conectam-se todas pelo lápis, simbolizando este sentido de comunidade entre pessoas de diferentes áreas artísticas mas que têm a prática independente como elemento em comum (Fig. 72).



Fig. 72 - Esboço do *print* sobre comunidade e ajuda entre pares.

A ilustração seguinte quis fazer uma analogia entre o princípio japonês dos "Três Macacos Sábios" (Mizaru, Kikazaru e Iwazaru) e o conceito do artista como autor, editor e produtor. Três personagens que fazem gestos diferentes com as mãos, numa referência ao "Não veja o mal, não ouça o mal e não fale o mal". A primeira segura um lápis (o autor), a segunda um computador (o editor) e a terceira uma tesoura (o produtor) (Fig. 73).

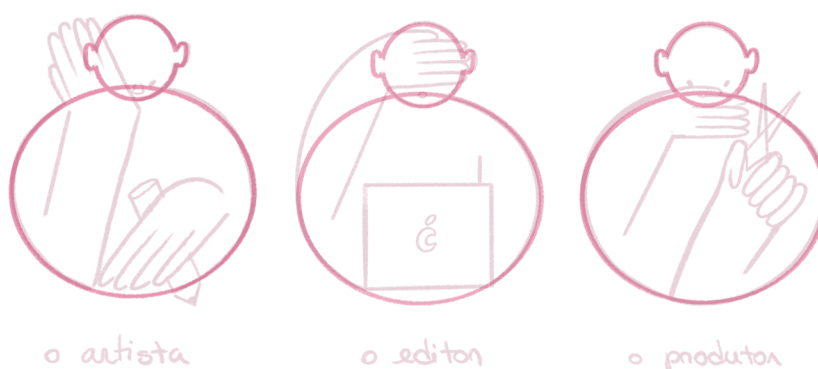


Fig. 73 - Esboço do *print* sobre o autor, editor e produtor.

Decidiu-se fazer uma terceira ilustração, desta vez baseada nas interações com o público e outros artistas nos circuitos independentes. Surgem duas personagens que num modo divertido fazem uma troca: o artista com um dos seus produtos e o cliente com o pagamento (Fig. 74).

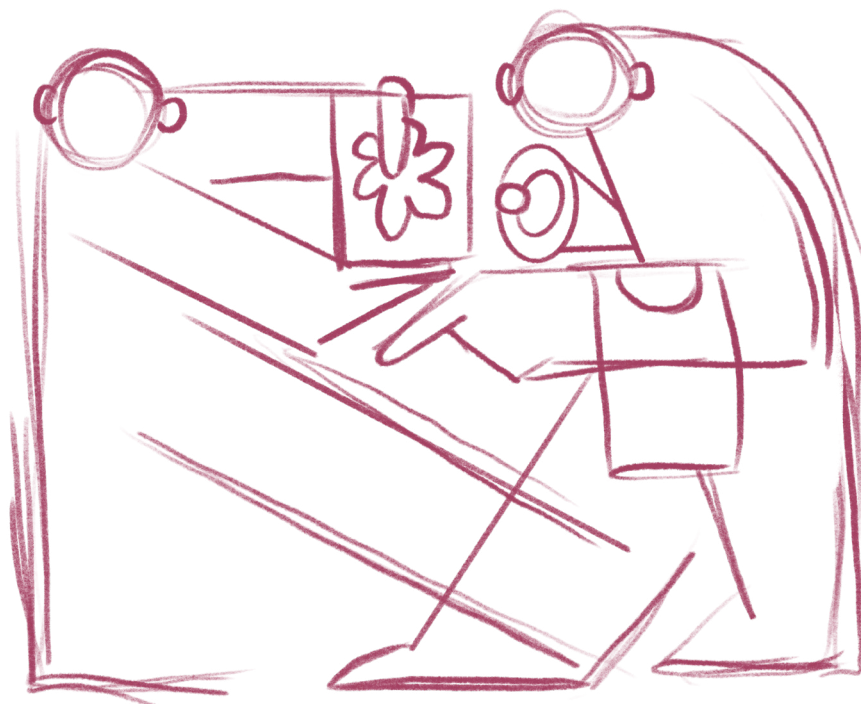


Fig. 74 - Esboço do *print* sobre as interações entre o artista e o cliente.

Por fim, decidiu-se incluir algum objeto têxtil no projeto e escolheu-se o saco de pano ("tote bag") pelo seu design universal. O método de impressão começou por ser impressão têxtil feita numa gráfica, mas, devido às limitações financeiras, escolheu-se a impressão em linóleo, que também acaba por exaltar este espírito *DIY* do projeto que faz sentido estar presente. O esboço, que depois foi reproduzido em linóleo, também quis mostrar o ambiente dos circuitos independentes e as interações humanas. Manteve-se a estética pessoal com as formas sólidas e tentou-se aproveitar todo o espaço do linóleo (Fig. 75).



Fig. 75 - Esboço da ilustração para a tote bag já com as áreas de cor pensadas.

3.4 Materiais e métodos de impressão

Fez-se uma primeira impressão do *fanzine* numa gráfica, em papel *matte* de 140gr por sugestão da colaboradora. Sendo que o material da capa seria o mesmo do que o miolo e todas as páginas estão cheias de cor, era importante que o papel não tivesse uma gramagem tão baixa para evitar transparências ou sangramento da cor. No entanto, o preço para uma edição de dez zines revelou-se um pouco elevado, então optou-se por uma gráfica online (360imprimir) onde os custos seriam muito mais baixos. Escolheu-se uma gramagem de 130gr que era a opção mais próxima disponível, o que acabou por dar um aspeto de revista ao *fanzine* sem perder muito a robustez do objeto. Quanto ao formato, o *fanzine* manteve-se o mais fiel possível à configuração tradicional de um *fanzine*, em tamanho A5 e agrafamento simples na dobra. (Livro completo no Anexo III)



Fig. 76, 77, 78 e 79 - Fanzine impresso na gráfica.

Para os *stickers*, preferiu-se a impressão em papel autocolante e o recorte à mão, uma opção mais comum entre artistas independentes mais jovens devido aos preços menos acessíveis do recorte de *stickers* em máquina.



Fig. 80 - Ilustração do sticker "Ajuda um pequeno artista".



Fig. 81 - Ilustração do sticker "Tantas ideias e tão pouco trabalho que as pague".



Fig. 82 - Ilustração do sticker do artista.



Fig. 83 - Ilustração do sticker da mão artista.

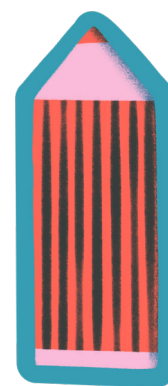


Fig. 84 - Ilustração do sticker do lápis do artista, reaproveitada da ilustração anterior.

Um dos esboços destinados a *sticker* pareceu interessante quando transformado num alfinete de esmalte; no entanto, devido às suas limitações técnicas no que toca à cor — que só pode ser sólida, sem sombras — e ao facto de não ir de acordo com o estilo de desenho da autora, bem como o preço de produção, acabou por ser produzido em acrílico.



Fig. 85 e 86 - Alfinete em acrílico com a ilustração da mão do artista e respetiva embalagem.

Elegeu-se também uma edição de dez crachás em botão pequenos a partir de um dos desenhos dos *stickers* para dar um pouco mais de variedade ao projeto. Os crachás foram feitos por uma colega que trabalha de forma independente e abriu um pequeno negócio de corte, impressão e produção — o Duramos Studio — e, assim, este projeto também pôde ajudar outro pequeno artista, em vez de apoiar apenas grandes empresas de impressão e produção (Fig. 89 e 90).

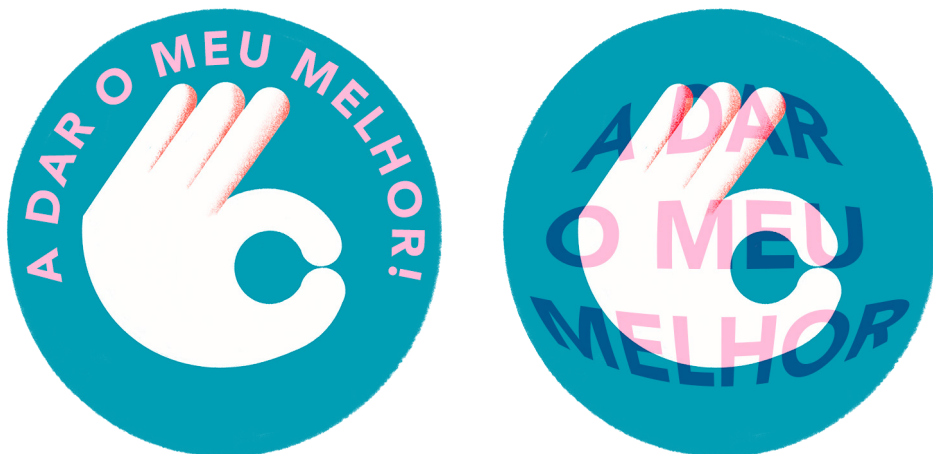


Fig. 87 e 88 - Primeiras ilustrações para o alfinete. Devido à escolha de um tamanho mais pequeno de alfinetes (10mm), o texto tornar-se-ia muito pouco legível então optou-se por simplificar a ilustração. O texto passou para a embalagem do alfinete.



Fig. 89 - Ilustração final para o alfinete.



Fig. 90 - Alfinetes em botão e embalagem com a frase. A ideia da embalagem foi também reaproveitada para os alfinetes em acrílico.

A ideia original do projeto seria ter *prints* em impressão digital e risografia. Foi feito um pedido de orçamento em estúdios de risografia e percebeu-se que o valor para imprimir em várias cores não seria tão vantajoso. Uma das maiores limitações deste projeto, como já se pôde perceber, é a escassez de recursos financeiros. Começar de raiz toda uma coleção de objetos ilustrados com uma quantidade considerável de exemplares torna-se caro e o dinheiro angariado para este através das participações em feiras não se revelou suficiente.

Imprimir em risografia implica que cada camada de cor seja impressa em separado e tem de ser feita uma matriz para isso, e por isso, há um limite mínimo de cópias, o que juntamente com o preço acrescido por cada camada de cor, torna o preço muito alto e não há garantias de que todos os *prints* sejam vendidos. Houve, portanto, uma decisão a ser tomada. Optou-se por imprimir todos os desenhos em impressão digital, no entanto, dois deles com uma tentativa de efeito de risografia (Fig. 94 e 96). Assim, houve mais liberdade na escolha de quantidade de cores usadas sem condicionar o custo de produção. As ilustrações foram feitas em camadas, com efeito de multiplicação, para dar aquele aspeto de sobreposição das risografias, e foi adicionado ruído à imagem. A gramagem de papel escolhida fugiu um pouco à escolha de papéis oferecida nos estúdios de risografia (por exemplo na *Not So Fast Press* é entre 140-170gr), com cerca de 220gr, para não tornar os *prints* muito finos e leves. O formato de cada *print* seguiu as dimensões normais de molduras, a 13x18 cm e 20x25 cm.



Fig. 91 - Ilustração da comunidade em só uma cor. 13x18cm.



Fig. 92 - Ilustração final para *print* em impressão digital. Decidiu-se usar mais cores com o lápis a preto para lhe dar destaque. 13x18cm.



Fig. 93 - Primeiro teste de efeito de risografia no Photoshop com o uso de greyscale e efeito de pontilhismo, no entanto, as cores ficaram muito claras. 20x25cm.



Fig. 94 - Segundo teste e ilustração final apenas com o uso de ruído. 20x25cm.

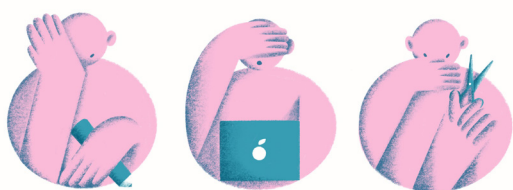


Fig. 95 - Primeira solução para a ilustração do autor, editor e produtor dentro do estilo da autora. 13x18cm.



Fig. 96 - Segunda opção e final, sem tantas sombras e com ruído para ficar mais coeso com a outra ilustração de efeito de risografia. 13x18cm. As ilustrações foram também reaproveitadas para um pack de três stickers.

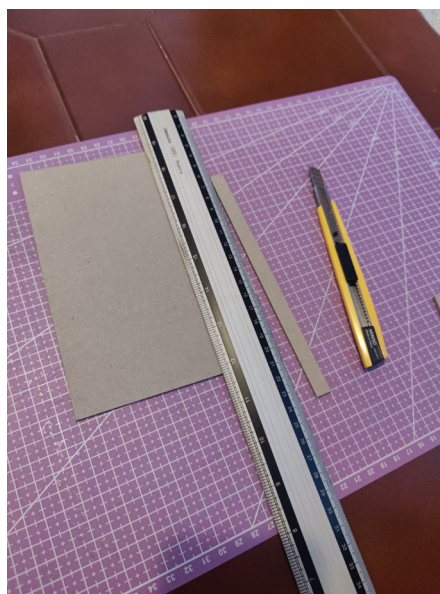


Fig. 97 e 98 - Preparação e corte das ilustrações e do cartão prensado. Os prints são colocados dentro de um envelope plástico transparente com cartão prensado do mesmo tamanho atrás para proteção.

Na escolha dos sacos de pano, comprou-se um pacote de dez sacos de 100% algodão de 145gr na Amazon por um preço acessível e tinta de linogravura própria para tecido em turquesa para não fugir à paleta de cores usada. As ilustrações de gravura em relevo foram impressas num prelo A3 da faculdade, que, infelizmente, era o único disponível. Durante a impressão, para evitar o deslocamento da matriz, foi feita uma moldura em cartão com a mesma altura do linóleo. Como os sacos eram mais largos do que a área de impressão do prelo, tiveram de ser dobrados, o que causou inconsistências de cor em algumas impressões. Como os sacos eram feitos de um tecido de algodão mais finos com uma trama maior, a cor de impressão não ficou tão opaca como pretendido. Num dos sacos tentou-se corrigir os erros após a secagem com um pincel pequeno mais ficaram muito notórias as correções devido à opacidade da tinta nestas áreas, pelo que se desistiu da ideia. Apesar destes erros, os sacos foram colocados para exposição e venda na mesma, para evitar o desperdício, a um preço mais baixo que cubra, na mesma, os custos de produção e o trabalho envolvido. Mesmo assim, os erros e imperfeições na impressão conferem identidade e unicidade a estes objetos, e a manualidade desta técnica afirma-se como uma resposta à homogeneidade e perfeição técnica da produção digital.



Fig. 99 e 100 - Preparação da ilustração na matriz de linóleo e tintagem.



Fig. 101 e 102 - Impressão da ilustração nos sacos e marca gráfica da autora na parte de trás.



Como se trata de um projeto com vários elementos soltos, fez sentido encontrar um objeto contendor que pudesse organizar todos os objetos como uma espécie de *kit* para os transportar em segurança. A primeira ideia seria construir um envelope ilustrado, impresso digitalmente, mas não seria possível caber todos os objetos dentro dele, já que não teria capacidade de segurar objetos com mais alguma espessura. Depois, considerou-se usar a *tote bag* para transportar o restante do kit, mas não seria possível proteger tão bem os objetos, especialmente os *prints*. Decidiu-se, então, encomendar numa loja online duas caixas de transporte em cartão branco, na mesma paleta de cores do projeto, de modo a fazer apenas um protótipo devido aos custos. Na caixa foi impressa manualmente a mesma matriz de linóleo dos sacos de algodão com tinta para gravura preta. A primeira tentativa de impressão foi sem sucesso devido à textura ondulada no cartão canelado, deixando muitas áreas em branco (Fig. 104). Tentou-se uma segunda impressão que acabou por ficar melhor, apesar de ainda ter algumas impressões (Fig. 105). Conseguiu-se corrigir algumas das imperfeições com um pincel para deixar o desenho mais uniforme mas algumas marcas permaneceram propositalmente para manter o aspeto de manualidade do projeto (Fig. 106).



Fig. 103 e 104 - Tintagem da matriz e primeiro teste de impressão mal sucedido.



Fig. 105 e 106 - Segunda tentativa de impressão antes e após correção de erros com o pincel e tinta.

Todos os elementos do projeto carregam, de alguma forma, o símbolo gráfico característico do trabalho da autora. Este logótipo, desde o início do percurso artístico, aparece no trabalho ilustrado autoral para substituir a assinatura e, por isso, faz sentido estar presente nos elementos deste projeto também, quer seja nos cantos das folhas dos *prints*, nas embalagens dos alfinetes, na parte de trás das *tote bags* e na caixa de transporte (Fig. 107 e 108).

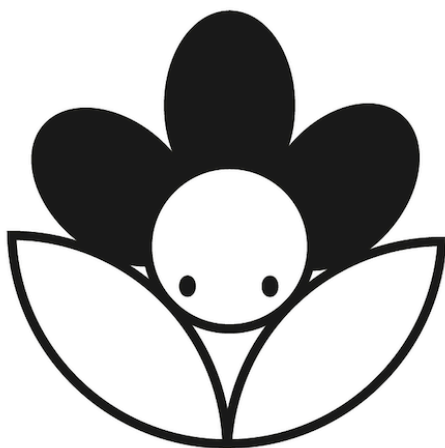


Fig. 107 e 108 - Marcas gráficas da autora em formato vetorial e em matriz de linóleo usadas nos diversos elementos do projeto

Este projeto foi lançado sob o nome artístico “Mila Camomila”, pelo qual a autora foi gradualmente ganhando reconhecimento ao longo das participações em feiras durante o trabalho de campo. Optou-se por manter este nome dado que o projeto será igualmente apresentado ao público através desses mesmos circuitos independentes.

3.5 Resultados



Fig. 109 - Objeto contendor do projeto.
Exterior da caixa.



Fig. 110 - Interior da caixa.
Todos os objetos do projeto.



Fig. 111 e 112 - Detalhes do interior da caixa.



Fig. 113, 114, 115 e 116 - Fanzine "Guia Ilustrado de Sobrevivência a Feiras de Arte e Autoedição".



Fig. 117, 118 e 119 - Prints.



Fig. 120 - Tote bag.



Fig. 121 e 122 - Alfinete em acrílico e em botão.



Fig. 123, 124, 125 e 126 - Stickers.

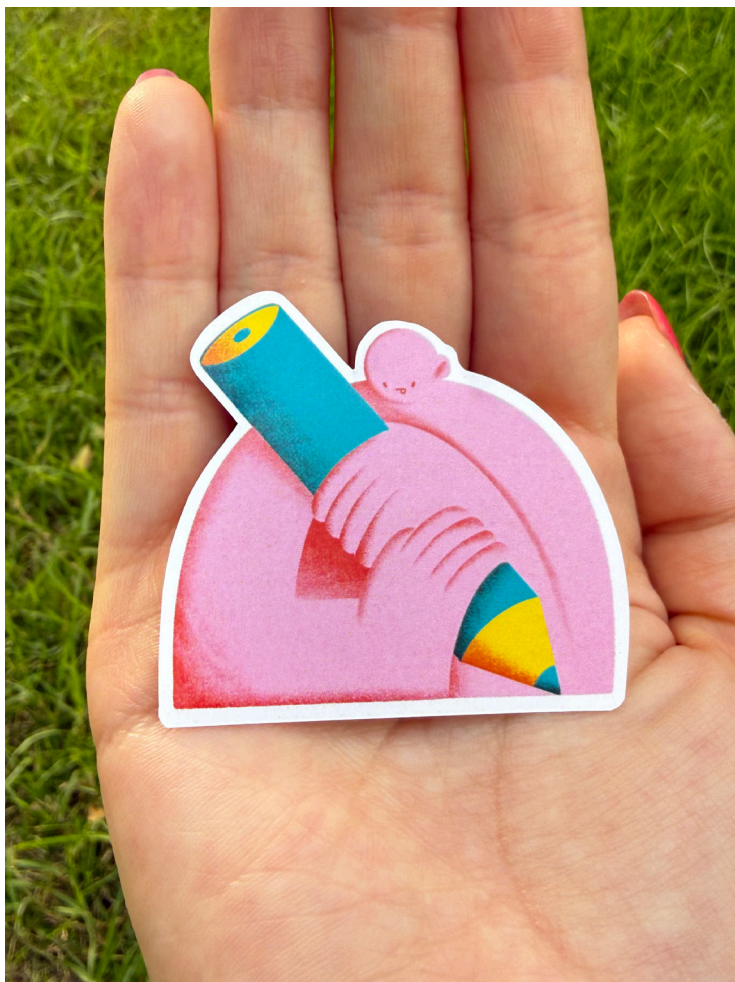


Fig. 127 e 128 - Stickers.



3.6 Feira Vida de Artista



Fig. 129 - Post da Open Call publicada no Instagram da autora e do MIEI.

Com a conclusão do projeto, decidiu-se apresentá-lo numa feira organizada pela autora, inserida no plano de trabalhos, para testar os resultados comentados ao longo da investigação. Ocorreu nos jardins da faculdade, no dia 22 de maio de 2026, com o mesmo nome do projeto (*Vida de Artista*), de modo a promover a produção autoral, a publicação independente e a criação de redes entre pares. Por se tratar de um projeto que envolve toda a comunidade estudantil, foi contactada a Associação de Estudantes para ajudar na divulgação e na organização.

Apesar das várias tentativas de contato, não houve resposta, então, contactou-se a Associação Júnior de *Design* da Faculdade. A resposta foi instantânea e positiva. Foram feitos os pedidos de autorização e de divulgação por parte da faculdade e, de seguida, os pósteres a serem divulgados. Foi feita uma primeira imagem para post para anunciar a *Open Call* aos estudantes que quisessem participar (Fig. 129), seguida do póster oficial da feira em formato A3 para impressão e em formato 1080x1440px para post de Instagram (Fig. 131).



Fig. 130 - Primeiro esboço do póster para a Feira Vida de Artista.



Fig. 131 - Póster final para a Feira Vida de Artista impresso em A3 e divulgado pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto no seu Instagram.

Foi feita ainda uma série de 3 posts em carrossel para o Núcleo de *Design* divulgar no seu Instagram (Fig. 132) e um cabeçalho para acompanhar o formulário de inscrição (Fig. 133).



Fig. 132 - Coleção de 3 imagens em carrossel para o Núcleo de *Design* publicar no seu Instagram, o que nunca chegou a ser feito devido à falta de resposta deles.



Fig. 133 - Ilustração para o cabeçalho dos formulários de inscrição e de comentários sobre a feira.

Por falta de disponibilidade do núcleo em divulgar no seu perfil tanto a *Open Call* como o póster da feira por causa de um atraso em publicar os *posts* de outros eventos deles, concordou-se que a autora, juntamente com a página do Mestrado em Ilustração, Edição e Impressão da FBAUP, partilhariam no seu perfil do Instagram os *posts* e o núcleo só teria de republicar e partilhar temporariamente através das *stories*.

Também foram distribuídos na faculdade pôsteres impressos em A3. Infelizmente, nas três semanas anteriores à feira, o núcleo deixou de responder e não compartilhou nada do que tinha sido acordado. Isto fez com que o alcance dos posts aos alunos da faculdade fosse mais limitado e condicionou o número de inscrições. Com a falta de pessoas a aderirem ao projeto, abriu-se então a *Open Call* a ex-alunos da faculdade, e no fim conseguiram-se 11 participações de outros estudantes e ex-estudantes para a feira. No e-mail de confirmação de participação, todos os alunos inscritos receberam uma versão digital do “Guia Ilustrado de Sobrevivência a Feiras de Arte e Autoedição”.



Fig. 134 - Post de divulgação dos artistas participantes.

Até à data da feira foram feitas partilhas da mesma pela autora e pelos restantes participantes no seu Instagram. Quis-se também fazer o mesmo trabalho que as outras feiras na questão da divulgação dos nomes dos artistas participantes, então foi feita uma publicação com os nomes e respectivas identificações da conta de Instagram de cada um (Fig. 134).

No dia da feira, devido à falta de ajuda do núcleo na recolha de mesas e cadeiras para os participantes, estes ajudaram nesse aspeto. A feira foi realizada no jardim da faculdade. Cada um teve direito a uma mesa de 60x60cm e os trabalhos abrangiam impressões digitais, serigrafias, risografias e cerâmica. O público visitante foi muito reduzido, sendo possível ouvir comentários sobre a falta de conhecimento de que a feira estava a acontecer naquele dia, devido à falta de divulgação, apesar de todos os esforços feitos. Juntamente com o projeto, foi apresentado também um pequeno questionário para visitantes, concebido pela plataforma Google Forms, que, por causa da sua escassez, não obteve muitas respostas (seis). *(Respostas completas no Anexo II)*



Fig. 135 e 136 - Feira Vida de Artista. Fotos tiradas por Helena Sá, uma das participantes. Todos os participantes consentiram que fotos fossem tiradas durante o evento ao fazerem a inscrição.

Podemos, mesmo assim, analisar essas respostas. As **redes sociais** (2 votos), **conversas entre amigos** (2 votos) e a **passagem pelo local pelo acaso** (2 votos) foram as principais razões pelas quais os visitantes souberam desta feira. O motivo de interesse em visitar foi o **gosto por arte e ilustração** (5 votos) e a experiência no geral foi **positiva** (3 votos) ou **muito positiva** (3 votos). O que os visitantes mais gostaram na feira foi a **diversidade de artistas e projetos expostos** (4 votos) e a maioria considera este tipo de circuitos independentes **muito importantes** (4 votos). Ao questionar acerca do projeto *Vida de Artista* exposto na banca da autora, as respostas revelam um **interesse moderado no projeto** (4 votos). Para finalizar, todos os visitantes responderam que **visitariam um evento semelhante** (6 votos). Na caixa de sugestões um visitante comentou: “Aumentar o número de bancas e maior divulgação nas redes sociais.”



Fig. 137 e 138 - Feira *Vida de Artista*. Fotos tiradas por Helena Sá, uma das participantes. Todos os participantes consentiram que fotos fossem tiradas durante o evento ao fazerem a inscrição.

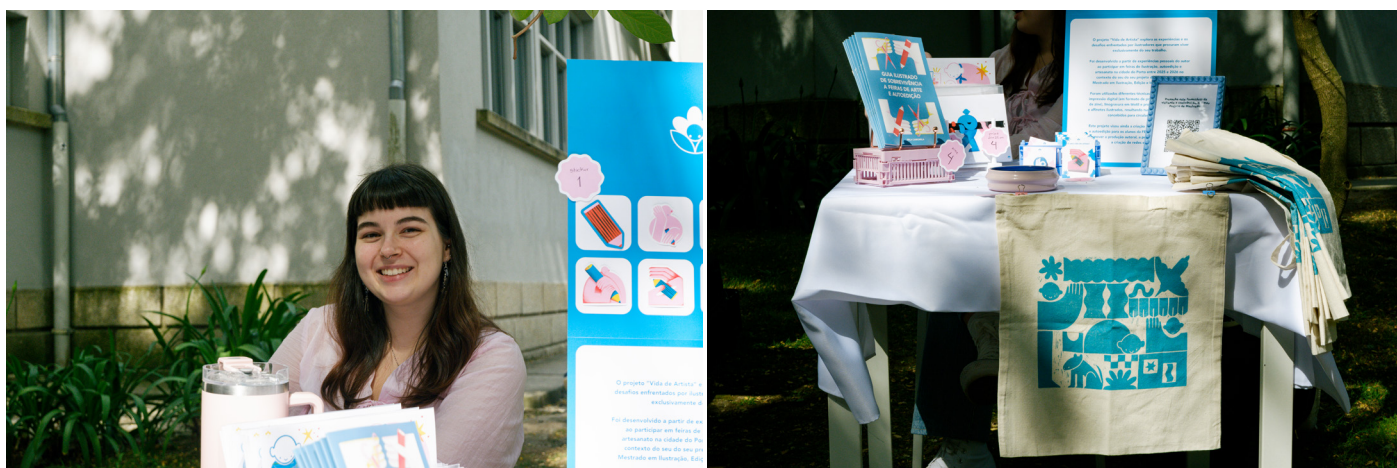


Fig. 139 e 140 - Feira *Vida de Artista*. Banca da autora com o projeto *Vida de Artista*. Fotos tiradas por Helena Sá, uma das participantes.



Fig. 141, 142, 143, 144, 145 e 146 - Detalhes da banca da autora com o projeto Vida de Artista.

Apesar dos percalços e das poucas vendas feitas, o ambiente entre participantes foi bom, com muita conversa e partilhas de experiências. O público mostrou algum interesse no projeto ilustrado *Vida de Artista*, especialmente no *fanzine*, apesar de não ter sido vendida nenhuma unidade. Foram vendidos, no entanto, dois alfinetes de acrílico e um *print*. Ao fim do dia foi partilhado um novo questionário do Google Forms para perceber como foi a experiência dos participantes e que melhorias podem ser feitas, onde foram obtidas dez respostas. (*Respostas completas no Anexo II*)

A experiência geral foi **muito positiva** (5 votos). Os motivos que levaram estas pessoas a participar da feira foram a **vontade de apoiar iniciativas independentes** (8 votos) e o **contato com outros artistas** (8 votos). Consideram este tipo de eventos **muito importantes** (9 votos), especialmente porque **o contato direto com o público contribuiu para o seu trabalho** (8 votos). Apesar de tudo, consideram a **organização geral do evento muito boa** (6 votos). Quando questionados sobre o que funcionou melhor por parte da organização, as opções mais votadas foram: a **divulgação do evento** (5 votos), o **ambiente da feira** (5 votos), a **comunicação com os participantes** (5 votos) e o **horário e a localização** (5 votos). Quando questionados de aspetos a melhorar, os tópicos mais comentados foram a **divulgação do evento**, a **escassez de público** e o **espaço/localização**, no entanto **participariam numa nova edição** (9 votos). O projeto apresentado pela autora despertou **grande interesse** (8 votos). O feedback geral foi positivo, como mostram algumas das respostas:

Acho estas iniciativas super positivas, acabamos por partilhar conhecimentos e o nosso trabalho. É uma ótima forma para pequenos artistas começarem a divulgar o seu trabalho.
(Participante anónimo, comunicação pessoal, 2026)

Sinto que é um projeto super válido e com grande relevância. A organização demonstrou bastante resiliência e tomou posicionamentos muito cuidados no que toca há gestão e até mesmo ajuda dos seus participantes. Sinto que se houvesse uma segunda edição teria ainda mais sucesso, porque há sempre espaço para melhorar e se aprender.
(Participante anónimo, comunicação pessoal, 2026)

Super bem organizado. Artistas escolhidos foram pessoas impecáveis, super simpáticos. Ambiente também foi super agradável em geral, pena não ter havido muito movimento naquele dia. Sugeriria possivelmente, fazer parceria com artistas para

haver música ao vivo. Acredito que tem potencial para crescer, foi uma pequena feirinha, com mais movimento e mais artistas teria sido uma experiência diferente.
(Participante anónimo, comunicação pessoal, 2026)

Está também planeada a apresentação deste projeto na edição deste ano da Feira da Alegria, a 27 e 28 de junho de 2026, que acontecerá após a entrega deste Relatório de Projeto, mas ainda assim, prevê-se uma boa receção do público já que se trata de uma feira de grande dimensão.

O projeto *Vida de Artista* contou ainda com a apresentação do seu resumo em contextos académicos, como no IJUP (Encontro de Investigação Jovem da Universidade do Porto) com a elaboração e exibição de um póster (Fig. 147 e 148). Esta participação representa não apenas uma oportunidade de divulgação da investigação junto da comunidade científica, mas contribui também para a disseminação do projeto e para a abertura deste trabalho ao debate e à crítica entre pares. *(Certificados de participação no Anexo II)*

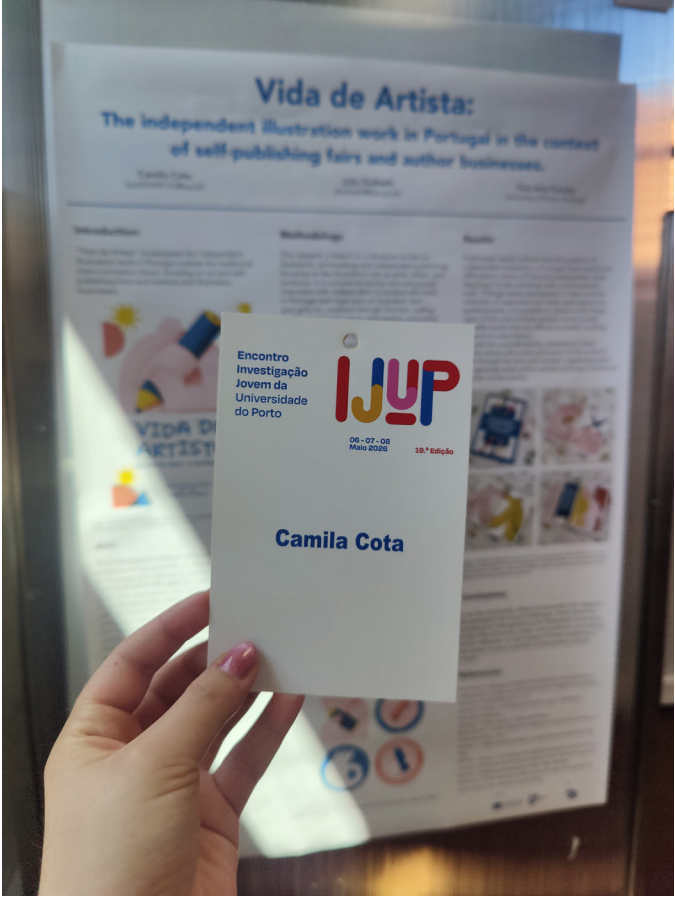
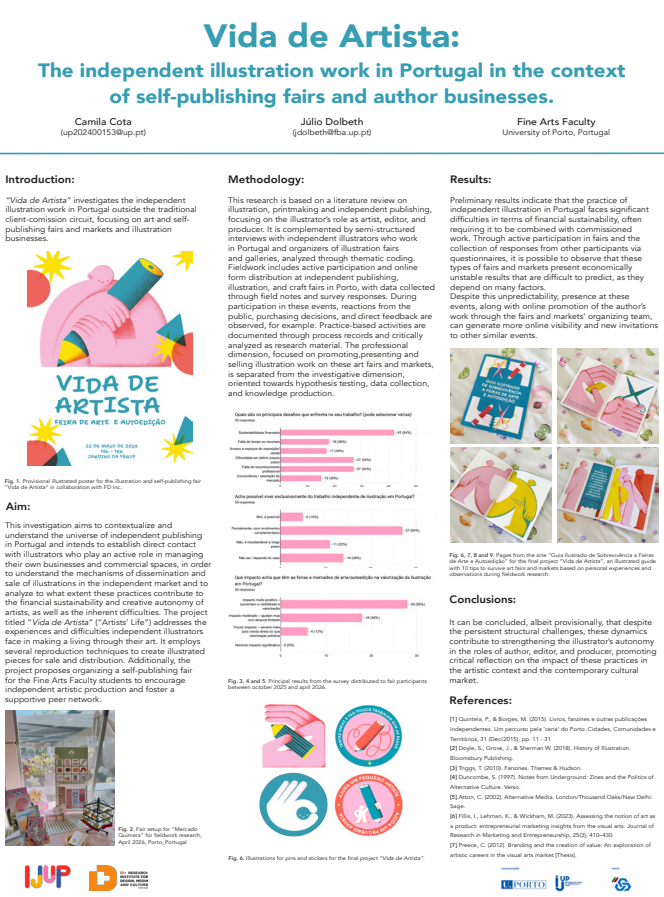


Fig. 148 - Dia da apresentação. 8 de maio de 2026.

Considerações finais

O Relatório de Projeto que aqui se conclui constitui a materialização do objeto investigado. Aqui apresenta-se um projeto autoproposto, desenvolvido de forma autónoma, que opera na interseção entre a criação, a produção editorial independente e a construção de uma identidade autoral. Este projeto procurou demonstrar que a prática da ilustração independente em Portugal assenta numa comunidade criativa ativa e crescente, suportada por circuitos próprios que funcionam como espaços de venda, partilha, afirmação autoral e de construção de redes entre pares. A ideia de que a sustentabilidade financeira nesta área é possível, no entanto, exige determinação e capacidade de adaptação face a um contexto de subfinanciamento, atravessa grande parte dos testemunhos recolhidos, o que revela que a escolha em trabalhar como ilustrador independente é uma escolha consciente de quem está disposto a lidar com a incerteza.

O projeto *Vida de Artista* foi concebido em conexão com a investigação desenvolvida, tendo como destinatário principal a comunidade de artistas que integra estes circuitos independentes. Os objetos ilustrados que o compõem foram desenvolvidos especificamente para exposição e venda em feiras de arte e autoedição, onde o público é composto maioritariamente por uma comunidade de outros artistas, pelo que a sua conceção teve em conta a capacidade de comunicar com esta audiência. O *kit* resultante reflete, na sua totalidade, uma identidade visual coesa e autoral, desde a paleta de cores à simbologia, passando pela escolha das técnicas de impressão e pelo próprio objeto que os contém, cada elemento foi pensado para funcionar em conjunto. Neste sentido, este projeto funciona como um instrumento de identificação e diálogo dentro de uma comunidade artística independente.

O desenvolvimento deste projeto exigiu a superação de alguns desafios, nomeadamente em termos financeiros, com a procura de alternativas técnicas que permitissem a execução dos objetos pretendidos dentro do orçamento existente.

Conclui-se, portanto, que os resultados obtidos ao longo desta investigação reforçam as conclusões que a revisão teórica e a investigação prática já haviam antecipado. O trabalho independente afirma-se como uma das principais vias de prática entre ilustradores portugueses, motivado sobretudo pela autonomia criativa e pela ausência de restrições impostas pelo trabalho de encomenda tradicional. A sustentabilidade financeira permanece, no entanto, o maior desafio estrutural dentro desta prática. As redes sociais e as feiras de arte e autoedição afirmam-se, neste contexto, como ferramentas imprescindíveis, que funcionam não só como canais de comercialização, mas também

espaços de visibilidade, construção de identidade e acesso a outro tipo de público e uma comunidade alargada de outros ilustradores.

Desenvolvimentos futuros

Este projeto revelou-se um ponto de partida para a solidificação de um circuito independente ligado à ilustração, com a ambição de dar continuidade a mais edições da Feira *Vida de Artista*, desta vez fora do contexto académico, de modo a dar oportunidade a uma maior comunidade de ilustradores. Foi possível observar que a organização deste tipo de eventos de forma autónoma é difícil, com maior dificuldade na divulgação e na organização do espaço, pelo que a definição de uma equipa de organização e produção é essencial.

Bibliografia

Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam Amsterdam University Press.

AGPI. (2026). Asociación Galega de Profesionais da Ilustración. <https://agpi.es/>

Alper, N. O., & Wassall, G. H. (2006). *Artists' Careers and their Labor Markets*. In V. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (pp. 813–864). North-Holland, Amsterdam: Elsevier.

Anderson, P. (1991). *Constructing the arts industry*. *Culture and Policy*, 3(2), 51–63.

Atkinson, P. (2006). *Do it yourself: democracy and design*. *Journal of Design History*, 19(10), 1–10.

Atton, C. (2002). *Alternative media*. Sage Publications.

Bártolo, J. (2012). *Entusiasmo pela publicação*. *PLI Arte & Design*, 2/3, 12–13.

Becker, H. S. (1982). *Art worlds*. University of California Press.

Benjamin, W. (1969). *Work Of Art In The Age Of Mechanical Reproduction*. (H. Arendt, Ed.; H. Zohn, Trans.). Schocken Books. (Original work published 1935)

Borges, M. (2013). *John Doe – o livro no mundo digital* [Dissertação de Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais].

Brito, M. (2022). *The Digital Presence of Emerging Visual Artists and Its Impact on Career Growth* [Dissertação de Mestrado em Marketing].

Burns, B. (n.d.). *Edison's Electric Pen*. Electricpen.org. <https://electricpen.org/>. Última atualização em fevereiro de 2026.

Coelho, R. (2013). *Semiótica da marca: contributos para construção de uma sintaxe e retórica visual na prática do design de identidade* [Tese].

- Correia, M. (2024). *Artzines and independent publishing in Portugal, 1944-2024*. Dsignn - Scientific Magazine on Graphic Design and New Media, 05, 126–147.
- Costa, S. F. (2021). *Raia: uma feira para traficar livros, fanzines e outros....* Blimunda; Fundação José Saramago. <https://blimunda.josesaramago.org/raia-uma-feira-para-traficar-livros-fanzines-e-outros-objectos/>
- Cowen, T., & Tabarrok, A. (2000). *An economic theory of avant-garde and popular art, or high and low culture*. Southern Economic Journal, 67(2), 232–253.
- Delavani, E., & Linando, J. A. (2025). *Freelancers in the Creative Industries An In-Depth Analysis of Flexibility and Uncertainty*. Organization and Human Capital Development, 4(1), 147–165. <https://doi.org/10.31098/orcadev.v4i1.3266>
- Dolbeth, J. (2014). *Convergências entre Ilustração Contemporânea em Portugal e Património Popular Português* [Tese].
- Doyle, S., Grove, J., & Sherman, W. (2018). *History of illustration*. Fairchild Books, An Imprint Of Bloomsbury Publishing.
- Duncombe, S. (2008). *Notes from underground : zines and the politics of alternative culture*. Microcosm Publishing.
- FBAUP. (2025). Feira da Alegria 2025. Sigarra.up.pt. https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/noticias_geral.ver_noticia?p_nr=41962
- Feitor, J. (2012). FAQs. FEIRA LAICA - Edição Independente. <https://feiralaica.wordpress.com/acerca/>
- Feitor, J. (2017). CV. <https://josefeitor.blogspot.com/p/cv.html>
- Fernandes, A. M. (2020). *Vai mas é trabalhar, ó “artista.”*. Comunidade Cultura E Arte. <https://comunidadeculturaearte.com/vai-mas-e-trabalhar-o-artista/>
- Fillis, I. (2011). *The evolution and development of arts marketing research*. Arts Marketing: An International Journal, 1(1), 11–25. <https://doi.org/10.1108/20442081111129842>

Fillis, I., Lehman, K., & Wickham, M. (2023). *Assessing the notion of art as a product: entrepreneurial marketing insights from the visual arts*. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25(3), 410–430. <https://doi.org/10.1108/jrme-09-2020-0132>

Fountain, N. (1988). *Underground: the London Alternative 1966-74*. London: Comedia/Routledge.

Frayling, C. (1993). *Research in Art and Design* (Vol. 1, pp. 1–5). Royal College of Art.

Gannon, R., & Fauchon, M. (2020). *Illustration Research Methods*. Bloomsbury Publishing.

Gonçalves, S. (2010). *Samples Para Uma Publicação Paralela*. Reactor. <http://reactor-reactor.blogspot.pt/search/label/Edi%C3%A7%C3%A3o>

Goodman, N. (1976). *Languages of art : an approach to a theory of symbols*. Indianapolis : Hackett Pub. Co.

Guerra, P., & Quintela, P. (2015). *Culturas de resistência e média alternativos: Os fanzines punk portugueses*. *Sociologia, Problemas E Práticas*, 2015(80). <https://doi.org/10.7458/spp2015806009>

Guerra, P., & Quintela, P. (2021). *Hanging by a Pen: A (Brief) Genealogy of Fanzines and Other Independent Self-Published Publications and Contemporary Challenges*. In *Independent DIY Publications and the Underground Urban Cultures*. Universidade do Porto. Faculdade de Letras.

Hawley, E. H. (2014). *Revaluating Mimeographs as Historical Sources*. *RBM: A Journal of Rare Books, Manuscripts, and Cultural Heritage*, 15(1), 40–55. <https://doi.org/10.5860/rbm.15.1.414>

Ivins, W. M. (1978). *Prints and visual communication*. Boston, Mass.

KISMIF Conference. (2016). [kismifconference.com](https://www.kismifconference.com/pt/about/). <https://www.kismifconference.com/pt/about/>

Lantenois, A. (2010). *Le vertige du funambule. Le design graphique entre économie et morale*. B42/Cité du Design.

Lee, B., Fraser, I., & Fillis, I. (2018). *Creative Futures for New Contemporary Artists: Opportunities and Barriers*. *International Journal of Arts Management*, 20(2), 9–19.

Lee, B., Fraser, I., & Fillis, I. (2022). *To sell or not to sell? Pricing strategies of newly-graduated artists*. *Journal of Business Research*, 145, 595–604. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.035>

Ludovico, A. (2012). *Post-digital print : the mutation of publishing since 1894*. Onomatopée.

Mareis, C. (2006). *The Art of Illustration?* In R. Klanten, N. Bourquin, & C. Mareis (Eds.), *Altitude : contemporary Swiss graphic design* (pp. 02–06). Die Gestalten.

Matos, V. A. de. (2025, June 1). *O que é isso de “Fanzine!?” — Badaladas*. Badaladas. <https://badaladas.pt/o-que-e-isso-de-fanzine>

Meggs, P. B. (1992). *A History of Graphic Design* (2nd ed.). Van Nostrand Reinhold.

Monteiro, I. (2022). *Art Branding/Art Infusion: Comunicação da imagem e identidade da marca*. *Convergences - Journal of Research and Arts Education*, 15(29), 115–130. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.28.65>

Moura, M. (2011). *O Big Book: Uma Arqueologia do Autor no Design Gráfico* [Tese].

Petersson, S. (2020). *Reframing the Concept of Illustration: Image, Text, and the Double Difference of Reproductive Media*. *Konsthistorisk Tidskrift/Journal of Art History*, 89(4), 273–292. <https://doi.org/10.1080/00233609.2020.1823470>

Preece, C. (2012). *Branding and the creation of value: An exploration of artistic careers in the visual arts market* [Tese].

Quental, J. (2009). *A ilustração enquanto processo e pensamento. Autoria e interpretação*. [Tese].

Quintela, P. (2016). *From the shadow to the centre: Tensions, contradictions and ambitions in building graphic design as a profession*. In P. Guerra & P. Costa (Eds.), *Redefining art worlds in the late modernity*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Quintela, P., & Borges, M. (2015). *Livros, fanzines e outras publicações independentes. Um percurso pela "cena" do Porto*. CIDADES, Comunidades E Territórios, 31, 11–31. <https://doi.org/10.7749/citiescommunitiesterritories.dec2015.031.art02>

Quintela, P., Guerra, P., Feixa, C., & Farrajota, M. (2014). *As cenas Punk em Portugal (1977-2012): Um olhar sociológico a partir da análise das redes de produção, distribuição e consumo de fanzines e e-zines*. 1–14. <https://hdl.handle.net/10216/78068>. 40 anos de democracia(s) : progressos, contradições e prospetivas: VIII Congresso Português de Sociologia.

Rock, M. (1996). *The designer as author*. Eye Magazine, 05(20).

Sennett, R. (2008). *The Craftsman*. Penguin.

Silva, R. (2022). *A ilustração aplicada à cerâmica: Cerâmica de autor e ilustração contemporânea em Portugal* [Dissertação de Mestrado em Ilustração e Animação].

Simões, A. (2012). *Fair: uma plataforma para a publicação independente em Portugal* [Dissertação de Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais].

Thomas, S. E. (2009). *Value and Validity of Art Zines as an Art Form*. *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America*, 28(2), 27–38. <https://doi.org/10.1086/adx.28.2.27949520>

Todd, M., & Watson, E. P. (2006). *Whatcha mean, what's a zine? : the art of making zines and minicomics*. Graphia, An Imprint Of Houghton Mifflin Company.

Triggs, T. (2010). *Fanzines*. London Thames Hudson.

Vieira, F., Baraona, I., & Gaudêncio, S. (2023). *Sobre a natureza e as causas da autonomia dos artistas*. Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha, Politécnico de Leiria.

Fontes das Imagens

(as imagens usadas neste relatório foram retiradas de *websites* com domínio público, como a Wikipedia, e de *websites* de e contas públicas de Instagram, todas devidamente creditadas no documento e nesta lista de fontes)

Fig. 1 - <https://www.kismifconference.com/pt/2025/11/01/call-for-papers-2026-is-out/>

Fig. 2 - <https://feiralaica.wordpress.com/2022/09/>

Fig. 3 - <https://www.instagram.com/p/BvSQOfXBIPi/>

Fig. 4 - https://www.instagram.com/p/DKsUp0-M_o-/

Fig. 5 - https://www.instagram.com/p/DLeIQkKseHZ/?img_index=1

Fig. 6 - [https://commons.wikimedia.org/wiki/](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wolgemut_-_1493_-_petri_seenot.jpg)

[File:Wolgemut_-_1493_-_petri_seenot.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wolgemut_-_1493_-_petri_seenot.jpg)

Fig. 7 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Woodcut,_early_demo.jpg

Fig. 8 - <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:BibliaPauperum.jpg>

Fig. 9 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Metal_movable_type.jpg

Fig. 10 - [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tooneel_van_Flora_Handel_der_Floristen_in_Amsterdam_1637_\(Tulip_mania\).png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tooneel_van_Flora_Handel_der_Floristen_in_Amsterdam_1637_(Tulip_mania).png)

Fig. 11 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Th._Mayerhofen1.jpg

Fig. 12 - <https://www.instagram.com/p/Bmy8DHjB7r/>

Fig. 13 - https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Nic%C3%A9phore_Ni%C3%A9pce_Oldest_Photograph_1825.jpg

Fig. 14 - <https://electricpen.org/>

Fig. 15 - <https://www.printmuseum.org/misc>

Fig. 16 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%22The_Comet%22_Cover.jpg

Fig. 17 - <https://tintinemportugal.blogspot.com/2011/11/revista-tintin-comecou-ser-publicada-em.html>

Fig. 18 - <https://www.fiawol.org.uk/fanstuff/THEN%20Archive/FWD/fnz.htm>

Fig. 19 - <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Zines-fromlondonsymp07.jpg>

Fig. 20 - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:UK_and_US_zines.jpg

Fig. 21 - https://www.instagram.com/p/DAvn_A7M5zb/?img_index=1

Fig. 22 - <https://marianaamiseravel.com/work/autonoma-bonito-editorial/>

Fig. 23 - <https://marianaamiseravel.com/work/too-romantic/>

Fig. 24 - <https://marianaamiseravel.com/work/little-miserable-book/>

Fig. 25 - <https://www.marianamalhao.com/everything/play-festival-illustration>

Fig. 26 - <https://mistakermaker.org/ruasdarte> Fig. 27 - <https://www.instagram.com/p/BpH-EOjgq6n/>

Fig. 28 - <https://gambuzinoillustration.com/painted-mural-eatery-119>

Fig. 29 - https://www.instagram.com/p/DXEnOPqjHSp/?img_index=1

Fig. 30 - <https://tinasiuda.bigcartel.com/product/fire-love-leons>

Fig. 31 - <https://tinasiuda.bigcartel.com/product/cheeky-leon>

Fig. 32 - <https://shop.anaseixas.com/products/facetime-with-my-friends-poster>

Fig. 33 - <https://www.anaseixas.com/entre-mquinas-inteligentes/rx1ji1qd42q5iawo3f2uq2l5b835lh>

Fig. 34 - https://www.instagram.com/p/DXKH7JsJAwH/?img_index=1

Fig. 35 - <https://feiralaica.wordpress.com/2004/12/>

Fig. 36 - <https://feiralaica.wordpress.com/2012/12/15/cartaz-da-21a-feira-laica/>

Fig. 37 - <https://www.instagram.com/p/CoknC5bl4P4/>

Fig. 38 - https://www.instagram.com/p/Cs8_EwtMuCi/?img_index=7

Fig. 39 - <https://www.instagram.com/p/DVYZ8o9j3PD/>

Fig. 40 - <https://www.instagram.com/p/DRKUUF6nAthO/>

Fig. 41 - https://www.instagram.com/p/DRxtN9GjK6e/?img_index=1

Fig. 42 - <https://www.instagram.com/p/C1sDLW7MXG6/>

Fig. 43 - Foto tirada pela autora.

Fig. 44 - <https://www.instagram.com/p/DW9Q-bkjGWz/>

Fig. 45 - https://www.instagram.com/p/DXzplZ3jAP3/?img_index=3

Fig. 46 - Fotografia da autora.

Fig. 47 - https://www.instagram.com/p/DTxzn0iAsl/?img_index=6

Fig. 48 - <https://www.instagram.com/p/DZQfkvUu7yD/>

Fig. 49 - https://www.instagram.com/p/DW_ZP_mIRxe/

Fig. 50 - Fotografia da autora.

Fig. 51 - Fotografia da autora.

Fig. 52 - <https://agpi.es/wp-content/uploads/2018/02/GuiaNinja-gal.pdf>

Fig. 53 - Fotografia da autora.

Fig. 54 - https://www.instagram.com/p/DW3mpHUjPOk/?img_index=1

Fig. 55 - https://www.instagram.com/p/DW3mpHUjPOk/?img_index=2

Fig. 56 - Fotografia da autora.

Fig. 57 - <https://danielemorgantidesign.com/projects/the-illustrator-survival-guide/>

Fig. 58 - Fotografia da autora.

Fig. 59 - Fotografia da autora.

Fig. 60 - Fotografia da autora.

Fig. 61 - Fotografia da autora.

Fig. 62 - Fotografia da autora.

Fig. 63 - Fotografia da autora.

Fig. 64 - Fotografia da autora.

Fig. 65 - Fotografia da autora.

Fig. 66 - Fotografia da autora.

Fig. 67 - Fotografia da autora.

Fig. 68 - Fotografia da autora.

Fig. 69 - Fotografia da autora.

Fig. 70 - Fotografia da autora.

Fig. 71 - Fotografia da autora.

Fig. 72 - Fotografia da autora.

Fig. 73 - Fotografia da autora.

Fig. 74 - Fotografia da autora.

Fig. 75 - Fotografia da autora.

Fig. 76 - Fotografia da autora.

Fig. 77 - Fotografia da autora.

Fig. 78 - Fotografia da autora.

Fig. 79 - Fotografia da autora.

Fig. 80 - Fotografia da autora.

Fig. 81 - Fotografia da autora.

Fig. 82 - Fotografia da autora.

Fig. 83 - Fotografia da autora.

Fig. 84 - Fotografia da autora.

Fig. 85 - Fotografia da autora.

Fig. 86 - Fotografia da autora.

Fig. 87 - Fotografia da autora.

Fig. 88 - Fotografia da autora.

Fig. 89 - Fotografia da autora.

Fig. 90 - Fotografia da autora.

Fig. 91 - Fotografia da autora.

Fig. 92 - Fotografia da autora.

Fig. 93 - Fotografia da autora.

Fig. 94 - Fotografia da autora.

Fig. 95 - Fotografia da autora.

Fig. 96 - Fotografia da autora.

Fig. 97 - Fotografia da autora.

Fig. 98 - Fotografia da autora.

Fig. 99 - Fotografia da autora.

Fig. 100 - Fotografia da autora.

Fig. 101 - Fotografia da autora.

Fig. 102 - Fotografia da autora.

Fig. 103 - Fotografia da autora.

Fig. 104 - Fotografia da autora.

Fig. 105 - Fotografia da autora.

Fig. 106 - Fotografia da autora.

Fig. 107 - Fotografia da autora.

Fig. 108 - Fotografia da autora.

Fig. 109 - Fotografia da autora.

Fig. 110 - Fotografia da autora.

Fig. 111 - Fotografia da autora.

Fig. 112 - Fotografia da autora.

Fig. 113 - Fotografia da autora.

Fig. 114 - Fotografia da autora.

Fig. 115 - Fotografia da autora.

Fig. 116 - Fotografia da autora.

Fig. 117 - Fotografia da autora.

Fig. 118 - Fotografia da autora.

Fig. 119 - Fotografia da autora.

Fig. 120 - Fotografia da autora.

Fig. 121 - Fotografia da autora.

Fig. 122 - Fotografia da autora.

Fig. 123 - Fotografia da autora.

Fig. 124 - Fotografia da autora.

Fig. 125 - Fotografia da autora.

Fig. 126 - Fotografia da autora.

Fig. 127 - Fotografia da autora.

Fig. 128 - Fotografia da autora.

Fig. 129 - Fotografia da autora.

Fig. 130 - Fotografia da autora.

Fig. 131 - Fotografia da autora.

Fig. 132 - Fotografia da autora.

Fig. 133 - Fotografia da autora.

Fig. 134 - Fotografia da autora.

Fig. 135 - Fotografia de Helena Sá, que concedeu o uso das fotos.

Fig. 136 - Fotografia de Helena Sá, que concedeu o uso das fotos.

Fig. 137 - Fotografia de Helena Sá, que concedeu o uso das fotos.

Fig. 138 - Fotografia de Helena Sá, que concedeu o uso das fotos.

Fig. 139 - Fotografia de Helena Sá, que concedeu o uso das fotos.

Fig. 140 - Fotografia de Helena Sá, que concedeu o uso das fotos.

Fig. 141 - Fotografia da autora.

Fig. 142 - Fotografia da autora.

Fig. 143 - Fotografia da autora.

Fig. 144 - Fotografia da autora.

Fig. 145 - Fotografia da autora.

Fig. 146 - Fotografia da autora.

Fig. 147 - Fotografia da autora.

Fig. 148 - Fotografia da autora.

