



Design gráfico como ferramenta de visibilidade social

Retratos das pessoas sem-abrigo do Porto

Sofia Andrade

Autora

Sofia Andrade

Professora orientadora

Dra. Susana Barreto

**MESTRADO DE DESIGN GRÁFICO
E PROJETOS EDITORIAIS****FACULDADE DE BELAS ARTES DA
UNIVERSIDADE DO PORTO**

PORTO 2026

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Declaro que o presente trabalho é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição.

As referências a outros(as) autores(as) respeitam as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência.

Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Declaro que no presente documento houve recurso a ferramentas de inteligência artificial para a edição, correção de redação e tradução, que foram devidamente curadas, avaliadas e verificadas, por mim.

Agradecimentos

À Professora Susana Barreto, por ter acompanhado este projeto desde o início com entusiasmo e abertura. Pela disponibilidade constante, pelas conversas e ideias partilhadas e pelos áudios intermináveis no WhatsApp a qualquer hora do dia. Obrigada por acreditar neste projeto.

Ao Professor Rui Ferro e à Professora Marta Lima, pelas conversas inspiradoras, pela constante disponibilidade para ajudar e pela forma como deram origem à base deste projeto. Obrigada pela sensibilidade humana que me mostraram trazer para o design.

Aos meus colegas de faculdade, por terem vivido este processo comigo. Obrigada por ouvirem todos os meus momentos de desespero, mas também todos os momentos em que estava demasiado entusiasmada para me calar sobre o projeto. Obrigada pelos convívios, pausas necessárias e ocasionais aulas, em especial ao Jorge e à Mamá, por me terem acolhido logo no primeiro ano e por terem feito da faculdade um lugar mais casa.

Aos meus pais, Carmen e César Andrade, por 22 anos de amor, apoio e liberdade para explorar o meu lado artístico. Obrigada por me incentivarem sempre a ser melhor, por acreditarem em mim mesmo quando eu própria duvidava, e por me ensinarem a olhar para o mundo com sensibilidade, curiosidade e principalmente ambição.

À minha tia Marta pela leveza e pela amizade construída para além dos laços familiares. Obrigada por estares presente sempre com carinho e um riso pronto a tornar tudo mais fácil.

Ao Cris e à Vi, as minhas pessoas, o meu núcleo. Obrigada por tudo. Por me ouvirem quando preciso e quando não preciso também. Por estarem sempre por perto, por me inspirarem diariamente e por fazerem da minha vida um lugar mais seguro, mais bonito e mais cheio.

Ao meu irmão, por ter estado ao meu lado ao longo de incontáveis dias. Mesmo não estando sempre presente fisicamente durante esta dissertação, estiveste presente em tudo o resto, mesmo a quilómetros de distância. Obrigada por seres a pessoa que mais admiro e aquela que mais aspiro ser.

Por fim, ao meu avô, Américo. Obrigada por me ensinares, desde cedo, a importância de cuidar dos outros, de ouvir, de ajudar e de olhar para cada pessoa com humanidade. Parte deste projeto existe por tua causa.

Resumo

O presente projeto procura explorar o design gráfico como ferramenta de visibilidade e aproximação social, recorrendo à comunicação visual para questionar a forma como as pessoas em situação de sem-abrigo são representadas e percecionadas na cidade do Porto.

PALAVRAS CHAVE: *Design social, Design Co-participativo; Contexto urbano; Marginalização social*

Este projeto parte da problemática de marginalização social frequentemente associada a estas realidades, procurando reduzir a distância emocional entre o público geral e pessoas que vivem situações de instabilidade habitacional. A situação de sem-abrigo continua a representar um problema social significativo em Portugal, marcado não apenas pela precariedade habitacional, mas também pelo isolamento, estigma e desumanização.

Neste contexto, procurei compreender de que forma o design pode funcionar como ferramenta de mediação social, promovendo empatia, diálogo e identificação através da construção de narrativas visuais centradas nas experiências e individualidades dos participantes.

Seguindo uma abordagem qualitativa, participativa e etnográfica, o projeto desenvolveu-se através de trabalho de campo, contacto com instituições de apoio, observação participante e realização de entrevistas e recolha de testemunhos.

Assim, utilizei o design gráfico com o objetivo de amplificar vozes frequentemente esquecidas e incentivando o público a questionar preconceitos, reconhecer vulnerabilidades comuns e refletir sobre a fragilidade das fronteiras que separam diferentes realidades sociais.

Abstract

The present project explores graphic design as a tool for social visibility and connection, using visual communication to question how people experiencing homelessness are represented and perceived in the city of Porto.

The project emerges from the issue of social marginalization frequently associated with these realities, seeking to reduce the emotional distance between the general public and individuals living in situations of housing instability. Homelessness continues to represent a significant social issue in Portugal, characterized not only by housing precarity, but also by isolation, stigma, and dehumanization.

Within this context, I sought to understand how design can function as a tool for social mediation, fostering empathy, dialogue, and identification through the creation of visual narratives centered on the experiences and individualities of the participants.

Following a qualitative, participatory, and ethnographic approach, the project was developed through fieldwork, collaboration with support organizations, participant observation, interviews, and the collection of personal testimonies. Through this process, graphic design was used as a means of amplifying voices that are often overlooked, encouraging the public to question prejudices, recognize shared vulnerabilities, and reflect on the fragility of the boundaries that separate different social realities.

KEYWORDS: *Social design; Co-participative design Urban context; social marginalization.*

Índice

INTRODUÇÃO

CONTEXTO
PROBLEMÁTICA
MOTIVAÇÃO
OBJETIVOS
DELIMITAÇÃO DE ESTUDO
METODOLOGIA
CONSIDERAÇÕES ÉTICAS

REVISÃO DE LITERATURA

DIMENSÃO I: SEM-ABRIGO
DIMENSÃO II: DESIGN SOCIAL E PARTICIPATIVO
DIMENSÃO III: FOTOGRAFIA / PHOTOVOICE

PROJETO

ORIGEM
OBJETIVOS COMUNICACIONAIS
TRABALHO DE CAMPO
ENTREVISTAS
DESENVOLVIMENTO VISUAL
 FOTOGRAFIAS
 IDENTIDADE GRÁFICA
 POSTERS E SISTEMA VISUAL
 LINGUAGEM VISUAL E COMPOSIÇÃO
COMPONENTE INTERATIVA
 WEBSITE
 PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO
IMPLEMENTAÇÃO E ANÁLISE DO IMPACTO
 INTERVENÇÃO HUMANA
 ANÁLISE DO IMPACTO

CONCLUSÃO

VALIDAÇÃO DA HIPÓTESE
LIMITAÇÕES E PERSPECTIVAS FUTURAS
CONSIDERAÇÕES FINAIS

BIBLIOGRAFIA

APÊNDICES

APÊNDICE A: ENTREVISTAS E PHOTOVOICE
APÊNDICE B: RESPOSTAS DO FORMULÁRIO ONLINE

I. Introdução

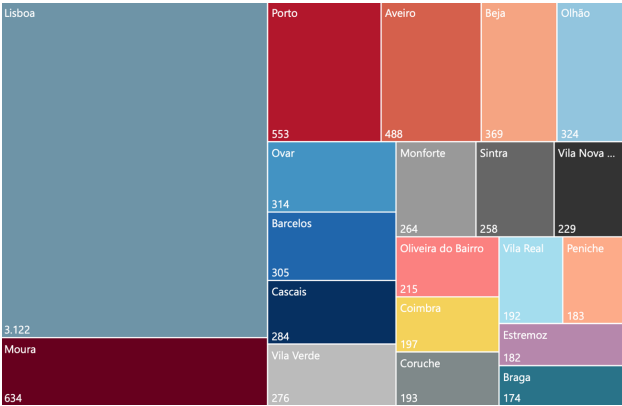
A presente dissertação insere-se na área do design gráfico e social, explorando o potencial da comunicação visual enquanto ferramenta de mediação, sensibilização e aproximação entre diferentes realidades sociais.

Este capítulo introdutório apresenta o enquadramento geral da investigação e os principais fundamentos que orientam o desenvolvimento do projeto.

- _contexto
- _problemática
- _motivação
- _objetivos
- _delimitação de estudo
- _metodologia
- _considerações éticas

CONTEXTO

A situação das pessoas em situação de sem-abrigo em Portugal é complexa e persistente, resultando tanto de problemas estruturais como de desafios individuais. Nos últimos anos, mesmo com avanços no entendimento do fenómeno e na criação de políticas públicas, os números mostram que as respostas ainda são insuficientes. Em dezembro de 2024, estimava-se que 14.476 pessoas estavam em situação de sem-abrigo em Portugal continental, segundo o ENIPSSA¹, um aumento significativo em relação a anos anteriores. Segundo estes dados, encontravam-se sinalizadas 1.438 pessoas em situação de sem-abrigo na Área Metropolitana do Porto. Considerando apenas



o concelho do Porto, esse número correspondia a 553 pessoas, colocando-o entre os concelhos com maior número de pessoas em situação de sem-abrigo em Portugal. As razões por trás desta realidade são variadas e interligadas. Entre os fatores estruturais destacam-se a falta de habitação acessível, o aumento do custo de vida, a precariedade laboral e lacunas nos serviços

sociais, que muitas vezes não acompanham a complexidade das necessidades individuais. Aos desafios estruturais juntam-se fatores pessoais, como problemas de saúde mental, dependências, ruturas familiares e questões

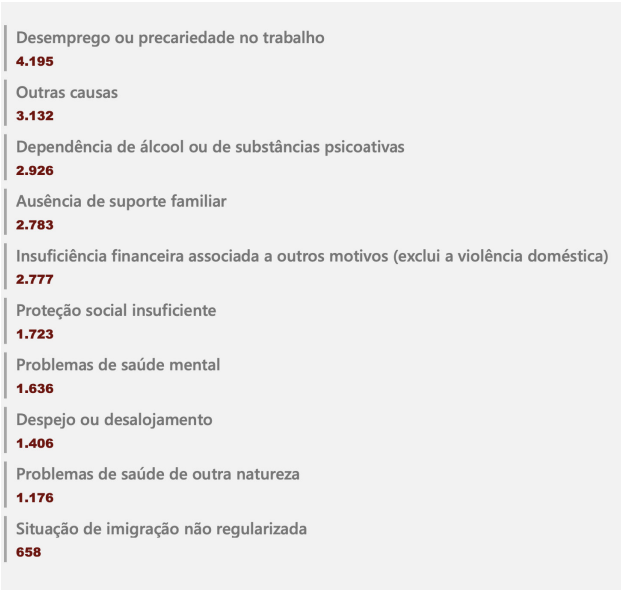


Figura 2 - "Qual ou quais as causas para a situação de sem-abrigo? TOP 10".
Fonte: ENIPSSA (2024).

físicas ou emocionais. Esta combinação cria um ciclo de exclusão difícil de romper, tornando a reintegração social lenta e incerta. É aqui que o design gráfico e social pode ter um papel transformador. Mais do que estética, o design pode funcionar como ferramenta de comunicação e inclusão. No caso das pessoas sem-abrigo, ele pode ajudar a combater a invisibilidade social, mostrando não apenas a vulnerabilidade, mas também as histórias, capacidades e potencialidades dessas pessoas.

A Estratégia Nacional para a Integração das Pessoas em Situação de Sem-Abrigo 2017-2023 (ENIPSSA 2017-2023), compreende três eixos de intervenção, que visam a promoção do conhecimento do fenómeno das pessoas em situação de sem-abrigo, informação, sensibilização e educação, o reforço de uma intervenção promotora da integração das pessoas em situação de sem-abrigo, bem como a coordenação, monitorização e avaliação da ENIPSSA 2017-2023.

Figura 1 - "Pessoas em situação de sem-abrigo em 31. dez. de 2024, por concelho TOP 20"
Fonte: ENIPSSA (2024)

A invisibilidade manifesta-se quando a sociedade ignora, evita ou desumaniza estas pessoas, reduzindo-as à sua condição e apagando a sua experiência de vida.

Este projeto surge no cruzamento entre design, responsabilidade social e intervenção comunitária. O objetivo é compreender como o design pode atuar como mediador entre a experiência das pessoas sem-abrigo e a percepção pública, ajudando a construir representações mais humanas, dignas e inclusivas. O foco é a cidade do Porto, tanto pela relevância dos números quanto pelo contraste visível entre crescimento turístico, especulação imobiliária e a realidade das pessoas sem-abrigo.

A abordagem adotada é participativa e colaborativa. O projeto não pretende apenas documentar a realidade, mas envolver instituições e pessoas diretamente afetadas na criação de soluções visuais com impacto real. Desta forma, o design torna-se uma ferramenta para amplificar vozes silenciadas, gerar empatia e promover formas mais responsáveis de convivência urbana.

PROBLEMÁTICA

Apesar da sua ubiquidade, a realidade das pessoas em situação de sem-abrigo permanece profundamente invisível no espaço público e cultural. A marginalização que enfrentam não se limita à falta de habitação, mas estende-se à forma como são percecionadas e tratadas no quotidiano. A invisibilidade social é por si só, uma forma de violência simbólica: ocorre quando a presença física destas pessoas não se traduz em reconhecimento social, quando os seus corpos se tornam parte da paisagem urbana, mas as suas identidades são ignoradas. Dados nacionais e internacionais reforçam esta visão. O fenómeno do sem-abrigo não é apenas um problema material, é também um problema de percepção, representação e comunicação.

Estudos sobre exclusão social sublinham que a ausência de visibilidade e reconhecimento contribui para a manutenção do estigma, dificultando processos de inclusão e perpetuando desigualdades. No caso português, a invisibilidade social torna-se particularmente evidente na forma como muitos cidadãos evitam o contacto visual, desviam o olhar ou aceleram o passo quando se cruzam com uma pessoa em situação de sem-abrigo. Esta atitude, aparentemente banal, reforça um ciclo de desumanização que mina a dignidade destes indivíduos.

A problemática central que este projeto procura abordar emerge, portanto, da conjugação entre três dimensões:

1. a complexidade estrutural do fenómeno, marcada por pobreza, desigualdade,

políticas de habitação insuficientes e fragilidade das redes de apoio;

2. a invisibilidade social e simbólica, que condiciona a forma como as pessoas sem-abrigo são vistas e tratadas;

3. a falta de instrumentos comunicacionais capazes de aproximar o público destas realidades de forma empática e informada.

O design gráfico, ao operar na esfera da comunicação visual, pode desempenhar um papel significativo nesta terceira dimensão. Através de processos participativos, pode contribuir para tornar visíveis as histórias, capacidades e subjetividades das pessoas sem-abrigo, contrariando as narrativas estereotipadas e reduzidas que frequentemente lhes são atribuídas. O projeto parte precisamente da hipótese de que a comunicação visual pode funcionar como mediador entre diferentes realidades sociais, promovendo empatia e inclusão através de representações mais humanas e contextualizadas.

MOTIVAÇÃO

A motivação intrínseca refere-se aos impulsos internos que movem o investigador, neste caso, aquilo que me move enquanto pessoa e enquanto designer.

No plano intrínseco, a minha motivação surge de uma série de vivências que fui acumulando ao longo dos últimos anos. Em particular, do contacto casual, mas humano, que tenho tido com pessoas em situação de sem-abrigo durante passeios noturnos pela cidade do Porto. Muitas destas interações transformaram-se em conversas inesperadas e, por vezes, até em pequenas amizades improváveis. Através delas, fui percebendo a complexidade das suas histórias, o humor, a vulnerabilidade, a criatividade e a força que muitas destas pessoas carregam. Percebi que, apesar das adversidades, existe nelas uma dimensão humana rica que raramente chega a ser vista.

Estas experiências despertaram em mim um desejo muito claro: contribuir, de algum modo, para que estas pessoas sejam reconhecidas não pela sua condição, mas pelas suas capacidades, histórias e dignidade. Comecei a sentir que o design poderia ser uma forma de tornar essa humanidade visível.

Paralelamente, a construção deste projeto foi influenciada pela relação de proximidade que desenvolvi com Paula², uma mulher em situação de sem-abrigo que frequenta regularmente a zona do Taskinha³, no Porto. Através de conversas e momentos de partilha ao longo do tempo, esta relação permitiu-me compreender de forma mais próxima algumas das realidades associadas à vida na rua, reforçando a importância de desenvolver um projeto centrado nas pessoas e nas suas histórias.

² Nome fictício de forma a preservar o anonimato

³ As ruas do Taskinha³ refere-se à zona em volta da Rua dos Mártires da Liberdade, no Porto, frequentemente associada ao bar/café "Taskinha do Alex". A expressão tornou-se uma designação informal utilizada por parte da comunidade jovem e estudantil da cidade para identificar esta área enquanto ponto de encontro e convívio

A motivação extrínseca refere-se aos fatores externos que impulsionam a investigação, relacionando-se com o contexto social, cultural e académico em que este projeto se insere.

A motivação extrínseca nasce, em primeiro lugar, de uma tomada de consciência pessoal: comecei por me aperceber de como, muitas vezes, ignorava automaticamente as pessoas em situação de sem abrigo que se aproximavam para falar comigo. Era um reflexo inconsciente que percebi ser muito comum à minha volta. Ao olhar com mais atenção, percebi que não era só eu; quase toda a gente à minha volta adotava o mesmo comportamento, desviando o olhar ou evitando qualquer forma de contacto.

Esta inquietação revela-se numa tendência social mais ampla: a de ignorar pessoas em situação de sem-abrigo, fingindo que não as vemos, evitando qualquer forma de contacto. Esta atitude não é apenas um reflexo de desconforto; é também um mecanismo social que contribui ativamente para a desumanização. Fascina-me (pela negativa) o impacto psicológico que este tipo de evitamento pode ter na vida de alguém que já se encontra vulnerável. Questiono-me sobre o que significa para uma pessoa ser sistematicamente ignorada no espaço público, como se a sua presença não tivesse peso.

Esta reflexão exterior reforça a importância de procurar ferramentas capazes de contrariar esse apagamento. O design gráfico, pela sua natureza comunicativa e simbólica, parece-me possuir um potencial ainda relativamente pouco explorado neste domínio.

Em simultâneo, existe uma lacuna de conhecimento que este projeto procura abordar: a ausência de investigação que explore o design gráfico não apenas como um meio estético, mas como um instrumento de visibilidade social, capaz de produzir impacto na perceção pública e, potencialmente, na vida dos próprios participantes. Embora existam exemplos pontuais a nível internacional, ainda é escassa a investigação que analise de forma sistemática o papel do design na transformação de narrativas sociais associadas ao sem-abrigo. Assim, este projeto surge também da necessidade de compreender até que ponto o design pode contribuir para desmontar preconceitos, gerar empatia e criar novas formas de reconhecimento.

PERGUNTA DE INVESTIGAÇÃO

O objetivo central deste projeto é compreender de que forma o design gráfico pode contribuir para criar visibilidade social para pessoas em situação de sem-abrigo na cidade do Porto, promovendo representações mais humanas e dignas das suas histórias e experiências. Pretendo perceber se o design, quando aplicado de forma ética, participativa e colaborativa, pode ultrapassar a sua dimensão tradicionalmente estética e assumir um papel de mediação entre diferentes realidades sociais. Neste sentido, o projeto explora a possibilidade de criar materiais visuais que não apenas descrevam ou representem estas pessoas, mas que as envolvam no próprio processo criativo, reduzindo a distância simbólica que existe entre elas e o público.

A partir deste enquadramento, emerge a pergunta de investigação que orienta todo o trabalho:

Pode o design gráfico atuar como uma ferramenta eficaz de visibilidade social e contribuir para melhorar a percepção pública e a dignidade das pessoas em situação de sem-abrigo?

Como hipótese, considera-se que o design, quando desenvolvido de forma participativa e sensível ao contexto, tem capacidade para influenciar percepções sociais, gerar empatia e desafiar estigmas profundamente enraizados.

Pressupõe-se também que trabalhar diretamente com uma amostra de pessoas em situação de sem abrigo pode produzir resultados mais significativos e eticamente responsáveis do que abordagens distantes ou puramente observacionais.

DELIMITAÇÃO DE ESTUDO

Este estudo encontra-se deliberadamente delimitado à cidade do Porto, não só pela relevância estatística da população sem-abrigo na área urbana, mas também pela proximidade direta que tenho com este território e com as pessoas que o habitam. Ao focar-me exclusivamente no Porto, procuro garantir coerência contextual, profundidade na observação e viabilidade nas relações que pretendo estabelecer com instituições e participantes.

A investigação incide sobre um grupo reduzido de participantes, uma escolha inspirada num projeto fundamental para este trabalho, o *"Homeless Fonts"*⁴, onde o trabalho com pequenas comunidades possibilitou transformações mais profundas e visíveis na vida das pessoas envolvidas. Acredito que, ao privilegiar a qualidade da relação sobre a quantidade de participantes, este projeto pode alcançar resultados mais significativos e menos superficiais.

Assim, não pretendo representar todas as pessoas em situação de sem-abrigo do Porto; o foco está na construção de um diálogo sensível com um conjunto limitado de indivíduos, cujas histórias e experiências possam ser exploradas com o tempo, o cuidado e a ética necessários.

Em termos conceptuais, o estudo não se restringe inicialmente a subgrupos específicos, como mulheres, jovens ou pessoas com determinadas patologias, embora reconheça que estas categorias têm particularidades relevantes. No entanto, para evitar reduzir ou fragmentar a diversidade das experiências, opto por manter

⁴ Este projeto será citado mais à frente, de forma mais descritiva e detalhada.

o foco aberto à diversidade que o trabalho de campo revelar.

Importa ainda referir que os participantes envolvidos neste projeto não correspondem exclusivamente a pessoas que se encontram atualmente em situação de sem-abrigo. Em consonância com a perspetiva proposta pela tipologia ETHOS (FEANTSA, 2024), foram igualmente considerados testemunhos de pessoas que, em diferentes momentos das suas vidas, experienciaram situações de instabilidade ou vulnerabilidade habitacional. Esta opção resulta da compreensão de que a exclusão habitacional se manifesta de formas diversas e não se limita à vivência da rua ou da ausência total de abrigo. Assim, a investigação procura abranger diferentes experiências associadas à fragilidade habitacional, privilegiando a diversidade de percursos e realidades identificadas ao longo do trabalho de campo.

O objetivo é que a delimitação populacional resulte mais do encontro com os participantes reais do que de uma imposição prévia.

METODOLOGIA

O presente projeto adota uma metodologia de natureza qualitativa, combinando abordagens etnográficas, participativas e fenomenológicas, adequadas à dimensão social e humana do fenómeno em estudo. A investigação desenvolveu-se através de uma lógica de investigação-ação, procurando que a componente teórica e a prática projetual evoluíssem de forma simultânea e interdependente ao longo do processo.

Neste contexto, a investigação-ação manifesta-se na articulação entre a compreensão de uma problemática social e o desenvolvimento de uma intervenção concreta através do design. Para além da recolha e análise de informação, o projeto procurou atuar sobre a realidade estudada através da criação de materiais gráficos, de uma plataforma digital e de ações de sensibilização dirigidas ao público. Os principais intervenientes deste processo incluíram os participantes entrevistados, as instituições contactadas e os utilizadores que interagiram com a campanha, procurando-se gerar maior visibilidade, reflexão e aproximação em torno da temática da vulnerabilidade habitacional.

Mais do que aplicar uma metodologia rígida e linear, o projeto foi-se construindo de forma iterativa, permitindo que as diferentes etapas se adaptassem às experiências, relações e descobertas realizadas no terreno. Esta abordagem revelou-se particularmente importante num contexto marcado por vulnerabilidade social, onde a escuta, a criação de confiança e a proximidade humana assumem um papel central.

Numa primeira fase, desenvolvi a revisão de literatura e contextualização teórica do projeto, explorando temas relacionados com a situação de sem-abrigo, invisibilidade social, design social e participativo, fotografia documental e metodologias colaborativas como o Photovoice. Embora o Photovoice tenha servido como referência conceptual para a recolha de imagens produzidas pelos participantes, a sua aplicação neste projeto foi parcial e adaptada ao contexto da investigação. O método foi utilizado sobretudo na dimensão da produção fotográfica e da partilha de narrativas associadas às imagens, não incluindo processos estruturados de análise e discussão coletiva das fotografias pelos participantes, como previsto na metodologia original.

Esta fase permitiu construir uma base conceptual capaz de sustentar tanto a investigação como as decisões visuais e comunicacionais do projeto. Posteriormente, e após a fase inicial de pesquisa e contextualização teórica, estabeleci contacto com diferentes instituições de apoio a pessoas em situação de sem-abrigo e vulnerabilidade habitacional. Numa fase em que o rumo exato do projeto ainda não se encontrava totalmente definido, este contacto revelou-se fundamental para compreender, a partir da perspectiva de profissionais e pessoas familiarizadas com a realidade no terreno, quais os principais desafios enfrentados diariamente por esta população. O objetivo desta etapa consistia em identificar problemáticas nas quais o design gráfico pudesse atuar de forma pertinente enquanto ferramenta de sensibilização ou aproximação social. Após esta aproximação inicial, iniciei o trabalho de campo e a observação participante, incluindo

o acompanhamento de workshops e atividades desenvolvidas em contexto institucional. Para além da recolha de informação, esta fase procurou sobretudo criar relações de proximidade e confiança com os participantes, permitindo compreender melhor as dinâmicas humanas e sociais associadas a situações de vulnerabilidade habitacional. Esta experiência revelou-se igualmente importante para desenvolver uma abordagem mais ética, durante as conversas e entrevistas realizadas posteriormente.

As entrevistas semiestruturadas e os testemunhos foram desenvolvidos paralelamente ao processo de construção conceptual e visual do projeto, permitindo que as narrativas recolhidas influenciassem diretamente o desenvolvimento dos materiais gráficos. Mais do que recolher informação factual, estas entrevistas procuraram valorizar as experiências individuais e objetos pessoais, contribuindo para uma representação mais humana e participativa das pessoas envolvidas.

Este processo aconteceu de forma contínua e experimental, permitindo que o projeto fosse sendo constantemente ajustado de acordo com os testemunhos recolhidos ao longo da investigação.

A metodologia adotada privilegiou, assim, uma relação próxima entre investigação e prática projetual, entendendo o design não apenas como resultado final, mas também como ferramenta de escuta e aproximação social. Mais do que produzir soluções gráficas, o projeto procurou desenvolver processos de representação mais humanos, participativos e sensíveis às experiências das pessoas envolvidas.

CONSIDERAÇÕES ÉTICAS

O desenvolvimento deste projeto respeitou princípios éticos fundamentais, adequados à sensibilidade do contexto e à vulnerabilidade dos participantes envolvidos.

A participação foi voluntária, mediante consentimento informado, sendo garantida a proteção da identidade dos participantes e o direito de desistir do estudo a qualquer momento.

A abordagem adotada procurou respeitar a dignidade dos participantes, evitando representações estigmatizantes ou invasivas.

Os testemunhos, fotografias e restantes conteúdos foram utilizados mediante consentimento informado, mantendo-se a autoria das imagens produzidas pelos próprios participantes.

Adicionalmente, a plataforma digital incluiu um formulário cujas respostas foram recolhidas exclusivamente para fins académicos, de forma anónima e sem recolha de dados pessoais identificáveis.

Neste sentido, a ética constituiu não apenas um requisito metodológico, mas um princípio orientador de todo o processo de investigação e desenvolvimento do projeto.

II. REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo apresenta a revisão de literatura que sustenta a investigação, organizada em três dimensões fundamentais: a situação de sem-abrigo, o design social e participativo, e a fotografia enquanto ferramenta de representação e construção de narrativas visuais. Através destas perspetivas, procura-se contextualizar a problemática em estudo e fundamentar o desenvolvimento do projeto.

Dimensão I: Sem-abrigo

Dimensão II: Design social e participativo

Dimensão III: Fotografia / Photovoice

⁵ Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal.

⁶ FEANTSA is the European Federation of National Organisations Working with the Homeless.

"We are the only European NGO focusing exclusively on the fight against homelessness. Our ultimate goal is an end to homelessness in Europe."

Tradução: A FEANTSA é a Federação Europeia de Organizações Nacionais que Trabalham com Pessoas Sem-Teto.

"Somos a única ONG europeia focada exclusivamente no combate à situação de sem-teto. O nosso objetivo final é o fim da situação de sem-teto na Europa."

Figura 3 - Livro "Designing for social change" de Andrew Shea. Fonte: Designing for Social Change (2026).

A revisão de literatura foi desenvolvida de forma temática e exploratória, recorrendo a bases de dados académicas como Google Scholar, **RCAAP**⁵ e ResearchGate, bem como a relatórios institucionais e documentos oficiais relacionados com a situação de sem-abrigo em Portugal e na Europa, incluindo dados da ENIPSSA e da **FEANTSA**⁶. Foram também consultadas obras de referência nas áreas do design social, metodologias participativas e comunicação visual, como Designing for Social Change de Andrew Shea, além de estudos centrados na exclusão social, invisibilidade e representação de populações vulneráveis.



A seleção bibliográfica privilegiou fontes relevantes para a compreensão do fenómeno do sem-abrigo e para o enquadramento do design gráfico enquanto ferramenta de intervenção e mediação social. Foram excluídas fontes sem relação direta com os temas centrais da investigação, nomeadamente abordagens de design exclusivamente comerciais e

desvinculadas de questões sociais e participativas.

DIMENSÃO I: SEM ABRIGO

A literatura sobre o fenómeno das pessoas em situação de sem-abrigo evidencia a complexidade social, emocional e estrutural associada a esta realidade, afastando-se progressivamente de uma visão simplificada centrada apenas na ausência de habitação.

Atualmente, o fenómeno é entendido como uma condição multidimensional, marcada por processos de exclusão social, vulnerabilidade económica, fragilidade das redes de apoio e dificuldades de integração comunitária. Neste contexto, a FEANTSA propõe a tipologia **ETHOS**⁷, uma das referências mais utilizadas na Europa para compreender as diferentes formas de exclusão habitacional (FEANTSA, 2024). Esta tipologia divide o fenómeno em quatro categorias principais: sem teto, sem casa, habitação insegura e habitação inadequada. Mais do que limitar a condição de sem-abrigo às pessoas que vivem diretamente na rua, esta abordagem procura reconhecer diferentes situações de precariedade e instabilidade habitacional, incluindo alojamentos temporários, contextos institucionais ou habitações sem condições mínimas de segurança e dignidade. Esta perspetiva torna-se particularmente relevante para o presente projeto, uma vez que os testemunhos recolhidos não se restringem exclusivamente a pessoas em situação de rua,

⁷ ETHOS é a tipologia europeia de sem abrigo e exclusão habitacional (European typology of homelessness and housing exclusion).

mas também a participantes que experienciam diferentes formas de vulnerabilidade habitacional.

A definição adotada pela Estratégia Nacional para a Integração das Pessoas em Situação de Sem-Abrigo (ENIPSSA) aproxima-se igualmente desta visão mais abrangente, considerando tanto pessoas sem teto como pessoas sem casa (ENIPSSA, 2017). Os dados mais recentes demonstram que o fenómeno continua a representar uma realidade significativa em Portugal.

Segundo o Inquérito de Caracterização das Pessoas em Situação de Sem-Abrigo referente a 31 de dezembro de 2024, encontravam-se identificadas 14.476 pessoas em situação de sem-abrigo no continente português, das quais 1.438 no concelho do Porto (ENIPSSA, 2024). Comparativamente aos dados de 2023, em que se encontravam sinalizadas 13.128 pessoas no continente e 1.680 no Porto (ENIPSSA, 2023), verifica-se uma continuidade do crescimento do fenómeno a nível nacional. Estes números refletem não apenas dificuldades económicas e habitacionais, mas também problemas estruturais relacionados com saúde mental, desemprego, precariedade laboral, dependências e rupturas familiares.

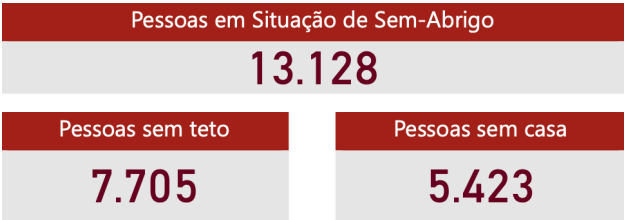


Figura 4 - Pessoas em situação de sem abrigo em Portugal continental, a 31 de dezembro de 2023;
Fonte: ENIPSA (2023)



Figura 5 - Pessoas em situação de sem abrigo em Portugal continental, a 31 de dezembro de 2024;
Fonte: ENIPSA (2024)

Para além da dimensão estatística, a literatura aponta também para a existência de uma forte invisibilidade social associada à experiência de sem-abrigo.

Apesar da presença constante destas pessoas no espaço urbano, a relação estabelecida com o restante público é frequentemente marcada pelo distanciamento emocional, pela indiferença e pela estigmatização. Muitas vezes, os indivíduos acabam reduzidos à sua condição habitacional, sendo ignoradas as suas histórias, identidades e experiências pessoais. Neste sentido, torna-se relevante considerar abordagens que procurem recentrar a atenção nas narrativas individuais e na dimensão humana do fenómeno.

Projetos como *Invisible People* ou *Homeless Fonts* surgem precisamente nesse contexto, procurando criar plataformas onde pessoas em situação de sem-abrigo possam contar as suas próprias histórias e participar ativamente na sua representação pública (*Invisible People*, 2020; *Homeless Fonts*, 2025). Estas iniciativas afastam-se de representações exclusivamente assistencialistas ou estereotipadas, privilegiando a escuta, a individualidade e a construção de empatia através da partilha de experiências reais. Ao dar voz aos próprios participantes, estes projetos reforçam a importância da representação enquanto ferramenta de

reconhecimento e visibilidade social.

A literatura converge, assim, na ideia de que a exclusão associada ao fenómeno do sem-abrigo não é apenas material, mas também simbólica. A invisibilidade social, a dificuldade de reconhecimento individual e a desumanização tornam-se elementos centrais para compreender a forma como estas pessoas são percecionadas no espaço público. É precisamente neste ponto que o presente projeto se posiciona, procurando explorar o papel do design gráfico e da comunicação visual enquanto ferramentas capazes de promover aproximação, sensibilização e novas formas de olhar para estas realidades.

DIMENSÃO II: DESIGN SOCIAL

(como ferramenta de aproximação e visibilidade social)

O design social e participativo tem vindo a afirmar-se como uma abordagem capaz de ultrapassar a dimensão puramente estética do design, aproximando-se de problemáticas sociais, culturais e humanas.

Neste contexto, o design deixa de se focar apenas na produção de objetos ou soluções comerciais, passando também a assumir um papel de mediação, comunicação e intervenção social. Esta perspetiva encontra-se alinhada com as reflexões de Victor Papanek (1972), que defendia uma prática do design orientada para a resolução de problemas reais da sociedade e para a promoção do bem-estar coletivo.

Segundo Andrew Shea (2012), o design social procura utilizar estratégias de comunicação

visual e participação comunitária para gerar impacto positivo, promover diálogo e responder a necessidades sociais concretas. Nesta perspetiva, o designer deixa de ocupar apenas a posição de autor, assumindo também o papel de facilitador, mediador e ouvinte.

A participação ativa das pessoas envolvidas no processo torna-se fundamental, especialmente em contextos marcados por exclusão social ou invisibilidade. Neste sentido, Ezio Manzini (2015) defende que o design pode funcionar como uma plataforma de colaboração, capaz de envolver diferentes atores na construção de soluções e significados partilhados para desafios sociais complexos.

No contexto das pessoas em situação de sem-abrigo, o design participativo apresenta-se como uma abordagem particularmente relevante, uma vez que permite construir narrativas mais humanas e menos estereotipadas. Em vez de falar sobre estas pessoas à distância, vários projetos procuram criar espaço para que possam participar na construção da sua própria representação, partilhando experiências, memórias e perspetivas individuais. Esta abordagem procura contrariar representações simplificadas frequentemente associadas ao sem-abrigo, centradas apenas na pobreza, dependência ou marginalidade, promovendo antes uma visão mais complexa e humanizada.

*"Ads, posters, packaging, even emails and messages in social networks, use fonts whose rights someone has paid for. So the arrels foundation took the hand-written letters with which the homeless make their signs, and devised new fonts that are sold to brands for use in their advertising and corporate messages. All profits are intended to help the 1400 people supported by the arrels foundation. We created a new way of helping. With each sale, we achieve what would have required a great effort with a traditional fundraising campaign." **

- Arrels Foundation. No-one begging on the street

** Tradução: "Anúncios, cartazes, embalagens, até emails e mensagens nas redes sociais utilizam tipografias cujos direitos foram pagos a alguém. Assim, a Fundação Arrels recolheu as letras manuscritas com que as pessoas em situação de sem-abrigo fazem os seus cartazes e criou novas fontes tipográficas, vendidas a marcas para utilização em publicidade e comunicação corporativa. Todos os lucros destinam-se a apoiar as 1400 pessoas acompanhadas pela Fundação Arrels. Criamos uma nova forma de ajudar. Com cada venda, conseguimos o que exigiria um grande esforço com uma campanha de arrecadação de fundos tradicional.*

⁸ Mais sobre o projeto em:
<https://www.homelessfonts.org>

Um dos projetos que mais influencia a presente investigação é **Homeless Fonts**⁸, desenvolvido pela fundação Arrels, em Barcelona. O projeto consistiu na criação de fontes tipográficas baseadas na escrita manual de pessoas em situação de sem-abrigo, posteriormente utilizadas por diferentes marcas e empresas em campanhas de comunicação.



Figura 6.1 e 6.2 - Exemplo de fonte tipográfica criada pelo projeto Homeless Fonts a partir da escrita manual de pessoas em situação de sem-abrigo. Fonte: Homeless fonts (2025)

Para além da componente visual e simbólica, o projeto teve também impacto direto na vida dos participantes, contribuindo para a sua visibilidade, valorização pessoal e integração profissional. Mais do que representar pessoas em situação de sem-abrigo, o projeto integrou-as ativamente no próprio processo criativo, utilizando o design gráfico como ferramenta de reconhecimento e inclusão social.

Também no contexto português surgem iniciativas que procuram aproximar o público das experiências associadas ao sem-abrigo através da arte e da comunicação visual. A exposição **Histórias (In)Visíveis**⁹, promovida pelos Albergues do Porto, procurou dar visibilidade às histórias pessoais de diferentes indivíduos através de testemunhos e retratos, incentivando uma leitura mais humana destas realidades.

⁹ Mais sobre a exposição em:
[https://www.alberguesdoporto.org/exposicoes/historias-\(in\)visiveis](https://www.alberguesdoporto.org/exposicoes/historias-(in)visiveis)

Figura 7 - Registo da exposição *Histórias (In)Visíveis*, realizada pelos Albergues do Porto, dedicada à visibilização de histórias e experiências de pessoas em situação de sem-abrigo. Fonte: Albergues do Porto (2023)



De forma semelhante, a iniciativa *Passa Cá em Casa*¹⁰, apresentada pela Culturgest em 2024, explorou questões relacionadas com habitação, exclusão e vulnerabilidade social através de diferentes práticas artísticas e participativas.

¹⁰ Mais sobre o projeto em: <https://www.culturgest.pt/pt/programacao/passa-ca-em-casa-2024/>

“Num mundo onde o direito à habitação digna se transformou no privilégio de poucos, através do pensamento e da crítica, mas também da ficção e da poesia, é urgente recuperar uma ideia de construção coletiva de habitar”

- Janice landritsky e Ricardo Santos, “A casa Invisível” (2024)

Esta reflexão aproxima-se diretamente das questões exploradas nesta investigação, particularmente da **necessidade de promover maior empatia, visibilidade e responsabilidade coletiva** perante situações de exclusão habitacional.

Para além de projetos artísticos e iniciativas sociais, existem também investigações académicas que exploram o potencial do design e da arquitetura enquanto ferramentas de inclusão social em contextos de vulnerabilidade habitacional.

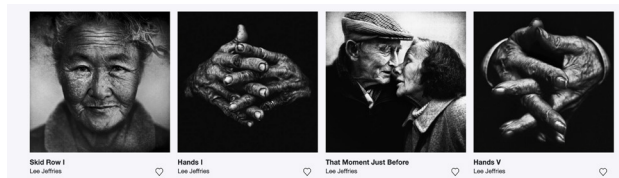
Um exemplo relevante é a dissertação *Sistema de Resguardo para Pessoas em Situação de Sem-Abrigo*, desenvolvida na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, pela Eunice Rego que propõe soluções de abrigo e reinserção social centradas nas necessidades reais das pessoas em situação de sem-abrigo. A investigação defende uma abordagem interventiva, colaborativa e humanitária, sublinhando a importância do diálogo, da proximidade com instituições e da criação de soluções pensadas a partir das experiências concretas destas pessoas.

Embora este tipo de estudos corresponda sobretudo a investigações académicas e exploratórias, constituem referências relevantes para compreender diferentes metodologias, abordagens participativas e possibilidades de intervenção através do design em contextos sociais complexos.

DIMENSÃO III: FOTOGRAFIA E PHOTOVOICE

No contexto das pessoas em situação de sem-abrigo, a fotografia documental tem sido amplamente utilizada para explorar questões relacionadas com vulnerabilidade, exclusão e dignidade humana. Um dos fotógrafos mais reconhecidos nesta área é Lee Jeffries, conhecido pelos seus retratos próximos e intensos de pessoas em situação de sem-abrigo em diferentes cidades do mundo. O trabalho do fotógrafo procura contrariar a desumanização frequentemente associada a estas pessoas, enfatizando expressões, emoções e individualidade através de retratos de grande proximidade. Segundo Jeffries, o seu processo fotográfico baseia-se sobretudo na criação de relação e contacto humano antes da captura da imagem, procurando estabelecer momentos de empatia e escuta com os participantes (Time, 2012; YellowKorner, s.d.). Mais do que a componente fotográfica em si, foi precisamente esta dimensão relacional e humana que me despertou interesse para o projeto. A ideia de construir relações reais e criar proximidade com os participantes ao longo do desenvolvimento do projeto tornou-se uma das principais intenções da investigação, influenciando diretamente a forma como abordei as entrevistas, testemunhos e narrativas.

Figura 8 - Exemplos de retratos fotografados por Lee Jeffries, focados na representação humanizada de pessoas em situação de sem abrigo.
Fonte: Lee Jeffries, (-)



"I can't change these people's lives. I can't wave a magic wand but it doesn't mean I can't take a photograph of them and try to raise awareness and bring attention to their light."

-Lee Jeffries, 2012

Tradução: "Eu não consigo mudar a vida destas pessoas. Não posso acenar uma varinha mágica, mas isso não significa que não possa fotografá-las e tentar sensibilizar e chamar a atenção para a sua realidade."

Esta afirmação reflete profundamente a forma como encaro este projeto. Apesar de reconhecer os limites do design perante problemas sociais complexos, acredito na sua capacidade de gerar visibilidade, empatia e reflexão, aproximando o público de realidades frequentemente ignoradas.

Apesar do forte impacto emocional associado a este tipo de fotografia, vários autores e investigadores têm também questionado os limites éticos da representação da vulnerabilidade social. A exposição repetida de imagens de pobreza ou sofrimento pode, em alguns casos, contribuir para processos de estetização da exclusão social ou reforçar relações de desigualdade entre quem fotografa e quem é fotografado. Neste contexto, surgem metodologias participativas que procuram devolver maior autonomia e voz aos próprios participantes.

Uma dessas abordagens é o Photovoice, metodologia participativa desenvolvida por

Caroline Wang e Mary Ann Burris nos anos 1990, que combina fotografia, narrativa e participação comunitária. Esta abordagem procura permitir que os próprios participantes utilizem a fotografia como ferramenta de expressão e reflexão sobre as suas experiências, realidades e problemáticas sociais. Em vez de serem apenas objeto de representação, os indivíduos tornam-se participantes ativos na construção das narrativas visuais. Esta perspetiva vai diretamente ao encontro das práticas de design participativo que explorei para este projeto, especialmente na participação dos indivíduos na construção da sua própria representação e narrativa.

A tese *O Photovoice aplicado ao programa Housing First: dar voz à população em (ex-) situação de sem-abrigo*, escrita por Elvira da Silva e publicada pela universidade do Minho constituiu também uma referência importante para o desenvolvimento desta investigação, particularmente pela forma como utiliza a fotografia enquanto ferramenta de expressão pessoal e narrativa. Independentemente da qualidade técnica das imagens produzidas, o projeto evidencia como o sentimento e a memória permanecem presentes em cada registo visual, reforçando a importância da autenticidade e da dimensão humana da representação. Esta abordagem revelou-se especialmente inspiradora para o meu projeto, em que procuro igualmente valorizar as histórias e vivências pessoais dos participantes acima de uma preocupação exclusivamente estética ou formal.

O interesse pela fotografia documental e, sobretudo, pelas dinâmicas e resultados

associados ao Photovoice foi uma das minhas principais motivações para o desenvolvimento desta dimensão no projeto. A possibilidade de utilizar a imagem não apenas como registo visual, mas também como ferramenta de escuta revelou-se particularmente interessante para representar de forma mais humana, as pessoas e as suas histórias.

III. Projeto

O presente capítulo apresenta o desenvolvimento do projeto e o processo de construção das diferentes propostas visuais realizadas no âmbito da investigação. Através da experimentação, da intervenção gráfica e da relação com o espaço urbano, procura-se explorar o design como ferramenta de visibilidade, aproximação e sensibilização social.

- _origem
- _objetivos do projeto
- _trabalho de campo
- _entrevistas
- _desenvolvimento visual
 - _fotografias
 - _identidade gráfica
 - _posters e sistema visual
 - _linguagem visual e composição
- _componente interativa
 - _website
 - _interação do público
- _implementação e análise do impacto
 - _intervenção urbana
 - _análise do impacto
- _elementos gráficos

ORIGEM

A origem do presente projeto desenvolveu-se a partir de um interesse prévio pelo design social e pelo potencial da comunicação visual enquanto ferramenta de aproximação e sensibilização social.

Enquanto artista e designer, existiu desde cedo o interesse em explorar o design para além da sua dimensão estética ou comercial, procurando aproximá-lo de um papel frequentemente associado à arte: o de provocar e impactar. No entanto, ao contrário de algumas abordagens artísticas mais confrontacionais, o objetivo nunca passou por criar uma comunicação agressiva ou visualmente desconfortável para o público. Pelo contrário, procurei desenvolver uma abordagem mais subtil, capaz de captar atenção através da curiosidade e da identificação, incentivando o público a refletir sobre o fenómeno do sem-abrigo de forma mais próxima e sensível.

Numa fase inicial da investigação, foram estabelecidos contactos com diferentes instituições de apoio a pessoas em situação de sem-abrigo e vulnerabilidade habitacional, com o objetivo de compreender quais os principais problemas enfrentados diariamente por esta população e identificar possíveis áreas de intervenção através do design gráfico.

Durante uma conversa com a **AMI**¹¹, cheguei à conclusão de que, apesar da existência de múltiplos problemas estruturais associados ao fenómeno do sem-abrigo, uma das questões mais difíceis de combater continuava a ser a invisibilidade social e o estigma associados a estas pessoas. Surgiu então a ideia de desenvolver uma campanha de sensibilização capaz de contribuir para uma maior aproximação

¹¹ A fundação AMI: Assistência Médica Internacional, é uma Organização Não Governamental (ONG) portuguesa fundada em 1984 que atua no combate à pobreza, exclusão social e ajuda humanitária a nível global.

entre diferentes realidades sociais, procurando questionar preconceitos.

Na sequência dessa conversa, foi referido que os professores Rui Ferro e Marta Lima, da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, desenvolviam workshops de arte em diferentes instituições de apoio social, incluindo a AMI e os Albergues do Porto. O contacto estabelecido posteriormente com os docentes revelou-se particularmente importante para a conceptualização do projeto. Durante uma conversa extensa sobre vulnerabilidade habitacional, memória e identidade, o professor Rui Ferro mencionou que, caso se encontrasse subitamente numa situação destas, não saberia o que fazer aos inúmeros objetos pessoais que acumulou ao longo da vida e que refletem a sua história, personalidade e memórias. Esta reflexão tornou-se um ponto de viragem fundamental para o projeto. A partir desse momento, surgiu a ideia de construir a campanha de sensibilização em torno de objetos pessoais pertencentes às pessoas entrevistadas, utilizando-os como ponto de partida para contar as suas histórias. Para além de permitir uma abordagem mais íntima e humana, esta estratégia revelou-se também importante enquanto forma de preservar o anonimato e respeitar a vulnerabilidade dos participantes, evitando expor diretamente as suas imagens.

Foi igualmente durante essa conversa que surgiu a frase que originou o nome do projeto. Ao refletir sobre a fragilidade associada às condições de vida e à instabilidade habitacional, o professor Rui Ferro afirmou que **“de certa forma, andamos todos numa corda bamba”**.

Esta expressão impactou-me e ficou comigo, por sintetizar a ideia de vulnerabilidade partilhada e a noção de que situações de exclusão social ou instabilidade habitacional podem surgir de forma inesperada na vida de qualquer indivíduo. Assim, o nome Na corda bamba procura reforçar a ideia de proximidade entre diferentes realidades sociais, contrariando a percepção de distância frequentemente associada ao fenómeno do sem-abrigo.

OBJETIVOS DO PROJETO

Os objetivos comunicacionais do projeto foram definidos a partir da intenção de promover uma maior aproximação entre o público e as realidades associadas à situação de sem-abrigo e instabilidade habitacional. Mais do que denunciar o problema de forma direta, procurei incentivar processos de reflexão, identificação e empatia através da comunicação visual e da partilha de histórias pessoais.

Assim, os principais objetivos comunicacionais foram:

- _Promover uma representação mais humana e digna das pessoas em situação de sem-abrigo;
- _Evidenciar a individualidade presente em cada participante, valorizando as suas histórias, memórias e experiências pessoais;
- _Criar pontos de identificação entre o público e os participantes através da partilha de objetos pessoais e narrativas associadas;
- _Estimular a reflexão sobre a vulnerabilidade e instabilidade habitacional, aproximando o fenómeno da realidade quotidiana do observador;

TRABALHO DE CAMPO

(e contacto com instituições)

O contacto com instituições e o desenvolvimento de trabalho de campo assumiram um papel central ao longo desta investigação. Desde o início do projeto, procurei evitar uma abordagem baseada exclusivamente na pesquisa teórica ou numa observação distante, considerando essencial ouvir testemunhos em primeira mão e estabelecer contacto direto com pessoas que enfrentam situações de sem-abrigo e instabilidade habitacional.

O contacto com instituições de apoio social permitiu compreender melhor as necessidades e dinâmicas associadas a estas realidades, ao mesmo tempo que contribuiu para desconstruir estigmas e ideias pré-concebidas frequentemente presentes no discurso social. A experiência de conversar diretamente com os participantes, partilhar momentos informais e ouvir as suas histórias revelou-se fundamental para o desenvolvimento do projeto. Mais do que recolher informação, o trabalho de campo procurou construir relações baseadas na confiança, escuta e reciprocidade. Esta dimensão relacional foi essencial não apenas para a realização das entrevistas e recolha de testemunhos, mas também para desenvolver uma maior consciência e responsabilidade ética ao longo do processo.

Embora inicialmente não existisse uma definição concreta sobre a forma como os participantes iriam integrar o projeto, o contacto contínuo com estes contextos permitiu formular perguntas mais pertinentes, compreender melhor determinadas sensibilidades e orientar a investigação de forma mais consciente e

contextualizada. Paralelamente, os diálogos com profissionais, voluntários e responsáveis institucionais contribuíram para contextualizar informações recolhidas durante a investigação teórica, evitando interpretações incorretas ou potencialmente estigmatizantes.



Figura 9 - Momento de um workshop nos albergues do Porto, acompanhado durante a fase de observação e contacto com os participantes, no âmbito de desenvolvimento do projeto
Foto original (2026)

ENTREVISTAS

**A linguagem informal ou vulgar presente em alguns testemunhos foi propositadamente mantida, procurando preservar a autenticidade, espontaneidade e individualidade das narrativas recolhidas. A intenção não passou por censurar expressões ou adaptar excessivamente os discursos dos participantes, exceto em situações consideradas necessárias por questões de privacidade ou respeito pessoal. Da mesma forma, a utilização de diferentes formas de tratamento ao longo das entrevistas, como “tu” ou “você”, resulta naturalmente do tipo de relação e proximidade estabelecida com cada participante durante o processo de conversa e recolha de testemunhos.*

A recolha de testemunhos constituiu uma das componentes centrais do desenvolvimento do projeto, permitindo aproximar a investigação das experiências individuais e humanas associadas à situação de sem-abrigo. Embora inicialmente tivesse considerado a possibilidade de desenvolver entrevistas diretamente através de instituições de apoio social, tal não acabou por acontecer. Assim, os testemunhos recolhidos resultaram sobretudo de contactos desenvolvidos de forma informal e espontânea com pessoas encontradas no espaço público, bem como através de pessoas conhecidas, amigos ou indivíduos que, em diferentes momentos da vida, passaram por situações de vulnerabilidade habitacional.

As entrevistas não foram organizadas de forma excessivamente rígida ou previamente programada, uma vez que tinha a intenção de criar conversas mais naturais e próximas evitando transformar os participantes em simples objetos de estudo. Mais do que seguir um guião fechado, procurei criar momentos de diálogo capazes de gerar confiança e permitir que cada pessoa conduzisse a conversa de acordo com as suas necessidades de expressão. Apesar dessa abordagem mais informal, existia uma pergunta que permaneceu presente em praticamente todas as conversas realizadas: que objeto traziam consigo e porquê. Esta questão era a pergunta orientadora conceptual do projeto, funcionando não apenas como ponto de partida para os materiais gráficos desenvolvidos paralelamente, mas também como forma de compreender relações emocionais, memórias, afetos e dimensões identitárias associadas aos objetos pessoais.

Após a realização das entrevistas, os testemunhos foram editados e organizados por motivos de clareza, síntese e proteção da privacidade dos participantes. Sempre que necessário, foram removidas informações que pudessem comprometer o anonimato ou que não contribuíssem para a compreensão das narrativas apresentadas, procurando preservar a autenticidade, o tom e a intenção original de cada testemunho.

As entrevistas completas, bem como as fotografias originais dos objetos associados a cada participante, encontram-se reunidas no volume de anexos da dissertação.

DESENVOLVIMENTO VISUAL

O desenvolvimento visual do presente projeto surgiu a partir da necessidade de traduzir visualmente os conceitos de vulnerabilidade, proximidade, identidade e invisibilidade social explorados ao longo da investigação. Mais do que construir uma linguagem gráfica puramente estética, procurei desenvolver um sistema visual coerente com os objetivos comunicacionais do projeto, capaz de criar aproximação emocional e estimular reflexão.

Numa fase inicial do projeto, antes da realização das entrevistas e do contacto mais aprofundado com os participantes, tentei antecipar o desenvolvimento visual através da criação de posters com objetos e frases fictícias. Embora os resultados obtidos fossem visualmente apelativos e formalmente coerentes, tinha a sensação de que os materiais funcionavam apenas enquanto objetos “bonitos”, sem verdadeira profundidade emocional ou humana.



Figura 10.1 e 10.2 - Primeira proposta de cartazes desenvolvida durante a fase inicial de experimentação visual do projeto.

Fonte: elaboração própria (2026)

Faltava-lhes autenticidade, precisamente porque ainda não existia contacto direto com as pessoas.

Com o início das entrevistas e da recolha de testemunhos, a linguagem visual do projeto começou a alterar-se significativamente. As narrativas reais, os objetos pessoais e as emoções presentes nas conversas passaram a influenciar diretamente a construção visual dos materiais, tornando-os progressivamente mais humanos e íntimos, emocionalmente carregados. A própria estética dos posters sofreu alterações ao longo do processo, afastando-se de soluções demasiado limpas ou neutras e aproximando-se de uma linguagem visual mais pesada emocionalmente.

Mais tarde, já numa fase avançada do desenvolvimento dos materiais gráficos, tive também uma reflexão crítica sobre o próprio posicionamento visual do projeto. Apesar de os posters se encontrarem praticamente finalizados, tornou-se evidente para mim que parte da linguagem desenvolvida não traduzia verdadeiramente os participantes, nem me refletia a mim como designer. Tinha a sensação de que os materiais estavam excessivamente “seguros” ou visualmente confortáveis para um tema tão pesado e emocionalmente complexo. Embora funcionassem enquanto exercício gráfico e de design, faltava-lhes sentimento e vulnerabilidade humana.

A partir dessa reflexão, passei a procurar um maior equilíbrio entre composição gráfica e dimensão emocional, permitindo que os materiais não funcionassem apenas enquanto

objetos visualmente apelativos, mas também enquanto extensões das histórias e experiências partilhadas ao longo da investigação. .

FOTOGRAFIAS

“Photovoice (...) combines photography and narrative storytelling to capture individuals' lived experiences, particularly those from marginalized or underserved communities.”

-(Photovoice | johns hopkins center for health equity, 2021)

Tradução: O Photovoice (...) combina fotografia e narrativa para capturar as experiências vividas por indivíduos, particularmente aqueles de comunidades marginalizadas ou carentes de serviços.

A abordagem fotográfica desenvolvida no presente projeto baseia-se diretamente nos princípios do Photovoice e da fotografia participativa. Em vez de assumir um papel exclusivamente autoral na produção das imagens, procurei que os próprios participantes contribuíssem diretamente para a construção visual do projeto, não apenas através dos testemunhos e objetos pessoais, mas também através da própria captação fotográfica.

Numa fase inicial, os objetos eram fotografados por mim. No entanto, rapidamente me apercebi de que as imagens resultavam excessivamente controladas e encenadas, afastando-se da espontaneidade e autenticidade que o projeto

procurava transmitir. Apesar de visualmente coerentes, as fotografias acabavam por refletir sobretudo um olhar externo, e não necessariamente a relação pessoal que cada participante estabelecia com o seu objeto.

A partir dessa reflexão, optei por adotar uma abordagem mais colaborativa, pedindo aos próprios participantes que fotografassem os seus objetos, utilizando os seus telemóveis ou, em alguns casos, o meu. Não dei instruções específicas relativamente à composição, iluminação ou qualidade técnica das imagens. Pelo contrário, procurei que cada pessoa fotografasse o objeto da forma que considerasse mais natural, no ambiente que escolhesse e a partir do seu próprio olhar, sem a preocupação de produzir uma imagem esteticamente “perfeita”. O objetivo passava precisamente por captar os objetos enquanto extensões pessoais e emocionais dos participantes, e não enquanto objetos estilizados ou excessivamente produzidos.

Esta abordagem levantou naturalmente algumas dificuldades ao nível da coerência visual e da qualidade técnica das fotografias. As imagens apresentavam diferenças significativas de iluminação, enquadramento, resolução e composição, refletindo os diferentes contextos, dispositivos e sensibilidades dos participantes.

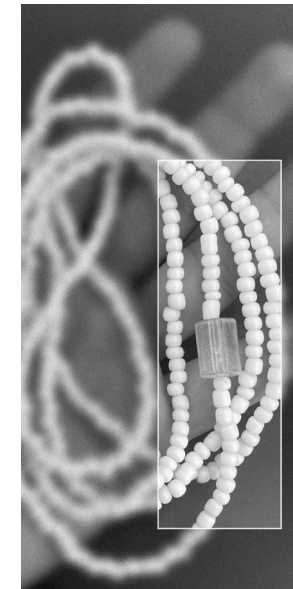
O meu trabalho passou então por intervir graficamente sobre estas imagens, procurando criar uma coerência visual sem apagar a individualidade presente em cada fotografia. Para isso, as imagens foram trabalhadas em preto e branco, recorrendo também à introdução de ruído gráfico e zonas desfocadas.

Apenas uma pequena área da fotografia permanecia totalmente nítida, criando contraste com o restante enquadramento. Esta solução permitiu não apenas direcionar visualmente a atenção para o objeto, mas também criar uma espécie de “ilusão ótica”, onde a nitidez parcial reforçava a percepção de detalhe e profundidade, disfarçando simultaneamente limitações técnicas de qualidade presentes em algumas imagens.

Para além da questão estética, esta abordagem visual acabou também por reforçar conceptualmente o projeto. Através do desfoque, o ruído e o preto e branco procurava criar uma atmosfera próxima de uma memória ou de um sonho, remetendo para a dimensão fragmentada associada às histórias partilhadas pelos participantes.

Queria que, de certa forma, o tratamento visual das fotografias conseguisse transmitir nostalgia. Esta linguagem visual relaciona-se simbolicamente com temas de memória, invisibilidade, fragilidade e percepção, contribuindo para uma abordagem menos documental no sentido tradicional e mais próxima de uma representação emocional e subjetiva das experiências vividas.

Apesar de as imagens terem sido utilizadas no âmbito do projeto, a autoria e propriedade das fotografias permanecem dos respetivos participantes.



*Figura 11.1 - Fotografia original antes da aplicação do tratamento visual desenvolvido para o projeto.
Fonte: elaboração própria (2026)*

*Figura 11.2 - Fotografia tratada segundo a linguagem visual do projeto (não incluída na seleção final).
Fonte: elaboração própria (2026)*

DESIGN GRÁFICO

Ao longo do desenvolvimento visual do projeto, procurei evitar uma linguagem excessivamente agressiva, culpabilizante ou visualmente violenta. Esta decisão surge da percepção de que abordagens demasiado confrontacionais poderiam gerar afastamento ou rejeição por parte do público, reproduzindo precisamente os mecanismos de ignorar e evitar frequentemente associados à forma como muitas pessoas reagem perante situações de sem-abrigo no espaço público. Assim, a campanha procura adotar uma

linguagem visual mais próxima, humana e relativamente subtil, capaz de convocar curiosidade, empatia e reflexão sem recorrer ao choque direto.

Para além disso, procurei que os elementos gráficos desenvolvidos não remetessem imediatamente para a problemática de pessoas em situação de sem-abrigo de forma explícita ou literal.

Os posters e materiais visuais foram construídos de forma propositadamente ambígua, centrando-se sobretudo nos objetos, nas frases e na dimensão emocional das narrativas, sem revelar imediatamente o contexto associado aos participantes.

Esta decisão teve como objetivo gerar curiosidade e incentivar uma aproximação mais espontânea e menos condicionada por preconceitos prévios.

A intenção passava por fazer com que o público estabelecesse inicialmente uma relação de identificação ou interesse perante os objetos e testemunhos apresentados, antes mesmo de perceber o verdadeiro contexto da campanha. Só posteriormente, através da interação com os códigos QR e da exploração da plataforma digital, o observador descobriria que aquelas histórias pertenciam a pessoas em situação de sem-abrigo ou vulnerabilidade habitacional. Esta estratégia procurou evitar que o público reagisse automaticamente a partir de estigmas já interiorizados, criando espaço para uma leitura mais emocional e individualizada das narrativas apresentadas.

Como referido anteriormente, o nome Na corda bamba surgiu a partir de uma

conversa desenvolvida durante o processo de investigação, mais especificamente da frase “de certa forma, andamos todos numa corda bamba”. Esta expressão acabou por se tornar uma das principais bases conceptuais do projeto, por sintetizar ideias de fragilidade e vulnerabilidade humana, enquanto reforça a noção de que situações de exclusão social ou instabilidade habitacional podem surgir de forma inesperada na vida de qualquer indivíduo.

A partir deste conceito, achei importante desenvolver uma identidade gráfica capaz de traduzir visualmente estas ideias e, simultaneamente, criar um sistema reconhecível e facilmente identificável ao longo dos diferentes suportes do projeto.

LOGÓTIPO

O logótipo foi desenvolvido procurando representar instabilidade e desequilíbrio. Visualmente, a sua construção aproxima-se da estética associada a carimbos de “evicted” / notificações de despejo, através da utilização da cor vermelha, da composição ligeiramente inclinada e de uma aparência visual menos rígida e controlada. Apesar de a versão principal do logótipo assumir essa composição mais instável e “crooked”, em vários momentos da campanha o logótipo surge também alinhado de forma mais direita e estável, sobretudo por questões de legibilidade, adaptação e conveniência nos diferentes suportes gráficos e formatos utilizados.

A própria construção tipográfica do logótipo procura reforçar esta sensação de instabilidade. As letras surgem próximas e parcialmente sobrepostas, quase como se estivessem a disputar espaço entre si, criando uma sensação de tensão visual e desequilíbrio. Esta irregularidade procura afastar-se de uma construção excessivamente limpa ou estática, reforçando simbolicamente a fragilidade e instabilidade associadas ao conceito do projeto. Em versões mais extensas da identidade visual, o logótipo é frequentemente acompanhado por uma linha irregular e instável, funcionando como representação gráfica da “corda bamba” mencionada no título.



Figura 12 - Logótipo do projeto principal/ original, "crooked"
Fonte: elaboração própria (2026)



Figura 13.1 e 13.2 - Logótipo do projeto Versão preto no branco e versão branco no preto
Fonte: elaboração própria (2026)



Figura 14 - Logótipo do projeto estendido (horizontal)
Fonte: elaboração própria (2026)

COR

A linguagem cromática do projeto desenvolveu-se sobretudo a partir do preto, branco e do vermelho presente no logotipo. A escolha desta paleta procurou garantir contraste visual e capacidade de destaque no espaço urbano, especialmente no contexto dos posters e materiais gráficos desenvolvidos para ambientes públicos. O vermelho assume aqui um papel de alerta e atenção, enquanto o preto e branco contribuem para uma linguagem mais emocional, crua e intemporal.

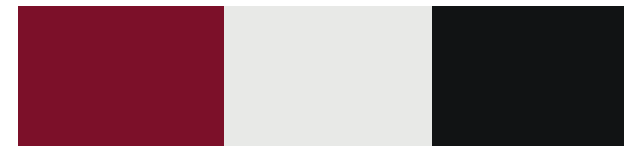


Figura 15 - Paleta cromática: #821624; #ededed; #1d1d1b, respetivamente
Fonte: elaboração própria (2026)

TIPOGRAFIA

Ao nível tipográfico, a fonte principal utilizada é a Inter, com apenas pequenos apontamentos de Montserrat. A escolha destas tipografias relaciona-se não apenas com uma preferência estética pessoal, mas também com a sua grande variedade de pesos e versatilidade gráfica, permitindo construir diferentes níveis de hierarquia visual ao longo do projeto. A utilização de pesos mais fortes nas frases principais e elementos de destaque permitiu criar impacto visual imediato, enquanto pesos mais leves foram utilizados para informação complementar e contextualização. Para além disso, ambas as tipografias apresentam uma construção relativamente limpa e contemporânea, contribuindo para a legibilidade dos materiais em contexto urbano e digital.

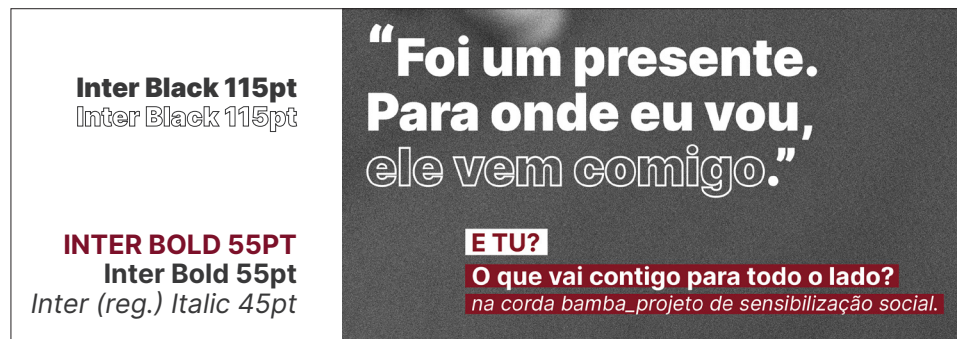


Figura 16 - Exemplo de aplicação tipográfica num cartaz da campanha.
Fonte: elaboração própria (2026)

GRELHAS

Em termos de composição, foi desenvolvida uma grelha base aplicada aos posters, funcionando como estrutura organizadora do sistema visual. Embora existam pequenas variações entre os diferentes materiais, sobretudo relacionadas com o posicionamento e enquadramento dos objetos fotografados, a lógica compositiva mantém-se relativamente constante ao longo da campanha.

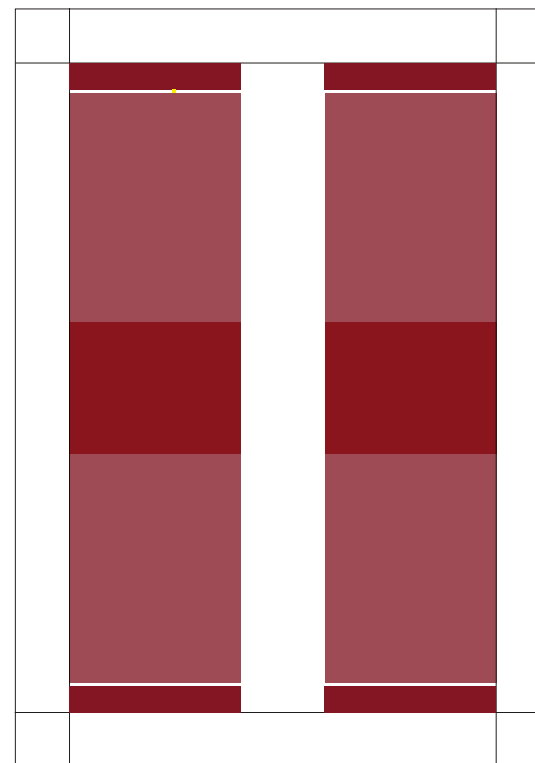


Figura 17 - Grelha aplicada nos posters da campanha
Fonte: elaboração própria (2026)

DESFOQUE E SLOGAN

A identidade visual do projeto assenta também fortemente na utilização de desfoque. Como referido anteriormente, esta abordagem procura criar uma atmosfera visual próxima de uma memória, sonho ou fragmento nostálgico, remetendo para a dimensão emocional e subjetiva associada às histórias recolhidas. Para além da componente estética, estes elementos funcionam também enquanto metáforas visuais relacionadas com invisibilidade, fragilidade, memória e perceção.

O slogan “E TU?” apropria-se igualmente desta linguagem visual desfocada, embora por motivos conceptualmente distintos. Apesar de funcionar como um dos principais elementos de captação de atenção da campanha, por dirigir diretamente a pergunta ao observador, a sua representação desfocada procura simbolizar o facto de que essa não é, na realidade, a questão central do projeto. A intenção não passa apenas por levar o público a imaginar-se naquela situação, mas sobretudo por refletir sobre a invisibilidade, desumanização e distanciamento social enfrentados diariamente por pessoas em situação de sem-abrigo.



Figura 18.1 - Versão 1 do tratamento gráfico do slogan “E tu?”.

Fonte: elaboração própria (2026)

Figura 18.2 - Versão 2 do tratamento gráfico do slogan “E tu?”.

Fonte: elaboração própria (2026)

POSTERS E SISTEMA VISUAL

O sistema visual desenvolvido para o projeto centrou-se sobretudo na criação de uma série de posters urbanos baseados nos testemunhos recolhidos ao longo da investigação. Foram desenvolvidos cinco posters principais, correspondentes às cinco entrevistas realizadas, procurando construir uma linguagem visual coerente e reconhecível, mas simultaneamente flexível e adaptável aos diferentes suportes e contextos urbanos.

Ao lado da pergunta dirigida ao público surge sempre um código QR, funcionando como ponto de acesso à plataforma digital e interativa do projeto.

Abaixo deste elemento aparece a identificação “nacordabamba_projeto de sensibilização social”, procurando contextualizar minimamente os materiais sem revelar a temática da campanha. Paralelamente, a expressão “E TU?” aparece em grande escala, mas desfocada.

Os cinco posters não foram pensados para existir numa ordem narrativa fixa, permitindo que fossem dispersos pela cidade de forma independente.

Os materiais foram distribuídos em diferentes formatos e dimensões, sendo afixados e/ou disponibilizados em cafés, bares, restaurantes, lojas, instituições e outros espaços urbanos. A escolha de suportes relativamente frágeis e acessíveis surgiu de forma intencional, uma vez que o foco do projeto não se encontrava na qualidade material ou na durabilidade dos suportes impressos.



Figura 19 - Poster 1
Fonte: elaboração própria (2026)



Figura 20 - Poster 2
Fonte: elaboração própria (2026)

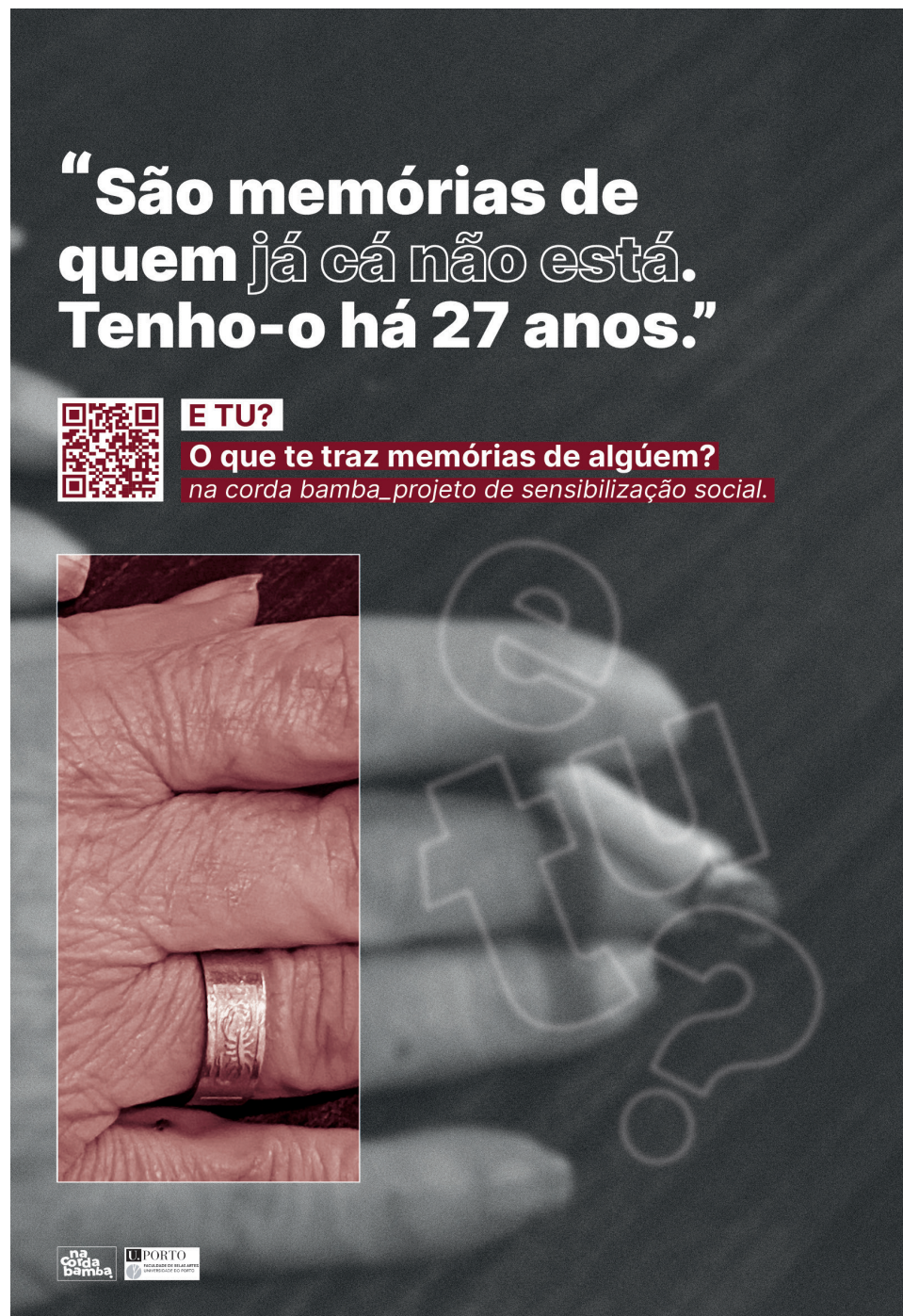


Figura 21 - Poster 3
Fonte: elaboração própria (2026)



Figura 22 - Poster 4
Fonte: elaboração própria (2026)

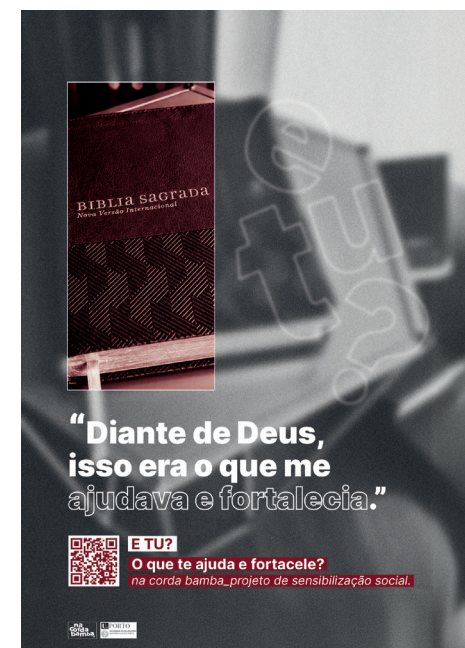


Figura 23 - Poster 5
Fonte: elaboração própria (2026)

Para além dos posters principais, foram também desenvolvidos diferentes stickers complementares ao sistema visual. Alguns incluíam apenas perguntas acompanhadas do código QR, outros apresentavam o logotipo do projeto, e outros ainda exploravam a expressão "E TU?" recortada em vinil transparente para aplicação em espelhos. Estes stickers procuravam criar pequenas intervenções subtis no espaço público, incentivando momentos de reflexão individual e funcionando simultaneamente de forma literal e metafórica, ao confrontar o observador com a sua própria imagem enquanto lia a pergunta.



Figura 24.1 e 24.2 - Aplicação de stickers da campanha em contexto urbano
Fonte: fotografia original (2026)



Figura 25 - Design dos stickers desenvolvidos para a campanha
Mockup gerado no Canva.
Fonte: elaboração própria (2026).

Foram igualmente produzidos panfletos com uma breve contextualização do projeto e excertos das entrevistas, direcionando o público para a plataforma digital através de códigos QR.

Adicionalmente, foram desenvolvidos pequenos cadernos A6 cuja capa utilizava a linguagem visual da campanha. A decisão de produzir estes objetos surgiu da perceção de que materiais exclusivamente informativos poderiam ser facilmente ignorados ou descartados. Assim, procurei criar um objeto funcional, portátil e visualmente apelativo, aumentando a probabilidade de ser guardado e prolongando o contacto do público com a campanha, o panfleto inserido no interior e os conteúdos acessíveis através do código QR.



Figura 26.1 e 26.2 - Exemplo da frente (esquerda) e verso (direita) de um dos modelos desenvolvidos.

Fonte: elaboração própria (2026).

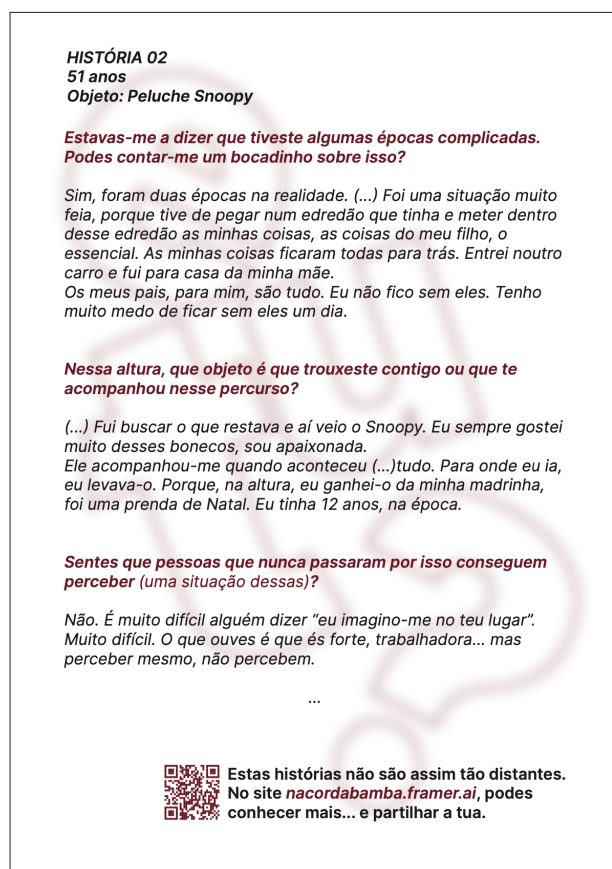


Figura 27.1, 27.2, 27.3 e 27.4 - Exemplos dos panfletos distribuídos no âmbito da campanha. Cada versão apresenta um participante, o seu objeto significativo e no verso excertos da respetiva entrevista. Fonte: elaboração própria (2026).



Figura 28 -Foto de um dos panfletos desenvolvidos para a campanha.
Fonte: elaboração própria (2026).

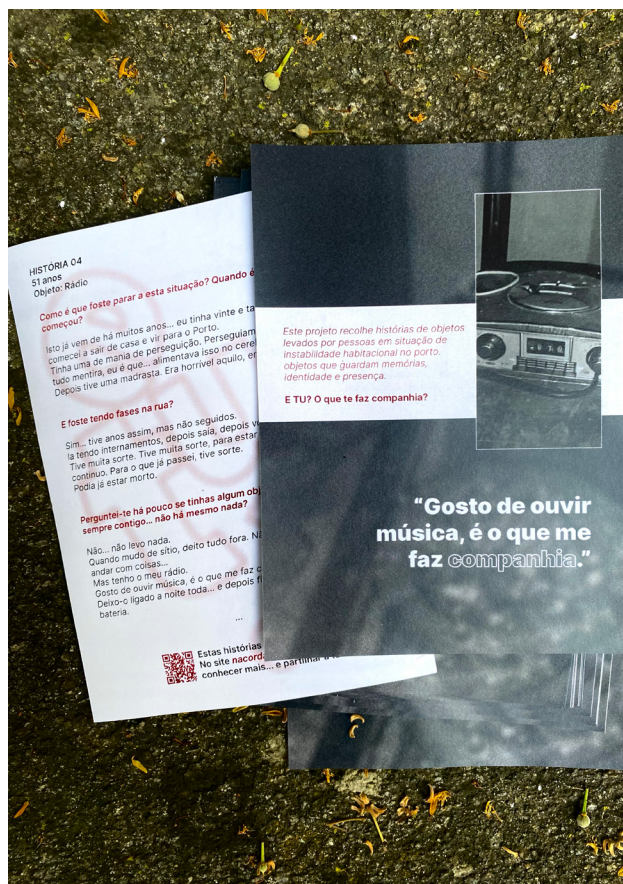


Figura 29 - Design da capa e contracapa dos cadernos produzidos no âmbito da campanha.
Fonte: elaboração própria (2026).



Figura 30 - Mockup do caderno A6 concebido para prolongar o contacto do público com a campanha e os seus conteúdos. Mockup gerado no Canva.
Fonte: elaboração própria (2026).

COMPONENTE INTERATIVA

A plataforma digital desenvolvida para o projeto surgiu como extensão direta dos materiais gráficos distribuídos no espaço urbano, procurando aprofundar as narrativas, incentivar participação e criar um espaço de continuidade para a experiência iniciada através dos posters e restantes intervenções físicas.

Para além disso, o website foi pensado como um espaço de diálogo aberto entre o público geral e pessoas em situação de vulnerabilidade habitacional, procurando aproximar diferentes realidades através da partilha de histórias e objetos pessoais. Enquanto os materiais espalhados pela cidade funcionavam sobretudo como primeiro ponto de contacto e captação de atenção, o website permitia desenvolver uma relação mais próxima, íntima e prolongada com o público.

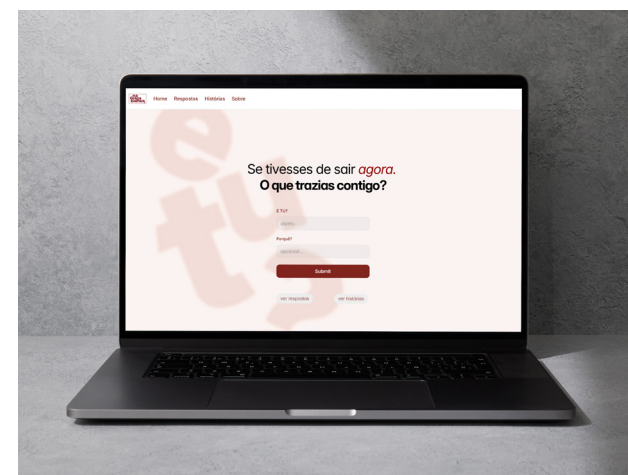
A componente digital revelou-se particularmente importante pela necessidade de criar um espaço onde as histórias, entrevistas e reflexões associadas ao projeto pudessem existir de forma mais aprofundada, ultrapassando as limitações físicas e temporais dos posters urbanos. Paralelamente, a plataforma permitiu introduzir uma dimensão participativa mais ativa, incentivando o público não apenas a observar o projeto, mas também a refletir sobre as perguntas propostas e contribuir com as suas próprias respostas e experiências.

WEBSITE

<https://nacordabamba.framer.ai>

O website foi desenvolvido principalmente para ser visualizado através do telemóvel, considerando que o principal ponto de acesso à plataforma acontecia através dos códigos QR presentes nos posters, stickers e restantes materiais distribuídos pela cidade. Apesar de existir também uma versão adaptada para computador, toda a estrutura e navegação foram pensadas numa lógica mobile-first, procurando garantir uma experiência intuitiva e rápida para utilizadores que acediam ao projeto diretamente a partir do espaço urbano. O código QR direciona o utilizador para a página principal da plataforma, onde surge imediatamente a pergunta relacionada com os objetos pessoais.

Figura 31.1 e 31.2 - Mockups da landing page do website no telemóvel e no desktop. Mockup gerado no Canva. Fonte: elaboração própria (2026).



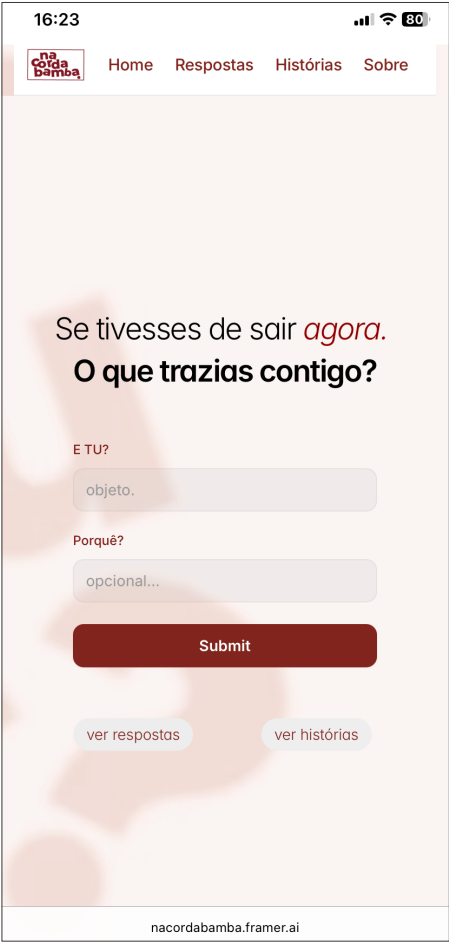


Figura 32 - Interface da Landing page do website do projeto, centrada na participação do público através de perguntas de carácter reflexivo e pessoal.
Captura de ecrã do website Na Corda Bamba.
Fonte: elaboração própria (2026)



Figura 33 - Interface da página “Histórias” do website do projeto, organizada a partir dos objetos fotografados pelos participantes.
Captura de ecrã do website Na Corda Bamba.
Fonte: elaboração própria (2026)



Figura 34 - Exemplo de uma narrativa individual apresentada no website do projeto, associando o objeto fotografado ao testemunho e experiência do participante.
Captura de ecrã do website Na Corda Bamba.
Fonte: elaboração própria (2026)

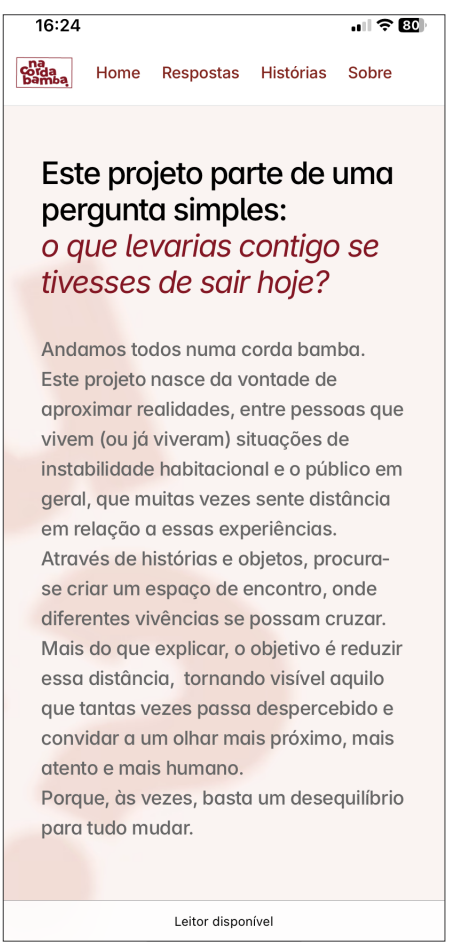


Figura 35 - Interface mobile desenvolvida para o projeto Na Corda Bamba, centrada na participação do público através de perguntas de carácter reflexivo e pessoal.
Captura de ecrã do website Na Corda Bamba.
Fonte: elaboração própria (2026)

Ao longo do desenvolvimento da plataforma, tornou-se necessário considerar diferentes princípios de usabilidade e navegação, procurando evitar dispersão visual e garantir que a atenção do utilizador permanecesse centrada nas narrativas.

A linguagem visual do website manteve-se coerente com o restante sistema gráfico da campanha, utilizando a mesma abordagem cromática, tipográfica e compositiva presente nos posters e restantes materiais físicos.

Por fim, o website inclui também um separador dedicado às respostas do público, onde os visitantes podem visualizar os testemunhos e objetos partilhados por outras pessoas em resposta às perguntas levantadas pela campanha. Esta dimensão participativa permitiu prolongar o diálogo iniciado pelos posters, transformando a plataforma num espaço coletivo de partilha e reflexão social.

PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO

A componente participativa acabou por se tornar uma das dimensões mais importantes do projeto. Inicialmente, a possibilidade de participação do público foi introduzida sobretudo como forma de recolher feedback e avaliar o impacto da campanha, procurando perceber de que forma os materiais desenvolvidos conseguiam captar atenção, gerar interesse e provocar reflexão.

No entanto, ao longo do desenvolvimento do projeto, esta componente transformou-se

progressivamente numa parte central da própria conceptualização da campanha.

Mais do que funcionar apenas como ferramenta de avaliação, a participação do público passou a assumir um papel essencial na criação de diálogo e aproximação entre diferentes realidades sociais. Idealmente, os posters e restantes materiais gráficos funcionam como um primeiro ponto de contacto e chamada de atenção, conduzindo posteriormente o observador para a plataforma digital, onde pode interagir de forma mais aprofundada com as histórias apresentadas e, simultaneamente, partilhar também a sua própria história.

Esta dinâmica procura recriar, de certa forma, o mesmo processo de partilha e construção de relação que esteve presente durante a minha investigação. Nesse sentido, surgiu também a vontade de permitir que o público experienciasse, ainda que de forma diferente, essa mesma aproximação através da participação ativa no website.

Ao responder às perguntas propostas pela campanha, o público deixa de assumir apenas o papel de observador e passa também a integrar o projeto enquanto participante. Este envolvimento contribui para criar uma relação mais próxima com o tema, tornando-o menos distante e abstrato. A reflexão deixa de acontecer apenas sobre “os outros” e passa a incluir memórias, afetos e vulnerabilidades pessoais do próprio utilizador.

Paralelamente, esta componente participativa permite também avaliar o impacto da campanha no espaço público. O facto de uma pessoa parar perante um poster, ler o testemunho, interagir com o código QR e dedicar tempo a responder

às perguntas propostas demonstra um nível de envolvimento e interesse que ultrapassa uma observação rápida e superficial. Nesse sentido, as respostas do público funcionam simultaneamente como extensão conceptual do projeto e como indicador da capacidade da campanha em gerar atenção, identificação e reflexão emocional.

IMPLEMENTAÇÃO E ANÁLISE DO IMPACTO

A implementação do projeto procurou transportar a investigação e os materiais desenvolvidos para fora do contexto académico, colocando-os em contacto direto com o espaço urbano e com o público geral. Mais do que apresentar os resultados finais num contexto fechado ou expositivo, existia a intenção de inserir o projeto no quotidiano da cidade, permitindo que os materiais fossem encontrados de forma espontânea e descentralizada.

Neste sentido, a implementação não foi pensada apenas enquanto fase final de apresentação dos materiais gráficos, mas também como continuação do próprio processo de aproximação e diálogo social explorado ao longo da investigação. A circulação dos posters, stickers, cadernos e restantes elementos visuais procurou incentivar momentos de pausa, curiosidade e reflexão no espaço público, permitindo que diferentes pessoas entrassem em contacto com o projeto de forma informal e acessível.

INTERVENÇÃO URBANA

A cidade e o espaço urbano foram escolhidos como principal contexto de implementação do projeto, em vez de espaços expositivos mais tradicionais, como museus ou galerias. Esta decisão surgiu da perceção de que, num contexto expositivo institucional, o público seria inevitavelmente mais reduzido e composto maioritariamente por pessoas já sensibilizadas ou interessadas no tema. Pelo contrário, ao inserir os materiais diretamente no espaço urbano, o projeto ganhava potencial

para alcançar pessoas sem qualquer contacto prévio ou interesse específico relativamente à problemática do sem-abrigo.

A escolha da cidade enquanto suporte do projeto procurou precisamente aproveitar a diversidade, imprevisibilidade e circulação constante associadas ao espaço público. Desta forma, os posters e restantes materiais podiam surgir de forma inesperada no quotidiano das pessoas, criando pequenas interrupções visuais e momentos de reflexão em contextos comuns do dia a dia.

Relativamente aos locais de afixação, não existiu uma preferência rígida ou uma estratégia excessivamente controlada sobre onde colocar os materiais. No entanto, houve sempre uma preocupação consciente em utilizar superfícies urbanas apropriadas para esse tipo de intervenção, privilegiando tapumes, suportes temporários e espaços já associados à presença de cartazes ou comunicação visual urbana. Procurei obviamente evitar monumentos históricos, propriedades privadas ou qualquer tipo de intervenção que pudesse ser considerada invasiva, desrespeitosa ou prejudicial para o espaço urbano.

A circulação dos posters, stickers, cadernos e panfletos desenvolveu-se de forma relativamente coletiva e descentralizada. Para além da distribuição realizada por mim, vários materiais foram também entregues a amigos, familiares, conhecidos e pessoas interessadas no projeto, incentivando-os a participar na sua disseminação pela cidade através da distribuição/afixação/partilha dos diferentes suportes gráficos. Esta dinâmica acabou por transformar a implementação numa

pequena ação comunitária, permitindo que o próprio processo de circulação dos materiais funcionasse já como forma de aproximação entre diferentes pessoas e realidades sociais.

ANÁLISE DO IMPACTO

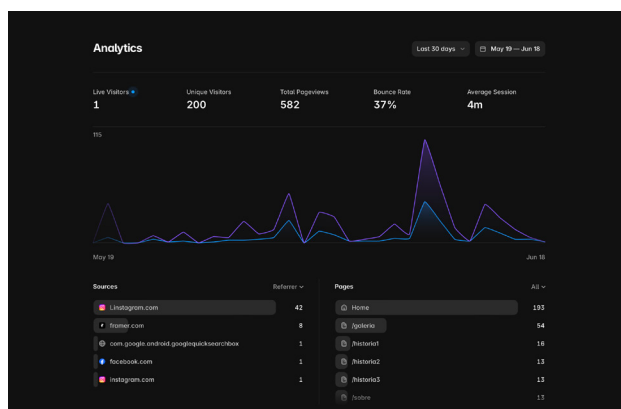
A avaliação do impacto deste projeto foi realizada através da análise de indicadores quantitativos e qualitativos que permitiram compreender o alcance da intervenção e o envolvimento gerado junto do público. Embora não seja possível medir diretamente alterações duradouras nas perceções sociais dos visitantes, os resultados obtidos permitem refletir sobre o potencial do design gráfico enquanto ferramenta de visibilidade social, sensibilização e aproximação entre diferentes realidades.

A intervenção desenvolveu-se através da combinação de materiais físicos distribuídos no espaço urbano e de uma plataforma digital complementar.

No plano digital, o website registou 200 visitantes únicos e 582 visualizações de página durante o período de implementação. A duração média das sessões foi de aproximadamente quatro minutos e a taxa de rejeição registada foi de 37%, sugerindo um nível relevante de envolvimento com os conteúdos disponibilizados. A análise das páginas visitadas demonstra que os utilizadores exploraram não apenas a página inicial, mas também a galeria e as diferentes histórias apresentadas,

evidenciando interesse pelas narrativas e testemunhos partilhados pelos participantes.

Figura 36 - Estatísticas de utilização da plataforma digital, incluindo visitantes únicos, visualizações de página e duração média das sessões.
Fonte: Framer (2026).



Para além da consulta dos conteúdos, a plataforma permitia aos visitantes participar ativamente através de um formulário online inspirado na questão central do projeto. Durante o período de implementação foram recolhidas **84 respostas**, um resultado particularmente significativo tendo em conta a natureza independente da intervenção e o reduzido tempo disponível para a sua divulgação. Estas contribuições demonstram não apenas o alcance da intervenção, mas também a disponibilidade dos participantes para refletirem sobre a questão proposta e partilharem experiências pessoais relacionadas com os

objetos que consideram mais importantes nas suas vidas.

A análise das respostas revelou padrões relevantes para os objetivos do projeto. Entre os objetos mencionados surgiram fotografias, telemóveis, animais de estimação, objetos religiosos, documentos pessoais, roupa, instrumentos musicais e diversos objetos associados a memórias e relações afetivas. As justificações apresentadas relacionavam-se frequentemente com quatro dimensões principais: ligação afetiva e memórias, conforto emocional e companhia, utilidade prática e segurança, e fé ou identidade pessoal. Estas categorias aproximam-se dos testemunhos recolhidos durante as entrevistas realizadas no âmbito do projeto, reforçando a ideia de que os objetos pessoais funcionam frequentemente como extensões de relações, experiências, valores e aspetos identitários significativos. Entre todos os objetos referidos, o telemóvel destacou-se como o mais recorrente. Contudo, as justificações apresentadas demonstram que este não é valorizado apenas enquanto dispositivo tecnológico. Os participantes associaram-no frequentemente à possibilidade de manter contacto com familiares e amigos, aceder a documentos e meios de pagamento, procurar informação, orientar-se geograficamente e obter ajuda em situações de necessidade. Neste sentido, o telemóvel surgiu como um objeto simultaneamente ligado à comunicação, à autonomia, à segurança e à sobrevivência quotidiana.

As respostas recolhidas sugerem que a questão central do projeto foi capaz de gerar

processos de identificação e reflexão por parte do público, contribuindo para aproximar as suas experiências das narrativas apresentadas. A semelhança entre os motivos apontados pelos visitantes e aqueles identificados pelos participantes entrevistados demonstra que, apesar das diferenças de contexto e percurso de vida, existem necessidades emocionais, afetivas e simbólicas comuns. Objetos associados à família, à proteção, à companhia, à memória e à esperança surgiram de forma consistente em ambos os grupos, revelando a existência de pontos de contacto capazes de reduzir a distância emocional frequentemente associada às pessoas em situação de sem-abrigo.

Importa referir que algumas respostas recolhidas através do formulário online não foram incluídas na categorização apresentada na Figura 37. Estas respostas, por apresentarem um carácter humorístico, irónico ou por não serem acompanhadas de uma justificação suficientemente desenvolvida, não permitiram uma interpretação consistente dentro das categorias definidas. Por esse motivo, optei pela sua exclusão da análise quantitativa, de forma a preservar a coerência dos resultados apresentados.

A última revisão dos dados recolhidos foi realizada a 18 de junho de 2026. Apesar de os resultados apresentados refletirem apenas as respostas obtidas até essa data, o website continuará disponível após a conclusão do projeto, possibilitando a participação de novos utilizadores e o crescimento contínuo do arquivo de testemunhos e reflexões associado à iniciativa.

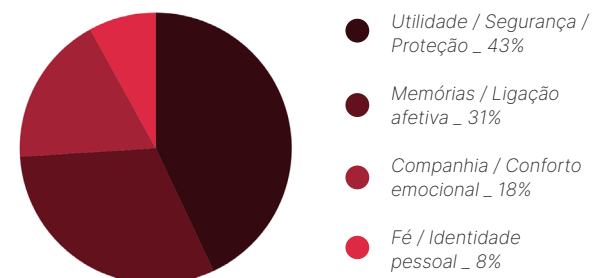


Figura 37 - Distribuição das respostas do formulário online por categorias de significado atribuídas aos objetos selecionados. Gráfico gerado no Canva. Fonte: elaboração própria (2026).

Embora os resultados obtidos não permitam afirmar que ocorreram mudanças sociais mensuráveis a longo prazo, os indicadores recolhidos sugerem que a intervenção foi capaz de despertar interesse, promover contacto com a temática e criar oportunidades de reflexão sobre uma realidade frequentemente invisibilizada. Neste sentido, considera-se que o projeto demonstrou o potencial do design gráfico para atuar como mediador entre diferentes realidades sociais, contribuindo para a construção de perceções mais humanas e empáticas relativamente às pessoas em situação de sem-abrigo e a outras formas de vulnerabilidade habitacional.

IV: CONCLUSÃO

O presente capítulo apresenta uma reflexão final sobre o percurso desenvolvido ao longo da investigação e do projeto. Para além de visitar a hipótese inicialmente formulada e analisar em que medida os resultados obtidos permitem validá-la, procura também identificar algumas das principais limitações encontradas durante o processo. Por fim, são apresentadas considerações finais e possíveis perspetivas futuras para a continuidade e desenvolvimento do projeto.

- _validação da hipótese
- _perspetivas futuras
- _considerações finais

VALIDAÇÃO DA HIPÓTESE

A hipótese que orientou esta investigação partia da ideia de que o design gráfico, quando desenvolvido de forma participativa, ética e sensível ao contexto, pode contribuir para aumentar a visibilidade social de pessoas em situação de sem-abrigo, promovendo empatia e desafiando percepções estigmatizantes.

Os resultados obtidos permitem considerar esta hipótese parcialmente validada. Por um lado, foi possível validar a capacidade do design gráfico para aumentar a visibilidade de realidades frequentemente invisibilizadas. Através das entrevistas realizadas, da recolha de testemunhos, da construção de narrativas visuais centradas em objetos pessoais e da implementação de uma campanha gráfica em contexto urbano e digital, o projeto contribuiu para tornar mais acessíveis ao público as experiências e histórias dos participantes. O alcance da plataforma digital, a circulação dos materiais desenvolvidos e o envolvimento registado ao longo da implementação demonstram o potencial do design enquanto ferramenta de comunicação e mediação social.

Por outro lado, a componente da hipótese relacionada com a alteração das percepções públicas e a redução de estigmas apenas pode ser considerada parcialmente validada. Embora tenham sido observados sinais de interesse, reflexão e identificação por parte de alguns participantes e visitantes do projeto, não foram utilizados instrumentos de avaliação que permitissem medir de forma objetiva alterações nas atitudes ou preconceitos do público antes e depois da intervenção. Assim, os resultados sugerem que o projeto teve capacidade para

estimular processos de reflexão e empatia, mas não permitem afirmar de forma conclusiva que tenha produzido mudanças significativas ou duradouras nas percepções sociais sobre a situação de sem-abrigo. Paralelamente, a participação ativa dos entrevistados ao longo do processo permitiu desenvolver representações mais humanas, contextualizadas e respeitadoras da individualidade de cada pessoa, reforçando a importância das abordagens participativas em projetos de design com impacto social. Neste sentido, a investigação confirma o potencial do design gráfico como ferramenta de visibilidade e aproximação social, ao mesmo tempo que evidencia a necessidade de estudos futuros que permitam avaliar de forma mais rigorosa o seu impacto na transformação de percepções e atitudes públicas.

LIMITAÇÕES E PERSPETIVAS FUTURAS

Apesar dos resultados alcançados, o projeto apresentou algumas limitações que poderão constituir pontos de desenvolvimento no futuro. Uma das principais dificuldades que encontrei relacionou-se com a colaboração institucional. Embora o contacto estabelecido com diferentes instituições tenha sido fundamental para compreender melhor a realidade da situação de sem-abrigo, aceder a dados relevantes e desenvolver os primeiros contactos com potenciais participantes, nem sempre foi possível concretizar todas as colaborações pretendidas (um resultado que, de alguma forma, era antecipável). As exigências e limitações próprias destes contextos, associadas a questões de disponibilidade, horários e capacidade de resposta, condicionaram parcialmente algumas etapas, particularmente no que diz respeito à realização de entrevistas com pessoas das instituições

Também o número de participantes constituiu uma limitação do projeto. Inicialmente, previa a realização de um conjunto mais alargado de entrevistas, rondando os 10 participantes, permitindo representar uma maior diversidade de experiências e percursos de vida. No entanto, a natureza sensível da temática e a dificuldade em encontrar pessoas disponíveis para partilhar as suas histórias tornaram este processo mais complexo do que o antecipado. Um período de investigação mais prolongado poderia possibilitar o estabelecimento de novas relações de confiança e a integração de um número mais significativo de participantes.

Em futuros desenvolvimentos, seria igualmente interessante explorar formatos alternativos de documentação dos testemunhos recolhidos. A incorporação de registos áudio, por exemplo,

poderia acrescentar novas camadas de proximidade e autenticidade às narrativas, desde que fossem encontradas soluções adequadas para garantir o anonimato e a proteção da identidade dos participantes.

Para além dos possíveis desenvolvimentos metodológicos e participativos, considero igualmente importante a continuidade da recolha de testemunhos iniciada durante este projeto. Apesar de o ter terminado no contexto académico da dissertação, as histórias recolhidas revelaram o potencial de um arquivo narrativo mais amplo, capaz de documentar diferentes experiências associadas à situação de sem-abrigo e/ou à instabilidade habitacional. Nesse sentido, pretendo continuar a recolher entrevistas e testemunhos de forma gradual e informal, permitindo ampliar a diversidade de vozes representadas e aprofundar o conhecimento sobre estas realidades.

Futuramente, este material poderá dar origem a uma publicação editorial autónoma, reunindo histórias de vida, testemunhos e objetos significativos associados aos participantes. A criação de um pequeno livro dedicado exclusivamente a estas narrativas permitiria preservar e divulgar estes testemunhos de forma mais aprofundada, contribuindo para a sua valorização e memória.

Esta possibilidade reforça também a ideia de que o projeto não se esgota nos resultados aqui apresentados, podendo continuar a evoluir enquanto plataforma de escuta, documentação e visibilidade social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos ao longo deste projeto sugerem que o design gráfico pode atuar como uma ferramenta eficaz de visibilidade social e contribuir para promover uma percepção mais humana e empática das pessoas em situação de sem-abrigo. Embora não tenha sido possível medir de forma objetiva alterações nas percepções do público, o desenvolvimento das entrevistas, das narrativas visuais, dos materiais gráficos e da plataforma digital permitiu criar oportunidades de contacto simbólico entre o público e as experiências dos participantes. Neste sentido, considera-se que o projeto respondeu de forma positiva à questão de investigação, demonstrando o potencial do design enquanto ferramenta de sensibilização, diálogo e aproximação social.

Uma das principais conclusões prende-se com a forma como o contacto direto com os participantes contribuiu para questionar e desconstruir preconceitos e ideias pré-concebidas que, de forma consciente ou inconsciente, estavam presentes no meu próprio olhar sobre a situação de sem-abrigo. A proximidade criada ao longo do projeto permitiu compreender melhor a complexidade destas realidades e reconhecer a individualidade presente em cada percurso de vida.

Importa também reconhecer que a minha posição enquanto jovem estudante de design influenciou inevitavelmente a forma como me aproximei dos participantes e as decisões visuais e narrativas desenvolvidas ao longo do projeto. Em vários momentos existiu alguma hesitação por sentir que não possuía experiência

de vida comparável às realidades partilhadas, o que reforçou a necessidade de privilegiar a escuta e permitir que os testemunhos fossem representados, tanto quanto possível, através das próprias palavras e perspetivas dos participantes. Paralelamente, ao procurar construir representações mais humanas e empáticas, tive uma preocupação constante em evitar tanto abordagens estigmatizantes como uma eventual romantização da vulnerabilidade. Embora não seja possível eliminar totalmente a influência do olhar do designer no processo de representação, procurei que as histórias e testemunhos permanecessem centrais, permitindo que os participantes fossem reconhecidos pela complexidade das suas experiências.

Ao longo da investigação tornou-se também evidente a importância das histórias pessoais enquanto ferramentas de aproximação e compreensão. Mais do que a condição de sem-abrigo, foram as memórias, os afetos, os objetos e as experiências partilhadas que permitiram construir relações de identificação e empatia, tanto durante o desenvolvimento do projeto como na comunicação dirigida ao público. O projeto permitiu ainda reforçar a convicção de que o design pode assumir um papel relevante em contextos sociais complexos. Embora não tenha sido possível demonstrar de forma objetiva uma alteração nas percepções do público, os resultados obtidos sugerem que o design possui capacidade para criar espaços de diálogo, reflexão e aproximação entre diferentes realidades sociais.

Embora este projeto não proponha metodologias ou conceitos inteiramente novos, considera-se

que contribui para a reflexão sobre o papel do design gráfico em contextos de vulnerabilidade habitacional, particularmente no contexto português. Apesar da existência de referências internacionais relacionadas com design social, metodologias participativas e situação de sem-abrigo, verificou-se uma presença relativamente reduzida de projetos que articulem estas áreas de forma prática e aplicada no contexto local. Neste sentido, o projeto procurou explorar o potencial do design gráfico enquanto ferramenta de aproximação social, recorrendo a abordagens participativas e à construção de narrativas centradas nas experiências dos participantes. Embora desenvolvido numa escala limitada, os resultados obtidos sugerem que este tipo de intervenção possui potencial para promover reflexão, identificação e diálogo junto do público, podendo ser expandido e aprofundado em futuras implementações.

Por fim, a investigação reforçou a importância das abordagens participativas no desenvolvimento de projetos desta natureza. Trabalhar com pessoas e não apenas sobre pessoas revelou-se uma condição fundamental para construir representações mais sensíveis, éticas e contextualizadas. Neste sentido, o processo participativo não constituiu apenas uma metodologia de trabalho, mas uma parte essencial da própria proposta do projeto.

Bibliografia

Albergues do Porto. (2023, November 25). *Histórias (in)visíveis*. [https://www.alberguesdoporto.org/exposicoes/hist%C3%B3rias-\(in\)vis%C3%ADveis](https://www.alberguesdoporto.org/exposicoes/hist%C3%B3rias-(in)vis%C3%ADveis)

Andrade, S. (2026). *Na corda bamba*. <https://nacordabamba.framer.ai>

YellowKorner. (n.d.). LEE JEFFRIES. www.yellowkorner.com. <https://www.yellowkorner.com/en/j/lee-jeffries/>

Barros, R. (n.d.). *Contributos de Mulheres Sem-Abrigo para a Construção de Respostas Habitacionais/Serviços de Apoio*. *Dissertação de Mestrado em Serviço Social*. <https://repositorio.iscte-iul.pt/server/api/core/bitstreams/d8e2bda7-865e-4ab5-817b-81af09ce3867/content>

Bicker, P. (2012, January 26). *Portraits of the Homeless by Lee Jeffries*. Time.com; Time. <https://time.com/3785517/portraits-of-the-homeless-by-lee-jeffries/>

Busch-Geertsema, V. (n.d.). *The Potential of Housing First from a European Perspective*. https://www.feantsa.org/files/Observatory/Journals/Volume-6/V6-2/ejh6_2_resp_housingfirst6.pdf

da Silva, E. (2018). *O PHOTOVOICE APLICADO AO PROGRAMA HOUSING FIRST: DAR VOZ À POPULAÇÃO EM (EX)SITUAÇÃO SEM-ABRIGO – Photovoice Portugal*. [Photovoiceportugal.pt](https://www.photovoiceportugal.pt/?page_id=131). https://www.photovoiceportugal.pt/?page_id=131

ENIPSSA. (2023). *Inquérito Caracterização das Pessoas em Situação de Sem-Abrigo*. <https://www.enipssa.pt/enipssa>

ENIPSSA. (2024). *Inquérito Caracterização das Pessoas em Situação de Sem-Abrigo*. <https://www.enipssa.pt/enipssa>

FEANTSA. (n.d.). *European Federation of National Associations Working with the Homeless AISBL Fédération Européenne d'Associations Nationales Travaillant avec les Sans-Abris AISBL*. <https://www.feantsa.org/files/Home/ETHOS/PDFS/Languages/English-United-Kingdom.pdf>

FEANTSA. (2024). *About homelessness*. <https://www.feantsa.org/what-is-homelessness?>.com

Homeless fonts. (2025). *Homelessfonts*. <https://www.homelessfonts.org>

Horvath, M. (2020, September 17). *Videos About Homelessness - Invisible People*. *Invisible People*. <https://invisiblepeople.tv/stories-from-homeless-people/>

Kingdom, U. of S. (2022). *Using social design to help homeless people move into safe spaces | University of Southampton*. www.southampton.ac.uk. <https://www.southampton.ac.uk/research/highlights/using-social-design-to-help-homeless-people-move-into-safe-spaces>

Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*. MIT Press. <https://direct.mit.edu/books/book/4460/Design-When-Everybody-DesignsAn-Introduction-to>

Papaneck, V. (1972). *Design for the real world: Human ecology and social change*. Pantheon Books. https://monoskop.org/images/f/f8/Papaneck_Victor_Design_for_the_Real_World.pdf

Culturgest. (2024). *Passa cá em Casa*. <https://www.culturgest.pt/pt/programacao/passa-ca-em-casa-2024/>

Photovoice | Johns Hopkins Center for Health Equity. (2021). *Johns Hopkins Center for Health Equity*. <https://publichealth.jhu.edu/center-for-health-equity/photovoice>

Rego, E. (2017). *Sistema de Resguardo para Pessoas em Situação de Sem-Abrigo*. Universidade de Lisboa. Faculdade de Arquitetura. <https://repositorio.ulisboa.pt/entities/publication/da9b04e3-8e32-475e-a758-298b701e0de2>

Shea, A. (2012). *Designing for social change : strategies for community-based graphic design*. Princeton Architectural Press.

Wang, C., & Burris, M. A. (1997). *Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment*. *Health Education & Behavior*, 24(3), 369–387.

