

CRIATIV, O STORYTELLING ATRAVÉS DA ILUSTRAÇÃO DIGITAL

JULIANA GUETHS GOMES¹;
ROBERTA COELHO BARROS²

¹*Universidade Federal de Pelotas – ju.gueths@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – robertabarros@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Storytelling é uma palavra que tem origem no idioma inglês e sua tradução literal é “contar uma história”. A construção narrativa desta história envolve o uso de códigos linguísticos da palavra escrita e/ou de códigos sonoros e visuais ao configurar o audiovisual. O propósito de storytelling pode variar de instrução a entretenimento. Porém, é importante ressaltar que sempre haverá o intuito de encapsular e repassar uma sequência de informações, ao passo que serve como um mecanismo alternativo para manter a atenção do leitor ou ouvinte (ANDREWS et al., 2009).

O *storytelling* pode ser usado como uma importante forma de transmissão de elementos culturais, tais como regras e valores éticos, com muitas implicações no ensino e na aprendizagem (HARTSELL, 2017). O engajamento emocional é a característica diferencial das narrativas e o que as separa de outros métodos.

Recentemente, os avanços tecnológicos permitiram o desenvolvimento de outra forma de expressão do *storytelling*, desta vez utilizando recursos computacionais. Desta forma, abriu-se espaço para um novo meio de criação e divulgação de conteúdo, agora inteiramente digital. Com a crescente popularidade dos computadores e da internet, a comunicação não se limitou a meios analógicos. A combinação da arte de contar histórias com o uso de uma variedade de recursos digitais deu origem a uma nova designação, o *storytelling* digital, que constitui uma maneira de comunicar ideias, experiências e crenças para um público com o uso de tecnologia e multimídia (HARTSELL, 2017).

Apesar da ilustração necessitar de certa habilidade artística, ela não é tecnicamente uma obra de arte, ao passo que ela serve ao propósito de comunicar uma mensagem, de forma clara e definida, através da linguagem não verbal. Portanto, ela pode ser considerada como uma paráfrase visual do texto, intimamente associada à linguagem, literatura e à expressão. Com a inserção do design gráfico no mercado, a ilustração se mistura com layouts, logotipos e infográficos como, por exemplo, aumentando o campo de atuação do ilustrador e redefinindo as fronteiras da ilustração em si (CASTAGINI, 2010).

Este trabalho também abordará a questão da criatividade e a sua relação com o medo. No fundo, o principal motivo pelo qual as pessoas que têm a vontade de criar algo e não estão criando é medo: medo de não serem originais, de não terem talento, de rejeição, entre outros (GILBERT, 2015). Embora o medo seja necessário em nossas vidas, é importante distanciá-lo de nossas escolhas criativas.

A partir dos princípios discutidos acima, pretende-se desenvolver um portfólio de ilustrações digitais no formato de um website. Através de uma narrativa ilustrada, então, incentivar a produção criativa e a encarar o processo criativo como algo leve e alegre, além do medo.

2. METODOLOGIA

O ponto inicial do trabalho de design é expressar uma necessidade, definir quais são as razões e expectativas por trás deste projeto, além do papel que este irá cumprir.

O processo de design utilizado constou em três grandes fases: analítica, criativa e executiva (FUENTES, 2006), esquematizado na figura 1. Na fase analítica, foram definidos os objetivos e a hierarquização da pesquisa, além da análise, interpretação e organização da informação. Na fase criativa procedeu-se a formulação de rascunhos, modelos e temas diretores, nos quais a narrativa estará imersa. Na fase executiva, tem-se a verificação de todas as decisões tomadas até então.



Figura 1 – Organograma de execução do processo de design.
Fonte: FUENTES, 2006.

O desenvolvimento do website foi composto de personagens e ilustrações criadas pela autora, com a intenção de incitar questionamentos no âmbito social a partir da narrativa, para assim incentivar as mentes criativas a viverem além do medo e da insegurança desta geração.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na figura 2 são apresentados alguns rascunhos do storytelling em desenvolvimento. Na figura 2a, são apresentados dois personagens: Trickster e Mártir, respectivamente; aparecem juntos, olhando em sentidos opostos. Na narrativa, serão ilustrados como duas faces do subconsciente da pessoa criativa. O Trickster tem formas orgânicas e uma abundância de cores, demonstra ter uma “colaboração divertida com os mistérios da inspiração” (GILBERT, 2015). Apoia o processo ao invés do resultado; tenta, e se fracassar, tenta de novo. Mede o valor de um artista pela sua dedicação ao seu caminho, independente de sucesso ou fracasso.

O Mártir, por sua vez, é ilustrado vendado e repleto de espinhos e trajes rasgados; acredita que o medo e a dor são prevalentes e interligados à criação. Encara estes aspectos como necessários para criar qualquer coisa de valor; é o estereótipo do artista atormentado. Enquanto o Mártir é sério, rígido e implacável, o Trickster é flexível, divertido e leve.

Na figura 2b, Mártir é ilustrado apoiando-se nas costas da personagem, que será representada como uma artista. Isto exemplificará o peso que está sentindo ao acreditar que precisa sofrer e se não estiver passando dificuldade, não poderá criar nada de qualidade.

Segundo Gilbert (2015), é preciso desconstruir a noção de que pessoas criativas são mentalmente instáveis e atormentadas; a criatividade e o sofrimento não devem ser encarados como experiências interligadas. No mundo contemporâneo, há uma preocupação eminentemente de encontrar-se desempregado ou passar por dificuldades financeiras, o que não se limita a um único campo de estudo ou área de atuação. No caso do artista, existe uma cobrança da sociedade, na medida em que ele é questionado constantemente.

Se um artista faz uma obra, ele é questionado sobre o medo que deveria sentir caso esta não seja nem valorizada nem reconhecida. Ao mesmo tempo, se este profissional faz um trabalho que o projeta na sociedade, ele é questionado sobre o medo que deveria sentir caso sua próxima criação não tenha o mesmo reconhecimento da anterior.

Com este trabalho, não se trata sobre reproduzir um discurso otimista. Pretende-se, porém, propor uma mentalidade saudável de encarar a vida criativa com leveza e priorizar a autenticidade ao invés da originalidade, mantendo consistência em suas criações independente de monetização. Sempre haverá espaço para novas criações em uma área tão plural, na qual ninguém pensa da mesma forma e que está constantemente se reinventando através de novas tendências e estilos, os quais, na ilustração, assim como na moda e música, alteram-se com frequência.



Figura 2 – Rascunhos do storytelling em desenvolvimento: (a) Trickster e Mártir, (b) Mártir apoiado nas costas da personagem, representando o seu subconsciente.

Fonte: a autora, 2018.

4. CONCLUSÕES

A dicotomia existente no artista entre o sentimento gratificante da realização versus o sentimento de frustração diante de medos internos foi elaborada na forma de storytelling, ainda em desenvolvimento. O tema central foi abordado através da ilustração do artista e do sentimento interno, medo, representado como

uma segunda personalidade. As próximas etapas consistem em finalizar as ilustrações e inserção em um website.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDREWS, D.H.; HULL, T. D.; DONAHUE, J. A. Storytelling as an instructional method: Definitions and research questions. **Interdisciplinary Journal of Problembased Learning**, v. 3, n. 2, p. 5-23, 2009.

CASTAGINI, A. S.; BALVEDI, F. **Ilustração digital e animação**. 1. ed. Curitiba: SEED, v. 15. 2010. 53p.

FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico: uma metodologia criativa**. Trad.: Oswaldo Antonio Rosiano. São Paulo: Rosari, 2006. 142p.

GARRETT, Jesse James. **Elements of user experience, the: user-centered design for the web and beyond**. Pearson Education. 2010, 192 p.

GILBERT, Elizabeth. **Grande Magia: Vida Criativa Sem Medo**. Riverhead Books. 2015, 304 p.

HARTSELL, T. Digital Storytelling: An Alternative Way of Expressing Oneself. **International Journal of Information and Communication Technology Education** v. 13, n. 1, p. 72-82, 2017.