

2025

**ANA BEATRIZ
DURÃES
GONÇALVES**

**Entre Dois Mundos Visuais:
Desenvolvimento da arquitetura e
conteúdos para uma Aplicação de
Identificação de *Yokai* com Perspetiva
Portuguesa**

2025

**ANA BEATRIZ
DURÃES
GONÇALVES**

**Entre Dois Mundos Visuais:
Desenvolvimento da arquitetura e
conteúdos para uma Aplicação de
Identificação de *Yokai* com Perspetiva
Portuguesa**

Dissertação/ Projeto apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual realizada sob a orientação científica do Doutor Eduardo Alberto Vieira de Meireles Côte-Real,
Professor Catedrático da Universidade Europeia

Dedico este trabalho aos meus pais.

Desde cedo, foram eles que alimentaram em mim a paixão pela cultura japonesa, incentivando cada curiosidade, cada coleção e cada sonho. Nunca desistiram de mim, mesmo nos momentos mais desafiantes, e sempre acreditaram no meu potencial, oferecendo-me o seu apoio incondicional, emocional, moral e financeiro, ao longo de todo o percurso acadêmico.

Esta tese é, em grande parte, fruto do amor, da força e da inspiração que sempre me transmitiram.

Esta conquista é também vossa.

agradecimentos

Começo por agradecer aos meus pais, pelo seu apoio incondicional ao longo de todo este percurso acadêmico. A sua ajuda financeira, presença constante e motivação diária foram fundamentais para que este projeto se tornasse realidade. Agradeço também ao meu orientador, Professor Eduardo Alberto Vieira de Meireles Côrte-Real, pela sua orientação crítica, disponibilidade e encorajamento contínuo durante todas as fases desta dissertação. O seu acompanhamento foi essencial para o amadurecimento da investigação e para o desenvolvimento do projeto. Por fim, expresso a minha sincera gratidão a todas as pessoas que participaram nos testes de usabilidade da aplicação *YOKAIPP*. O seu contributo, através das opiniões e sugestões partilhadas, foi crucial para a melhoria do protótipo e para a sua aproximação ao público-alvo.

palavras-chave

Cultura Visual Japonesa; Yōkai; · Mitologia Japonesa; Cultura Pop; Aplicação Móvel; Design Intercultural;

resumo

Este trabalho apresenta uma investigação e desenvolvimento no âmbito do design centrado no utilizador, com enfoque na interseção entre cultura visual japonesa e inovação digital. Através da criação do protótipo da aplicação móvel *YOKAIPP*, exploram-se elementos do folclore japonês em particular os *yōkai* e a sua presença na cultura pop contemporânea (anime, manga, videojogos), aplicando princípios de arquitetura de informação, design de interface e narrativa visual.

A investigação parte de uma contextualização histórica e cultural entre Portugal e Japão, avançando para uma análise aprofundada da mitologia japonesa e das suas representações visuais. O projeto é sustentado por uma componente prática que inclui moodboards, wireframes, protótipos e testes de usabilidade.

O objetivo principal é propor uma ferramenta interativa que aproxime os utilizadores da riqueza simbólica e narrativa do folclore nipónico, promovendo a aprendizagem e o diálogo intercultural através do design digital.

Keywords

Japanese Visual Culture; Yōkai; Japanese Mythology; Pop Culture; Mobile App; Intercultural Design;

abstract

This paper presents a research and development in the field of user-centered design, focusing on the intersection between Japanese visual culture and digital innovation. Through the creation of the prototype of the YOKAIPP mobile application, elements of Japanese folklore, especially yōkai and their presence in contemporary pop culture (anime, manga, video games), are explored, applying principles of information architecture, interface design and visual narrative. The research starts from a historical and cultural contextualization between Portugal and Japan, advancing to an in-depth analysis of Japanese mythology and its visual representations. The project is supported by a practical component that includes moodboards, wireframes, prototypes and usability tests. The main objective is to propose an interactive tool that brings users closer to the symbolic and narrative richness of Japanese folklore, promoting learning and intercultural dialogue through digital design.

Índice

Índice de Figuras	v-xix
Índice de Tabelas	xx
Introdução	1-8
Capítulo 1 – Pontes Culturais: Portugal e Japão	9-16
1.1. Encontros Históricos: As Primeiras Relações Luso-Japonesas	9
1.2. Trocas Artísticas e Visuais entre Portugal e Japão	10-11
1.3. O Olhar da Europa sobre a Mitologia Japonesa	11-16
Capítulo 2 – Mitologia Japonesa e os <i>Yokai</i>	17-71
2.1. Fundamentos do Folclore Japonês	17-18
2.2. Categorias e Características dos <i>Yokai</i>	18-25
2.3. O Papel dos <i>Yokai</i> no Imaginário Visual Japonês	25-26
2.4. A Evolução dos <i>Yokai</i> na Cultura Pop	26-30
2.5. Referências de <i>Yokais</i> na Cultura Pop Japonesa	30-71
Capítulo 3 – Cultura Visual Japonesa e Design Contemporâneo	72-80
3.1. Princípios Estéticos Japoneses: Do Wabi-Sabi ao Superflat	72-73
3.2. Design Gráfico e Narrativas Visuais no Japão	74-77
3.3. Interpretações Visuais Europeias da Cultura Japonesa	77-78
3.4. Identidade Visual e Tradução Cultural no Design	78-80
Capítulo 4 – Referências de Projeto e Análise Crítica	81-86
4.1. Benchmarking: Apps com Reconhecimento Visual e Funções Culturais	81-82
4.2. Projetos de Design Intercultural e Narrativa Visual	83-84
4.3. Lacunas e Potencial de Inovação	85-86
Capítulo 5 – Concepção da Aplicação “YOKAIPP”	87-145
5.1. Ideação do Projeto e Conceito	87-88
5.2. Perspetiva da Autora como Designer Europeia	88-89
5.3. Definição do Público-Alvo	89-91
5.3.1. Perfis de Utilizadores (Avatares de Público-Alvo)	91-93
5.4. Aplicações de Referência: Inspirações Funcionais e Visuais	93-96

para o Conceito de YOKAIPP	
5.5. Estudo Conceitual e Visual.....	96-101
5.5.1. Moodboard Visual da Mitologia Japonesa.....	96-97
5.5.2. Moodboard Visual da Cultura Pop Japonesa.....	97
5.5.3 Palavras-chave de Referência.....	98
5.5.4. Tipografia.....	98-99
5.5.5 Paleta de Cores.....	99-100
5.5.6. Moodboard Visual e Conceitual da App.....	100-101
5.6. Logotipo da <i>app</i> “YOKAIPP”.....	102-105
5.7. Ilustrações e a sua relação com o Folclore.....	106-122
5.8. Arquitetura de Informação.....	122-125
5.9 Wireframes e Protótipos.....	126-144
5.10 Protótipo Final.....	145
Capítulo 6 – Design de Interface e Estética Visual.....	146-186
6.1. Avaliação Heurística.....	146-154
6.2 Teste de Usabilidade.....	154-166
6.2.1 Respostas do Questionário.....	154-162
6.2.2 Alterações.....	162-166
6.3. Componentes da App.....	166-186
Capítulo 7 – Conclusão e Perspetivas Futuras.....	187-193
7.1. Contributo do Projeto para o Design e Cultura Visual.....	187-188
7.2. Reflexão sobre o Encontro entre Culturas.....	188
7.3. Limitações e Desafios.....	189-190
7.4. Desenvolvimento Futuro da Aplicação.....	190-192
7.5. Considerações Finais.....	192-193
Referências Bibliográficas.....	194-195

Índice de Figuras

- Figura 1. Kano Naizen, *Biombos Namban, 1593-1603*. Grade de madeira revestida de papel; folha de ouro; pigmentos minerais; seda; laca e metal. 178 cm X 366 cm. Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa, Portugal.
https://baroqueart.museumwnf.org/database_item.php?id=object;BAR:pt;Mus11_A;28;pt.....10
- Figura 2. Claude Monet, *La japonaise*, 1876. Óleo sobre tela. 1.423m x 2.318m. Museum of Fine Arts em Boston, Estados Unidos.
<https://collections.mfa.org/objects/33556/la-japonaise-camille-monet-in-japanese-costume>.....13
- Figura 3. Vicent van Gogh, *Flowering plum tree – Japonaiserie (after Hiroshige)*, 1887. Óleo sobre tela. 55.6 cm x 46.8 cm. Van Gogh Museum, Amsterdam. Vincent van Gogh Foundation, Amsterdão, Países Baixos.
<https://www.vangoghmuseum.nl/en/collection/s0115v1962>.....13
- Figura 4. Henri de Toulouse-Lautrec, *Divan Japonais*, 1893. Litografia impressa a quatro cores, papel tecido. 80.8 x 60.8 cm. Metropolitan Museum of Art, NY, EUA.
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/334197>.....14
- Figura 5. Gustav Klimt, *Divan Lady with Fan*, 1918. Óleo sobre tela. 100.2 cm x 100.2 cm. Belvedere Museu Viena, Viena, Austria. © Klimt Foundation, Vienna.
<https://www.belvedere.at/en/lady-fan>.....14
- Figura 6. Mary Cassatt, *The Bath*, 1890-91. Ponta seca, água-forte de fundo macio e água-tinta, impressa a cores a partir de duas placas; décimo sétimo estado de dezassete (Mathews e Shapiro). 43.2 x 30 cm. Metropolitan Museum of Art, NY, EUA.
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/352206>.....15
- Figura 7. Takehara Shunsen, *Representação do 'Shinigami'*, ilustração para o livro *Ehon Hyaku Monogatari*, (Takehara Shunsen 1841).....19
- Figura 8. Mathew Meyer, *Representação do 'Oni'*, ilustração para the illustrated database of Japanese folklore, Yokai.com (Mathew Meyer 2025)
<https://yokai.com/oni/>.....20

- Figura 9. Sawaki Suushi, *Kappa* (かわつば), Ilustração para o livro Hyakkai-Zukan, (Sawaki Suushi 1737) 21
https://pt.wikipedia.org/wiki/Hyakkai_Zukan#/media/Ficheiro:Suushi_Kappa.jpg
- Figura 10. Sawaki Suushi, *Yuki-onna* (ゆき女), Ilustração para o livro Hyakkai-Zukan, (Sawaki Suushi 1737) 21
https://pt.wikipedia.org/wiki/Hyakkai_Zukan#/media/Ficheiro:Suushi_Yuki-onna.jpg
- Figura 11. Toriyama Sekien, *Kodama* (木魅), Ilustração para o livro Gazu Hyakki Yagyō, (Toriyama Sekien 1776) 22
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Kodama#/media/Ficheiro:SekienKodama.jpg>
- Figura 12. Sawaki Suushi, *Nekomata* (猫また), Ilustração para o livro Hyakkai-Zukan, (Sawaki Suushi 1737) 22
https://pt.wikipedia.org/wiki/Hyakkai_Zukan#/media/Ficheiro:Suushi_Nekomata.jpg
- Figura 13. Utagawa Kuniyoshi, *Elephant and a flying Tengu*, 1842. Xilogravura. 872 × 2 525 píxeis. Japão. 23
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/48/Elephant_and_a_flying_tengu.jpg
- Figura 14. Yoshitoshi, *Tanuki of Hiro Plan* (1839 - 1892), 1842. Xilogravura. 17.7 cm X 22.8 cm. Famous Humorous Places in Tokyo, Toquio, Japão. 23
<https://www.roninallery.com/tanuki-of-hiroo-plain?srsItd=AfmBOorO-XKlOqofmJ8nHh-fMD5PIcAWWK0YbKhIV6QxgL1JYGxX5chR>
- Figura 15. Mathew Meyer, *Representação da 'Kitsune'*, ilustração para the illustrated database of Japanese folklore, Yokai.com (Mathew Meyer 2025) 24
<https://yokai.com/kiko/>
- Figura 16. Sawaki Suushi, *Inugami* (犬神), Ilustração para o livro Hyakkai-Zukan, (Sawaki Suushi 1737) 25
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b9/Suushi_Inugami.jpg
- Figura 17. Toriyama Sekien, *A Parada Noturna dos Cem Demônios*, Ilustração para o livro Gazu Hyakki Yagyō, (Toriyama Sekien 1776) 25
https://en.wikipedia.org/wiki/Hyakki_Yagy%C5%8D#/media/File:Hyakki_Yako.jpg

Figura 18.	Ryuk, <i>Death Note</i> , Produzido por Madhouse, 2006.....	30
	https://animesbr.com.br/ryuk-10-detalhes-ocultos-do-personagem-de-death-note/	
Figura 19.	Rem, <i>Death Note</i> , Produzido por Madhouse, 2006.....	31
	https://deathnote.fandom.com/pt/wiki/Rem	
Figura 20.	Sidoh, <i>Death Note</i> , Produzido por Madhouse, 2006.....	31
	https://deathnote.fandom.com/pt/wiki/Sidoh	
Figura 21.	Gelus, <i>Death Note</i> , Produzido por Madhouse, 2006.....	31
	https://deathnote.fandom.com/pt/wiki/Death_Note_do_Gelus	
Figura 22.	Ichigo Kurosaki, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	32
	https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?l=brazilian&id=1600300377	
Figura 23.	Rukia Kuchiki, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	32
	https://bleach.fandom.com/wiki/Rukia_Kuchiki	
Figura 24.	Renji Abarai, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	33
	https://bleach.fandom.com/wiki/Renji_Abarai	
Figura 25.	Byakuya Kuchiki, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	33
	https://bleach.fandom.com/wiki/Byakuya_Kuchiki	
Figura 26.	Genryūsai Yamamoto, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	33
	https://rpg-the-omniiverse.fandom.com/pt-br/wiki/Zanpakut%C5%8D_Techniques:_Bankai_-_Zanka_no_Tachi	
Figura 27.	Hiyori Sarugaki, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	34
	https://bleach.fandom.com/wiki/Hiyori_Sarugaki	
Figura 28.	Izuru Kira, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	34
	https://bleach.fandom.com/wiki/Izuru_Kira	
Figura 29.	Jūshirō Ukitake, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	34
	https://bleach.fandom.com/wiki/J%C5%ABshir%C5%8D_Ukitake	
Figura 30.	Kenpachi Zaraki, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	35
	https://www.soapcentral.com/anime/bleach-who-kenpachi-zaraki	
Figura 31.	Lisa Yadōmaru, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	35
	https://bleach.fandom.com/wiki/Lisa_Yad%C5%8Dmaru	

Figura 32.	Madarame Ikkaku, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	35
	https://bleach.fandom.com/pt/wiki/Ikkaku_Madarame	
Figura 33.	Rangiku Matsumoto, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	36
	https://bleach.fandom.com/pt/wiki/Rangiku_Matsumoto	
Figura 34.	Retsu Unohana, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	36
	https://bleach.fandom.com/wiki/Retsu_Unohana	
Figura 35.	Shinji Hirako, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	36
	https://bleach.fandom.com/wiki/Shinji_Hirako	
Figura 36.	Shunsui Kyōraku, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	37
	https://bleach.fandom.com/wiki/Shunsui_Ky%C5%8Draku	
Figura 37.	Tōshirō Hitsugaya, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	37
	https://bleach.fandom.com/wiki/T%C5%8Dshir%C5%8D_Hitsugaya	
Figura 38.	Tousen Kaname, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	37
	https://bleach.fandom.com/wiki/Kaname_T%C5%8Dsen	
Figura 39.	Urahara Kisuke, <i>Bleach</i> , por Studio Pierrot, 2004.....	38
	https://bleach.fandom.com/wiki/Kisuke_Urahara	
Figura 40.	Asato Tsuzuki, <i>Descendants of the Darkness</i> , por J.C. Staff, 1996.....	38
	https://descendantsofdarkness.fandom.com/wiki/Asato_Tsuzuki	
Figura 41.	Risky, <i>Omishi Magical Theater Risky Safety</i> , por Studio Deen, 1999.....	39
	https://www.animeherald.com/2014/09/18/semi-essentials-omishi-magical-theater-risky-safety/	
Figura 42.	Death the Kid, <i>Soul Eater</i> , por Studio Bones, 2004.....	39
	https://souleater.fandom.com/wiki/Death_the_Kid	
Figura 43.	Nezuko Kamado, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	40
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Nezuko_Kamado	
Figura 44.	Muzan Kibutsuji, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	40
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Muzan_Kibutsuji	
Figura 45.	Tamayo, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	41
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/pt-br/wiki/Tamayo	

Figura 46.	Yushiro, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	41
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Yushiro	
Figura 47.	Susamaru, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	41
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Susamaru	
Figura 48.	Yahaba, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	42
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Yahaba	
Figura 49.	The Hand Demon, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	42
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Hand_Demon	
Figura 50.	The Tongue Demon, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	42
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Tongue_Demon	
Figura 51.	The Swamp Demon, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	43
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Swamp_Demon	
Figura 52.	The Spider Demon (Father), <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	43
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Spider_Demon_(Father)	
Figura 53.	The Spider Demon (Mother), <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	43
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Spider_Demon_(Mother)	
Figura 54.	The Spider Demon (Daughter), <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	43
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Spider_Demon_(Daughter)	
Figura 55.	The Spider Demon, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	43
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Spider_Family	
Figura 56.	Nakime, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	44
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/pt-br/wiki/Nakime	
Figura 57.	Kokushibo, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	44
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Kokushibo	
Figura 58.	Doma, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	44
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Doma	
Figura 59.	Akaza, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	45
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Akaza	
Figura 60.	Hantengu, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.....	45
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Hantengu	

Figura 61.	Gyokko, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	45
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Gyokko	
Figura 62.	Gyutaro, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	46
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Gyutaro	
Figura 63.	Daki, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	46
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Daki	
Figura 64.	Enmu, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	46
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Enmu	
Figura 65.	Mukago, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	47
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Mukago	
Figura 66.	Rui, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	47
	https://kimetsu-no-yaiba-fan.fandom.com/wiki/Rui	
Figura 67.	Kyogai, <i>Demon Slayer</i> , por Ufotable, 2016.	47
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Kyogai	
Figura 68.	Lum, <i>Lum the Invader Girl</i> , por Studio Deen, 1978.	48
	https://uruseiyatsura.fandom.com/wiki/Lum	
Figura 69.	Burai, <i>New Getter Robo</i> , por Brain's Base, 2004.	48
	https://getterrobo.fandom.com/wiki/Burai_(Armageddon)	
Figura 70.	Kwantsu the Kappa, <i>One Piece</i> , por Toei Animation, 1999.	49
	https://onepiece.fandom.com/pt/wiki/Kawamatsu	
Figura 71.	Chibi, <i>Kakuriyo: Bed and Breakfast for Spirits</i> , por Gonzo, 2015.	50
	https://kakuriyo.fandom.com/wiki/Chibi	
Figura 72.	Coo, <i>Summer Days with Coo</i> , por Keiichi Hara, 2007.	50
	https://kakuriyo.fandom.com/wiki/Chibi	
Figura 73.	Keppi, <i>Sarazanmai</i> , por MAPPA e Lapin Track, 2018.	51
	https://sarazanmai.fandom.com/wiki/Keppi	
Figura 74.	Kappa, <i>Nura: Rise of the Yokai Clan</i> , por Studio Deen, 2008.	51
	https://nurarihyonnomago.fandom.com/wiki/Kappa	
Figura 75.	Walkappa, <i>Yokai Watch</i> , por OLM, 2013.	52
	https://yokaiwatch.fandom.com/wiki/Walkappa	

Figura 76.	Yuki-Onna, <i>In/specture</i> , por Brain's Base, 2011.....	52
	https://kyokousuiri.fandom.com/wiki/Yuki-Onna	
Figura 77.	Tsurara Oikawa, <i>Nurarihyon no Mago</i> , por Studio Deen, 2007.....	53
	https://nurarihyonnomago.fandom.com/wiki/Tsurara_Oikawa	
Figura 78.	Yuki Kusakabe, <i>Interviews with Monster Girls</i> , por A-1 Pictures, 2014.....	54
	https://hero.fandom.com/wiki/Yuki_Kusakabe	
Figura 79.	Kodama, <i>Princess Mononoke</i> , por Studio Ghibli, 1997.....	54
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Kodama	
Figura 80.	Jibanyan, <i>Yokai Watch</i> , por OLM, 2013	55
	https://yokaiwatch.fandom.com/wiki/Jibanyan	
Figura 81.	Kiara, <i>InuYasha</i> , por Sunrise, 1996.....	55
	https://inuyasha.fandom.com/wiki/Kirara	
Figura 82.	Kirara, <i>Genshin Impact</i> , por miHoYo, 2020.....	56
	https://wiki.hoyolab.com/pt/genshin/entry/3719?lang=pt-pt	
Figura 83.	Kuro, <i>Blue Exorcist</i> , por A-1 Pictures, 2009.....	56
	https://aonoexorcist.fandom.com/wiki/Kuro	
Figura 84.	Kuroka, <i>High School DXD</i> , por TNK, 2008.....	57
	https://highschoolxd.fandom.com/wiki/Kuroka	
Figura 85.	Matatabi, <i>Naruto</i> , por Pierrot, 1999.....	57
	https://naruto.fandom.com/pt-br/wiki/Matatabi	
Figura 86.	Kozuki Sukiyaki, <i>One Piece</i> , por Toei Animation, 1999.....	58
	https://onepiece.fandom.com/pt/wiki/Kozuki_Sukiyaki	
Figura 87.	Burai, <i>Sakonji Urokodaki</i> , por Ufotable, 2016.....	58
	https://kimetsu-no-yaiba.fandom.com/wiki/Sakonji_Urokodaki	
Figura 88.	Karasu Tengu, <i>Nurarihyon no Mago</i> , por Studio DEEN, 2007.....	59
	https://nurarihyonnomago.fandom.com/wiki/Karasu_Tengu	
Figura 89.	Kojirō, <i>Gegege No Kitaro</i> , por Toei Animation, 1960.....	59
	https://gegegenokitaro.fandom.com/wiki/Kojir%C5%8D	
Figura 90.	Kurama, <i>Kamisama Kiss</i> , por TMS Entertainment, 2008.....	60
	https://kamisamahajimemashita.fandom.com/wiki/Kurama_Shinjirou	

Figura 91.	Hatori, <i>Kakuriyo: Bed and Breakfast for Spirits</i> , por Gonzo, 2015.....	61
	https://kakuriyo.fandom.com/wiki/Hatori	
Figura 92.	Shōkichi, <i>Pom Poko</i> , por Studio Ghibli, 1994.....	61
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Shoukichi	
Figura 93.	Tamasaburō, <i>Pom Poko</i> , por Studio Ghibli, 1994.....	62
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Tamasaburo	
Figura 94.	Okiyo, <i>Pom Poko</i> , por Studio Ghibli, 1994.....	62
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Okiyo	
Figura 95.	Ponkichi, <i>Pom Poko</i> , por Studio Ghibli, 1994.....	63
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Ponkichi	
Figura 96.	Seizaemon, <i>Pom Poko</i> , por Studio Ghibli, 1994.....	63
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Seizaemon	
Figura 97.	Oroku, <i>Pom Poko</i> , por Studio Ghibli, 1994.....	63
	https://ghibli.fandom.com/wiki/Oroku	
Figura 98.	Hachi, <i>InuYasha</i> , por Sunrise, 1996.....	64
	https://inuyasha.fandom.com/wiki/Hachiemon	
Figura 99.	Kohachi Inugami, <i>Kemono Jihen</i> , por Ajia-do Animation Works, 2016.....	64
	https://kemonojihen.fandom.com/wiki/Kohachi_Inugami	
Figura 100.	Poco, <i>Poco's Udon world</i> , por Liden Films, 2019.....	65
	https://myanimelist.net/anime/32673/Udon_no_Kuni_no_Kiniro_Kemari	
Figura 101.	Catarina Devon, <i>One Piece</i> , por Toei Animation, 1999.....	65
	https://onepiece.fandom.com/pt/wiki/Catarina_Devon	
Figura 102.	Onimaru, <i>One Piece</i> , por Toei Animation, 1999.....	66
	https://onepiece.fandom.com/pt/wiki/Onimaru	
Figura 103.	Kurama, <i>Naruto</i> , por Pierrot, 1999.....	66
	https://naruto.fandom.com/pt-br/wiki/Kurama	
Figura 104.	Shippō, <i>InuYasha</i> , por Sunrise, 1996.....	67
	https://inuyasha.fandom.com/wiki/Shipp%C5%8D	

- Figura 105. Soushi Miketsukami, *Inu x Boku Secret Service*, por David Production, 2009.----- 68
https://inxbokuss.fandom.com/wiki/Soushi_Miketsukami
- Figura 106. Tomoe, *Kamisama Kiss*, por TMS Entertainment, 2008.----- 68
<https://kamisamahajimemashita.fandom.com/wiki/Tomoe>
- Figura 107. Yoko Kurama, *Yu Yu Hakusho*, por Pierrot, 1992.----- 68
https://liberproeliis.fandom.com/pt-br/wiki/Kurama_Y%C5%8Dko
- Figura 108. InuYasha, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.----- 69
<https://inuyasha-br.fandom.com/pt-br/wiki/Inuyasha>
- Figura 109. Sesshōmaru, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.----- 70
<https://inuyasha.fandom.com/wiki/Sessh%C5%8Dmaru>
- Figura 110. Tōga, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.----- 70
<https://inuyasha.fandom.com/wiki/T%C5%8Dga>
- Figura 111. Hatsune Inugami, *Psychic Squad*, por SynergySP, 2010.----- 71
https://zettaikarenchildren.fandom.com/wiki/Hatsune_Inugami
- Figura 112. Beowulf Gardner, *How a Realist Hero Rebuilt the Kingdom*, por J.C.Staff, 2016.----- 71
https://genkoku.fandom.com/wiki/Beowulf_Gardner
- Figura 113. Exemplo de arquitetura wabi-sabi, *Kita Kamakura*, templo Meigetsu-in, Japão.----- 73
<https://wabisabi-trip.com/shakkei-meigetsu-in-kamakura/>
- Figura 114. Takashi Murakami, *Flowers in Heaven*, 2010. litografia offset em cores.----- 73
sobre papel. 68,6 x 68,6 cm. Pinto Gallery, LA, EUA.
https://pinto.gallery/products/takashi-murakami-flowers-in-heaven-2010?srsId=AfmBOoop_6su7TDSBHYnFn8wVZhNzT9Sky3GKBhy13KX0ReLiNKzkzdC
- Figura 115. Ikko Tanaka, *Muji poster*, 2000. papel kraft. Basement of Windsor House, Hong Kong.----- 74
<https://www.itsnicethat.com/news/muji-archive-posters-ikko-tanaka-171016>

- Figura 116. Kiyoshi Awazu, *Umi o kaese*, 1955. 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa. ----- 75
<https://www.nonaka-hill.com/artists/121-kiyoshi-awazu/>
- Figura 117. Masako Watanabe, *House*, (Masako Watanabe 1977: capa da *mangá*) ----- 75
<https://www.anime-planet.com/manga/house-masako-watanabe/characters>
- Figura 118. Kohei Sugiura, *Experiments in 'Time Distance Map' Diagram Collection*, (Kohei Sugiura 2014: capa do livro) ----- 76
<https://designreviewed.com/artefacts/experiments-in-time-distance-map-diagram-collection-by-kohei-sugiura-kajima-publishing-2014/>
- Figura 119. Sori Yanagi, *Banco Butterfly*, 1954. contraplacado de madeira. 54cm de largura, 46cm de comprimento e 45cm de altura. MoMA, NY, EUA. ----- 76
<https://www.moma.org/artists/6490-sori-yanagi>
- Figura 120. Teruhiro Yanagihara e Scholten & Baijings, *2016/Arita*, 2016. ----- 77
 porcelana. Rijksmuseum, Amsterdam.
<https://www.2016arita.jp/en/collections/teruhiro-yanagihara>
- Figura 121. Hokusai e Hiroshige, *A Grande Onda de Kanagawa*, 1830 ou 1831. ----- 77
 xilogravura. 25,7 x 37,8 cm. Museu Sumida Hokusai, Tóquio, Japão.
- Figura 122. Kenya Hara, *Muji Newspaper Advertisement*, 2006. ----- 79
<https://www.designculture.it/interview/kenya-hara.html>
- Figura 123. Naoto Fukasawa, *Egg Carton, Wire Basket, Toast Stand*, 2010. Japão. ----- 79
<https://naotofukasawa.com/projects/361/>
- Figura 124. Kiyoshi Awazu, *modern design culture in Post-World War II Japan*, 1970. 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa. ----- 80
<https://www.nonaka-hill.com/artists/121-kiyoshi-awazu/>
- Figura 125. *Perfis de Utilizadores*, para a app Yokaipp. ----- 92
- Figura 126. *App Webtoon*, 2014. ----- 93
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.naver.linewebtoon&hl=pt>
- Figura 127. *App Pokémon GO*, 2016. ----- 94
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nianticlabs.pokemongo&hl=pt_PT

Figura 128.	<i>App Kojiki AR</i>	95
	https://play.google.com/store/apps/details?id=com.threedos.shintokojikifree&hl=pt_PT	
Figura 129.	<i>App Manta, 2015</i>	95
	https://play.google.com/store/apps/details?id=net.manta.comic&hl=PT	
Figura 130.	<i>App Mythology & Trivia</i>	96
	https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mythologyquiz.greekgodsandgoddesses	
Figura 131.	<i>Moodborad Visual da Mitologia Japonesa</i>	97
Figura 132.	<i>Moodborad Visual da Mitologia Japonesa</i>	97
Figura 133.	Paleta de Cores da App Yokaipp.....	100
Figura 134.	<i>Moodboard Visual da App</i>	101
Figura 135.	<i>Mockup do ecrã de entrada da aplicação</i>	105
Figura 136.	<i>Mockup da simulação da aplicação YOKAIPP na App Store</i>	105
Figura 137.	<i>Moodboard Visual das Ilustrações da app</i>	106
Figura 138.	Ilustração da criatura mitológica Oni.....	107
Figura 139.	Ilustração do Folklore de Oni.....	108
Figura 140.	Ilustração da criatura mitológica Shinigami.....	109
Figura 141.	Ilustração do Folklore de Shinigami.....	110
Figura 142.	Ilustração da criatura mitológica Kappa.....	111
Figura 143.	Ilustração do Folklore de Kappa.....	112
Figura 144.	Ilustração da criatura mitológica Yukki-Ona.....	113

Figura 145.	Ilustração do Folklore de Yukki-Ona.....	114
Figura 146.	Ilustração da criatura mitológica Kodama.....	115
Figura 147.	Ilustração do Folklore de Kodama.....	116
Figura 148.	Ilustração da criatura mitológica Nekomata.....	117
Figura 149.	Ilustração da criatura mitológica Tengu.....	118
Figura 150.	Ilustração da criatura mitológica Tanuki.....	119
Figura 151.	Ilustração da criatura mitológica Kitsune.....	120
Figura 152.	Ilustração da criatura mitológica Inugami.....	121
Figura 153.	Card Sorting.....	124
Figura 154.	Mapa Hierárquico da Informação.....	125
Figura 155.	Mapa Hierárquico Wireframes.....	127
Figura 156.	Mapa Hierárquico Protótipo.....	128
Figura 157.	Wireframe 1.....	129
Figura 158.	Protótipo 1.....	129
Figura 159.	Wireframe 2.....	130
Figura 160.	Protótipo 2.....	130
Figura 161.	Wireframe 3.....	131
Figura 162.	Protótipo 3.....	131
Figura 163.	Wireframe 4.....	132
Figura 164.	Protótipo 4.....	132
Figura 165.	Wireframe 5.....	133
Figura 166.	Protótipo 5.....	133

Figura 167.	Wireframe 6.....	134
Figura 168.	Protótipo 6.....	134
Figura 169.	Wireframe 7.....	135
Figura 170.	Protótipo 7.....	135
Figura 171.	Wireframe 8.....	136
Figura 172.	Protótipo 8.....	136
Figura 173.	Wireframe 9.....	137
Figura 174.	Protótipo 9.....	137
Figura 175.	Wireframe 10.....	138
Figura 176.	Protótipo 10.....	138
Figura 177.	Wireframe 11.....	139
Figura 178.	Protótipo 11.....	139
Figura 179.	Wireframe 12.....	140
Figura 180.	Protótipo 12.....	140
Figura 181.	Wireframe 13.....	141
Figura 182.	Protótipo 13.....	141
Figura 183.	Wireframe 14.....	142
Figura 184.	Protótipo 14.....	142
Figura 185.	Wireframe 15.....	143
Figura 186.	Protótipo 15.....	143
Figura 187.	Wireframe 16.....	144
Figura 188.	Protótipo 16.....	144

Figura 189.	Protótipo Final	145
Figura 190.	Respostas do Questionário	161
Figura 191.	Mockup antes da 1º alteração	163
Figura 192.	Mockup depois da 1º alteração	163
Figura 193.	Mockup antes da 2º alteração	164
Figura 194.	Mockup depois da 2º alteração	164
Figura 195.	Mockup antes da 3º alteração	166
Figura 196.	Mockup depois da 3º alteração	166
Figura 197.	Botões	167
Figura 198.	Botão “SHARE WITH CHAT”	168
Figura 199.	Botão “SHARE”	168
Figura 200.	Botão de Ajuda	169
Figura 201.	Ícones	170
Figura 202.	Ícones Ilustrados	170
Figura 203.	Ícone do Menu Principal	171
Figura 204.	Ícone do Scanner	172
Figura 205.	Ícone da Galeria	174
Figura 206.	Ícone do Chat	175
Figura 207.	Ícone do Yokai	176
Figura 208.	Ícone “Análise do Yōkai”	177
Figura 209.	Ícone “Folclore Yōkai”	179
Figura 210.	Ícone “Referências da Cultura Pop”	180

Figura 211.	Padrão da Galeria.....	183
Figura 212.	Padrão do Chat	185
Figura 213.	Padrão da Página “Folclore Yōkai”.....	186

Índice de Tabelas

Tabela 1.	<i>Moodboard</i> Visual e Conceitual da <i>App</i>	101
Tabela 2.	Apresentação do Logo da <i>App</i>	102

Introdução

1. Enquadramento Geral

A presente investigação propõe uma reflexão crítica e prática sobre a interseção entre design, cultura visual e tecnologia, tendo como foco a criação de uma proposta de aplicação digital centrada na mitologia japonesa. Num contexto em que a digitalização do património cultural e a experiência interativa ganham cada vez mais relevância, torna-se pertinente explorar de que forma o design pode funcionar como ferramenta de mediação entre o imaginário tradicional e os dispositivos tecnológicos contemporâneos.

A mitologia japonesa, rica em simbolismo, diversidade narrativa e presença em múltiplos meios (*animes*, *mangás*, videojogos), constitui um território fértil para a investigação em design intercultural. No entanto, observa-se que grande parte do acesso a este universo ainda se dá de forma fragmentada, através de fontes dispersas, nem sempre acessíveis ou integradas visual e narrativamente. A proposta aqui apresentada — o desenvolvimento conceptual da *app* “**YOKAIPP**” — surge como resposta a essa lacuna, procurando integrar reconhecimento visual e narrativa interativa como meios de valorização do folclore nipónico, em particular das criaturas mitológicas conhecidas como *yōkai*.

A investigação insere-se no domínio design gráfico e do design de interação, assumindo uma abordagem exploratória e interdisciplinar. Parte-se do princípio de que o design não é apenas uma prática formal ou funcional, mas um mediador cultural e simbólico. Neste sentido, o projeto propõe-se também a analisar de que modo o design pode atuar na tradução cultural, isto é, na adaptação visual e experiencial de conteúdos tradicionais para públicos digitais globais.

O enquadramento teórico da investigação baseia-se em autores que abordam temas como estética japonesa (*wabi-sabi*, *superflat*), cultura visual, design intercultural, património imaterial e tecnologias de mediação digital. Complementarmente, foram analisados casos de estudo e aplicações já existentes com funções culturais e de reconhecimento visual, de modo a identificar boas práticas e lacunas de mercado.

Este trabalho de mestrado, embora não desenvolva uma aplicação funcional com programação, tem como objetivo apresentar um projeto de design coeso, sustentado teoricamente, e validado através de testes de usabilidade e análise crítica. Espera-se, com esta proposta, contribuir para o debate

sobre o papel do design como ferramenta de preservação e reinvenção cultural no contexto digital contemporâneo.

2. Motivação Pessoal e Perspetiva da Autora (Portugal-Europa-Japão)

A motivação que sustenta este projeto de investigação nasce de uma relação afetiva e contínua com a cultura visual japonesa, cultivada desde a infância. Ao crescer em Portugal, numa geração fortemente marcada pelo acesso global a conteúdos mediáticos, fui desde cedo influenciada por *animes*, *mangás* e videogames japoneses, que abriram caminho para um fascínio duradouro pela estética, narrativa e simbolismo do Japão contemporâneo e tradicional.

O interesse por esta cultura foi também incentivado pelo convívio familiar, em especial pelo meu pai, igualmente entusiasta da cultura visual nipónica. A partilha de referências, o colecionismo de *action figures*, a discussão sobre personagens e mundos ficcionais tornaram-se parte da minha identidade pessoal e familiar, alimentando uma curiosidade que se expandiu para áreas como o design, a mitologia e o património cultural japonês.

Este projeto surge, assim, como uma extensão natural desse percurso individual, unindo o interesse pessoal à formação académica em design. Num contexto europeu, onde o Japão continua a ser alvo de interpretações múltiplas e muitas vezes filtradas pelo exotismo ou por leituras ocidentais, este trabalho procura posicionar-se num espaço de escuta, respeito e valorização das expressões culturais japonesas, especialmente as menos visíveis no circuito global.

Além de constituir uma proposta de design com base investigativa, este projeto é também uma forma de aproximação a uma comunidade mais ampla de apreciadores da cultura japonesa, com quem desejo dialogar, partilhar descobertas e promover um espaço digital onde o *yōkai* e outras manifestações culturais nipónicas possam ser contextualizadas e celebradas.

3. Relevância do Tema no Contexto do Design e Cultura Visual

O tema desta investigação foca-se no cruzamento entre mitologia japonesa, design e tecnologias visuais. Reveste-se de especial relevância no panorama atual do design e da cultura visual. Num momento em que os fluxos culturais são acelerados pela globalização digital e pela circulação de

imagens através de múltiplas plataformas, o design assume um papel central como mediador simbólico e tradutor cultural.

A cultura visual japonesa, marcada pela riqueza gráfica de elementos como o *ukiyo-e*, os *yōkai*, os *animes* e os videogames, oferece um dos exemplos mais significativos de como a imagem se transforma em linguagem cultural. O design contemporâneo, por sua vez, não se limita a organizar formas e funções: atua como campo expandido de significação, explorando narrativas, imaginários e identidades visuais que dialogam com tradições locais e audiências globais.

Este projeto destaca-se por propor uma abordagem que conjuga tecnologia (reconhecimento visual), patrimônio imaterial (mitologia) e mediação visual (design gráfico e interativo). Trata-se, portanto, de um contributo para um design culturalmente consciente, que respeita as origens simbólicas dos elementos com que trabalha e que reconhece a imagem como veículo de memória, identidade e experiência.

Num tempo em que a superficialidade visual coexiste com a necessidade de profundidade cultural, torna-se essencial promover projetos que valorizem narrativas culturais específicas através de meios contemporâneos. A relevância deste tema está, pois, em propor o design não apenas como ferramenta formal ou comercial, mas como agente de ligação entre o passado e o presente, entre o local e o global, entre o visível e o invisível das culturas.

4. Objetivos do Projeto

O presente projeto de investigação tem como objetivo principal desenvolver uma proposta de design conceptual para uma aplicação digital dedicada à mitologia japonesa, com enfoque nas criaturas conhecidas como *yōkai*, integrando reconhecimento visual, narrativa cultural e interface gráfica orientada para a experiência do utilizador.

Objetivo Geral

- Conceber um protótipo de aplicação interativa que utilize o reconhecimento visual como ferramenta para a identificação de *yōkai* e a mediação de conteúdos informativos sobre o seu significado no contexto do folclore japonês e da cultura visual contemporânea.

Objetivos Específicos

- Explorar os fundamentos do design intercultural e da narrativa visual aplicada ao contexto digital;
- Analisar exemplos de aplicações existentes com funções culturais e tecnológicas similares (*benchmarking*);
- Investigar os princípios estéticos japoneses relevantes (como *wabi-sabi*, *kawaii*, *superflat*) e sua aplicação no design gráfico contemporâneo;
- Criar uma identidade visual original e coerente com os valores simbólicos da mitologia japonesa;
- Desenvolver uma experiência de navegação acessível, informativa e esteticamente envolvente;
- Promover o acesso e a valorização do património imaterial japonês junto de públicos globais, através de meios tecnológicos.

5. Metodologia

A metodologia desta investigação e desenvolvimento projetual baseia-se num processo que se inicia com um levantamento histórico-cultural sobre os temas a tratar complementada por uma abordagem **qualitativa, exploratória e centrada no utilizador**, própria do **Design Centrado no Utilizador (DCU)**, em articulação com métodos da **pesquisa visual** e **design especulativo**. A escolha desta metodologia visa não só a criação de uma aplicação funcional e estética, mas também o respeito pelas **especificidades culturais e visuais do Japão**, integrando elementos mitológicos e gráficos com significado profundo.

5.1. Fase de Investigação Teórica e Cultural

O processo iniciou-se com uma **pesquisa bibliográfica intensiva** que fundamentou teoricamente a aplicação. Esta etapa incluiu:

- O estudo da **mitologia japonesa**, com foco nos **yōkai**, suas categorias, simbolismo e papel cultural, com base em obras como *The Book of Yokai* (Foster, 2015).
- A análise das **relações históricas e visuais entre Portugal e Japão**, com recurso a fontes como *The Portuguese Empire in Asia* (Subrahmanyam, 2012).
- A contextualização do olhar ocidental sobre o Japão e a sua mitologia, incluindo interpretações visuais europeias do imaginário nipónico (MacWilliams, 2008).
- A investigação sobre os **princípios estéticos japoneses**, como o *Wabi-Sabi* e o *Superflat*, recorrendo a autores como Juniper (2003), Kempton (2018), e Murakami (2005).

Esta investigação teórica permitiu construir um **corpo conceptual sólido**, essencial para o desenvolvimento do projeto com profundidade cultural e rigor simbólico.

5.2. Fase de Pesquisa Visual e Desenvolvimento de Identidade Gráfica

Seguiu-se uma fase de **pesquisa visual**, na qual se desenvolveram:

- **Moodboards visuais** inspirados na arte tradicional japonesa (gravuras, templos, omamori) e na cultura pop (anime, manga, videojogos);
- Definição de **palavras-chave** associadas à experiência da *app*: “exploração”, “mistério”, “descoberta”, “cultura” e “partilha”;
- Escolha da **paleta de cores** com base em simbolismos tradicionais japoneses (ex.: vermelho = proteção, azul = espiritualidade);
- Definição de **tipografias** funcionais e estilizadas para diferentes contextos da *app*;
- Concepção do **logotipo da app “YOKAIPP”**, com base na silhueta de um *Oni*, icónica figura do folclore japonês.

Estas decisões visuais foram pensadas para construir uma identidade gráfica **coerente com o universo cultural japonês** e simultaneamente **atrativa para públicos europeus**.

5.3. Fase de Planeamento de Experiência de Utilizador (UX)

Com os conteúdos definidos, iniciou-se a **estruturação funcional da app**:

- Construção da **Arquitetura de Informação** com base em *card sorting* e definição de mapas de navegação;
- Elaboração de **wireframes de baixa fidelidade**, para organizar os fluxos de utilização e testar a hierarquia visual;
- Desenvolvimento de um **protótipo navegável em Adobe XD**, que simula as principais interações da aplicação;
- Definição dos **padrões de interface** (estilo dos botões, ícones, menus, páginas de conteúdo).

Estas ferramentas permitiram projetar uma experiência clara, intuitiva e culturalmente rica, antes da fase de programação.

5.4. Fase de Avaliação com Utilizadores

Para validar as decisões tomadas, realizou-se um **teste de usabilidade com 23 participantes**:

- Os utilizadores receberam um **link com o protótipo navegável** e, após a exploração livre, responderam a um **questionário estruturado** sobre a clareza, estética, funcionalidade e valor cultural da *app*.
- Foi aplicada uma **avaliação heurística baseada nos 10 princípios de Jakob Nielsen**, para identificar problemas de interface e oportunidades de melhoria.

A análise dos dados recolhidos serviu para **ajustar o protótipo**, garantindo que a experiência final estivesse alinhada com as expectativas e necessidades reais do público-alvo.

A metodologia adotada resultou numa solução **iterativa, fundamentada e participativa**, respeitando os pilares da experiência do utilizador, do design culturalmente sensível e da inovação visual. O cruzamento entre **investigação académica, exploração visual e feedback empírico**

permitiu à app YOKAIPP consolidar-se como uma proposta de design informada, funcional e culturalmente significativa.

6. Estrutura da Tese

Este documento está organizado em sete capítulos, que refletem a progressão lógica da investigação, desde a fundamentação teórica até ao desenvolvimento e validação do projeto de design. A estrutura da tese foi pensada para articular contextos culturais, referências visuais e metodologias de projeto numa narrativa coesa e fundamentada.

Capítulo 1 – Pontes Culturais: Portugal e Japão

Este capítulo traça o enquadramento histórico e cultural das relações luso-japonesas, destacando os primeiros contactos, as trocas artísticas e a forma como a mitologia japonesa foi interpretada a partir da perspetiva europeia.

Capítulo 2 – Mitologia Japonesa e os *Yōkai*

Explora os fundamentos do folclore japonês, categorizando os *yōkai* e analisando o seu papel no imaginário visual e na cultura pop contemporânea. Serve como base conceptual e simbólica para o conteúdo da aplicação.

Capítulo 3 – Cultura Visual Japonesa e Design Contemporâneo

Foca-se nos princípios estéticos japoneses (como *wabi-sabi* e *superflat*), no design gráfico nipónico e nas interpretações visuais feitas a partir da Europa, com ênfase na tradução cultural e na identidade visual.

Capítulo 4 – Referências de Projeto e Análise Crítica

Apresenta o benchmarking de aplicações com tecnologias semelhantes (reconhecimento visual e mediação cultural) e analisa projetos relevantes de design intercultural. Identifica ainda lacunas e oportunidades de inovação no panorama atual.

Capítulo 5 – Concepção da Aplicação “YOKAIPP”

Documenta o processo de desenvolvimento do projeto de design, desde a ideação e definição de conceito até à criação do protótipo. Inclui reflexões sobre a perspectiva da autora, arquitetura de informação, estética visual e elementos gráficos.

Capítulo 6 – Design de Interface e Estética Visual

Avaliação heurística, testes de usabilidade e apresentação dos principais componentes funcionais da aplicação.

Capítulo 7 – Conclusão e Perspetivas Futuras

Apresenta os contributos do projeto para o campo do design e da cultura visual, reflete sobre o processo de cruzamento cultural, aponta limitações do estudo e propõe caminhos para o desenvolvimento futuro da aplicação.

Capítulo 1 – Pontes Culturais: Portugal e Japão

1.1. Encontros Históricos: As Primeiras Relações Luso-Japonesas

O encontro entre portugueses e japoneses no século XVI marcou o início de uma relação intercultural significativa, caracterizada por trocas comerciais, tecnológicas e religiosas. Segundo Subrahmanyam no livro *The Portuguese Empire in Asia, 1500–1700: A Political and Economic History* (2012) a chegada dos portugueses ao Japão em 1543, através de comerciantes que aportaram na ilha de Tanegashima, introduziu as armas de fogo no arquipélago, alterando profundamente as dinâmicas militares locais. Este evento é frequentemente citado como o ponto de partida das relações luso-japonesas. A presença portuguesa no Japão não se limitou ao comércio de armas. Os missionários jesuítas desempenharam um papel crucial na disseminação do cristianismo, estabelecendo escolas e convertendo membros da nobreza japonesa. Subrahmanyam (2012) destaca que "a interação entre os missionários portugueses e as elites japonesas foi fundamental para a aceitação inicial do cristianismo no Japão" (p. 217). Além disso, a cidade de Nagasaki tornou-se um importante centro de intercâmbio cultural e comercial, servindo como porto principal para os navios portugueses. Este contato contínuo facilitou a introdução de novos produtos, técnicas e ideias entre os dois países.

Contudo, as relações luso-japonesas enfrentaram desafios, especialmente com o aumento da influência cristã e as tensões políticas internas no Japão. No final do século XVI, o governo japonês começou a restringir a atividade missionária, culminando na expulsão dos missionários e na proibição do cristianismo no início do século XVII. Subrahmanyam (2012) observa que "a repressão ao cristianismo e a expulsão dos portugueses refletiram as complexas dinâmicas políticas e culturais do Japão da época" (p. 219).

Em suma, as primeiras relações entre Portugal e Japão foram marcadas por um intenso intercâmbio cultural e comercial, influenciando profundamente ambas as sociedades. A análise de Subrahmanyam oferece uma visão abrangente dessas interações, destacando a importância dos encontros luso-japoneses no contexto da expansão portuguesa na Ásia.

1.2. Trocas Artísticas e Visuais entre Portugal e Japão

As interações entre Portugal e Japão durante os séculos XVI e XVII não se limitaram ao comércio e à religião; também promoveram um intercâmbio artístico e visual significativo. Este intercâmbio resultou na criação de obras de arte que combinavam elementos estéticos de ambas as culturas, refletindo uma fusão única de estilos e técnicas.

Subrahmanyam (2012) destaca que os portugueses introduziram no Japão não apenas produtos comerciais, mas também objetos artísticos e religiosos que influenciaram a produção local. A presença de missionários jesuítas desempenhou um papel crucial na disseminação de técnicas artísticas europeias, como a pintura em perspectiva e o uso de materiais específicos. Estas técnicas foram assimiladas por artistas japoneses, resultando em obras que mesclavam estilos ocidentais e orientais.

Um exemplo notável dessa fusão artística são os *byōbu*¹ conhecidos como *Nanban*, que retratam a chegada dos portugueses ao Japão. Estas obras incorporam elementos visuais europeus, como a representação de navios e trajes ocidentais, combinados com técnicas tradicionais japonesas de pintura e composição. Subrahmanyam observa que "a arte *Nanban* é um testemunho da adaptabilidade e criatividade dos artistas japoneses ao incorporarem influências estrangeiras em suas obras" (2012, p. 215).

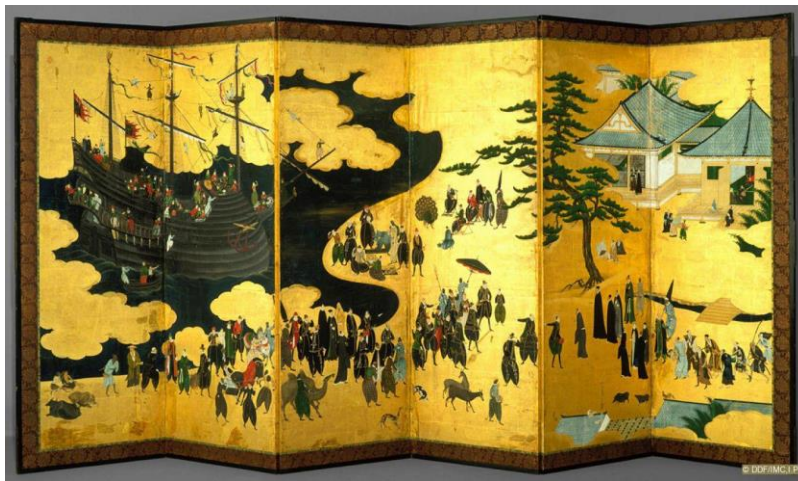


Figura 1: Kano Naizen, *Biombos Namban*, 1593-1603. Grade de madeira revestida de papel; folha de ouro; pigmentos minerais; seda; laca e metal. 178 cm X 366 cm. Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa, Portugal.

Fonte: Museum with no Frontiers

¹ biombos

Além disso, a produção de objetos em laca, como cofres e mobiliário, destinados à exportação para Portugal e outras partes da Europa, demonstra a demanda por produtos japoneses com estética ocidentalizada. Estes objetos eram frequentemente encomendados por comerciantes portugueses e adaptados aos gostos europeus, evidenciando uma troca bidirecional de influências artísticas.

Em suma, as trocas artísticas e visuais entre Portugal e Japão durante este período refletem uma interação complexa e enriquecedora, que resultou em obras de arte únicas e inovadoras. A análise de Subrahmanyam oferece uma compreensão aprofundada dessas interações, destacando a importância do intercâmbio cultural na formação de novas expressões artísticas.

1.3. O Olhar Europeu sobre a Mitologia Japonesa

A mitologia japonesa, rica em criaturas sobrenaturais conhecidas como *yōkai*, tem despertado o interesse de estudiosos e artistas europeus ao longo dos séculos. Este fascínio resultou numa variedade de interpretações e representações que refletem tanto o encanto quanto as limitações do olhar europeu sobre o folclore japonês.

Michael Dylan Foster em *The Book of Yokai* (2015) destaca que os *yōkai* são entidades que transcendem definições simples, sendo "monstros, espíritos, seres fantásticos e criaturas sobrenaturais que assombram o folclore e a cultura popular do Japão" (Foster, 2015, p. 2). A complexidade e diversidade dessas criaturas desafiam as tentativas de categorização ocidental, muitas vezes levando a interpretações que não capturam plenamente seu significado cultural original.

Os missionários jesuítas, como São Francisco Xavier, foram dos primeiros europeus a ter contacto com as crenças e mitos japoneses. Na tentativa de evangelizar a população local, muitos procuraram estabelecer paralelismos entre o cristianismo e as tradições japonesas, interpretando os *kami*, espíritos presentes na Natureza, como analogias aos santos ou aos anjos. Esta abordagem sincrética visava facilitar a aceitação da nova fé, mas também resultou em interpretações que muitas vezes distorciam o significado original das narrativas japonesas.

A partir do século XIX, com o aumento do interesse europeu pelo Oriente, surgiram estudos mais sistemáticos sobre a mitologia japonesa. Académicos europeus começaram a comparar os mitos

japoneses com os das tradições greco-romanas e nórdicas, identificando semelhanças estruturais e temáticas.

Vladimir Propp no livro *Morphology of the Folktale* (1968) “Assim como todos os rios desaguardam no mar, todas as questões relacionadas com o estudo dos contos conduzem à solução do problema altamente importante e ainda não resolvido da semelhança dos contos em todo o mundo” (Propp 1968, p. 16)

Por exemplo, alguns estudiosos como Michael Witzel e *The origins of the world's mythologies*. Oxford University Press. (2013) notaram paralelismos entre os mitos de criação japoneses, como os relatos de Izanagi e Izanami, e as narrativas cosmogónicas da mitologia nórdica. (Witzel 2013, p. 3)

Hunor Andrásy, na sua tese *The Kiki and the Eddas: A Comparative Analysis of Japanese and Old Norse Cosmogony* (2017), destaca que ambas as mitologias apresentam uma tríade de divindades criadoras e descrevem a transição do caos primordial para a ordem cósmica. No entanto, enquanto a mitologia nórdica enfatiza a criação através da separação dos elementos e do sacrifício do gigante Ymir, a mitologia japonesa foca-se na harmoniosa colaboração entre os deuses Izanagi e Izanami na formação das ilhas e das divindades.

A mitologia japonesa também influenciou a arte e a literatura europeias. Artistas ocidentais, fascinados pelas estéticas orientais, incorporaram elementos mitológicos japoneses nas suas obras, muitas vezes reinterpretando-os através de uma lente europeia. **Esta apropriação artística contribuiu para a difusão de imagens e símbolos japoneses no Ocidente, embora nem sempre com uma compreensão profunda do seu contexto original.**

A mitologia e a estética japonesas exerceram uma influência significativa na arte e literatura europeias, especialmente durante o movimento conhecido como Japonisme, que floresceu entre o final do século XIX e o início do século XX. Artistas ocidentais, fascinados pela riqueza visual e simbólica do Japão, incorporaram elementos mitológicos e estilísticos japoneses nas suas obras, reinterpretando-os através de uma lente europeia.

Exemplos de Obras Artísticas Influenciadas pela Mitologia Japonesa:

Claude Monet – A Japonesa (1876)

Nesta pintura, Monet retrata a sua esposa Camille vestida com um quimono vermelho vibrante, posando diante de uma parede decorada com leques japoneses. A obra reflete a admiração de Monet pela estética japonesa e a sua tentativa de integrar elementos orientais na pintura ocidental.



Figura 2: Claude Monet, *A Japonesa*, 1876. Óleo sobre tela. 1.423m x 2.318m. Museum of Fine Arts em Boston, Estados Unidos. Fonte: MFABoston

Vincent van Gogh – Japonaiserie: Ameixeira em Flor (1887)

Van Gogh criou esta obra como uma cópia direta de uma impressão de Utagawa Hiroshige, demonstrando a sua profunda apreciação pela arte japonesa. A pintura incorpora características estilísticas do ukiyo-e, como planos de cor planos e contornos definidos.



Figura 3: Vincent van Gogh, *Japonaiserie: Ameixeira em Flor* (inspirado em Hiroshige), 1887. Óleo sobre tela. 55.6 cm x 46.8 cm. Van Gogh Museum, Amsterdam. Vincent van Gogh Foundation, Amsterdão, Países Baixos.

Henri de Toulouse-Lautrec – Divan Japonês (1893)

Este cartaz publicitário para um café-concerto parisiense exibe influências claras do ukiyo-e, com o uso de cores ousadas, composição assimétrica e linhas definidas, características típicas das gravuras japonesas.

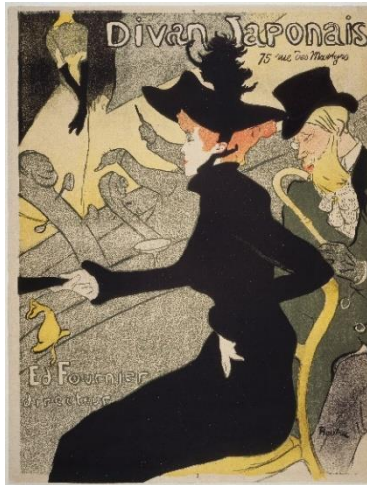


Figura 4: Henri de Toulouse-Lautrec, *Divan Japonês*, 1893. Litografia impressa a quatro cores, papel tecido. 80.8 x 60.8 cm. Metropolitan Museum of Art, NY, EUA.

Gustav Klimt – Dama com Leque (1918)

Klimt incorporou motivos japoneses nesta obra, como o uso de padrões decorativos, a representação de uma mulher com um leque e a aplicação de folhas de ouro, reminescente das obras da escola Rinpa.



Figura 5: Gustav Klimt, *Dama com Leque*, 1918. Óleo sobre tela. 100.2 cm × 100.2 cm. Belvedere Museu Viena, Viena, Austria. © Klimt Foundation, Vienna.

Mary Cassatt – O Banho (1890–91)

Inspirada pelas gravuras japonesas, Cassatt produziu uma série de impressões que combinam a estética japonesa com temas ocidentais, como a intimidade entre mãe e filho. A obra apresenta planos de cor planos e uma perspectiva elevada, características do ukiyo-e.



Figura 6: Mary Cassatt, *O Banho*, 1890-91. Ponta seca, água-forte de fundo macio e água-tinta, impressa a cores a partir de duas placas; décimo sétimo estado de dezassete (Mathews e Shapiro). 43.2 x 30 cm. Metropolitan Museum of Art, NY, EUA.

Influência na literatura europeia:

Embora a influência direta da mitologia japonesa na literatura europeia seja menos documentada, o fascínio pelo Japão e pelas suas tradições culturais permeou várias obras literárias. Autores europeus incorporaram temas e elementos estéticos japoneses nas suas narrativas, refletindo o impacto do *Japonisme* na literatura.

Estes exemplos ilustram como a mitologia e a estética japonesas foram reinterpretadas por artistas europeus, resultando numa fusão cultural que enriqueceu a arte ocidental. Através da incorporação de elementos japoneses, esses artistas expandiram os limites da expressão artística, criando obras que continuam a fascinar o público até hoje.

No contexto da cultura visual japonesa, Mark W. MacWilliams em *Japanese visual culture: Explorations in the world of manga and anime* (2008) observa que o *anime* e o *mangá*, formas de arte profundamente enraizadas na tradição japonesa, têm sido meios através dos quais os *yōkai* são

apresentados ao público global. Ele argumenta que "*mangá e anime* são produtos de uma sociedade urbana, industrial e capitalista... projetados intencionalmente para atrair um público de massa", o que os torna formas de arte de massa em vez de cultura popular a histórica (p. 15). Essa massificação pode levar a simplificações ou estereótipos na representação dos *yōkai* para atender às expectativas do público ocidental.

Além disso, MacWilliams (2008) destaca que o sucesso global do anime e do mangá contribuiu para a disseminação de elementos da mitologia japonesa, incluindo os *yōkai*, no cenário cultural ocidental. No entanto, ele adverte contra a tendência de exotizar ou romantizar essas criaturas, enfatizando a importância de compreender seu contexto cultural e histórico para evitar interpretações distorcidas (p. 22).

Embora a obra de Subrahmanyam (2012) se concentre principalmente nas dimensões políticas e económicas do império português na Ásia, ela também oferece *insights* sobre as interações culturais entre portugueses e japoneses. Por exemplo, Subrahmanyam (2012) observa que os portugueses, ao estabelecerem relações com o Japão, trouxeram consigo não apenas bens materiais, mas também ideias e crenças que influenciaram a percepção europeia da cultura japonesa (p. 217). Essa troca cultural pode ter contribuído para a formação de uma visão europeia sobre a mitologia japonesa, incluindo os *yōkai*, moldada por interpretações ocidentais e pela curiosidade sobre o "exótico" Oriente.

Em suma, o olhar europeu sobre a mitologia japonesa é caracterizado por um equilíbrio delicado entre admiração e apropriação. Enquanto o interesse ocidental trouxe maior visibilidade aos *yōkai*, também levantou questões sobre representação cultural e autenticidade. Estudos como os de Foster, MacWilliams e Subrahmanyam são essenciais para promover uma compreensão mais profunda e respeitosa da rica tapeçaria do folclore japonês.

Capítulo 2 – Mitologia Japonesa e os *Yokai*

2.1. Fundamentos do Folclore Japonês

O folclore japonês é um tecido complexo de crenças, narrativas e representações que refletem a interação entre o mundo natural, o espiritual e o humano. Os *yōkai*, criaturas sobrenaturais do folclore japonês, desempenham um papel central nesse imaginário, personificando medos, desejos e aspectos inexplicáveis da vida cotidiana.

Os *yōkai* são como "artefatos de uma expressão energética de empatia – a descoberta de intenção e subjetividade em eventos do mundo exterior" (Foster, 2015, p. 35). Essa definição destaca a natureza dos *yōkai* como reflexos das emoções humanas e das experiências coletivas.

"Os *yōkai* não são apenas monstros; eles são também manifestações da cultura e das crenças humanas" (Foster, 2015, p. 12). Eles personificam medos, desejos e aspectos inexplicáveis da vida cotidiana, servindo como uma forma de compreender o mundo ao redor.

O Xintoísmo, religião indígena do Japão, contribuiu significativamente para o folclore japonês, introduzindo a crença em *kami*² que habitam todos os aspectos da natureza. Esses *kami* são frequentemente protagonistas de mitos que explicam a origem de elementos naturais e fenômenos. Por outro lado, o Budismo, introduzido no Japão no século VI, trouxe consigo uma rica tradição de contos morais e histórias de reencarnação, que foram assimiladas e adaptadas à cultura local. Além disso, a literatura chinesa e indiana influenciou o desenvolvimento de narrativas japonesas, especialmente através da introdução de temas e estruturas narrativas que foram incorporadas ao folclore japonês. (Foster, 2015, p.3).

Foster (2015) destaca que o folclore japonês é transmitido através de diversas formas, incluindo contos orais, literatura, arte e, mais recentemente, mídia modernos como *anime* e *mangá*. Historicamente, o folclore japonês foi transmitido oralmente por *kataribe* (contadores de histórias) e mais tarde registrado em compilações como o *Konjaku Monogatari-shū*, uma coletânea de narrativas do século XII que inclui contos da Índia, China e Japão. Esta obra é fundamental para o estudo do folclore japonês, pois preserva uma ampla gama de histórias que refletem as crenças e valores da época.

Ele observa que "os *yōkai* vivem no meio da vida, não em um reino etéreo separado" (p. 8), enfatizando sua presença contínua na cultura japonesa contemporânea. Esta análise proporciona

² espíritos ou deuses da cultura japonesa

uma compreensão aprofundada dos fundamentos do folclore japonês, destacando a importância dos *yōkai* como reflexos das crenças e experiências humanas.

2.2. Categorias e Características dos *Yokai*

Os *yōkai* são entidades sobrenaturais do folclore japonês que abrangem uma vasta gama de criaturas, desde espíritos travessos até monstros aterradores. Os "artefactos de uma expressão energética de empatia. A descoberta de intenção e subjetividade em eventos do mundo exterior" (Foster, 2015, p. 35). Esta definição destaca a natureza dos *yōkai* como reflexos das emoções humanas e das experiências coletivas.

Nas classificações tradicionais Foster explora as classificações dos *yōkai* propostas por estudiosos como Tsutomu Ema, que os organiza com base em **três critérios principais**:

1º Forma Verdadeira: Classifica os *yōkai* conforme sua natureza original, como humana, animal, vegetal, objeto ou fenómeno natural.;

2º Origem da Mutação: Considera a fonte da transformação do *yōkai*, seja relacionada ao mundo físico, espiritual, reencarnação ou materiais específicos.;

3º Aparência Externa: Agrupa os *yōkai* com base em sua aparência, como humanóide, animal, planta, artefacto, estrutura ou fenómeno natural.

Essas categorias ajudam a compreender a complexidade e a variedade dos *yōkai* no contexto cultural japonês (Foster, 2015, pp. 45-47).

Apesar da diversidade, muitos *yōkai* compartilham **características comuns**:

1º Metamorfose: Capacidade de mudar de forma, frequentemente para enganar ou interagir com humanos.;

2º Ambiguidade Moral: Podem ser benevolentes, maliciosos ou neutros, dependendo do contexto da história.;

3º Ligação com a Natureza: Muitos estão associados a elementos naturais, como rios, montanhas ou florestas.;

4º Explicação de Fenómenos: Servem para explicar eventos inexplicáveis ou assustadores na vida cotidiana.

Foster observa que "os *yōkai* não são apenas monstros; eles são também manifestações da cultura e das crenças humanas" (Foster, 2015, p. 12).

Estas criaturas desempenham papéis cruciais nas narrativas folclóricas, servindo como metáforas para aspectos da condição humana e da natureza.

Alguns exemplos são:

No folclore japonês clássico, a figura do *Shinigami* não é amplamente documentada. No entanto, com o tempo, especialmente durante o período Edo, surgiram histórias e peças de teatro *Kabuki* que mencionavam entidades que induziam os humanos à morte, Foster (2015) diz que muitas vezes o *shinigami* estão associadas a suicídios ou mortes súbitas. Essas representações iniciais pavimentaram o caminho para a concepção moderna do *shinigami* como um ser que guia as almas dos mortos ou influencia o destino humano. (p.80)



Figura 7: Takehara Shunsen, *Representação do 'Shinigami'*, ilustração para o livro *Ehon Hyaku Monogatari*, (Takehara Shunsen 1841)

Tradicionalmente, os *Oni* são descritos como criaturas gigantes com pele vermelha ou azul, chifres, presas afiadas e portando clavas de ferro. São associados a desastres naturais, doenças e punições infernais. "Os *oni* são frequentemente retratados como monstros gigantes e grotescos, simbolizando forças destrutivas e caóticas" (Foster, 2015, p. 89).

Durante o período Heian (794–1185), os oni eram frequentemente retratados na literatura japonesa como monstros aterrorizantes que devoravam pessoas, simbolizando as calamidades e desastres que assolavam a sociedade.



Figura 8: Mathew Meyer, *Representação do 'Oni'*, ilustração para the illustrated database of Japanese folklore, Yokai.com (Mathew Meyer 2025)

O *Kappa* é uma das criaturas mais conhecidas do folclore japonês, frequentemente descrito como um ser aquático de aparência antropomórfica, com características de tartaruga e sapo. São representados como espíritos aquáticos travessos, conhecidos por suas travessuras e, por vezes, comportamentos perigosos. Segundo Foster (2015), "os *kappa* são frequentemente retratados como criaturas que habitam rios e lagos, interagindo com os humanos de maneiras que variam de brincadeiras inofensivas a ações mais sinistras" (p. 111).

Tradicionalmente, os *kappa* são associados a comportamentos como puxar pessoas para dentro da água, especialmente crianças, e desafiar humanos para competições de *Sumô*.

No entanto, também são conhecidos por sua obsessão por pepinos, o que levou à prática de oferecer pepinos aos *kappa* para apaziguá-los.



Figura 9: Sawaki Suushi, *Kappa* (かわつば), Ilustração para o livro *Hyakkai-Zukan*, (Sawaki Suushi 1737)

Segundo Foster (2015), a *Yuki-Onna* ou "mulher da neve" é frequentemente descrita como "uma bela mulher de pele pálida e cabelos longos e negros, vestida com um quimono branco", associada ao inverno e à neve, podendo agir de forma benevolente ou letal (pp. 135–137). Dependendo da narrativa, a *Yuki-onna* pode ser uma figura benevolente ou uma entidade perigosa que leva os incautos à morte.

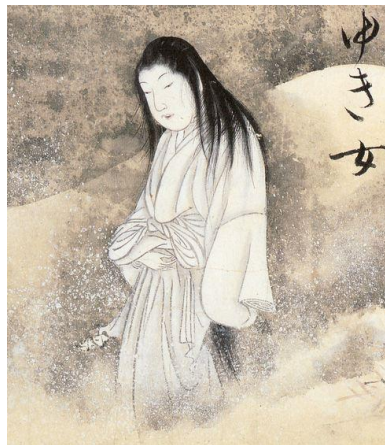


Figura 10: Sawaki Suushi, *Yuki-onna* (ゆき女), Ilustração para o livro *Hyakkai-Zukan*, (Sawaki Suushi 1737)

Foster (2015) refere que o *Kodama* é descrito como “um espírito que habita árvores antigas, especialmente em florestas densas e montanhosas”, sendo a árvore que o abriga considerada sagrada. Cortá-la pode trazer má sorte ou desgraça (p. 101).



Figura 11: Toriyama Sekien, *Kodama* (木魅), Ilustração para o livro *Gazu Hyakki Yagyō*, (Toriyama Sekien 1776)

Foster (2015), escreve que o *Nekomata* é um *yōkai* que “ao atingir certa idade ou tamanho, desenvolve poderes sobrenaturais e uma cauda bifurcada”, sendo associado a práticas como a necromancia e manipulação de espíritos (pp. 142–144).



Figura 12: Sawaki Suushi, *Nekomata* (猫また), Ilustração para o livro *Hyakkai-Zukan*, (Sawaki Suushi 1737)

"O *Tengu* é uma das figuras mais intrigantes do folclore japonês, representando entidades sobrenaturais associadas às montanhas e florestas. Tradicionalmente, os *Tengu* são retratados como seres com características humanas e aviárias, frequentemente com rostos vermelhos e narizes longos, simbolizando sua natureza híbrida e espiritual" (Foster, 2015, pp. 150–152).



Figura 13: Utagawa Kuniyoshi, *Elephant and a flying Tengu*, 1842. Xilogravura.
872 × 2 525 píxeis. Japão.

Segundo Foster (2015), na tradição japonesa, o *Tanuki* é retratado como “um animal travesso e brincalhão, dotado de habilidades mágicas de transformação”. Estes *yōkai* “demonstram seus talentos de metamorfose e parafernália mágica”, assumindo formas humanas ou objetos inanimados (pp. 127–129). Além disso, são frequentemente associados à boa sorte e prosperidade, sendo comum encontrá-los como estátuas diante de estabelecimentos comerciais no Japão.



Figura 14: Yoshitoshi, *Tanuki of Hiro Plan (1839 - 1892)*, 1842. Xilogravura.
17.7 cm X 22.8 cm. Famous Humorous Places in Tokyo, Toquio, Japão.

Foster (2015), refere que as *Kitsune* são retratadas como "figuras de fronteira", pois transitam entre o mundo humano e o sobrenatural (p. 119). No folclore japonês, essas raposas míticas são dotadas de capacidades de **metamorfose**³, podendo transformar-se em mulheres jovens e belas, o que lhes permite interagir com os humanos de forma ambígua, ora como **protetoras benevolentes**, ora como **entidades maliciosas**. Além disso, são frequentemente associadas ao deus *Inari*⁴, atuando como seus mensageiros espirituais (pp. 117–121).



Figura 15: Mathew Meyer, *Representação da 'Kitsune'*, ilustração para the illustrated database of Japanese folklore, Yokai.com (Mathew Meyer 2025)

O *Inugami* é criado através de um ritual sombrio que envolve o sacrifício de um cão, cujo espírito é então invocado para servir como um familiar espiritual. Esses espíritos são conhecidos por sua lealdade ao mestre, mas também por sua natureza vingativa, especialmente se forem maltratados ou negligenciados. Foster (2015) discute como os *yōkai* refletem as ansiedades sociais e culturais do Japão, o que se aplica à figura do *Inugami* como símbolo de medo e respeito pelas forças espirituais. (pp.133-136)

³ transformação significativa na forma e estrutura de um organismo

⁴ Inari incorpora a essência de um *kami* complexo na tradição japonesa, representando prosperidade, chá, agricultura (especialmente cultivo de arroz), indústria e forja. Essa divindade multifacetada, muitas vezes descrita como masculina e feminina, até mesmo andrógina, adapta sua identidade com base no contexto.



Figura 16: Sawaki Suushi, *Inugami* (犬神), Ilustração para o livro *Hyakkai-Zukan*, (Sawaki Suushi 1737)

2.3. O Papel dos *Yokai* no Imaginário Visual Japonês

Os *yōkai* têm desempenhado um papel central na formação do imaginário visual japonês, sendo representados de múltiplas formas ao longo da história, desde pergaminhos medievais a ilustrações de livros do período Edo, até ao design contemporâneo de personagens em *anime*, *mangá* e videogogos. Para Foster (2015), os *yōkai* são “expressões culturais que ajudam a moldar a maneira como as pessoas compreendem e se relacionam com o mundo ao seu redor” (p. 8), evidenciando o seu valor simbólico e emocional no quotidiano japonês.

Durante os séculos XVII e XVIII, obras ilustradas como os *emaki* (pergaminhos pintados) e os *ehon* (livros ilustrados) passaram a representar de forma sistemática diversas figuras *yōkai*, muitas vezes com um tom didático ou humorístico. Um dos mais notáveis artistas foi Toriyama Sekien, cuja série *Gazu Hyakki Yagyō* (“A Parada Noturna dos Cem Demônios”) consolidou visões estéticas dessas criaturas, influenciando até os padrões iconográficos usados hoje (Foster, 2015, p. 147).



Figura 17: Toriyama Sekien, *A Parada Noturna dos Cem Demônios*, Ilustração para o livro *Gazu Hyakki Yagyō*, (Toriyama Sekien 1776)

A continuidade dos *yōkai* no imaginário visual japonês manifesta-se nas formas mais modernas de arte popular. Segundo Foster (2015) “os *yōkai* não desapareceram; eles foram transformados e redesenhados, integrando-se no mundo da cultura de massa” (p. 10). *Anime e mangás* como GeGeGe no Kitarō, de Shigeru Mizuki, desempenharam um papel fundamental na sua reinvenção, popularizando-os junto das gerações mais jovens.

Além disso, *yōkai* como *kappa*, *kitsune* ou *tengu* continuam a ser representados em produtos culturais como Pokémon, Yokai Watch e filmes de Hayao Miyazaki, demonstrando a capacidade destas figuras de se adaptar a novos contextos e suportes visuais.

Os *yōkai* não são apenas entidades do passado; eles constituem uma linguagem visual viva, enraizada na tradição, mas aberta à inovação. Como Foster (2015) sublinha, “a vitalidade dos *yōkai* não reside apenas nas histórias contadas sobre eles, mas também nas imagens, símbolos e emoções que continuam a inspirar” (p. 12). A sua presença contínua na cultura visual japonesa reforça o seu papel como mediadores entre o visível e o invisível, o real e o imaginário. A presença dos *yōkai* no imaginário visual japonês evidencia a capacidade destas criaturas de transcenderem o tempo, adaptando-se às mudanças culturais e tecnológicas. Desde as gravuras *ukiyo-e* até às animações contemporâneas, os *yōkai* continuam a ser uma fonte inesgotável de inspiração artística e narrativa, refletindo as complexidades da identidade cultural japonesa.

2.4. A Evolução dos *Yokai* na Cultura Pop

Os *yōkai* têm desempenhado um papel significativo na cultura popular contemporânea do Japão, manifestando-se em diversas formas de media, como *anime*⁵, *manga*⁶ e videojogos. A sua representação evoluiu ao longo do tempo, refletindo mudanças sociais, culturais e tecnológicas.

Zilia Papp em *Anime and its Roots in Early Japanese Monster Art* (2010) destaca a importância da série Gegege no Kitarō, de Shigeru Mizuki, na popularização dos *yōkai* na cultura pop japonesa. A série, que começou como um *mangá* na década de 1950 e foi adaptada para anime em várias ocasiões, apresenta uma variedade de *yōkai* inspirados no folclore tradicional, adaptando-os para contextos modernos e acessíveis ao público contemporâneo. Papp observa que "ao analisar as

⁵ um termo para animação japonesa

⁶ história em quadrinhos japonesa

imagens em mudança relacionadas à representação de monstros na série, o livro documenta as mudanças na percepção dos monstros ao longo do último meio século”.

Foster (2015) também enfatiza a presença contínua dos *yōkai* na cultura popular japonesa, observando que "os *yōkai* vivem no meio da vida, não em um reino etéreo separado" (p. 8), destacando sua integração nas narrativas contemporâneas e sua adaptação às novas formas de media.

A influência dos *yōkai* estende-se aos videogames, onde são frequentemente representados como personagens, inimigos ou aliados, incorporando elementos do folclore tradicional em contextos interativos. Foster (2015) observa que "os *yōkai* migraram das florestas e lagoas das prefeituras rurais para livros, jogos, *anime* e as lojas de brinquedos de Tóquio", destacando a sua presença nas diversas formas de entretenimento digital (p. 6).

MacWilliams (2008) explora a riqueza e as sutilezas das formas culturais japonesas, como o *mangá* e o *anime*, e como estas formas incorporam elementos do folclore, incluindo os *yōkai*. Ele ainda observa que "os colaboradores exploram as dimensões históricas, culturais, sociológicas e religiosas do *mangá* e do *anime*, e examinam subgêneros específicos, artistas e estilos", destacando a complexidade e a profundidade da cultura visual japonesa e a sua relação com o folclore tradicional (p. 15).

A evolução dos *yōkai* na cultura pop japonesa reflete a capacidade destas criaturas de se adaptarem a novos contextos e media, mantendo-se relevantes e significativas para as audiências contemporâneas. Através do *anime*, *mangá* e videogames, os *yōkai* continuam a desempenhar um papel vital na cultura visual japonesa, servindo como pontes entre o passado e o presente, o tradicional e o moderno.

Voltando aos *yōkai* enumerados anteriormente, na cultura pop⁷ japonesa contemporânea, o *shinigami* tornou-se uma figura recorrente, aparecendo em diversas obras de *anime*, *mangá*, videogames e figuras de ação. Essas representações variam desde seres temíveis até personagens mais humanizados e complexos.

⁷ conjunto de ideias, comportamentos, imagens e atitudes que se popularizam e são disseminadas através dos meios de comunicação de massa, como a televisão, o rádio e a internet

Na cultura pop contemporânea, os **Oni** transcenderam suas origens folclóricas para se tornarem personagens multifacetados em *anime*, *mangá* e videogames. Em *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Mark MacWilliams destaca que "*mangá* e *anime* são uma parte fundamental da cultura visual japonesa contemporânea... desempenhando um papel cada vez mais importante no cenário global de mídia eletrônica e impressa".

A representação dos *oni* evoluiu ao longo do tempo, refletindo mudanças nas percepções culturais e sociais. De figuras temidas e malévolas, os *oni* passaram a ser retratados também como personagens cômicos ou até mesmo simpáticos em algumas mídias, demonstrando a capacidade da cultura japonesa de re-interpretar e adaptar suas tradições folclóricas.

Na cultura pop japonesa contemporânea, os **Kappa** continuam a ser figuras influentes. Eles aparecem em diversos *anime* e *mangá*, como *Inuyasha*, onde são retratados com características tradicionais, mas também com nuances mais modernas. Em filmes como *Summer Days with Coo*, um *kappa* é descoberto por uma família humana, explorando temas de amizade e aceitação. Além disso, os *kappa* são frequentemente utilizados como mascotes em campanhas publicitárias e produtos comerciais, refletindo sua transição de criaturas temidas para personagens simpáticos e cativantes.

Na cultura pop japonesa, a **Yuki-onna** é uma presença recorrente em diversos mídias. Em *animes* e *mangás*, ela é retratada tanto como uma figura trágica quanto como uma antagonista poderosa. Por exemplo, na série *Nura: Rise of the Yokai Clan*, a *Yuki-onna* é uma aliada leal do protagonista, demonstrando habilidades de combate com gelo. Já em *GeGeGe no Kitarō*, ela aparece como uma das muitas criaturas sobrenaturais que interagem com o mundo humano.

Na cultura pop japonesa, os **Kodama** são frequentemente representados como pequenos seres espirituais que simbolizam a vitalidade das florestas. Um exemplo notável é o filme *Princess Mononoke* (1997), do Studio Ghibli, onde os *kodama* aparecem como criaturas brancas e translúcidas com cabeças oscilantes, habitando florestas antigas e saudáveis. Sua presença no filme serve como um indicador visual da saúde ecológica da floresta, reforçando a mensagem ambientalista da obra.

Na cultura pop japonesa, o **Nekomata** é frequentemente representado em *animes*, *mangás* e jogos, refletindo sua dualidade como criatura mística e felina. Por exemplo, na série *Natsume's Book of Friends*, personagens inspirados em *Nekomata* aparecem como espíritos felinos com habilidades sobrenaturais. Além disso, em jogos como *Nioh* e *Yo-kai Watch*, o *Nekomata* é retratado como um inimigo ou aliado com poderes mágicos, mantendo viva sua presença no imaginário contemporâneo.

Na cultura pop japonesa, os **Tengu** são frequentemente representados em *animes*, *mangás* e jogos, refletindo sua dualidade como criaturas místicas e guerreiros. Por exemplo, na série *Nura: Rise of the Yokai Clan*, personagens inspirados em *Tengu* aparecem como poderosos aliados do protagonista. Além disso, em jogos como *Toukiden* e *Nioh*, os *Tengu* são retratados como inimigos formidáveis, mantendo viva sua presença no imaginário contemporâneo.

A figura do **Tanuki** transcendeu o folclore e encontrou um lugar cativo na cultura pop japonesa. No filme *Pom Poko* (1994) do Studio Ghibli, os *tanuki* são protagonistas que utilizam suas habilidades de transformação para proteger seu habitat natural da urbanização desenfreada. O filme combina humor e crítica social, destacando a dualidade dos *tanuki* como seres cômicos e conscientes.

As **Kitsune** têm uma presença significativa na cultura pop japonesa, aparecendo em diversos media:

As *Kitsune* também aparecem em obras literárias e cinematográficas, representando temas de transformação, engano e dualidade. Sua capacidade de assumir forma humana e interagir com os humanos permite explorar narrativas complexas sobre identidade e moralidade. As *Kitsune* são frequentemente utilizadas para explorar temas de ambiguidade moral, identidade e transformação, tornando-as figuras versáteis na narrativa contemporânea.

O **Inugami** tem sido representado em várias formas na cultura pop japonesa, destacando-se em *mangás*, *animes* e jogos:

Exploram a relação entre humanos e espíritos caninos, mergulhando em temas de horror e sobrenatural. Uma entidade que pode ser invocada, mantendo suas características de lealdade e poder espiritual.

Em *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, editado por Mark W. MacWilliams, os autores discutem como elementos do folclore japonês, como os *yōkai*, são incorporados e reinterpretados na mídia moderna. Eles exploram como essas representações refletem preocupações contemporâneas, como a preservação ambiental, e como os *yōkai* são adaptados para transmitir mensagens relevantes ao público atual.

2.5. Referências de *Yokais* na Cultura Pop Japonesa

1º *SHINIGAMI*

Death Note de 2003 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Light é um adolescente responsável e um aluno brilhante, filho de uma figura importante da polícia japonesa. A sua vida muda quando encontra *Death Note* e o seu dono, um *Shinigami* chamado Ryuk.

Através destas páginas, Light é capaz de matar qualquer pessoa, desde que conheça o seu rosto e escreva o seu nome num caderno. Com o objetivo de construir uma sociedade mais justa, começa a matar os criminosos da região.

Ryuk – É uma das personagens mais engraçadas e inestimáveis da série, por vezes, é o dono do caderno que Light encontrou no início da série. Por esse motivo, acompanha Light durante o desenvolvimento da série. Este *Shinigami* acha os humanos interessantes. É viciado em comer maçãs, alegando que para ele as maçãs são como o álcool e os cigarros são para os humanos.



Figura 18: Ryuk, *Death Note*, Produzido por Madhouse, 2006.

Rem - É o *Shinigami* que dá a Misa Amane um dos Death Notes que ela tinha.



Figura 19: Rem, *Death Note*, Produzido por Madhouse, 2006.

Sidoh – É o *Shinigami* cujo Death Note é roubado por Ryuk.

No entanto, quando se apercebe disso, a nota já tinha mudado de mãos várias vezes, indo parar às mãos da Máfia.



Figura 20: Sidoh, *Death Note*, Produzido por Madhouse, 2006.

Gelus - É o *Shinigami* que deu a sua vida protegendo Misa Amane.



Figura 21: Gelus, *Death Note*, Produzido por Madhouse, 2006.

Bleach de 2001 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Bleach acompanha as aventuras de Ichigo Kurosaki, um estudante do ensino secundário com a capacidade de ver fantasmas, e Rukia Kuchiki, uma *Shinigami*.

As primeiras partes da história focam-se principalmente nas personagens. À medida que os acontecimentos se desenrolam, a história começa a aprofundar-se mais no mundo destes deuses da morte.

Ichigo Kurosaki - É um humano que também é um *Shinigami* substituto. Ichigo é filho de Isshin e Masaki Kurosaki, e irmão mais velho de Karin e Yuzu.

É também casado com Orihime Inoue e tem um filho chamado Kazui Kurosaki.



Figura 22: Ichigo Kurosaki, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Rukia Kuchiki - É o atual capitão da 13ª Divisão. Anteriormente, serviu como tenente da 13ª Divisão sob o comando do Capitão Jūshirō Ukitake.

Rukia é irmã adotiva de Byakuya Kuchiki, amigo de Ichigo Kurosaki, e é casada com Renji Abarai.



Figura 23: Rukia Kuchiki, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Renji Abarai - É o tenente da 6ª Divisão sob o comando do Capitão Byakuya Kuchiki e é casado com Rukia Kuchiki. Anteriormente, serviu como 6º Lugar da 11ª Divisão sob o comando de Kenpachi Zaraki.



Figura 24: Renji Abarai, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Byakuya Kuchiki - É o 28º chefe do Clã Kuchiki, um dos quatro grandes clãs nobres da Soul Society. É também o capitão da 6ª Divisão do Gotei 13. O seu anterior tenente era Ginjirō Shirogane e o seu atual tenente é Renji Abarai.



Figura 25: Byakuya Kuchiki, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Genryūsai Yamamoto - Foi o capitão da 1ª Divisão do Gotei 13 e também o Capitão-Comandante de todo o Gotei 13. O seu tenente era Chōjirō Sasakibe. Depois de ser lançado no Inferno, ganhou o epíteto de "Fundador do Gotei".



Figura 26: Genryūsai Yamamoto, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Hiyori Sarugaki - É o ex-tenente da 12ª Divisão sob o comando dos capitães Kirio Hikifune e Kisuke Urahara, e é atualmente Visored.



Figura 27: Hiyori Sarugaki, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Izuru Kira - É o tenente da 3ª Divisão do Gotei 13, anteriormente sob o comando do Capitão Gin Ichimaru e actualmente sob o comando do Capitão Rōjūrō Ōtoribashi.



Figura 28: Izuru Kira, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Jūshirō Ukitake - Era o capitão da 13ª Divisão do Gotei 13. A dada altura, o seu tenente foi Kaien Shiba, e mais tarde foi Rukia Kuchiki. Durante a maior parte da sua vida, hospedou Mimihagi, o Braço Direito do Rei das Almas, no seu corpo. Depois de ser lançado no Inferno, Ukitake ganha o epíteto de "Kamikake"



Figura 29: Jūshirō Ukitake, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Kenpachi Zaraki - É o atual capitão da 11ª Divisão do Gotei 13. É o décimo primeiro Kenpachi a ocupar o cargo. O seu primeiro-tenente foi Yachiru Kusajishi e o seu atual tenente é Ikkaku Madarame.



Figura 30: Kenpachi Zaraki, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Lisa Yadōmaru - É um Visored e o atual capitão da 8ª Divisão. O seu tenente é Yuyu Yayahara. É ex-tenente da 8ª Divisão sob o comando do Capitão Shunsui Kyōraku.



Figura 31: Lisa Yadōmaru, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Madarame Ikkaku - É tenente e ex-oficial de 3º lugar na 11ª Divisão do Gotei 13, sob o comando do Capitão Kenpachi Zaraki.



Figura 32: Madarame Ikkaku, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Rangiku Matsumoto - É o tenente da 10ª Divisão do Gotei 13, servindo sob o comando do Capitão Tōshirō Hitsugaya.



Figura 33: Rangiku Matsumoto, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Retsu Unohana - Anteriormente conhecida como Yachiru Unohana, foi a antiga capitã da Quarta Divisão do Gotei 13. Foi uma das mais velhas e os capitães mais experientes, e foi o melhor curador da Soul Society. A sua tenente era Isane Kotetsu. Serviu também como primeira capitã da Décima Primeira Divisão, onde foi a primeira pessoa a usar o nome "Kenpachi". Depois de ser lançada no Inferno, Unohana ganhou o epíteto de "Espada da Morte"



Figura 34: Retsu Unohana, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Shinji Hirako - É o capitão da 5ª Divisão do Gotei 13. O seu tenente é Momo Hinamori. Também atuou como recrutador e líder de facto do Visored. Foi também capitão há mais de 100 anos, antes do seu exílio, e foi reintegrado no seu antigo posto algum tempo depois da batalha contra Sōsuke Aizen.



Figura 35: Shinji Hirako, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Shunsui Kyōraku - É o capitão da 1ª Divisão e Capitão-Comandante do Gotei 13. Os seus tenentes são a sua sobrinha, Nanao Ise, e Genshirō Okikiba.

É o ex-capitão da 8ª Divisão.



Figura 36: Shunsui Kyōraku, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Tōshirō Hitsugaya - É o capitão da 10ª Divisão do Gotei 13. O seu tenente é Rangiku Matsumoto. Anteriormente, serviu como 3º Lugar da 10ª Divisão sob o comando de Isshin Shiba.



Figura 37: Tōshirō Hitsugaya, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Tousen Kaname - Foi o capitão da 9ª Divisão do Gotei 13 até trair a Soul Society, ao lado de Sōsuke Aizen e Gin Ichimaru. Esta traição colocou-o em desacordo com o seu antigo melhor amigo Sajin Komamura, bem como com o seu antigo tenente da 9ª Divisão, Shūhei Hisagi. Anteriormente, serviu como 5º Lugar da 9ª Divisão sob o comando de Kensei Muguruma.



Figura 38: Tousen Kaname, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Urahara Kisuke - É o antigo capitão da 12ª Divisão, bem como o fundador e 1º presidente do S.R.D.I. O seu tenente era Hiyori Sarugaki. Vive no Mundo dos Humanos, onde é dono de uma pequena loja de conveniência que vende artigos de Shinigami. É auxiliado pelos seus funcionários Tessai Tsukabishi, Jinta Hanakari e Ururu Tsumugiya.



Figura 39: Urahara Kisuke, *Bleach*, por Studio Pierrot, 2004.

Descendents of the Darkness de 1996 (*manga, anime*)

A história gira em torno de shinigamis. Estes Guardiões da Morte trabalham para Enma Daiō, o rei dos mortos, organizando as chegadas esperadas e inesperadas ao Submundo.

Asato Tsuzuki - É o protagonista principal da história. Quando estava vivo, foi intimidado quando jovem e, mais tarde, tentou suicidar-se. Não se sabe se era humano/demônio ou demônio ou de alguma outra espécie quando estava vivo.



Figura 40: Asato Tsuzuki, *Descendents of the Darkness*, por J.C. Staff, 1996.

Omishi Magical Theater Risky Safety de 1999 (*manga, anime*)

Um aprendiz de *shinigami*, Risky, está determinado a tirar a vida a Moe. No entanto, Risky é magicamente unido a um anjo aprendiz, Safety, pelo que Risky se transforma em Safety sempre que alguém diz algo simpático.

Risky - Um aprendiz de *shinigami*



Figura 41: Risky, *Omishi Magical Theater Risky Safety*, por Studio Deen, 1999.

Soul Eater de 2004 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Soul Eater acompanha três equipas de Meisters e armas enquanto lutam para se tornarem os mais fortes protetores da humanidade numa Academia fundada pelo Lorde Morte, que ligou a sua alma a uma cidade onde residem os restos mortais do primeiro lorde demónio.

Death the Kid - É o segundo filho do próprio Morte e do Mestre dos Demon Twin Guns, Liz Thompson e Patty Thompson. Criado a partir de um pedaço do próprio Death, Death the Kid é conhecido por ser um dos três melhores alunos do EAT na DWMA.



Figura 42: Death the Kid, *Soul Eater*, por Studio Bones, 2004.

2º ONI

Demon Slayer de 2016 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Uma família é atacada por demónios e apenas dois membros sobrevivem: Tanjiro e a sua irmã Nezuko, que se está a transformar lentamente num demónio. Tanjiro decide tornar-se um matador de demónios para vingar a sua família e curar a sua irmã.

As personagens:

Nezuko Kamado - É o deuteragonista de *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba*. É um demónio, irmã mais nova de Tanjiro Kamado e um dos dois membros restantes da família Kamado. Anteriormente humana, foi atacada e transformada num demónio por Muzan Kibutsuji.



Figura 43: Nezuko Kamado, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Muzan Kibutsuji - É o principal antagonista de *Demon Slayer*. É o Rei Demónio, o primeiro da sua espécie e o progenitor de todos os outros demónios existentes.



Figura 44: Muzan Kibutsuji, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Tamayo - É uma personagem secundária importante de *Demon Slayer*. É um demónio, uma médica habilidosa e uma aliada próxima de Tanjiro Kamado.



Figura 45: Tamayo, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Yushiro - É uma personagem secundária importante de *Demon Slayer*. É o companheiro de viagem de Tamayo e um aliado próximo de Tanjiro Kamado. Yushiro foi transformado em demónio por Tamayo quando teve uma doença terminal.



Figura 46: Yushiro, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Susamaru - Foi um dos dois principais antagonistas do Arco Asakusa de *Demon Slayer* juntamente com Yahaba. Ela era um demónio que aspirava a juntar-se aos Doze Kizuki.



Figura 47: Susamaru, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Yahaba - Juntamente com Susamaru, foi um dos principais antagonistas do Arco Asakusa. Era um demónio que aspirava a juntar-se aos Doze Kizuki.



Figura 48: Yahaba, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

The Hand Demon - Foi um demónio notório que matou treze aprendizes de Sakonji Urokodaki, incluindo Sabito e Makomo, bem como pelo menos cinquenta outros aspirantes a Matadores de Demónios.



Figura 49: The Hand Demon, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

The Tongue Demon - Era um diabo que vivia na Mansão Tsuzumi.



Figura 50: The Tongue Demon, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

The Swamp Demon - Foi o principal antagonista do Arco do Pântano do Sequestrador. Era um demónio que fez uma série de raptos durante a primeira missão de Tanjiro Kamado para o Corpo de Caçadores de Demónios.



Figura 51: The Swamp Demon, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

The Spider Demon (Father, Mother, Son, Daughter) - Era um membro da Família Aranha.



Figura 52: The Spider Demon (Father), *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016



Figura 53: The Spider Demon (Mother), *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016



Figura 54: The Spider Demon (Daughter), *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016



Figura 55: The Spider Demon, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016

Nakime - É uma personagem recorrente e um antagonista secundário no Arco Castelo Infinito de *Demon Slayer*. Ela é um demónio que possui e controla o Castelo Infinito e serve diretamente Muzan Kibutsuji.



Figura 56: Nakime, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Kokushibo - É um dos principais antagonistas secundários de *Demon Slayer*. É um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a posição mais alta, o Rank Superior Um.



Figura 57: Kokushibo, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Doma - É um grande antagonista secundário de *Demon Slayer*. É um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a segunda posição mais alta, o Rank Superior Dois.



Figura 58: Doma, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Akaza - É um grande antagonista secundário de *Demon Slayer*. É um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a posição de Nível Superior Três.



Figura 59: Akaza, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Hantengu - Juntamente com Gyokko, foi um dos principais antagonistas no Arco da Aldeia dos Espadachins de *Demon Slayer*. Era um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a posição de Nível Superior Quatro.



Figura 60: Hantengu, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Gyokko - Juntamente com Hantengu, foi um dos principais antagonistas no Arco da Aldeia do Espadachim de *Demon Slayer*. Era um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a posição de Nível Superior Cinco.



Figura 61: Gyokko, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Gyutaro - Foi um dos principais antagonistas do arco *Entertainment District de Demon Slayer*. Era um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a posição de Rank Superior Seis. Uma posição que partilhava com a sua irmã mais nova, Daki.



Figura 62: Gyutaro, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Daki - Foi um dos principais antagonistas do arco *Entertainment District de Demon Slayer*. Ela era um demónio afiliado aos Doze Kizuki, sendo o detentor secundário da posição de Rank Superior Seis. Uma posição que ela partilhava com o titular principal, o seu irmão mais velho, Gyutaro.



Figura 63: Daki, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Enmu - Foi o principal antagonista no Arco *Mugen Train de Demon Slayer*. Era um demónio afiliado aos Doze Kizuki, ocupando a posição de Nível Inferior Um.

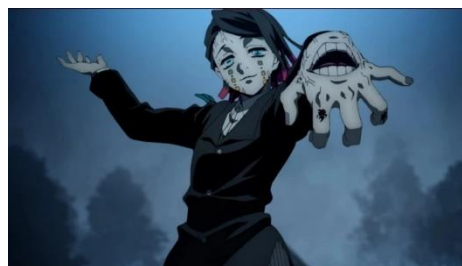


Figura 64: Enmu, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Mukago - Foi membro dos Doze Kizuki, tendo ocupado a posição de Rank Inferior Quatro.



Figura 65: Mukago, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Rui - É o deuteragonista de *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba*.

É um demónio, irmã mais nova de Tanjiro Kamado e um dos dois membros restantes da família Kamado. Anteriormente humana, foi atacada e transformada num demónio por Muzan Kibutsuji.



Figura 66: Rui, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Kyogai - Foi o principal antagonista no Arco da Mansão Tsuzumi de *Demon Slayer*. Era um demónio anteriormente afiliado aos Doze Kizuki, tendo ocupado a posição antes de Muzan Kibutsuji o excomungar por não ser suficientemente forte.



Figura 67: Kyogai, *Demon Slayer*, por Ufotable, 2016.

Lum the Invader Girl de 1978 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Lum Invader foi escolhida para representar a sua espécie num jogo de apanhada contra um humano chamado Ataru Moroboshi para determinar o destino do planeta Terra. Depois de Ataru a derrotar, ela interpreta mal os seus cânticos de vitória como uma proposta de casamento, pelo que se impõe na sua vida e torna-se a amorosa "esposa" de Ataru, para grande desgosto deste último.

Lum - Lum Invader é a protagonista feminina de *Urusei Yatsura*. Ela é uma alienígena *Oni* vinda do planeta Oniboshi.



Figura 68: Lum, *Lum the Invader Girl*, por Studio Deen, 1978.

A série ***New Getter Robo*** de 2004 é uma reimaginação do *anime e mangá* de 1970 *Getter Robo*, que conta com a criação de um cientista de três robôs mecha para combater uma invasão alienígena chamada *Oni*. A história segue Ryoma, Hayato e Benkei, três pilotos que usam o *Getter Robo*, um poderoso robô com o poder de manipular a energia Getter, para proteger o mundo contra os *Oni*.

Burai - É uma forma de vida artificial criada pelos Invasores usando os genes de Hayato Jin. É o parceiro de Gore e é baseado no Imperador Burai da série *Getter Robo G*.



Figura 69: Burai, *New Getter Robo*, por Brain's Base, 2004.

3º KAPPA

One Piece de 1999 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Num mundo fantástico dominado pelo mar, piratas e criaturas gigantes, o lendário pirata Gold Roger escondeu um valioso tesouro chamado *One Piece* na perigosa rota marítima Grand Line. Antes de ser executado, desafiou todos os piratas a encontrarem esse tesouro. Inspirado por esse desafio, Monkey D. Luffy, um jovem sonhador, parte numa jornada para se tornar o Rei dos Piratas. Ao longo do caminho, Luffy forma uma tripulação fiel, incluindo Zoro, Nami, Usopp, Sanji e Chopper. Juntos, enfrentam inúmeros perigos e aventuras em alto mar na busca incessante pelo *One Piece*.

Kwantsu the Kappa - Kawamatsu, o *Kappa*, é um lutador de sumo de nível yokozuna.

Em criança, naufragou em Wano e ficou órfão pouco depois. Depois de Kozuki Oden o ter resgatado de uma tentativa de linchamento, passou a servir como um dos Nove Bainhas Vermelhas de Oden até à morte de Oden, há 20 anos. Depois de passar 7 anos a cuidar da filha de Oden, Hiyori, Kawamatsu foi aprisionado pelos Piratas das Feras durante 13 anos até que Monkey D. Luffy finalmente o libertou. Reuniu-se então com os Nove Bainhas Vermelhas e juntou-se a eles para lutar contra Kurozumi Orochi e Kaidou e vingar Oden.



Figura 70: Kwantsu the Kappa, *One Piece*, por Toei Animation, 1999.

Kakuriyo: Bed and Breakfast for Spirits de 2015 (*manga, anime*)

Uma estudante universitária, Aoi, partilha a capacidade do seu falecido avô de ver ayakashi. Um dia, enquanto Aoi está a alimentar alguns ayakashi, um demónio aparece! Declara que o avô de Aoi tinha uma grande dívida e, como compensação, Aoi deveria casar com o demónio! Aoi recusa e decide pagar a dívida trabalhando.

Chibi - É uma das personagens secundárias de Kakuriyo no Yadomeshi.



Figura 71: Chibi, *Kakuriyo: Bed and Breakfast for Spirits*, por Gonzo, 2015.

Summer Days with Coo de 2007 (filme)

O jovem Koicho encontra e leva para casa uma criatura chamada Coo, que sobreviveu milagrosamente durante 200 anos. Juntos, vivem grandes aventuras, mas Coo tem de enfrentar o seu passado trágico.

Coo - Toda a história gira em torno do *kappa*. Foi encontrado por Kōichi Uehara, depois de ter sobrevivido mais de 200 anos como fósfil. Vive então com a família Uehara.



Figura 72: Coo, *Summer Days with Coo*, por Keiichi Hara, 2007.

Sarazanmai de 2018 (*manga, anime*)

Depois de partirem acidentalmente uma estátua de um *kappa* que serve como deus guardião do distrito de Asakusa, os alunos da escola primária Kazuki, Toi e Enta são transformados em *kappas* por Keppi, o príncipe do Reino *Kappa*. Vêm ajudar Keppi a recolher os Pratos da Esperança, que realizam os desejos de quem os possui.

Keppi - é um *kappa* em *Sarazanmai* e o responsável por transformar personagens noutros *kappas*. Trabalha com eles para derrotar os zombies que aparecem.



Figura 73: Keppi, *Sarazanmai*, por MAPPA e Lapin Track, 2018.

Nura: Rise of the Yokai Clan de 2008 (*manga, anime*)

A série acompanha Rikuo Nura, um humano durante o dia e um *yōkai* à noite, que está destinado a tornar-se o Terceiro Herdeiro do Clã Nura. Com a ajuda de amigos e aliados, Rikuo tem de impedir que várias facções opostas usurpem a sua posição.

Kappa - É um *Kappa* *yōkai* do Clã Nura cujo domínio é o medo da água. É um dos guardiões de Rikuo que adora pepinos e luta muito bem perto da água.



Figura 74: Kappa, *Nura: Rise of the Yokai Clan*, por Studio Deen, 2008.

Yokai Watch de 2013 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Youkai Watch acompanha Keita, Whisper e o espírito felino Jibanyan enquanto encontram *yōkai*s, fazem amizade com eles, resolvem todos os problemas que costumam causar e, com a ajuda do relógio, usam os poderes dos *yōkai* encontrados anteriormente para os ajudar.

Walkappa - É um Yo-kai de nível D, atributo Água, da tribo Charming introduzido em *Yo-kai Watch*. Desde *Yo-kai Watch: Ukiukipedia Kiwami* até *Yo-kai Watch: Ukiukipedia Gakuen Y*, e em *Yo-kai Watch 4*, faz parte da tribo Uwanosora.



Figura 75: Walkappa, *Yokai Watch*, por OLM, 2013.

4º YUKI-ONNA

In/specture de 2011 (*manga, anime*)

Conheça a fofa, presunçosa e portadora de bengala Iwanaga Kotoko, de 17 anos, enquanto tenta agressivamente cortejar o mais velho Sakuragawa Kurou e agir como mediadora/solucionadora de problemas para o mundo sobrenatural.

Yuki-Onna - Nome real desconhecido, é uma personagem de *Kyokou Suiri*.



Figura 76: Yuki-Onna, *In/specture*, por Brain's Base, 2011.

Nurarihyon no Mago de 2007 (*manga, anime*)

Rikuo Nura, uma rapaz metade *yokai* e metade humano, cresceu como o jovem mestre do Clã Nura. Composto por *youkai*s de todos os tamanhos e feitios, Rikuo tratava o clã como família, no entanto descobriu que era o único entre os seus colegas de turma que os via desta forma. Para a maioria, eram criaturas aterradoras do folclore que comiam crianças e se deliciavam com o derramamento de sangue. Levando isto a sério, jurou viver a sua vida como um ser humano normal.

Tsurara Oikawa - É o assistente de confiança de Rikuo e parte do seu novo "Hyakki Yakō", que o segue até à escola sob um conhecido disfarce humano como Tsurara Oikawa. Na Casa Nura, por vezes atua como cozinheira, preparando comidas deliciosas, mas geralmente geladas.



Figura 77: Tsurara Oikawa, *Nurarihyon no Mago*, por Studio Deen, 2007.

Interviews with Monster Girls de 2014 (*manga, anime*)

Tetsuo Takahashi, um professor de biologia, quer estudar semideuses e a sua sorte sorri-lhe e vai parar à mesma escola que quatro desses semideuses. A história segue enquanto ele tenta entrevistar estes semideuses e aprender mais sobre eles, mas com muitas falhas da sua parte e comédia no seu melhor do outro lado.

Yuki Kusakabe - É um deuteragonista em *Demi-chan wa Kataritai*. É uma *Yuki Onna* (Mulher da Neve) por natureza, o que resulta na sua capacidade de baixar a temperatura ambiente, o que se torna mais aparente quando está a experienciar fortes emoções negativas.



Figura 78: Yuki Kusakabe, *Interviews with Monster Girls*, por A-1 Pictures, 2014.

5º KODAMA

Princess Mononoke de 1997 (filme)

O conto da Princesa Mononoke é uma aventura de fantasia: uma luta épica entre a humanidade e a natureza. Os interesses conflitantes da história, compostos por monstros amaldiçoados, uma variedade de pessoas movidas pela ambição, um herói altruísta e deuses vingativos, são notáveis porque não existe um vilão, mas antes retratam a escuridão e o ódio manifestados em todos.

Kodama - Os espíritos das árvores apareceram em *Princesa Mononoke*. São filhos de árvores velhas e são um sinal de que a floresta está saudável.



Figura 79: Kodama, *Princess Mononoke*, por Studio Ghibli , 1997.

6° NEKOMATA

Yokai Watch de 2013 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Jibanyan - É um dos dois deuteragonistas da série *Yo-kai Watch*. É um *yōkai* de atributo Fogo de Rank D da tribo Charming, apresentado em *Yo-kai Watch*.



Figura 80: Jibanyan, *Yokai Watch*, por OLM, 2013.

InuYasha de 1996 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Kagome e Inu-Yasha decidem unir forças e partir para recuperar os pedaços da Joia das Quatro Almas. Ao longo do caminho, vivem grandes aventuras e enfrentam *yōkai* maléficos, sedentos de poder. Ao mesmo tempo, a menina tem ainda de equilibrar a sua vida aventureira no Japão antigo com os seus estudos no mundo de hoje.

Kiara- É o fiel companheiro *nekomata* de Sango e o seu principal meio de transporte. Após a destruição de Naraku e da Jóia Sagrada, Kirara tornou-se a companheira e parceira de viagem de Kohaku. Em Hanyō no Yashahime, serve como parceira do filho mais novo de Sango, Hisui, e também da meio-demónio caçadora de demónios Setsuna.



Figura 81: Kiara, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.

Genshin Impact de 2020 (videogame)

Genshin Impact decorre no mundo de fantasia de Teyvat, lar de sete nações, cada uma delas ligada a um elemento diferente e governada por um deus diferente. A história segue O Viajante, um aventureiro interestelar que, no início do jogo, é separado do seu irmão gêmeo depois de os dois chegarem a Teyvat.

Kirara - É uma personagem Dendro jogável em *Genshin Impact*. Uma *nekomata*, Kirara é a Mensageira de Nível Ouro do Komaniya Express, sediado em Inazuma. A sua diligência em garantir que cada encomenda era entregue no local certo aumentou a reputação da sua empresa e a dela, tornando-a a única transportadora responsável pelas entregas internacionais. Ela gosta de cada entrega que faz enquanto pensa nestes passeios para si mesma.



Figura 82: Kirara, *Genshin Impact*, por miHoYo, 2020.

Blue Exorcist de 2009 (*manga, anime*)

Depois de descobrir que é filho de Satanás, um jovem tem de se juntar à Academia True Cross para dominar as suas capacidades e derrotar o próprio Satanás.

Kuro - É um familiar de Cat Síthe e Rin Okumura. Foi familiar de Shiro Fujimoto até à sua morte às mãos de Satanás.



Figura 83: Kuro, *Blue Exorcist*, por A-1 Pictures, 2009.

High School DXD de 2008 (*manga, anime* e figuras de ação)

A história centra-se em Issei Hyodo, um estudante pervertido do liceu da Academia Kuoh que deseja ser rei de harém e é morto pelo seu primeiro encontro, revelando-se um anjo caído, mas mais tarde é revivido como um demónio pela diabólica princesa ruiva Rias Gremory para a servir a ela e à sua diabólica família.

Kuroka - Kuroka, mais tarde chamada Kuroka Toujou, é uma Nekoshou, uma variante rara de Nekomata. É a irmã mais velha de Koneko Toujou, o que faz dela a filha primogénita de Fujimai e do seu amante. Após a morte dos pais, ela e a irmã foram trazidas para o Clã Naberius, transformou-se então no Diabo reencarnado.



Figura 84: Kuroka, *High School DXD*, por TNK, 2008.

Naruto de 1999 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Naruto Uzumaki, um jovem ninja que procura constantemente reconhecimento e sonha tornar-se Hokage, o principal ninja da sua aldeia.

Matatabi - Mais conhecido por Duas-Caudas, é um dos nove Bijuu. No passado, ela foi selada dentro de Yugito Nii de Kumogakure.



Figura 85: Matatabi, *Naruto*, por Pierrot, 1999.

7º Tengu

One Piece de 1999 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Kozuki Sukiyaki - É o antigo xogum do país de Wano. É o pai do falecido daimyo de Kuri Kozuki Oden, bem como o avô do atual xogum Kozuki Momonosuke e Hiyori. Descendente do lendário ferreiro Kotetsu, é ferreiro por hobby e criou uma das espadas de Roronoa Zoro, Sandai Kitetsu, bem como Ame no Habakiri, que já foi empunhada por Oden e agora por Momonosuke.



Figura 86: Kozuki Sukiyaki, *One Piece*, por Toei Animation, 1999.

Demon Slayer de 2016 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Sakonji Urokodaki - É um membro aposentado do Corpo de Caçadores de Demônios, tendo ocupado o cargo de antigo Water Hashira. É o principal cultivador do estilo Respiração Aquática, tendo treinado Makomo, Sabito, Giyu Tomioka e Tanjiro Kamado.



Figura 87: Burai, *Sakonji Urokodaki*, por Ufotable, 2016.

Nurarihyon no Mago de 2007 (*manga, anime*)

Rikuo Nura, uma rapaz metade *yōkai* e metade humano, cresceu como o jovem mestre do Clã Nura. Composto por youkais de todos os tamanhos e feitios, Rikuo tratava o clã como família, no entanto descobriu que era o único entre os seus colegas de turma que os via desta forma. Para a maioria, eram criaturas aterradoras do folclore que comiam crianças e se deliciavam com o derramamento de sangue. Levando isto a sério, jurou viver a sua vida como um ser humano normal.

Karasu Tengu - É um *tengu yōkai* com cabeça de corvo que é um dos conselheiros de Nurarihyon e um seguidor leal do Clã Nura. Tem dois filhos e uma filha, os Sanbagarasu.



Figura 88: Karasu Tengu, *Nurarihyon no Mago*, por Studio DEEN, 2007.

Gegege No Kitaro de 1960 (*manga, anime, filme*)

Kitarō é um rapaz *yōkai* que nasceu num cemitério após a morte dos seus pais. Para além do seu pai quase decadente, Medama-Oyaji, é o último membro sobrevivente da Tribo Fantasma. Luta pela paz entre os humanos e os *yōkai*, o que geralmente envolve proteger os primeiros das artimanhas dos segundos.

Kojirō - É um Karasu-Tengu da tribo do Monte Daisen que aparece na adaptação anime de 2018.



Figura 89: Kojirō, *Gegege No Kitaro*, por Toei Animation, 1960.

Kamisama Kiss de 2008 (*manga, anime*)

Nanami é uma estudante do ensino secundário que não tem onde morar até aceitar uma oferta para viver num santuário, o que a torna a nova deusa local. Com o seu belo espírito familiar de raposa, Nanami aprende os meandros da divindade e conhece mais espíritos, incluindo dois que competem pelo seu amor!

Kurama - O seu nome verdadeiro é Shinjirou e é um Tengu (Corvo) *yōkai* que se faz passar por uma estrela pop humana "Anjo Caído". O seu ato gira em torno da ideia de que é um anjo caído, o que enfatiza com roupas punk, maquilhagem gótica e asas negras, que os seus fãs assumem naturalmente como acessórios.



Figura 90: Kurama, *Kamisama Kiss*, por TMS Entertainment, 2008.

Kakuriyo: Bed and Breakfast for Spirits de 2015 (*manga, anime*)

Uma estudante universitária Aoi partilha a habilidade do seu falecido avô para ver ayakashi. Um dia, enquanto Aoi está a alimentar alguns ayakashi, um demónio aparece! Declara que o avô de Aoi tinha uma grande dívida e, como compensação, Aoi deveria casar com o demónio! Aoi recusa e decide pagar a dívida trabalhando.

Hatori - É uma das personagens secundárias da série *Kakuriyo no Yadomeshi*. Trabalha como gerente de receção na pousada Orio-ya.



Figura 91: Hatori, *Kakuriyo: Bed and Breakfast for Spirits*, por Gonzo, 2015.

8º *Tanuki*

Pom Poko de 1994 (filme)

É um filme de comédia dramática animado pelo Studio Ghibli para a Tokuma Shoten, Nippon Television Network e Hakuhodo. A história começa no final da década de 1960, no Japão. Um grupo de tanuki é ameaçado por um gigantesco projeto de desenvolvimento suburbano chamado New Tama, nas colinas de Tama, nos arredores de Tóquio. O empreendimento está a cortar o seu habitat florestal e a dividir as suas terras. A história passa-se no início da década de 1990 no Japão, durante os primeiros anos da era Heisei. Com um espaço de vida limitado e a comida a diminuir a cada ano, os *tanuki* começam a lutar entre si pelos recursos cada vez mais reduzidos, mas a pedido da matriarca Oroku, decidem unir-se para impedir o desenvolvimento.

Shōkichi - Também conhecido como Shōkichi da Floresta das Sombras, é um dos principais protagonistas de *Pom Poko*. O seu eu mais velho está a narrar o filme.



Figura 92: Shōkichi, *Pom Poko*, por Studio Ghibli, 1994.

Tamasaburō - Também conhecido como Tamasaburō da Floresta dos Ogros, é uma personagem que apareceu em Pom Poko.

Gonta - Também conhecido como Gonta da Floresta dos Falcões, é um antagonista/anti-herói em *Pom Poko*.



Figura 93: Tamasaburō, *Pom Poko*, por Studio Ghibli, 1994.

Okiyo - Também conhecido como Kiyo do Templo da Desintegração, é o deuteragonista em *Pom Poko*. É esposa de Shoukichi.



Figura 94: Okiyo, *Pom Poko*, por Studio Ghibli, 1994.

Ponkichi - É um cão-guaxinim que aparece em Pom Poko. Faz parte do grupo de guaxinins incapazes de se transformar. É namorado de Hanako e amigo próximo de Shoukichi.



Figura 95: Ponkichi, *Pom Poko*, por Studio Ghibli, 1994.

Seizaemon - É o líder dos *tanukis* da Floresta dos Sinos em *Pom Poko*.



Figura 96: Seizaemon, *Pom Poko*, por Studio Ghibli, 1994.

Oroku - Também chamada de Avó Oroku ou Oroku, a Bola de Fogo, é uma personagem de *Pom Poko*.



Figura 97: Oroku, *Pom Poko*, por Studio Ghibli, 1994.

InuYasha de 1996 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Hachi - É um *tanuki* de Awa que ajudou Miroku em algumas ocasiões.



Figura 98: Hachi, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.

Kemono Jihen de 2016 (*manga, anime*)

Kemono Jihen acompanha Inugami, um detetive ocultista, enquanto investiga estranhas mortes de animais numa aldeia rural. Conhece Kabane, um rapaz meio-humano que trabalha fora da aldeia e é rejeitado pela comunidade devido ao seu mau cheiro e aparência estranha. Inugami e Kabane juntam-se para descobrir a verdade por detrás dos assassinatos, que estão ligados a uma série de acontecimentos sobrenaturais.

Kohachi Inugami - Meio humano, meio *kemono* (espírito animal), atua como investigador do oculto e dirige a Agência de Detetives Inugami. Apesar da sua aparência descontraída e comportamento relaxado, Inugami é extremamente sábio, justo e protetor.



Figura 99: Kohachi Inugami, *Kemono Jihen*, por Ajia-do Animation Works, 2016.

Poco's Udon world de 2019 (*manga, anime*)

Souta Tawara, um web designer de Tóquio, que regressa à sua cidade natal, Kagawa, após a morte do seu pai. Enquanto limpa o antigo restaurante da sua família, descobre um rapaz chamado Poco, que na verdade é um tanuki que muda de forma. Souta cuida de Poco e as suas vidas entrelaçam-se enquanto navegam pelo ambiente rural simples e encantador.

Poco - Um jovem rapaz que é na verdade um *tanuki* mágico. É adotado por Souta depois de ser encontrado sozinho, escondido dentro de um restaurante fechado.



Figura 100: Poco, *Poco's Udon world*, por Liden Films, 2019.

9º Kitsune

One Piece de 1999 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Catarina Devon - A Inu Inu no Mi, Modelo: Kyubi no Kitsun, é uma Akuma no Mi do tipo Zoan Mítica que permite ao utilizador transformar-se numa raposa de nove caudas. Foi comido por Catarina Devon. Catarina Devon, conhecida como a "Caçadora da Lua Crescente", foi a pirata mais perigosa a ser aprisionada em Impel Down em toda a era dos piratas. Foi libertada por Marshall D. Teach e recrutada para os Piratas do Barba Negra.



Figura 101: Catarina Devon, *One Piece*, por Toei Animation, 1999.

Onimaru - Já foi um companheiro do falecido daimyo de Ringo, Shimotsuki Ushimaru. Após a morte do seu mestre, uniu forças com Kawamatsu para recolher armas para a batalha final contra Kaidou e protegê-los dos ladrões. Depois de Kawamatsu ter sido capturado, Onimaru fez-se passar por um humano conhecido como Gyukimaru na Ponte Oihagi, roubando armas às pessoas enquanto continuava a guardar os túmulos.



Figura 102: Onimaru, *One Piece*, por Toei Animation, 1999.

Naruto de 1999 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Naruto Uzumaki, um jovem ninja que procura constantemente reconhecimento e sonha tornar-se Hokage, o principal ninja da sua aldeia.

Kurama - Mais vulgarmente conhecido como Nove Caudas, era uma das nove bestas com cauda. Séculos a ser considerado um monstro irracional e procurado como ferramenta de guerra fizeram com que Kurama odiasse os humanos. Depois de ser selada em Naruto Uzumaki, Kurama tenta manter a sua perspectiva cínica sobre o mundo, mas com a insistência de Naruto em tratá-la com respeito, a raposa põe de lado o seu ódio e esforça-se de bom grado para usar o seu poder para a salvação do mundo.



Figura 103: Kurama, *Naruto*, por Pierrot, 1999.

InuYasha de 1996 (*manga, anime, videogame, figura de ação*)

Shippō - Era um jovem kitsune órfão que tentou roubar a Joia Shikon fragmentos da miko Kagome Higurashi e do inu-hanyō Inuyasha, querendo tornar-se muito mais forte e vingar a morte do pai nas mãos dos Thunder Brothers. Embora o seu plano falhe, Kagome e Inuyasha ajudam-no após ouvirem a sua história, e ele torna-se o seu companheiro para o resto da série.



Figura 104 Shippō, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.

Inu x Boku Secret Service de 2009 (*manga, anime*)

A Maison de Ayakashi, mais conhecida por Ayakashikan, é um edifício de apartamentos de alta segurança onde residem humanos com antepassados demónios, ou *yōkai*, cada um protegido pelo seu próprio guarda-costas dos Serviços Secretos.

Uma rapariga youkai chamada Ririchiyo Shirakiin muda-se para o Ayakashikan na esperança de encontrar um pouco de paz e tranquilidade.

Soushi Miketsukami - É o herói principal desta história. É uma raposa espiritual de nove caudas e, tal como os outros membros das SS, tem ascendência ayakashi-humana. De todos eles, é o mais poderoso. Soushi é geralmente calmo, educado e gentil com todos, com uma queda especial por Ririchiyo Shirakiin. Ele obedece-lhe cegamente como um "cão" e tenta sempre protegê-la, mesmo que a sua própria vida esteja em risco. Serviu Kagerou Shoukiin.



Figura 105: Soushi Miketsukami, *Inu x Boku Secret Service*, por David Production, 2009.

Kamisama Kiss de 2008 (*manga, anime*)

Nanami é uma estudante do ensino secundário que não tem onde morar até aceitar uma oferta para viver num santuário, o que a torna a nova deusa local. Com o seu belo espírito familiar de raposa, Nanami aprende os meandros da divindade e conhece mais espíritos, incluindo dois que competem pelo seu amor!

Tomoe - É um yokai raposa, servindo atualmente como familiar de Nanami Momozono na manga e anime *Kamisama Kiss*.



Figura 106: Tomoe, *Kamisama Kiss*, por TMS Entertainment, 2008.

Yu Yu Hakusho de 1992 (*manga, anime*)

A série conta a história de Yusuke Urameshi, um adolescente delinquente que é atropelado e morto por um carro enquanto tentava salvar a vida de uma criança. Após uma série de testes que lhe foram apresentados por Koenma, o filho do governante do submundo, Yusuke é revivido e recebe o título de "Detetive do Submundo".

Yoko Kurama - É um dos principais protagonistas da série anime/manga

de *YuYu Hakusho*. A palavra "Yoko", apesar de ser retratada como um nome na dobragem, na verdade traduz-se literalmente como "raposa demônio" em japonês.



Figura 107: Yoko Kurama, *Yu Yu Hakusho*, por Pierrot, 1992.

10º *Inugami*

InuYasha de 1996 (*manga*, *anime*, videogame, figura de ação)

Inuyasha - É a personagem principal da série de *mangá* homônima *InuYasha* e a sua adaptação para *anime*. O filho meio-demônio de um grande pai demônio, conhecido como Tōga, e de uma mãe humana chamada Izayoi. Foi amarrado a uma árvore sagrada por uma flecha mágica do arco da sacerdotisa Kikyō enquanto tentava reivindicar a Jóia Shikon. Inuyasha procurou a Joia, pensando que ela o poderia transformar num demônio completo. Kagome Higurashi, de quinze anos, a reencarnação moderna de Kikyō, libertou-o desse feitiço, mas logo de seguida, ela partiu-o acidentalmente a Jóia Shikon em centenas de fragmentos. Concordaram relutantemente em trabalhar juntos como uma equipa em nome de Kaede para recuperar todos os fragmentos que se tinham espalhado pelo Japão Feudal antes de caírem nas mãos erradas.



Figura 108: InuYasha, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.

Sesshōmaru - É um inu daiyōkai muito poderoso, temido durante a Era Feudal. É o meio-irmão mais velho do hanyō Inuyasha e o filho primogênito de Tōga.



Figura 109: Sesshōmaru, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.

Tōga - Era um poderoso inu daiyōkai que era muito conhecido e temido em todo o Japão feudal por ser o mais forte da sua espécie. Teve dois filhos, o primogênito dos quais foi o poderoso inu daiyōkai Sesshōmaru, filho de uma inu daiyōkai, a sua primeira mulher, mas a relação entre ambos não resultou. O seu segundo filho foi o inu hanyō Inuyasha, que nasceu da mulher humana Izayoi, a segunda esposa de Tōga.



Figura 110: Tōga, *InuYasha*, por Sunrise, 1996.

Psychic Squad de 2010 (*manga, anime*)

É a história de três jovens problemáticas com extraordinários poderes psíquicos e de um rapaz sem poderes especiais que tem a tarefa de as guiar adequadamente enquanto lida com todas as comoções que estas causam, incluindo a sua evidente paixão por ele.

Hatsune Inugami - É membro do B.A.B.E.L. Equipa Esper The Hound e um Metamórfico de Nível 4.



Figura 111: Hatsune Inugami, *Psychic Squad*, por SynergySP, 2010.

How a Realist Hero Rebuilt the Kingdom de 2016 (*manga, anime*)

A história acompanha Kazuya Souma, um estudante de humanidades que se tornou herói, enquanto usa o seu conhecimento de realismo e maquiavelismo para reconstruir o reino. Uma adaptação de manga de Satoshi Ueda começou a ser serializada online no site de manga *Comic Gardo* da Overlap em julho de 2017.

Beowulf Gardner - É uma personagem da série *Genjitsu Shugi Yuusha no Oukoku Saikenki*. Beowulf foi o segundo em comando de Georg Carmine no Exército de Elfrieden.



Figura 112: Beowulf Gardner, *How a Realist Hero Rebuilt the Kingdom*, por J.C.Staff, 2016.

Capítulo 3 – Cultura Visual Japonesa e Design Contemporâneo

3.1. Princípios Estéticos Japoneses: Do Wabi-Sabi ao Superflat

Os "Princípios Estéticos Japoneses: Do Wabi-Sabi ao Superflat" exploram a evolução e a diversidade da estética japonesa, desde a valorização da imperfeição e transitoriedade até à crítica contemporânea da cultura de consumo. Através da análise de obras fundamentais, como a de Jun'ichirō Tanizaki em *In Praise of Shadows* (2001), a de Beth Kempton em *Wabi Sabi: Japanese Wisdom for a Perfectly Imperfect Life* (2018) e a de Takashi Murakami em *Superflat* de Takashi Murakami (2005), é possível compreender como esses princípios estéticos influenciam a arte, a arquitetura e o design no Japão.

O conceito de *wabi-sabi* é central na estética japonesa, enfatizando a beleza encontrada na imperfeição, na impermanência e na simplicidade. Beth Kempton (2018) descreve *wabi-sabi* como "uma forma de ver o mundo que valoriza a beleza na imperfeição, na impermanência e na incompletude" (p. 5). Este princípio está profundamente enraizado na filosofia Zen e na cerimónia do chá, influenciando a apreciação estética de objetos e ambientes.

Andrew Juniper em *Wabi sabi: The Japanese art of impermanence* (2003) também destaca que *wabi-sabi* "representa uma visão de mundo centrada na aceitação da transitoriedade e da imperfeição" (p. 51). Esta perspectiva estética valoriza materiais naturais, formas assimétricas e a patine do tempo, refletindo uma conexão profunda com a natureza e o carácter efémero da vida.

Tanizaki (2001) oferece uma reflexão sobre a estética tradicional japonesa, contrastando-a com a ocidental. Ele argumenta que "a beleza de uma sala japonesa depende da variação de sombras, sombras pesadas contra sombras leves – não tem mais nada" (p. 18). Ainda enfatiza a importância da penumbra e da sutileza na criação de ambientes que evocam tranquilidade e contemplação.

Esta valorização da sombra e da imperfeição está alinhada com os princípios de *wabi-sabi*, reforçando a ideia de que a estética japonesa tradicional encontra beleza na simplicidade e na transitoriedade.



Figura 113: Exemplo de arquitetura wabi-sabi, *Kita Kamakura*, templo Meigetsu-in, Japão.

O movimento *Superflat*, concebido por Takashi Murakami, representa uma resposta contemporânea à cultura de consumo e à superficialidade da sociedade moderna. Segundo Murakami (2005), *Superflat* "descreve tanto a estética plana da arte japonesa quanto a superficialidade da cultura de consumo japonesa contemporânea" (p. 6). Este movimento artístico incorpora elementos de anime, manga e cultura pop, desafiando as fronteiras entre arte alta e baixa.

Adrian Favell em *Before and after Superflat: A short history of Japanese contemporary art 1990–2011* (2012) analisa o impacto do *Superflat* na arte contemporânea japonesa, observando que "Murakami transformou a arte japonesa ao fundir a tradição com a cultura popular, criando uma nova forma de expressão estética que é simultaneamente crítica e celebratória" (p. 45). O *Superflat* destaca-se por sua abordagem inovadora e por questionar as convenções estabelecidas na arte e na sociedade.

A estética japonesa, desde os princípios tradicionais de *wabi-sabi* até as expressões contemporâneas do *Superflat*, revela uma profunda apreciação pela imperfeição, pela transitoriedade e pela crítica cultural. Estas abordagens estéticas refletem uma sensibilidade única que valoriza a simplicidade, a sutileza e a reflexão, influenciando diversas formas de expressão artística e cultural no Japão.

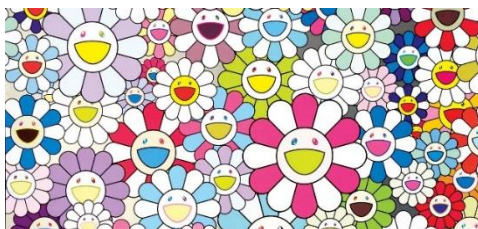


Figura 114: Takashi Murakami, *Flowers in Heaven*, 2010. litografia offset em cores sobre papel. 68,6 x 68,6 cm. Pinto Gallery, LA, EUA.

3.2. Design Gráfico e Narrativas Visuais no Japão

Este capítulo explora a evolução do design gráfico japonês e sua interseção com narrativas visuais, destacando como elementos tradicionais e modernos se fundem para criar uma estética única. Este panorama abrange desde os movimentos pós-guerra até as expressões contemporâneas, evidenciando a riqueza e a diversidade do design japonês.

O design gráfico japonês é caracterizado pela harmonização entre tradição e inovação. Ikko Tanaka, por exemplo, é reconhecido por integrar elementos tradicionais japoneses com técnicas modernas de design. Seus trabalhos para a marca Muji exemplificam essa fusão, utilizando formas simples e tipografia clara para transmitir uma estética minimalista⁸ e funcional (Tanaka, 1980).



Figura 115: Ikko Tanaka, *Muji poster*, 2000. papel kraft. Basement of Windsor House, Hong Kong.

Kiyoshi Awazu, por sua vez, incorporou em seus designs influências do folclore japonês e da arte popular, criando obras que refletem preocupações sociais e políticas. O seu poster "Umi o kaese"⁹(1955) é um exemplo notável de como o design gráfico pode ser utilizado como ferramenta de protesto e expressão cultural (Awazu, 1955).

⁸ refere-se a algo que adota a simplicidade como princípio, reduzindo ao essencial e eliminando excessos

⁹ significa "Devolvam o mar" em japonês

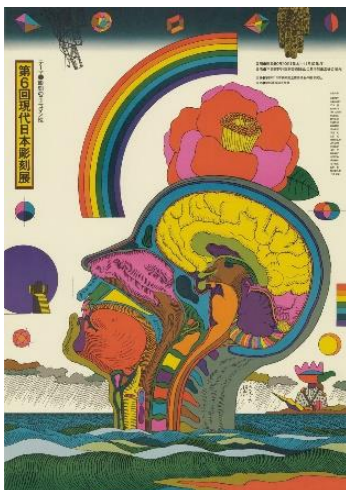


Figura 116: Kiyoshi Awazu, *Umi o kaese*, 1955. 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa.

A narrativa visual é uma componente essencial do design japonês, especialmente evidente na arte sequencial e nas *mangás*. Masako Watanabe, uma das pioneiras do *mangá* shōjo, utilizou cores suaves e composições delicadas para contar histórias que ressoam com o público feminino, influenciando gerações de artistas (Watanabe, 1960).

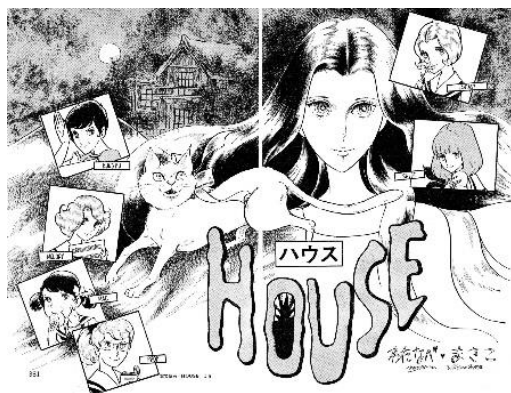


Figura 117: Masako Watanabe, *House*, (Masako Watanabe 1977: capa do manga)

Além disso, o design de capas de livros e revistas desempenha um papel crucial na forma como as histórias são percebidas. Kohei Sugiura é conhecido por suas abordagens inovadoras no design editorial, utilizando layouts dinâmicos e tipografia experimental para enriquecer a experiência de leitura (Sugiura, 1970).



Figura 118: Kohei Sugiura, *Experiments in 'Time Distance Map' Diagram Collection*, (Kohei Sugiura 2014: capa do livro)

O design gráfico japonês contemporâneo continua a influenciar e ser influenciado por tendências globais. A exposição "*The Value of Good Design*" no MoMA¹⁰ destacou peças japonesas que exemplificam a combinação de funcionalidade e estética, como os bancos Butterfly de Sori Yanagi, que fundem o design moderno com a tradição artesanal japonesa (Kinchin, 2019).



Figura 119: Sori Yanagi, *Banco Butterfly*, 1954. contraplacado de madeira. 54cm de largura, 46cm de comprimento e 45cm de altura. MoMA, NY, EUA.

¹⁰ Museum of Modern Art de Nova York

Além disso, iniciativas como a coleção 2016/Arita demonstram como o design japonês contemporâneo pode revitalizar técnicas tradicionais, como a porcelana de Arita, através de colaborações com designers internacionais, resultando em peças que respeitam a herança cultural enquanto inovam em forma e função (Baijings, 2016).



Figura 120: Teruhiro Yanagihara e Scholten & Baijings, 2016/Arita, 2016. porcelana. Rijksmuseum, Amsterdam.

3.3. Interpretações Visuais Europeias da Cultura Japonesa

A recepção visual da cultura japonesa na Europa teve início com a abertura do Japão ao comércio internacional no século XIX, após mais de dois séculos de isolamento sob o xogunato Tokugawa. Este contacto renovado desencadeou um fascínio estético pela arte e objetos japoneses, fenómeno que ficou conhecido como *Japonisme*. Artistas como Claude Monet, Edgar Degas e Vincent van Gogh apropriaram-se de elementos como o uso de linhas planas, a assimetria e a ausência de perspectiva linear, amplamente visíveis nas xilogravuras ukiyo-e, particularmente nas obras de Hokusai e Hiroshige (Shirane, 2012).



Figura 121: Hokusai e Hiroshige, *A Grande Onda de Kanagawa*, 1830 ou 1831. xilogravura. 25,7 x 37,8 cm. Museu Sumida Hokusai, Tóquio, Japão.

Este entusiasmo pela estética japonesa não esteve isento de problemáticas. Como defende Said em *Orientalism* (1978), o orientalismo ocidental construiu imagens do "Outro" asiático como exótico, misterioso e passivo, reforçando desigualdades coloniais através da arte e literatura. Tal construção também se refletiu na recepção visual do Japão, muitas vezes representado como um espaço encantado e intemporal, desligado da modernidade. Bohrer em *Orientalism and visual culture: Imagining Mesopotamia in nineteenth-century Europe* (2003) completa que estas representações visuais não raramente romantizavam ou erotizavam a figura feminina japonesa, projetando desejos europeus sobre corpos racializados.

Autores contemporâneos analisam estas interpretações visuais sob uma perspectiva crítica. Como argumenta Marks (2019), “as imagens orientais que se disseminaram no Ocidente funcionaram não apenas como objetos de admiração estética, mas como instrumentos de categorização e exotização cultural” (p. 114). Esta crítica é particularmente relevante para entender como práticas visuais contribuíram para estereótipos duradouros sobre o Japão.

Neste sentido, o estudo das interpretações visuais europeias da cultura japonesa revela não apenas uma relação estética, mas também política e simbólica. As imagens tornaram-se espaços de negociação entre o real e o imaginado, entre o Japão enquanto entidade histórica e o Japão enquanto construção visual.

3.4. Identidade Visual e Tradução Cultural no Design

A identidade visual japonesa contemporânea é profundamente enraizada em princípios estéticos tradicionais, como o *wabi-sabi*, que valoriza a imperfeição e a transitoriedade. Estes conceitos são frequentemente incorporados no design moderno, criando uma síntese entre o antigo e o novo. Kenya Hara, um dos principais designers japoneses, enfatiza a importância de integrar tradição e inovação no design, afirmando que "o design é a vocação de tomar tanto os meios antigos quanto

os novos, favorecendo nenhum, colocando-os numa perspectiva interdisciplinar e fazendo pleno uso de todos" (Hara, 2018).



Figura 122: Kenya Hara, *Muji Newspaper Advertisement*, 2006.

A tradução cultural no design japonês também se manifesta na adaptação de elementos visuais para contextos globais, mantendo a essência cultural. Naoto Fukasawa, conhecido por seu conceito de "sem pensamento", cria designs que se integram perfeitamente na vida cotidiana, refletindo comportamentos inconscientes e promovendo uma compreensão intuitiva entre culturas (Fukasawa, 2018).



Figura 123: Naoto Fukasawa, *Egg Carton, Wire Basket, Toast Stand*, 2010. Japão

Além disso, o design gráfico japonês contemporâneo muitas vezes incorpora elementos de crítica social e política. Kiyoshi Awazu, por exemplo, utilizou o design como forma de protesto e expressão cultural, destacando questões sociais através de suas obras (Awazu, 1984).



Figura 124: Kiyoshi Awazu, *modern design culture in Post-World War II Japan*, 1970. 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa.

A interseção entre identidade visual e tradução cultural no design japonês contemporâneo demonstra uma abordagem única que respeita as tradições enquanto se adapta às exigências de um mundo globalizado.

Capítulo 4 – Referências de Projeto e Análise Crítica

4.1. Benchmarking: Apps com Reconhecimento Visual e Funções Culturais

O avanço da inteligência artificial ¹¹e da visão computacional permitiu o desenvolvimento de aplicações móveis que integram reconhecimento visual com a oferta de conteúdos culturais, educativos e informativos. Estas aplicações atuam como mediadores tecnológicos, permitindo que os utilizadores interpretem elementos do mundo físico com o auxílio do digital, muitas vezes promovendo a aprendizagem informal e a valorização do património material e imaterial.

Aplicações com Reconhecimento Visual e Enfoque Cultural

- **Google Lens**

Esta aplicação da Google utiliza reconhecimento de imagem para identificar objetos, textos, animais, plantas, monumentos e até obras de arte. Ao apontar a câmara, o utilizador obtém resultados contextuais, traduções, produtos semelhantes e hiperligações úteis.

- **Smartify**

Conhecida como o "Shazam da arte", esta app é usada por museus como o Louvre e o British Museum. Reconhece obras de arte em tempo real e oferece descrições, biografias e conteúdos multimédia complementares.

- **Seek by iNaturalist**

Desenvolvida pelo California Academy of Sciences, esta app reconhece espécies da natureza — plantas, insetos e animais — usando inteligência artificial. O foco é científico e educativo, com recursos para ciência cidadã.

- **Civilisations AR (BBC)**

Esta aplicação permite explorar artefactos históricos em 3D com realidade aumentada. Embora não use reconhecimento visual de objetos físicos reais, permite a interação visual direta com peças de diferentes culturas mundiais.

- **Museum Eye**

Criada para exposições interativas, esta app identifica peças presentes em museus e

¹¹ capacidade de máquinas ou sistemas informáticos imitarem ou reproduzirem a inteligência humana

apresenta informação adicional, vídeos explicativos e áudio-guias, promovendo acessibilidade e interatividade.

- **Magnus – The Art App**

Esta app identifica obras de arte com base em imagem e fornece informações como título, artista, valor de mercado e localização da galeria. Funciona como uma enciclopédia visual do mercado de arte.

- **PlantSnap**

Muito usada em contextos educacionais e científicos, reconhece instantaneamente mais de 600 mil espécies de plantas e flores. Embora não seja cultural, é relevante como exemplo técnico de reconhecimento visual e interface explicativa.

- **Google Arts & Culture**

Além de visitas virtuais e realidade aumentada, a app também usa reconhecimento visual para encontrar obras semelhantes ou identificar pinturas com base numa imagem carregada ou captada.

Aplicações com Enfoque Mitológico ou Enciclopédico

- **Mythical Creatures**

App enciclopédica que apresenta criaturas mitológicas de diversas culturas, com textos e imagens. Não possui tecnologia de reconhecimento, mas destaca-se pela dimensão educativa.

- **Yokai Encyclopedia**

App com base de dados sobre yōkai da tradição japonesa. Fornece descrições, imagens e organização temática, mas não interage com o mundo físico.

Estes exemplos ilustram o potencial do reconhecimento visual como ferramenta de acesso ao conhecimento cultural e histórico. O benchmarking dessas aplicações evidencia a diversidade de abordagens e objetivos, desde o turismo à ciência cidadã, reforçando a importância desta tecnologia na mediação entre o utilizador e o património global.

4.2. Projetos de Design Intercultural e Narrativa Visual

O design intercultural é uma abordagem que reconhece e valoriza as diferenças culturais na criação de produtos, sistemas ou experiências comunicacionais. Em contextos cada vez mais globalizados, o design gráfico e digital deve considerar elementos simbólicos, linguísticos e estéticos específicos de diferentes culturas. A narrativa visual, por sua vez, permite construir pontes entre tradições e públicos contemporâneos, utilizando imagens, ícones e sequências visuais para transmitir valores e histórias.

Segundo Ezio Manzini em *Sustainable solutions: Developing products and services for the future* (2002), o design intercultural surge como resposta às necessidades de um mundo complexo, propondo “soluções que não são neutras, mas que respeitam a cultura local e dialogam com as referências globais” (p. 87). Isto implica uma atenção sensível aos códigos visuais de diferentes comunidades e à sua tradução eficaz para ambientes digitais.

Exemplos de Projetos Relevantes

- **Google Doodles Multiculturais**

Os Doodles da Google são exemplos simples, mas eficazes, de design intercultural. Frequentemente dedicados a figuras históricas, mitos ou festividades locais, usam narrativa visual e estética adaptada à cultura homenageada.

- **"The Heart of Tokyo" – Airbnb City Guide**

Este projeto de storytelling visual desenvolvido para a Airbnb é um guia interativo que apresenta bairros de Tóquio através de imagens, mapas desenhados à mão e narrativas locais. O design respeita o imaginário cultural japonês, oferecendo uma experiência sensorial e cultural ao visitante.

- **"Animated Tales of the World" – Children’s Television Trust International**

Esta série de animação adapta lendas e contos tradicionais de várias culturas em formatos visuais modernos, respeitando os estilos artísticos originais de cada região. A tradução cultural é feita tanto no conteúdo quanto na estética visual.

- **"Visualizing Palestine"**

Um projeto que usa infografias e design visual para comunicar questões sociais e políticas

da Palestina para um público global. Trata-se de um exemplo de narrativa visual aplicada ao ativismo cultural.

- **"Dear Data" – Giorgia Lupi & Stefanie Posavec**

Este projeto intercultural visualiza dados pessoais de duas designers de diferentes países (Itália e Reino Unido) através de ilustrações feitas à mão. A componente narrativa e cultural é central, já que os dados são moldados por experiências culturais distintas.

- **"Koto Studio" – Branding intercultural para marcas globais**

O estúdio Koto desenvolve identidades visuais que integram sensibilidades culturais locais com lógicas de comunicação global, demonstrando como o branding pode operar no espaço intercultural com sensibilidade e impacto.

Design como Mediação Cultural

A narrativa visual, em particular, tem sido amplamente usada em projetos de museologia digital, turismo, design educacional e branding. Ao trabalhar com imagens e símbolos reconhecíveis por diferentes públicos, o design torna-se uma ferramenta eficaz de mediação cultural, promovendo o entendimento entre culturas sem depender exclusivamente do texto.

A chave para um design intercultural eficaz está na investigação etnográfica e simbólica dos elementos visuais, garantindo que estes não sejam estereotipados, mas sim representativos e inclusivos. Como refere Manzini (2002), “o design responsável é aquele que sabe escutar a cultura com a qual pretende dialogar” (p.22)

O sucesso dos projetos mencionados reside na capacidade de escutar, interpretar e representar visualmente a cultura de forma respeitosa e empática. Estes exemplos demonstram que o design intercultural e a narrativa visual não se limitam a "embelezar" conteúdos, mas atuam como ferramentas de mediação e tradução cultural, essenciais para promover a diversidade, o respeito e o conhecimento mútuo.

4.3. Lacunas e Potencial de Inovação

Apesar dos avanços significativos no cruzamento entre design, tecnologia e cultura, persistem várias lacunas no que diz respeito à representação intercultural, à acessibilidade do conhecimento tradicional e à utilização de ferramentas visuais emergentes em contextos educativos e patrimoniais. Estas lacunas abrem espaço para propostas inovadoras que se centrem na valorização do património imaterial, na apropriação crítica da tecnologia e na inclusão de vozes sub-representadas.

Lacunas Percepcionadas

- **Falta de aplicações com reconhecimento visual orientado para mitologia ou folclore**
Embora existam apps culturais e educativas com reconhecimento de imagem (ex.: Google Lens, Seek), poucas se dedicam a conteúdos simbólicos e narrativos como mitologia, lendas ou tradições orais.
- **Baixa acessibilidade ao património imaterial em formato interativo**
O folclore, a tradição oral e a mitologia são frequentemente abordadas de forma textual ou enciclopédica. Há uma ausência clara de interfaces visuais e tecnológicas que promovam uma experiência sensorial e envolvente.
- **Pouca integração entre storytelling visual e reconhecimento em tempo real**
Muitos projetos ainda tratam storytelling e tecnologia de reconhecimento como elementos isolados, sem criar fluxos contínuos entre experiência, aprendizagem e interação com o mundo físico.
- **Sub-representação de culturas não ocidentais em aplicações culturais globais**
Grande parte das apps de cultura global continua a privilegiar conteúdo ocidental ou eurocêntrico. A mitologia japonesa, africana, andina ou do sudeste asiático, por exemplo, permanece pouco explorada em formatos digitais contemporâneos.
- **Falta de personalização cultural nas experiências digitais**
A maioria das experiências digitais culturais não oferece adaptações ou variações sensíveis a contextos regionais, geracionais ou de identidade (ex.: apps que não consideram variações locais de mitos ou dialectos visuais).

Potencial de Inovação

As lacunas acima evidenciam diversas áreas com forte potencial de inovação:

- **Integração de reconhecimento visual com conteúdos narrativos culturais profundos**, como mitologia, tradição oral ou arte popular.
- **Plataformas que respeitam e co-criam com culturas locais**, através de design colaborativo, promovendo inclusão e diversidade.
- **Aplicações educativas que ligam tecnologia visual a currículos de história, arte e cultura**, com linguagem acessível a crianças e jovens.
- **Uso de design emocional e storytelling visual para construir empatia cultural**, especialmente em contextos de turismo, museografia ou ensino de línguas.
- **Gamificação da aprendizagem cultural**, transformando a experiência do utilizador em jornada interativa e envolvente com recompensas culturais (*badges*, colecionáveis, etc.).

A inovação no design cultural não reside apenas na adoção de novas tecnologias, mas na forma como estas são colocadas ao serviço da memória coletiva, da representatividade e da experiência estética. Projetos que exploram as lacunas mencionadas têm o potencial de gerar impacto não só tecnológico, mas também social e simbólico e assim democratizando o acesso à cultura e oferecendo novas formas de relação entre pessoas, histórias e territórios.

Capítulo 5 – Concepção da Aplicação “YOKAIPP”

5.1. Ideação do Projeto e Conceito

A concepção da aplicação “YOKAIPP” parte da intenção de criar uma ferramenta de mediação entre a cultura visual japonesa — rica em simbolismo, tradição e estética — e os públicos contemporâneos que interagem diariamente com imagens digitais. A ideia central nasce da observação de um fenómeno cultural específico: a presença intensa e disseminada dos *yōkai* não apenas no folclore tradicional, mas na produção visual contemporânea do Japão — nomeadamente nos **animes, mangas, videojogos, ilustrações e objetos de cultura pop**.

Desde cedo, desenvolvi uma relação afetiva com a cultura visual japonesa, que influenciou a minha perceção estética e sensibilidade gráfica. Esta vivência pessoal e continuada tornou evidente a ausência de plataformas digitais que **organizem, traduzam e contextualizem visualmente o universo dos *yōkai* de forma acessível, interativa e estética**. A proposta do projeto surge, assim, como resposta a esta lacuna, através de um conceito que une **reconhecimento visual, narrativa visual e património imaterial japonês**, numa abordagem orientada para o design gráfico e a experiência do utilizador.

O conceito da aplicação “YOKAIPP” baseia-se em três pilares fundamentais:

1. Cultura visual como ponto de partida

Os *yōkai* não são apenas criaturas mitológicas. Os *yōkai* são também formas visuais que atravessam séculos de representação gráfica no Japão, desde o *emaki* do período Edo até à estética *superflat* de artistas como Takashi Murakami. A app pretende **recolocar estas figuras no centro da experiência digital**, valorizando as suas manifestações visuais históricas e atuais.

2. Reconhecimento visual como acesso simbólico

O uso da câmara do *smart-phone* como ferramenta de identificação transforma o mundo visual do utilizador numa superfície ativa de descoberta cultural. Ao captar uma imagem de um *yōkai* (em ilustrações, figuras, livros ou ecrãs), o utilizador é conduzido a uma ficha visual que combina design gráfico, texto curatorial e referências visuais do *yōkai* na cultura pop (*anime, manga, videojogos*).

3. Design gráfico como linguagem intercultural

A interface, a iconografia, as cores e a tipografia são concebidas para traduzir esteticamente os valores da cultura visual japonesa como a assimetria, o uso expressivo da linha e a ambiguidade simbólica. Num ambiente gráfico contemporâneo e intuitivo, pensado para públicos não japoneses. O design é aqui uma ponte sensível entre imaginários culturais.

A escolha do nome “**YOKAIPP**” (fusão de “*yōkai*” e “*app*”) reforça a proposta de um guia pessoal e portátil para o universo visual do sobrenatural japonês. A aplicação é, antes de mais, um projeto de design cultural: um espaço onde imagem, texto e interação se articulam para dar a ver, compreender e ter a experiência no mundo dos *yōkai* a partir da sua presença na cultura visual.

5.2. Perspetiva da Autora como Designer Europeia

A concepção da aplicação “**YOKAIPP**” reflete não apenas uma abordagem académica e projetual, mas também a minha trajetória enquanto designer europeia influenciada profundamente pela cultura visual japonesa. Esta dupla condição de observadora externa e participante cultural ativa permite posicionar o projeto numa zona de contacto entre imaginários visuais distintos, mas interligados através de décadas de intercâmbio mediático e simbólico.

Enquanto designer formada no contexto europeu, eu cresci imersa numa cultura visual marcada por cânones ocidentais: racionalidade, simetria, tipografia funcionalista. Mas desde cedo me vi atraída por uma outra estética visual como o dinamismo compositivo dos *mangás*, o uso do vazio no *wabi-sabi*, a saturação gráfica do *superflat*, a expressividade das personagens *kawaii*. Estes elementos tornaram-se referências formativas e afetivas, influenciando o seu olhar enquanto criadora de linguagem visual.

O design europeu é historicamente associado à clareza, ao formalismo e à hierarquia visual traços que moldaram a minha abordagem ao planeamento de interface, organização de informação e leitura funcional. No entanto, foi a cultura visual japonesa que me levou a experimentar **outros regimes de composição**, a valorizar a ambiguidade, o detalhe simbólico e a fluidez narrativa da imagem. A fusão destes dois paradigmas visuais, o europeu e o japonês, são o motor do projeto “**YOKAIPP**”.

Como designer a minha perspetiva, neste contexto, não é neutra: é uma posição de escuta, aprendizagem e interpretação. Não pretendo apropriar-me de uma tradição alheia, mas **traduzir visualmente um universo cultural que me influenciou profundamente**, de forma respeitosa e criativa, mediando-o para outros públicos ocidentais que, como eu, cresceram entre culturas visuais híbridas.

Além disso, esta perspetiva permite que o design da aplicação seja consciente das diferenças de leitura, expectativa visual e sensibilidade gráfica entre públicos europeus e asiáticos. A interface foi pensada com base numa estética que remete para a tradição japonesa, mas com códigos visuais acessíveis a utilizadores não familiarizados com o idioma ou com o contexto cultural original. Trata-se de um **design intercultural**, em que a autora atua como mediadora entre linguagens visuais. Este é um papel cada vez mais necessário num mundo onde as culturas se encontram através da imagem.

Assim, a aplicação “**YOKAIPP**” é, em simultâneo, um projeto pessoal, uma homenagem à cultura que me influenciou e um exercício de design intercultural. A sua identidade gráfica e a sua estrutura narrativa visual refletem a perspetiva de uma designer europeia que reconhece na cultura visual japonesa não um exotismo distante, mas um espelho possível da sua própria formação sensível e criativa.

5.3. Definição do Público-Alvo

A definição do público-alvo da aplicação “**YOKAIPP**” é um elemento fundamental para a coerência do projeto, uma vez que orienta muitas das decisões de design — desde a interface à linguagem gráfica, passando pela forma como o conteúdo é apresentado e organizado. Este projeto propõe-se a dialogar com uma audiência culturalmente envolvida, visualmente experiente e tecnologicamente ativa, situada maioritariamente entre contextos europeus e globais.

Público principal: Fãs de cultura visual japonesa e consumidores de cultura pop global

A aplicação é pensada prioritariamente para **jovens adultos entre os 16 e os 35 anos**, com interesses centrados na cultura visual japonesa — nomeadamente **anime, manga, videojogos, figuras colecionáveis, cosplay e ilustração**. Este público caracteriza-se por:

- Forte presença em redes sociais e comunidades *online* (Reddit, Discord, X (ex-Twitter), TikTok, etc.);
- Hábito de consumir conteúdo audiovisual e gráfico de origem japonesa;
- Elevado grau de literacia visual e sensibilidade estética, com reconhecimento imediato de elementos gráficos típicos (ex.: traços de anime, estilos de ilustração, mascotes visuais);
- Curiosidade por mitologia, narrativa visual e storytelling simbólico.

Este grupo é simultaneamente **consumidor e produtor de imagens**, e valoriza ferramentas digitais que permitam personalização, interatividade e descoberta visual. Muitos destes utilizadores já se cruzaram com criaturas *yōkai* em produtos como *Pokémon*, *Yo-Kai Watch*, *Nioh*, *Spirited Away* ou *Naruto*, mas raramente têm acesso direto à origem simbólica e ao contexto mitológico dessas figuras. A **“YOKAIPP” posiciona-se como um mediador visual e informativo entre a imagem pop e a raiz cultural tradicional.**

Público secundário: Comunidades educativas e criativas

A aplicação poderá também ser útil a públicos com interesse académico, educativo ou criativo:

- **Estudantes e docentes** de design, estudos culturais, artes visuais, media ou estudos asiáticos;
- **Mediadores culturais e educativos** (em museus, centros culturais ou escolas);
- **Artistas e ilustradores** interessados em expandir o seu repertório visual e simbólico;
- **Turistas culturais** que procuram compreender melhor o imaginário visual japonês durante visitas ou eventos temáticos.

Este público procura conteúdos com valor pedagógico e visualmente apelativos, que respeitem as fontes culturais e ofereçam uma experiência acessível. Para responder a este perfil, a aplicação apresenta uma estrutura narrativa clara, conteúdos curatoriais curtos, imagens de referência e ligações com elementos contemporâneos¹².

¹² Tempo atual

Segmentação cultural e linguística

Embora a aplicação seja desenvolvida no contexto de um projeto europeu, os conteúdos são pensados para uma **comunidade global de utilizadores**, com especial foco no espaço lusófono e anglófono. A estética da interface procura equilibrar traços gráficos reconhecíveis da cultura visual japonesa com **princípios de design de interação globais**, criando uma ponte intercultural sem recorrer à exotização.

Implicações para o design da aplicação

O perfil do público-alvo influenciou diretamente:

- O **tom visual da interface** (cores vivas, ilustrações com traço manga, elementos de interface inspirados no design nipónico);
- A **estrutura modular** dos conteúdos, que favorece a navegação rápida, a descoberta espontânea e a leitura leve;
- A **integração entre imagem e texto**, com predomínio da comunicação visual sobre o verbal;
- O **formato mobile-first**, considerando o uso frequente de smartphones e a familiaridade do público com *apps* como Instagram, TikTok, Pinterest ou Crunchyroll.

5.3.1. Perfis de Utilizadores (Avatares de Público-Alvo)

Na área do design centrado no utilizador, os **perfis de utilizadores** — também conhecidos como *user personas* ou *avatares* — são ferramentas essenciais para **compreender quem são os destinatários de um produto digital**, quais são as suas motivações, comportamentos e necessidades. Estes perfis são **representações fictícias, mas realistas**, baseadas em dados de pesquisa, observação de tendências culturais e características sociodemográficas do público-alvo.

No contexto da aplicação “**YOKAIPP**”, a criação destes avatares serve como **base estratégica para orientar decisões de design, conteúdo, acessibilidade e experiência de utilizador (UX)**. Ao personificar os utilizadores, é possível antecipar melhor as suas expectativas, ajustando as funcionalidades da *app* à sua realidade quotidiana. Estes perfis ajudam também a garantir que o

design é inclusivo, adaptado a **diferentes contextos culturais e perfis de interesse**, reforçando o valor da aplicação enquanto ferramenta de exploração visual e cultural da mitologia japonesa.



Eliana, 21 anos – Estudante de Design Gráfico (França)

Interesses: Anime, manga, ilustração digital, mitologia e arte tradicional japonesa.

Comportamento digital: Usa redes sociais criativas como Pinterest e Behance. Acompanha Webtoons e explora apps culturais.

Motivação para usar YOKAIPP: Procurar referências visuais e culturais para projetos académicos e pessoais, especialmente em ilustração narrativa.



Heidi, 25 anos – Ilustradora freelancer (Alemanha)

Interesses: Cultura visual, folclore japonês, K-pop, mitos globais.

Comportamento digital: Participa em comunidades online, usa apps de leitura de manga e de partilha de arte como DeviantArt.

Motivação para usar YOKAIPP: Descobrir criaturas mitológicas para inspiração artística e conectar-se com outros fãs da cultura japonesa.



Harry, 28 anos – Programador e gamer (Reino Unido)

Interesses: Videojogos com inspiração japonesa (Nioh, Sekiro, Persona), storytelling interativo, folclore global.

Comportamento digital: Curioso por apps inovadoras, usa plataformas como Steam e Reddit.

Motivação para usar YOKAIPP: Identificar referências mitológicas em jogos e aprender sobre os yōkai de forma prática e visual.



Ana Miguel, 36 anos – Professora universitária de Cultura Asiática (Portugal)

Interesses: Mitologia, educação visual, história e cultura do Japão.

Comportamento digital: Usa apps com valor educativo e interativo. Integra tecnologia nas suas aulas.

Motivação para usar YOKAIPP: Utilizar a app como ferramenta pedagógica e recomendar aos alunos como recurso visual-cultural.



Pedro, 18 anos – Estudante e aspirante a criador de conteúdos (Espanha)

Interesses: Animes como Bleach e Jujutsu Kaisen, TikTok, YouTube, storytelling.

Comportamento digital: Cria conteúdo sobre cultura pop japonesa, adora apps com design apelativo.

Motivação para usar YOKAIPP: Explorar criaturas e conteúdos para criar vídeos informativos e divertidos para as redes sociais.



Alex, 23 anos – Cosplayer e artista conceptual (Dinamarca)

Interesses: Cultura visual nipónica, teatro, arte fantástica, performance.

Comportamento digital: Ativa em eventos de cosplay e redes sociais visuais como Instagram.

Motivação para usar YOKAIPP: Descobrir e estudar yōkai como base para criar personagens visuais e narrativas de cosplay.

Figura 125: *Perfis de Utilizadores*, para a app Yokaipp.

O desenvolvimento do conceito e das funcionalidades da aplicação **YOKAIPP** foi apoiado numa análise e observação crítica de várias aplicações existentes no mercado. Estas referências forneceram **inspiração visual, funcional e conceptual**, permitindo adaptar boas práticas ao universo da mitologia japonesa e da experiência cultural interativa. Eis as principais apps que influenciaram o projeto:

5.4. Aplicações de Referência: Inspirações Funcionais e Visuais para o Conceito de YOKAIPP

1. WEBTOON

A *Webtoon* é uma plataforma de leitura de banda desenhada digital em formato vertical, especialmente popular por hospedar webcomics coreanos, japoneses e ocidentais. A app permite uma experiência de leitura contínua e acessível, com navegação fluida e visual centrado na narrativa ilustrada. É amplamente utilizada por fãs de manga e cultura pop asiática.

A aplicação Webtoon foi uma referência central na apresentação ilustrativa dos Folclores de cada criatura mitológica sendo **apresentados verticalmente**, promovendo uma leitura fluida e envolvente. A estrutura sequencial das ilustrações de *yōkai* em “YOKAIPP” foi inspirada neste modelo, permitindo ao utilizador **explorar o conteúdo como uma história ilustrada**.



Figura 126: App *Webtoon*, 2014

2. POKÉMON GO

Pokémon GO é uma aplicação de realidade aumentada desenvolvida pela Niantic, onde os utilizadores exploram o mundo real para capturar criaturas digitais (Pokémon). A *app* combina **localização GPS, interatividade e colecionismo**, sendo um marco na aplicação de tecnologia para experiências culturais e de entretenimento imersivo.

A lógica de **exploração e descoberta de criaturas**, associada ao uso de tecnologias de reconhecimento visual e realidade aumentada, foi inspiradora para o desenvolvimento do *scanner de yōkai*. Tal como no *Pokémon GO*, a ideia de colecionar entidades visuais e guardá-las numa galeria pessoal está presente em “YOKAIIPP”, com a diferença de que estas criaturas têm raízes no folclore tradicional japonês.

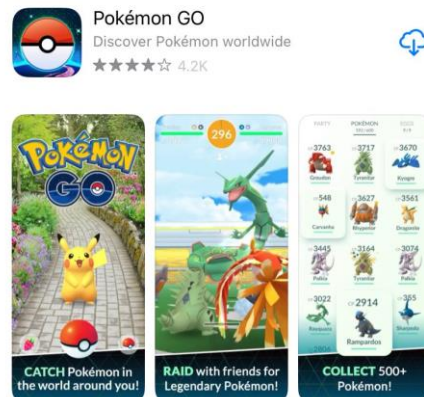


Figura 127: App *Pokémon GO*, 2016

3. KOJIKI AR

A *Kojiki AR* é uma aplicação japonesa que utiliza realidade aumentada para apresentar narrativas do *Kojiki*, o mais antigo registo mitológico do Japão. A *app* permite visualizar deuses e cenas mitológicas em 3D, fundindo tradição com inovação tecnológica, e aproximando o público das raízes espirituais do país.

Esta aplicação baseada no *Kojiki* (o mais antigo registo mitológico japonês) combina narrativa tradicional com tecnologia digital. A ideia de apresentar mitos de forma interativa e com ilustrações

dinâmicas influenciou diretamente a construção da secção de *Yōkai Folklore*, onde a história de cada criatura é contada de forma visual e acessível, com estilo inspirado no *mangá*.



Figura 128: App *Kojiki AR*

4. *MANTA*

Manta é uma plataforma de leitura digital dedicada a *webcomics*, com foco em narrativas visuais românticas, de fantasia e ação. Destaca-se pela sua **interface limpa e imersiva**, que dá ênfase à arte e à fluidez da leitura, adaptada a dispositivos móveis. É especialmente popular entre leitores jovens de cultura pop.

Serviu como referência visual e funcional para a **navegação intuitiva** e centrada na ilustração. A inspiração reflete-se na apresentação da ficha de cada *yōkai*, com destaque para a arte, narrativa e acessibilidade dos conteúdos.

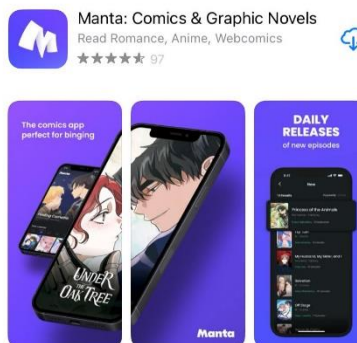


Figura 129: App *Manta*, 2015

5. MYTHOLOGY & TRIVIA

A *Mythology & Trivia* é uma app educativa que apresenta mitologias de diferentes culturas com textos curtos, curiosidades e jogos de perguntas. Combina **aprendizagem cultural com gamificação**, tornando o conhecimento mitológico acessível e interativo para um público global e diversificado.

Esta aplicação influenciou a **estrutura informativa da app “YOKAIPP”**, especialmente no modo como o conteúdo é dividido por secções claras, como descrição, origem e curiosidades. A abordagem de transformar conhecimento mitológico em algo acessível e interativo reforçou a intenção educativa e cultural da tua *app*.



Figura 130: App *Mythology & Trivia*

5.5. Estudo Conceitual e Visual

5.5.1 Moodboard Visual da Mitologia Japonesa

O **moodboard apresentado** representa visualmente a riqueza simbólica do Japão ancestral, com ênfase nas **mitologias, crenças e imaginário tradicional**. As imagens retratam elementos como máscaras teatrais, portões *torii*, templos cobertos de neve, ilustrações de *yōkai*, cerimónias e caligrafia — criando uma atmosfera visual que comunica **espiritualidade, mistério e tradição**. A paleta de cores acompanha este ambiente, com tons como o **vermelho torii, dourado ocre e tons terrosos e neutros**, evocando os materiais naturais e a estética ritual do Japão feudal. Este *mood board* guiou a componente visual da *app* “YOKAIPP”, fundindo o design digital com referências visuais autênticas da cultura nipónica.



Figura 131: *Moodboard* Visual da Mitologia Japonesa

5.5.2 *Moodboard* Visual da Cultura Pop Japonesa

O *moodboard* da cultura pop japonesa contemporânea reflete o lado vibrante, excêntrico e hiperestilizado do Japão atual. As imagens mostram bairros como Akihabara iluminados por néons, lojas de manga, maid cafés¹³, cosplayers¹⁴, doces coloridos, brinquedos colecionáveis e produtos com personagens de anime. Este universo visual traduz uma estética *kawaii*, tecnológica e mediática, onde o consumo e a expressão pessoal se fundem. A paleta de cores é intensa e saturada, com tons como **rosa**, **azul-claro**, **amarelo neon** e **vermelho elétrico**, simbolizando energia e cultura visual em constante mutação.



Figura 132: *Moodboard* Visual da Mitologia Japonesa

¹³ é um tipo de estabelecimento temático, originário do Japão

¹⁴ indivíduos que se vestem como personagens de obras de ficção, como animes, mangas, videogames e filmes.

5.5.3 Palavras-chave de Referência

Durante o processo de investigação e construção visual da aplicação **YOKAIPP**, foram definidas **palavras-chave orientadoras** que ajudaram a consolidar a identidade conceptual e estética do projeto. Estas palavras serviram como guia durante a criação dos *moodboards*, das ilustrações e da estrutura de navegação, garantindo **coerência simbólica e visual** entre os conteúdos tradicionais e contemporâneos do Japão.

Palavras-chave:

- **Mitologia viva** – Representar o *yōkai* como elemento cultural ativo.
- **Tradição re-interpretada** – Atualizar o imaginário tradicional com design moderno.
- **Cultura visual japonesa** – Combinar o antigo (gravuras, máscaras, templos) com o novo (*anime, manga, cosplay*).
- **Identidade híbrida** – Fundir influências visuais japonesas e europeias.
- **Estética *kawaii* e sobrenatural** – Equilibrar o lúdico e o misterioso.
- **Exploração e descoberta** – Incentivar o utilizador a interagir e colecionar.
- **Narrativa ilustrada** – Utilizar o desenho como ferramenta de *storytelling*.

Estas palavras-chave também serviram de **filtros criativos** nas decisões de *layout*, escolha cromática, tipo de ícones e tom visual geral da aplicação, refletindo a intenção de criar uma experiência cultural acessível, educativa e esteticamente envolvente.

5.5.4. Tipografia

A seleção tipográfica para a aplicação “**YOKAIPP**” foi pensada de forma estratégica para refletir tanto a **função de cada elemento textual** como a **identidade visual do projeto**, que cruza tradição mitológica japonesa com uma linguagem digital contemporânea.

Europa Bold – Títulos e Nomes de Ícones

Escolhida pela sua geometria limpa e moderna, *Europa Bold* oferece **clareza e presença visual** nos títulos e nos ícones do menu principal. A sua estrutura sólida e legível transmite segurança, modernidade e tecnologia, em sintonia com o aspeto funcional da interface.

Europa Light – Texto Corrido

Para garantir **leitura fluida e confortável**, a variante *Light* da mesma família tipográfica foi utilizada em textos descritivos e narrativos. A sua leveza cria um bom contraste com os títulos, mantendo a consistência visual e a elegância na apresentação de conteúdos informativos.

Felix Titling – Nomes dos Yōkai e Títulos de Media

A fonte *Felix Titling* evoca um estilo mais clássico e cerimonial, o que a torna ideal para **nomes de yōkai e títulos de obras culturais**. A sua estética formal remete à antiguidade e confere um tom de importância e reverência às entidades mitológicas abordadas.

Jack Armstrong BB – Mangá Folklore e Logotipo da App

Inspirada na tipografia de banda desenhada e no traço manual, a fonte *Jack Armstrong BB* foi utilizada no **logo da app e nas secções ilustradas de folklore estilo mangá**. A sua expressividade reforça o lado lúdico e narrativo da aplicação, aproximando-se da estética visual dos *animes* e *mangás* japoneses.

Esta combinação de fontes cria uma linguagem tipográfica coerente, onde cada escolha reforça o **posicionamento visual e conceptual da “YOKAIPP”** — equilibrando legibilidade, identidade gráfica e fidelidade simbólica ao universo cultural japonês.

5.5.5 Paleta de Cores

A paleta cromática da aplicação “YOKAIPP” foi construída com base na pesquisa visual desenvolvida através dos *moodboards* da **mitologia japonesa** e da **cultura pop contemporânea**, combinando tradição estética com funcionalidade digital. As cores escolhidas foram analisadas em função do seu **significado simbólico na cultura japonesa**, da sua **presença no imaginário visual tradicional** e da sua **capacidade de criar contrastes visuais eficientes para a navegação**.



Figura 133: Paleta de Cores da App “Yokaipp”

Esta paleta reforça o equilíbrio entre **cultura tradicional e linguagem digital**, criando uma identidade visual que respeita os **códigos simbólicos japoneses** e oferece uma **experiência estética acessível e imersiva** para utilizadores ocidentais e orientais.

5.5.6. Moodboard Visual e Conceitual da App

O **moodboard final** da aplicação “YOKAIPP” resulta da fusão conceptual e visual entre os dois universos explorados nos moodboards anteriores: o **Japão tradicional e mitológico** e a **cultura pop contemporânea japonesa**. Esta junção simboliza o **diálogo entre o antigo e o moderno**, refletindo a essência da app, que traduz *yōkai* ancestrais para um ambiente digital acessível, atual e interativo.

Visualmente, o *moodboard* final mantém **elementos gráficos tradicionais** (como ilustrações inspiradas em *ukiyo-e*, paletas terrosas, simbologias espirituais) combinados com **linguagens visuais modernas** (cores saturadas, ícones estilizados, estética *kawaii* e pop). Esta integração reforça a **identidade visual híbrida** da app, onde o design serve como ponte entre herança cultural e inovação digital. A coerência estética entre os dois mundos cria uma interface que comunica com **diversos públicos**, respeitando o valor simbólico do folclore japonês e, ao mesmo tempo, abraçando a sua presença ativa na cultura popular global. Este cruzamento é o que fundamenta visualmente toda a experiência “YOKAIPP”.

5.6 Logotipo da app “YOKAIPP”



conceito visual



logo principal



logo monocromático



paleta de cores



tipografia

JACK ARMSTRONG BB
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789



Tabela 2: Apresentação do Logo da App

1. Conceito e Significado

O logotipo da aplicação “YOKAIPP” nasce da junção entre os termos *yōkai* (criaturas sobrenaturais do folclore japonês) e *app* (aplicação digital), formando um nome que comunica de forma imediata o propósito do projeto: **um espaço digital dedicado à descoberta e exploração visual de entidades mitológicas japonesas.**

O conceito do logotipo parte da ideia de criar uma **identidade visual acessível e expressiva**, que equilibra o misticismo do Japão antigo com a estética vibrante da cultura pop japonesa contemporânea. Visualmente, o logotipo procura capturar a dualidade entre o tradicional e o moderno, entre o simbólico e o lúdico — valores que orientam toda a experiência da app.

A sua forma e composição refletem a **intenção de comunicar de forma amigável, curiosa e culturalmente respeitosa**, sendo ao mesmo tempo reconhecível, memorável e adaptável a diferentes suportes digitais.

2. Estilo Gráfico

O logotipo da aplicação “YOKAIPP” adota como elemento central a **silhueta da cabeça de um Oni** — uma das criaturas mais icônicas e reconhecíveis da mitologia japonesa. Esta escolha não é apenas estética, mas profundamente simbólica: o *Oni* representa o lado espiritual e sobrenatural do folclore nipônico, sendo frequentemente representado em máscaras, festivais e arte tradicional.

A composição gráfica do logotipo integra a **tipografia do nome “YOKAIPP”** posicionada na base, de forma **arredondada e adaptada à curva da silhueta da cabeça do Oni**. Esta integração harmoniosa entre imagem e texto cria uma marca visualmente equilibrada, que transmite de imediato a temática mitológica da aplicação.

A silhueta, de contornos marcados, mas simplificados, remete ao estilo das máscaras *nō* e dos personagens do *ukiyo-e*, mas com um tratamento mais gráfico e contemporâneo, tornando-a **adaptável a suportes digitais e materiais promocionais**. O estilo gráfico reforça a ligação entre a tradição visual japonesa e a linguagem acessível do design atual.

3. Tipografia no Logotipo

A tipografia utilizada no logotipo da “YOKAIPP” é a fonte *Jack Armstrong BB*, uma fonte com traço manual e aparência de banda desenhada, inspirada no estilo *comic book*. Esta escolha tipográfica comunica energia, dinamismo e proximidade — características que alinham com o universo visual dos animes e mangas japoneses, onde os *yōkai* são frequentemente retratados.

O estilo informal e expressivo desta tipografia reforça o **carácter lúdico e narrativo** da aplicação, enquanto mantém legibilidade e impacto visual. A sua utilização no logotipo contribui para criar uma identidade jovem, acessível e imediatamente reconhecível, capaz de atrair o público-alvo da *app* — fãs de mitologia, anime e cultura pop nipónica.

A disposição curvada da palavra “YOKAIPP” sob a silhueta do *Oni* também contribui para um **efeito de coesão visual**, fazendo com que texto e símbolo se integrem numa marca única e distintiva.

4. Paleta de Cores Aplicada

A paleta cromática do logotipo de YOKAIPP foi selecionada para reforçar tanto a **identidade visual da aplicação** como os **símbolos da mitologia japonesa** representados pelo *Oni*. A silhueta da criatura apresenta-se em **vermelho vivo**, cor tradicionalmente associada à **proteção espiritual e à energia intensa** no Japão, comum em portões *torii* e máscaras de *oni* usadas em festivais.

Os **cornos e o rosto** mantêm-se nesse tom de vermelho, criando impacto visual e uma ligação direta com o imaginário popular. O **cabelo do Oni** e os seus **contornos** surgem a **preto profundo**, simbolizando **mistério, autoridade e ligação ao mundo espiritual**, reforçando a dramatização da figura.

A palavra “YOKAIPP”, posicionada sob a cabeça do *Oni*, é também apresentada em **preto**, criando contraste com o vermelho dominante e garantindo **clareza e legibilidade** em qualquer suporte visual.

5. Mockups

O primeiro *mockup* mostra o **ecrã de entrada da aplicação**, com o logotipo centralizado, dando as boas-vindas ao utilizador e reforçando a identidade visual e mitológica da YOKAIPP logo à entrada.

Já o segundo *mockup* representa uma **simulação da aplicação “YOKAIPP” na App Store**, pronta para ser descarregada pelos utilizadores. Exibe o nome, o logotipo com a silhueta do *Oni*, o slogan “**Do scanner à lenda e traz os *yōkai* à vida**”, e pré-visualizações da interface, transmitindo de imediato o conceito da app.

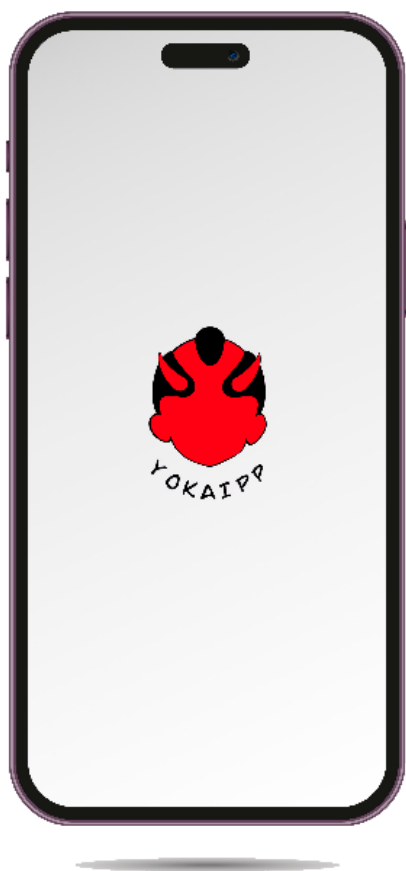


Figura 135: *Mockup* do ecrã de entrada da aplicação

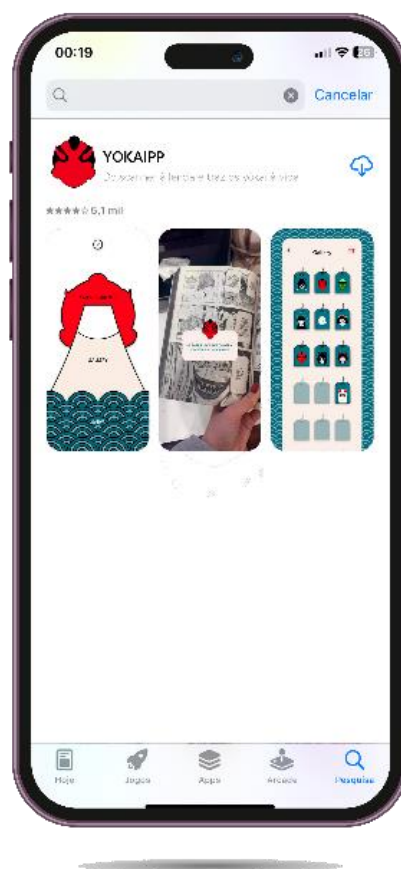


Figura 136: *Mockup* da simulação da aplicação YOKAIPP na App Store

5.7. Ilustrações e a sua relação com o Folclore

As ilustrações desenvolvidas para cada criatura mitológica japonesa na aplicação “YOKAIPP” foram concebidas com o objetivo de transmitir uma estética envolvente e identitária, onde o **mistério, o terror e o humor sutil** se cruzam numa linguagem gráfica acessível e contemporânea.

O estilo visual reflete a influência direta de duas grandes referências da cultura pop japonesa: por um lado, o traço expressivo e atmosférico da série *Demon Slayer (Kimetsu no Yaiba)*, com os seus *yōkai* estilizados e cenários densamente simbólicos; por outro, a narrativa visual intensa e perturbadora do mestre do horror **Junji Ito**, nomeadamente na antologia *Histórias Macabras do Japão*. Esta fusão resulta numa abordagem que oscila entre o **fantástico sombrio e o grotesco cativante**, gerando criaturas visualmente ricas, mas com traços de ironia ou leveza que evitam o excesso de realismo ou violência.

As ilustrações foram ainda adaptadas ao formato de visualização em ecrã de telemóvel, inspirando-se no modelo de leitura da aplicação **Webtoon**, com uma **estrutura sequencial e vertical** que favorece a leitura fluida e envolvente. Cada criatura ganha vida não apenas pela sua aparência visual, mas pela forma como é apresentada: em destaque, com **enquadramentos dramáticos, detalhes do rosto e corpo, e uma clara distinção de personalidade**.

Além das referências visuais, a construção gráfica de cada *yōkai* foi profundamente baseada nas lendas e descrições tradicionais encontradas em obras de investigação mitológica, especialmente no livro *The Book of Yōkai: Mysterious Creatures of Japanese Folklore* de Michael Dylan Foster (2015). Esta obra foi fundamental para compreender as **origens, comportamentos e simbolismos** associados a cada entidade, garantindo que a interpretação visual mantivesse **respeito e autenticidade cultural**.

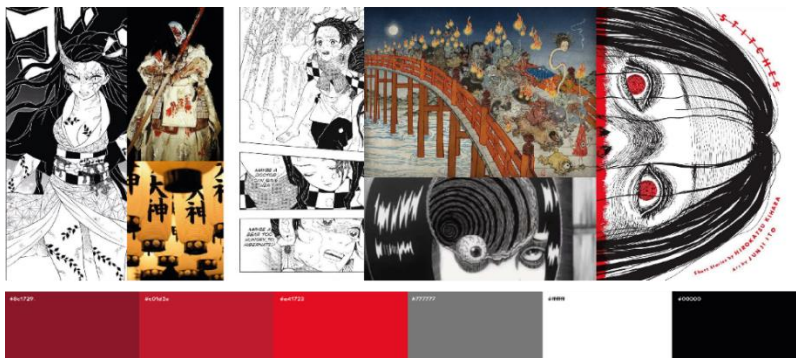


Figura 137: *Moodboard* Visual das Ilustrações da *app*

ONI

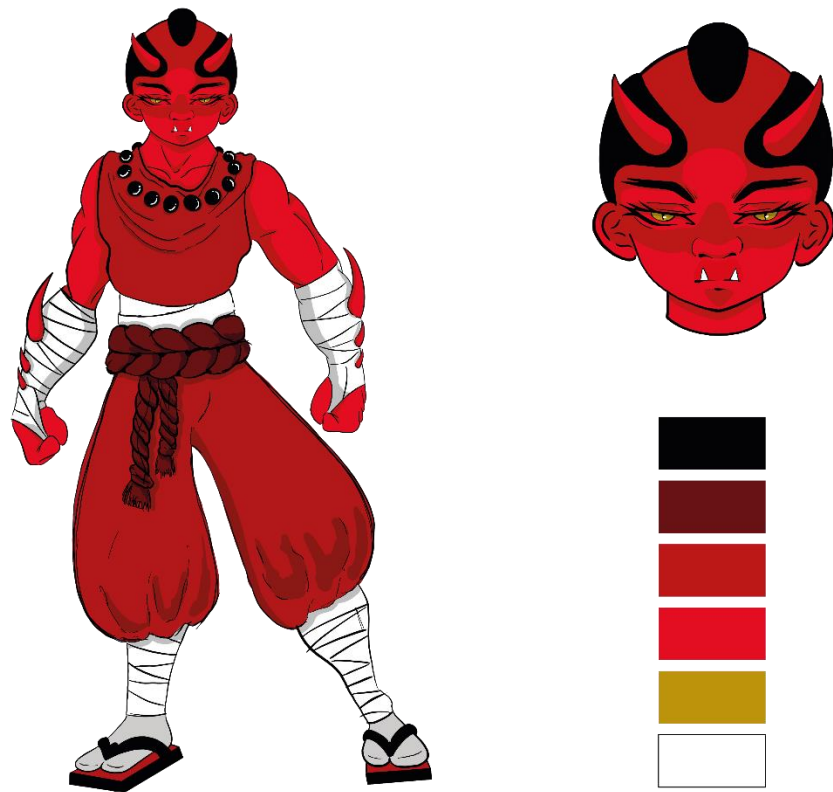


Figura 138: Ilustração da criatura mitológica Oni

Folclore

Shuten-dōji, cujo nome significa literalmente "rapaz que bebe saquê", é uma das figuras mais temidas e lendárias do folclore japonês. Segundo a tradição, ele era um poderoso *oni* que habitava o Monte Ōe, nos arredores de Kyoto, onde liderava um grupo de demônios que aterrorizavam a região, sequestrando jovens e cometendo atrocidades.

A origem de Shuten-dōji varia conforme as versões da lenda. Em algumas, ele teria sido um monge aprendiz no Monte Hiei, que, devido ao seu comportamento rebelde e gosto pelo saquê, foi expulso e transformou-se num *oni*. Em outras versões, ele já teria nascido com traços demoníacos, como

chifres e dentes afiados, sendo rejeitado pela sociedade e refugiando-se nas montanhas, onde se entregou à prática de magia negra e ao consumo excessivo de *sake*.

A fama de Shuten-dōji chegou ao ponto de preocupar o imperador, que enviou o guerreiro Minamoto no Raikō e seus companheiros para derrotá-lo. Disfarçados de monges, eles infiltraram-se no covil do *oni* e ofereceram-lhe um saquê especial, fornecido pelos deuses, que o deixou inconsciente. Aproveitando-se disso, Raikō decapitou Shuten-dōji. No entanto, mesmo decapitado, a cabeça do *oni* tentou morder o guerreiro, que se protegeu usando múltiplos capacetes empilhados.

Foster (2015), destaca que a lenda de Shuten-dōji exemplifica o papel transgressor e ambíguo dos *yōkai* na cultura japonesa. Ele observa que, embora existam várias versões da história, a mais antiga é o texto de Ōeyama, do início do século XIV, onde o protagonista demoníaco reside no Monte Ōe, nos arredores da capital Heian, atual Kyoto. (p. 91).



Figura 139: Ilustração do Folklore de Oni

SHINIGAMI

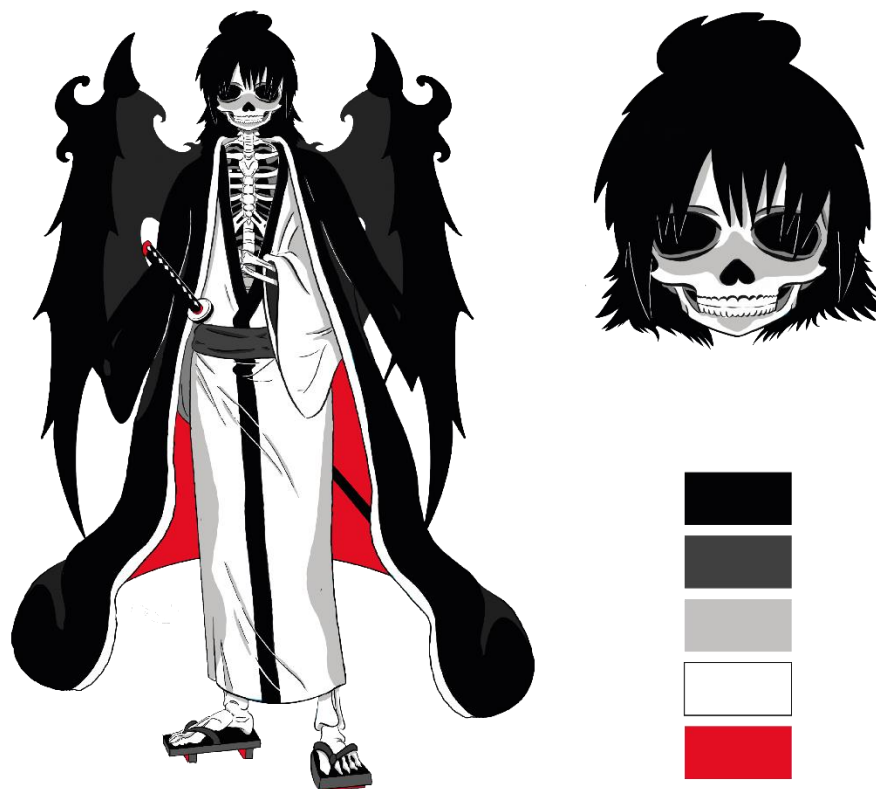


Figura 140: Ilustração da criatura mitológica Shinigami

Folclore

Nesta lenda japonesa, segundo Foster (2015) um homem prestes a cometer suicídio é impedido por um Shinigami, uma entidade associada à morte. Como recompensa por desistir do suicídio, o Shinigami concede-lhe a habilidade de ver outros Shinigami. Com esse poder, o homem torna-se um médico renomado, capaz de curar doenças raras ao identificar a presença de Shinigami junto aos pacientes.

A regra era clara: se o Shinigami estivesse aos pés do paciente, o médico poderia expulsá-lo com palavras mágicas ensinadas pelo primeiro Shinigami. No entanto, se o Shinigami estivesse sobre a cabeça do paciente, a morte era inevitável.

Certo dia, o médico é chamado para tratar uma jovem com um Shinigami sobre a cabeça. Tentado por uma generosa recompensa oferecida pelos pais da jovem, ele decide desobedecer à regra e tenta salvar a paciente, desafiando o destino.

Como punição, o Shinigami engana o médico, fazendo-o acreditar que poderia transferir a cera de uma vela (representando a vida) para outra, prolongando sua existência. Durante o processo, a vela do médico se apaga, resultando em sua morte. (pp. 83–85)



Figura 141: Ilustração do Folklore de Shinigami

KAPPA

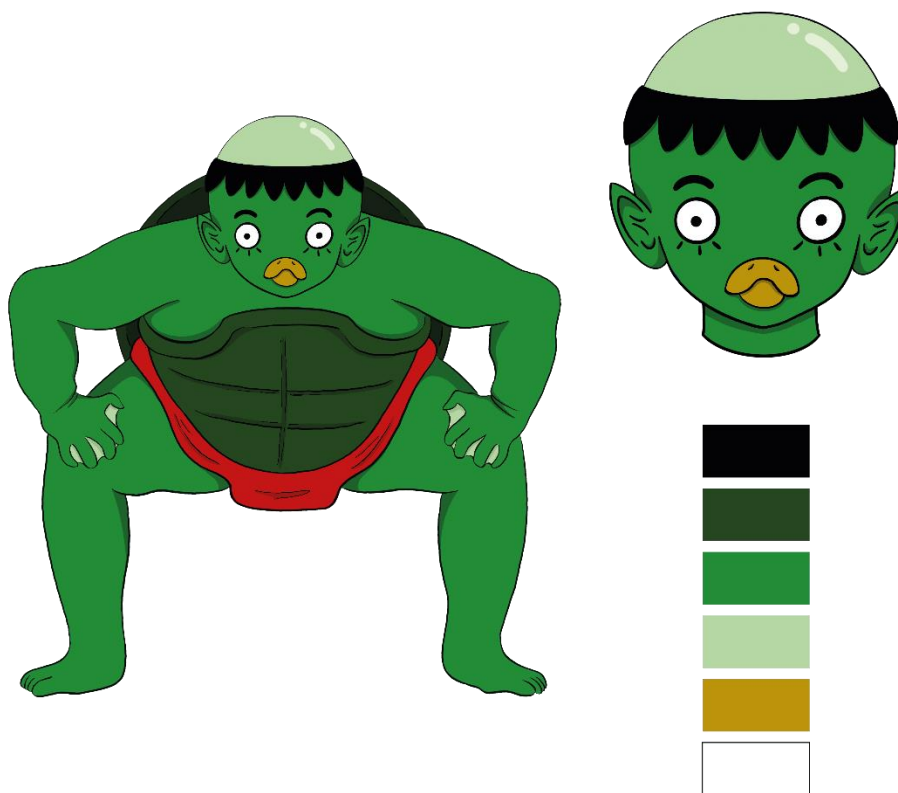


Figura 142: Ilustração da criatura mitológica Kappa

Folclore

Em uma aldeia japonesa, segundo Foster (2015) os habitantes começaram a desaparecer misteriosamente nas proximidades de um rio. Certo dia, um cavalo que bebia água nesse rio foi atacado por um *Kappa*, uma criatura conhecida por sua força e travessuras. O cavalo, em pânico, correu de volta para seu dono, um agricultor, com o *Kappa* ainda agarrado ao seu pescoço. Os aldeões conseguiram capturar o *Kappa* e estavam prestes a matá-lo. No entanto, o agricultor interveio e propôs um acordo: o *Kappa* juraria nunca mais atacar os aldeões ou seus animais em troca de uma oferta regular de pepinos, seu alimento favorito. O *Kappa* aceitou e selou o pacto assinando um documento.

Esta história destaca a crença de que os *Kappa*, apesar de suas tendências maliciosas, podem ser aplacados através de respeito e oferendas. Os pepinos, em particular, são frequentemente associados a rituais de proteção contra *Kappa*. Em algumas regiões do Japão, era costume escrever os nomes dos membros da família em pepinos e lançá-los nos rios para apaziguar essas criaturas e proteger os entes queridos. (Foster 2015, pp.114-115)



Figura 143: Ilustração do Folklore de Kappa

YUKKI-ONA



Figura 144: Ilustração da criatura mitológica Yuki-Ona

Folclore

Foster (2015) escreve, escreve que na província de Musashi, dois lenhadores, Mosaku (idoso) e Minokichi (jovem), são surpreendidos por uma tempestade de neve e buscam abrigo em uma cabana. Durante a noite, Minokichi acorda e vê uma bela mulher de branco, a *Yuki-Onna*, que mata Mosaku com seu sopro gelado. Ao se aproximar de Minokichi, ela decide poupá-lo devido à sua juventude e beleza, impondo-lhe o segredo do ocorrido sob pena de morte.

Anos depois, Minokichi conhece e se casa com uma mulher chamada O-Yuki, com quem tem filhos. Um dia, ele compartilha a história da *Yuki-Onna* com O-Yuki, que revela ser a própria *Yuki-Onna*. Apesar da quebra do segredo, ela poupa o novamente por causa dos filhos, desaparecendo para sempre. (pp.135-137)



Figura 145: Ilustração do Folklore de Yukki-Ona

KODAMA

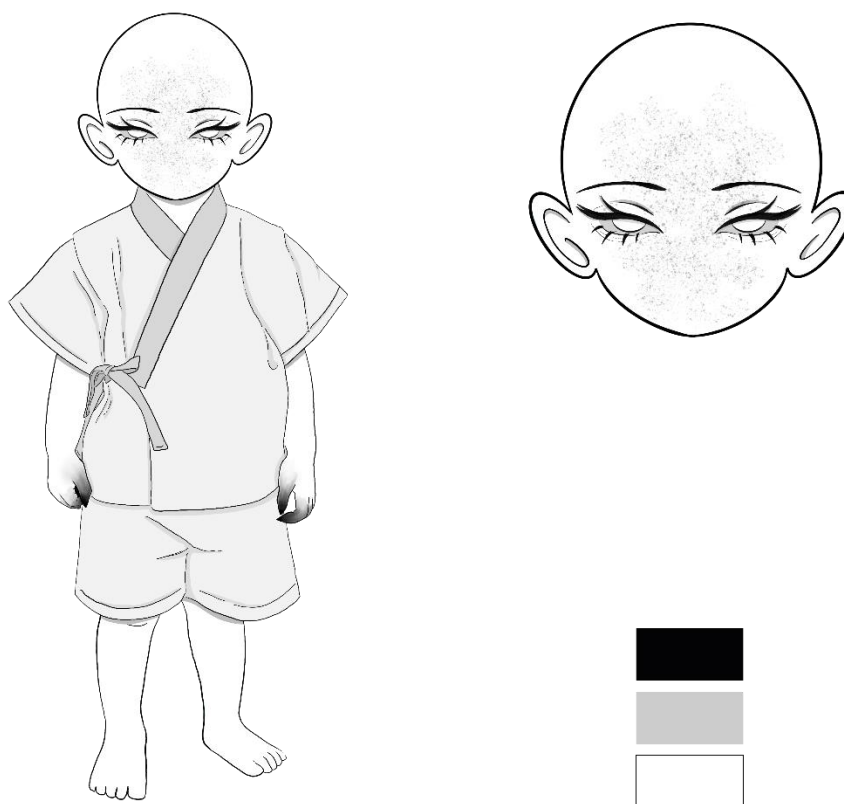


Figura 146: Ilustração da criatura mitológica Kodama

Folclore

Na mitologia japonesa, Foster (2015) escreve que os **Kodama** são espíritos que habitam árvores antigas, especialmente as mais velhas e imponentes. São considerados guardiões das florestas, mantendo o equilíbrio e a harmonia da natureza. Acredita-se que cortar uma árvore habitada por um Kodama traz má sorte ou desgraça para quem o faz.

Uma lenda conta que um imperador ambicioso ordenou a devastação de uma floresta sagrada para expandir sua cidade. Ao entrarem na floresta, os guerreiros enviados pelo imperador enfrentaram

a fúria dos Kodama, resultando em um confronto sangrento. A história serve como um aviso sobre as consequências de desrespeitar a natureza e seus espíritos protetores. (p.105).



Figura 147: Ilustração do Folklore de Kodama

NEKOMATA



Figura 148: Ilustração da criatura mitológica Nekomata

Folclore

Uma das lendas mais conhecidas envolve um gato doméstico que, após anos de convivência com seu dono, transforma-se em *Nekomata*. Segundo Foster (2015) o *nekomata* ao utilizar os seus poderes começa a assombrar a casa, causando eventos inexplicáveis e aterrorizando os moradores. Acredita-se que esses gatos demoníacos podem invocar os espíritos dos mortos, controlando-os para realizar suas vinganças pessoais. (p.144)

TENGU

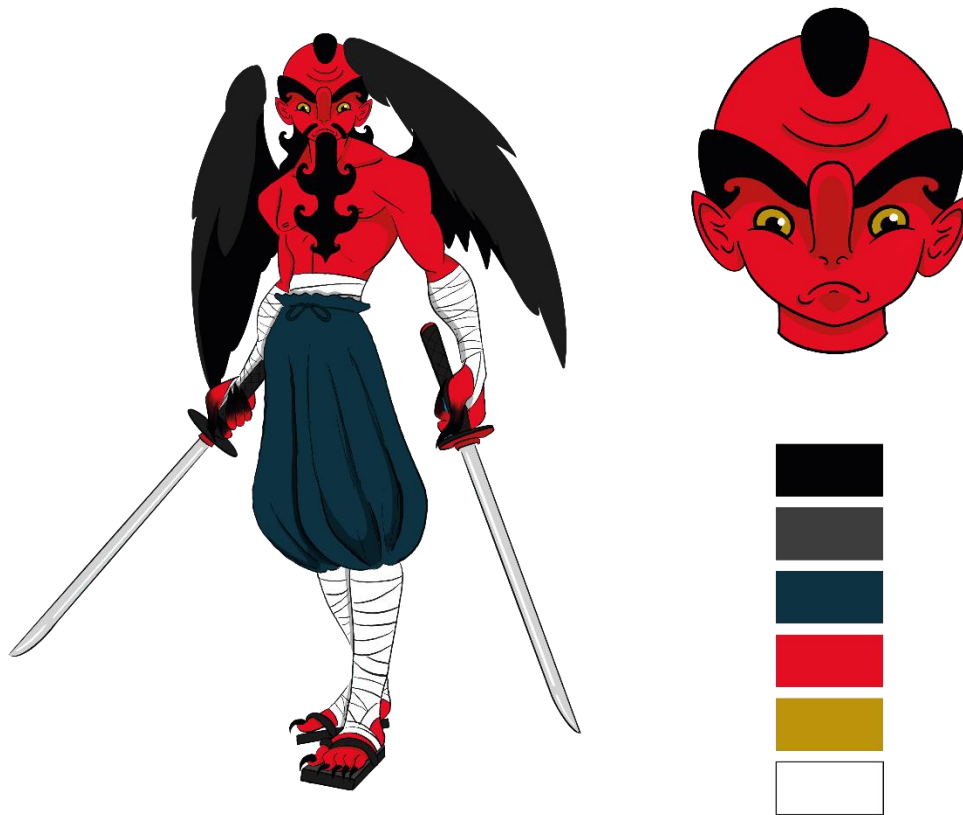


Figura 149: Ilustração da criatura mitológica Tengu

Folclore

Uma das lendas mais conhecidas envolvendo os *Tengu* relata a história de **Minamoto no Yoshitsune**, um jovem guerreiro do século XII. Segundo Foster (2015) após a morte de seu pai, Yoshitsune foi enviado ao templo no Monte Kurama. Lá, ele encontrou **Sōjōbō**, o rei dos *Tengu*, que reconheceu o potencial do jovem e decidiu treiná-lo nas artes marciais e estratégias de guerra. Sob a tutela de Sōjōbō, Yoshitsune aprendeu técnicas sobrenaturais que mais tarde o ajudaram a tornar-se um dos mais famosos samurais da história japonesa.

Esta lenda exemplifica a dualidade dos *Tengu* na cultura japonesa: embora frequentemente vistos como seres perigosos ou travessos, também podem agir como mentores ou protetores. Foster destaca que os *Tengu*, ao longo do tempo, passaram de figuras demoníacas a entidades complexas com características tanto benevolentes quanto malévolas. (pp.151-152)

TANUKI

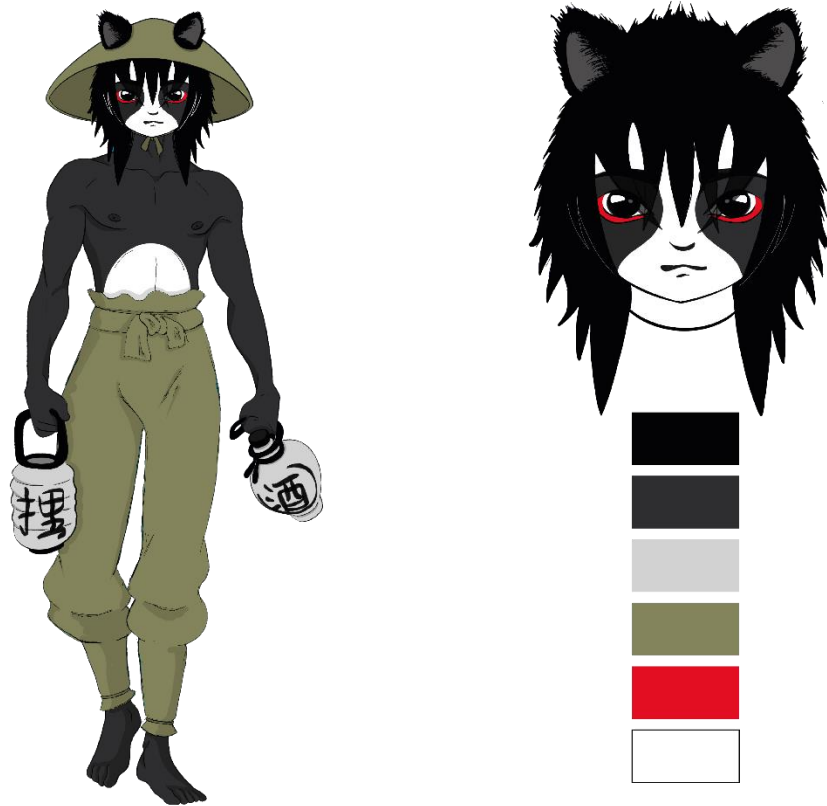


Figura 150: Ilustração da criatura mitológica Tanuki

Folclore

A Uma das lendas mais conhecidas envolvendo o **Tanuki** é a do *Bunbuku Chagama*, Foster (2015) narra a história de um *tanuki* que, para agradecer a um homem que o salvou, transforma-se num teekessel mágico. Este teekessel, além de possuir propriedades sobrenaturais, traz prosperidade ao seu novo dono. A história destaca a natureza travessa e benevolente do *tanuki*, características frequentemente atribuídas a este *yōkai* no folclore japonês. (p.128)

KITSUNE

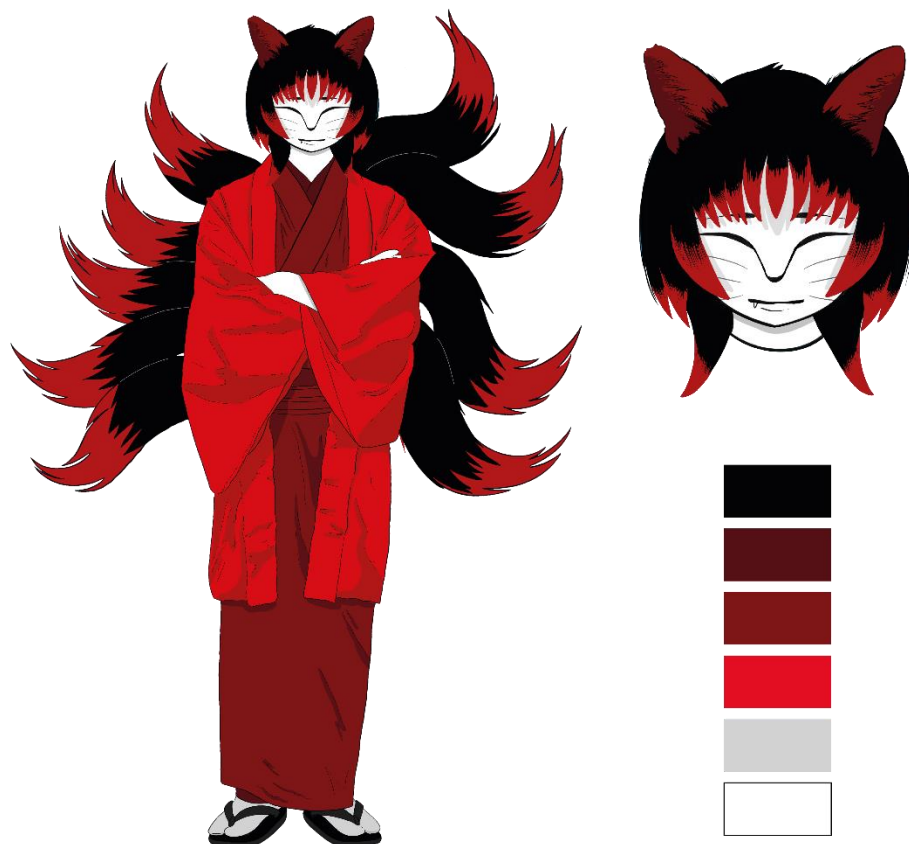


Figura 151: Ilustração da criatura mitológica Kitsune

Folclore

Uma das lendas mais conhecidas envolvendo o *Kitsune*, Foster (2015) relata a história de uma raposa que se transforma em uma bela mulher e se casa com um homem humano. Eles vivem felizes por muitos anos e têm filhos juntos. No entanto, um dia, a verdadeira identidade da mulher é revelada, geralmente por um evento inesperado, como ser vista em sua forma de raposa. Após a descoberta, ela foge, mas em algumas versões da lenda, continua a visitar sua família em segredo. (p.119)

INUGAMI

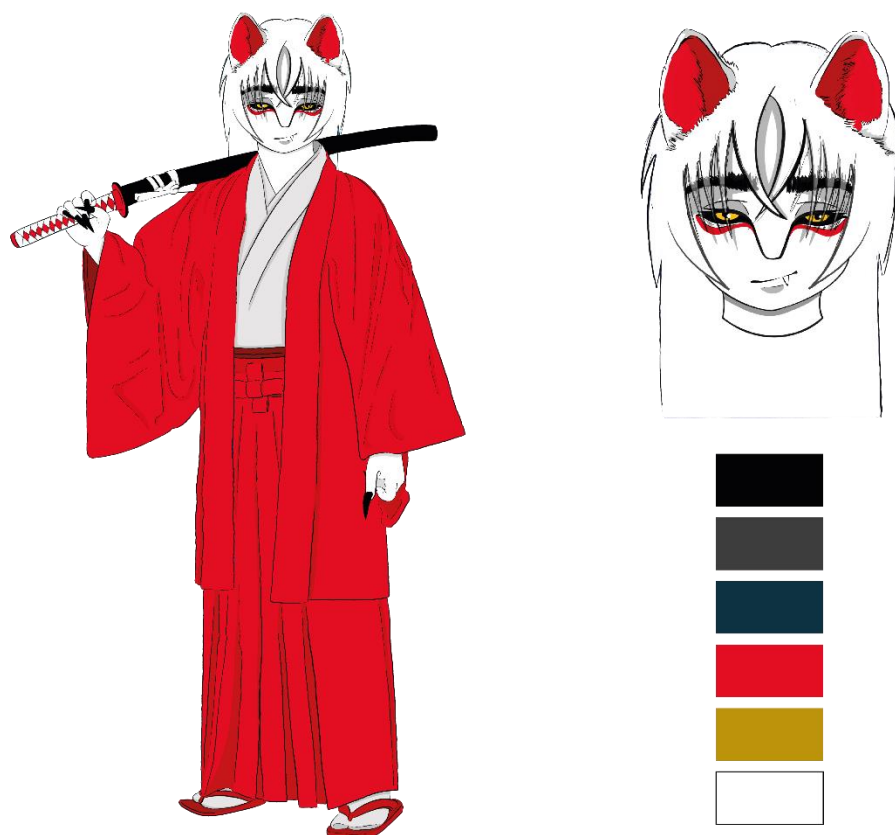


Figura 152: Ilustração da criatura mitológica Inugami

Folclore

Na mitologia japonesa, os *Inugami* "espíritos caninos" são *yōkai* associados a possessões espirituais e práticas de feitiçaria. Segundo Foster, a criação de um Inugami envolvia rituais cruéis: um cão era enterrado até o pescoço e deixado para morrer de fome, enquanto o praticante sussurrava seus sofrimentos ao animal. Após a morte do cão, sua cabeça era cortada e enterrada em um local movimentado, acreditando-se que seu espírito se tornaria um Inugami, capaz de obedecer às ordens de seu mestre e causar mal a inimigos. (p.133)

Esses espíritos eram considerados poderosos aliados, trazendo riqueza e proteção às famílias que os possuíam. No entanto, também eram temidos, pois, se maltratados ou negligenciados, podiam se voltar contra seus mestres. Foster (2015) destaca que a crença nos Inugami estava profundamente enraizada em certas regiões do Japão, especialmente em Shikoku e Kyushu, onde famílias associadas a esses espíritos eram frequentemente evitadas devido ao medo de maldições hereditárias. (p.133)

5.8. Arquitetura de Informação

A arquitetura de informação é uma disciplina fundamental no design de experiências digitais, e foi amplamente estruturada por Peter Morville e Louis Rosenfeld no livro *Information Architecture for the World Wide Web* (1998), uma obra de referência na área.

Segundo os autores, a arquitetura de informação consiste em organizar, estruturar e rotular conteúdos de forma eficaz e sustentável, com o objetivo de ajudar os utilizadores a encontrar e gerir informação de maneira intuitiva. Eles definem-na como a arte e ciência de moldar produtos digitais para apoiar usabilidade e encontrabilidade.

Morville e Rosenfeld (1998) destacam quatro componentes fundamentais:

1. **Organização** – definir categorias e estruturas claras;
2. **Rótulo** – nomear conteúdos de forma significativa;
3. **Navegação** – criar caminhos claros entre conteúdos;
4. **Sistemas de pesquisa** – facilitar a localização de informação.

Uma das citações mais emblemáticas refere que a arquitetura de informação visa "criar ambientes digitais compreensíveis e navegáveis", respeitando tanto as necessidades dos utilizadores como os objetivos do sistema.

Portanto, no contexto de uma aplicação como a “YOKAIPP”, a arquitetura de informação é essencial para garantir que os utilizadores encontram facilmente os *yōkai*, compreendem os conteúdos culturais associados e exploram a aplicação de forma fluida, mantendo a coerência visual e simbólica com a cultura japonesa.

Os três passos clássicos da arquitetura de informação, segundo Peter Morville e Louis Rosenfeld (1998), são usados para organizar conteúdos digitais de forma eficaz.

1. Inventário

Consiste em **levantar todo o conteúdo e funcionalidades** que estarão presentes num sistema digital (como uma app ou site). É o primeiro passo para entender o que existe e o que precisa de ser organizado.

Funcionalidade

- Scanner de imagem (*image recognition*) para identificar *yōkai*

Conteúdo Principal

- Galeria de *yōkai*
- Fichas informativas:
 - Nome (em japonês, romaji, tradução)
 - Ilustração
 - Descrição breve
 - História e origem mitológica
 - Categoria simbólica (água, floresta, espiritual, etc.)
 - Curiosidades

Cruzamentos Culturais

- Ligações do *yōkai* com a cultura pop japonesa:
 - Animes
 - Mangas
 - Filmes
 - Videojogos

Interação com Utilizadores

- Chat comunitário:
 - Discussão sobre *yōkai*
 - Partilha de imagens e descobertas
 - Perguntas/respostas entre utilizadores

Apoio ao Utilizador

- **Ícone de Ajuda / FAQ**
Secção com explicações sobre como usar a app, navegar pelos conteúdos e usar o scanner.

2. Card Sorting

Este passo envolve **agrupar os conteúdos por temas ou funções semelhantes**. É um exercício que pode ser feito com utilizadores (card sorting) para perceber como eles agrupam logicamente os conteúdos.

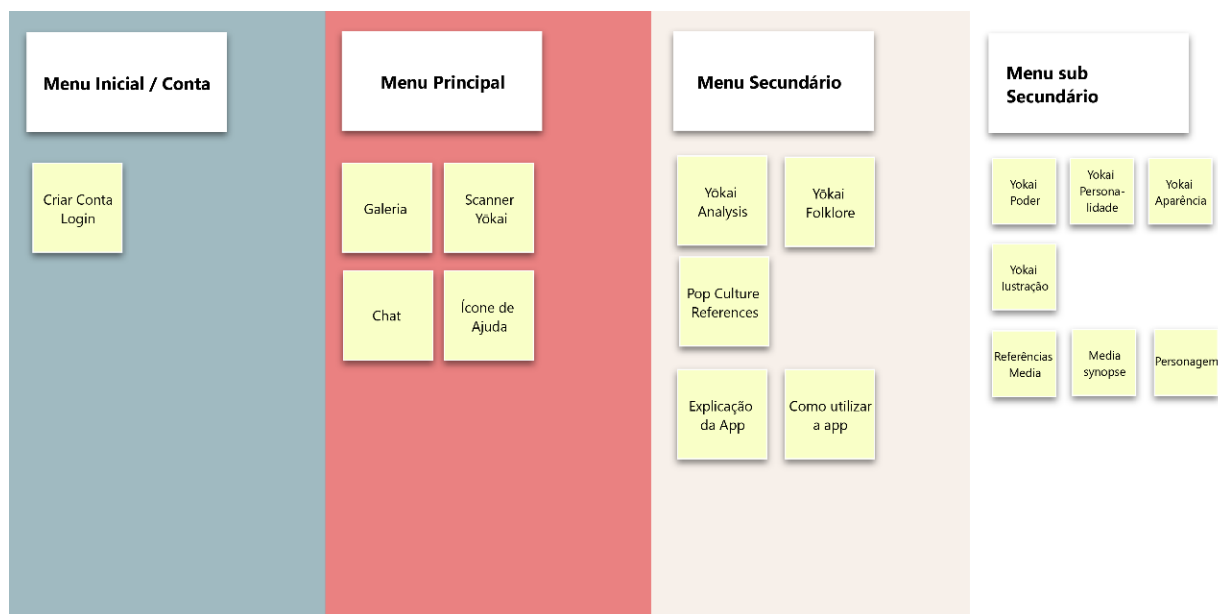


Figura 153: *Card Sorting*

3. Definição do Mapa

Após organizar os grupos, define-se um **mapa hierárquico da informação**. Este mapa mostra como as secções se relacionam entre si e qual o caminho que o utilizador percorre na navegação.

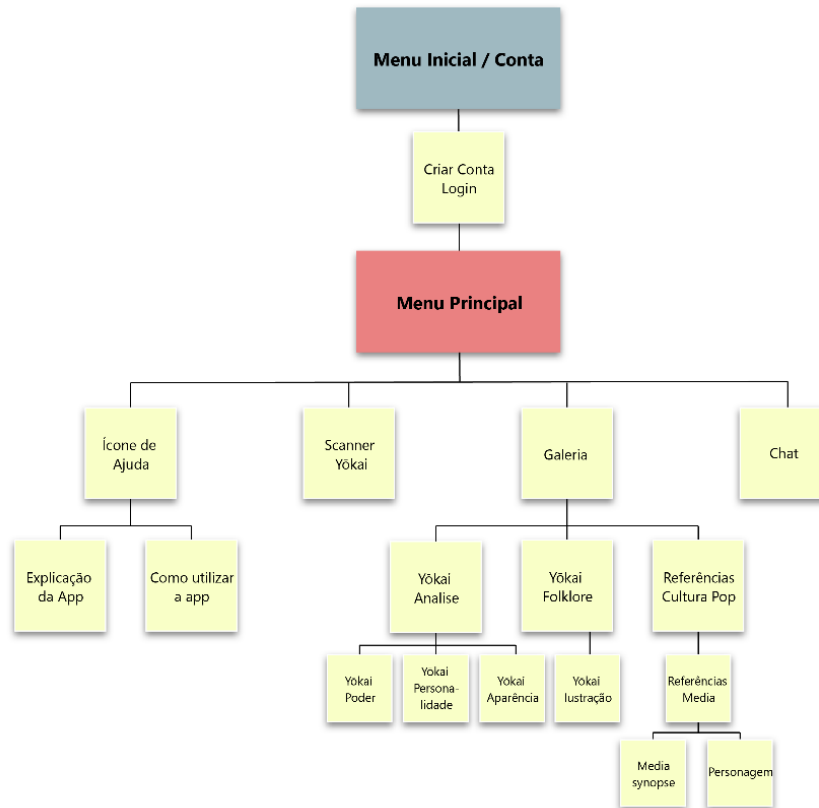


Figura 154: Mapa Hierárquico da Informação

- **Nível 1:** Entrada e menu principal.
- **Nível 2:** Funcionalidades centrais (exploração, identificação, interação).
- **Nível 3:** Acesso ao conteúdo detalhado dos *yōkai*.

Este mapa serve como base para o design de fluxos de navegação e interface da aplicação.

5.9 Wireframes e Protótipos

Wireframes são representações esquemáticas e simplificadas da interface de uma aplicação ou website. Funcionam como mapas visuais que mostram a disposição dos elementos principais (como menus, botões, imagens e texto) sem preocupações estéticas. O seu objetivo é estruturar a informação, testar hierarquias e planejar a experiência do utilizador antes da aplicação de design gráfico ou programação.

Segundo James Garrett no livro *The Elements of User Experience* (2011) os *wireframes* são fundamentais para definir a estrutura de um produto digital, permitindo alinhar expectativas entre designers, programadores e clientes.

Protótipos, por sua vez, são versões interativas ou simuladas de uma aplicação ou website, criadas a partir dos wireframes e com a inclusão de elementos visuais, navegação e funcionalidades simuladas. O seu principal objetivo é **testar a experiência do utilizador**, validar fluxos de navegação, identificar problemas de usabilidade e antecipar a interação real com o produto final — mesmo antes de qualquer linha de código ser implementada.

Segundo Rubin e Chisnell no livro *Handbook of Usability Testing* (2018) os protótipos permitem que os designers “avaliem hipóteses, testem soluções e recolham feedback com base na experiência prática do utilizador”, tornando-se uma ferramenta essencial no design centrado no utilizador.

Mapa Hierárquico Protótipo

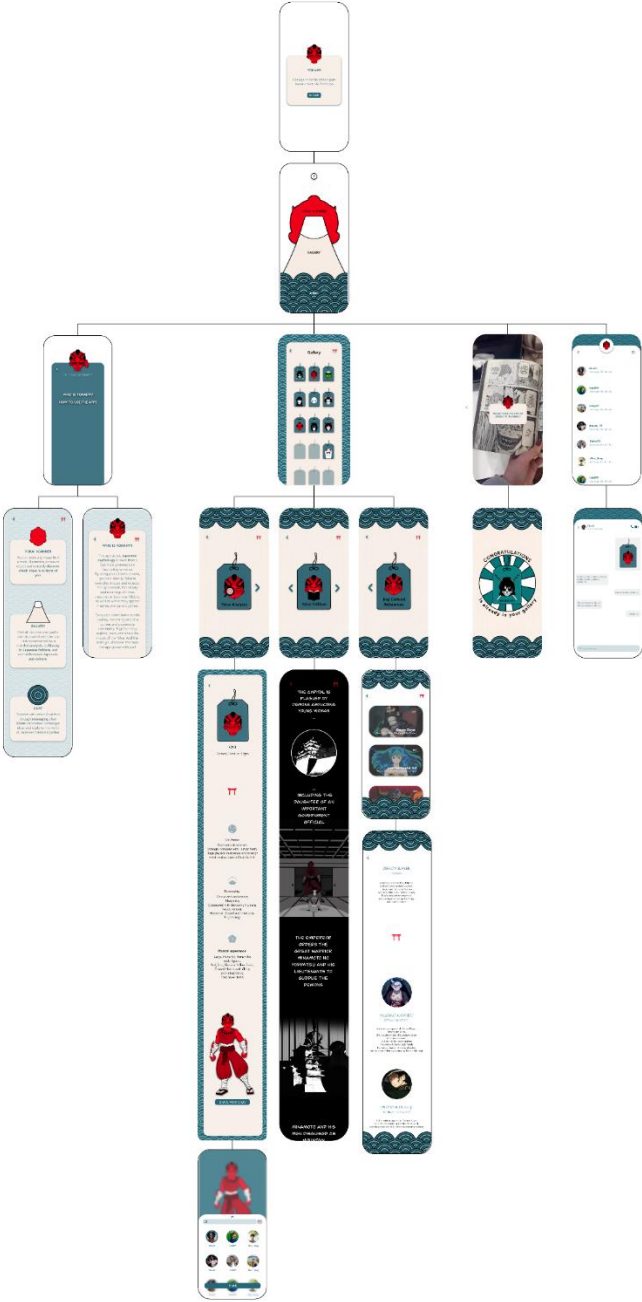


Figura 156: Mapa Hierárquico Protótipo

Link do Mapa Hierárquico Protótipo: <https://xd.adobe.com/view/d7b7ebf0-8753-4ddd-8648-4619cc037f54-82e4/>

1. A primeira página da aplicação “YOKAIPP” apresenta um ecrã de **login simples e funcional**, que serve como porta de entrada para o universo mitológico da app. Aqui, o utilizador pode **criar conta ou iniciar sessão**, garantindo uma experiência personalizada, como o registo de *yōkai* descobertos ou interações no chat comunitário. Após o *login*, o utilizador é automaticamente direcionado para o **menu principal**, onde pode aceder às principais funcionalidades da *app*: Galeria, *Scanner*, *Chat* e Ajuda.

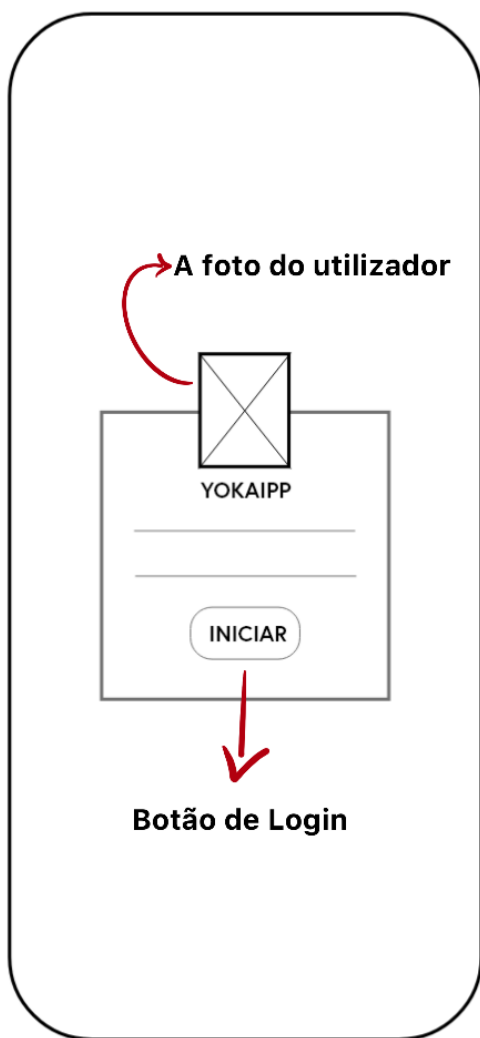


Figura 157: Wireframe 1

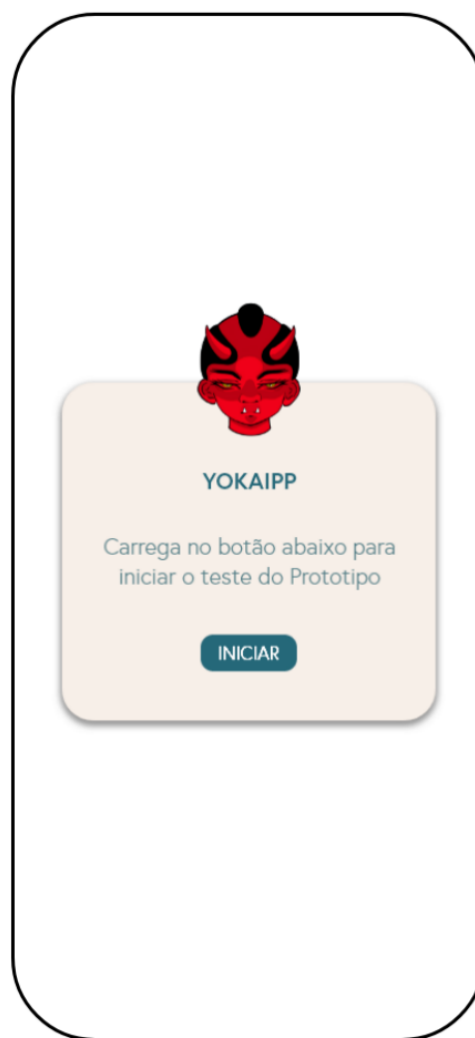


Figura 158: Protótipo 1

2. O menu principal da aplicação “YOKAIPP” apresenta quatro acessos centrais que estruturam a experiência do utilizador: o **Scanner Visual**, que permite identificar *yōkai* através da câmara; a **Galeria**, onde ficam guardadas as criaturas descobertas; o **Chat Comunitário**, que promove a interação entre utilizadores; e o **Ícone de Ajuda**, com orientações sobre o funcionamento da *app* e explicação dos símbolos visuais.

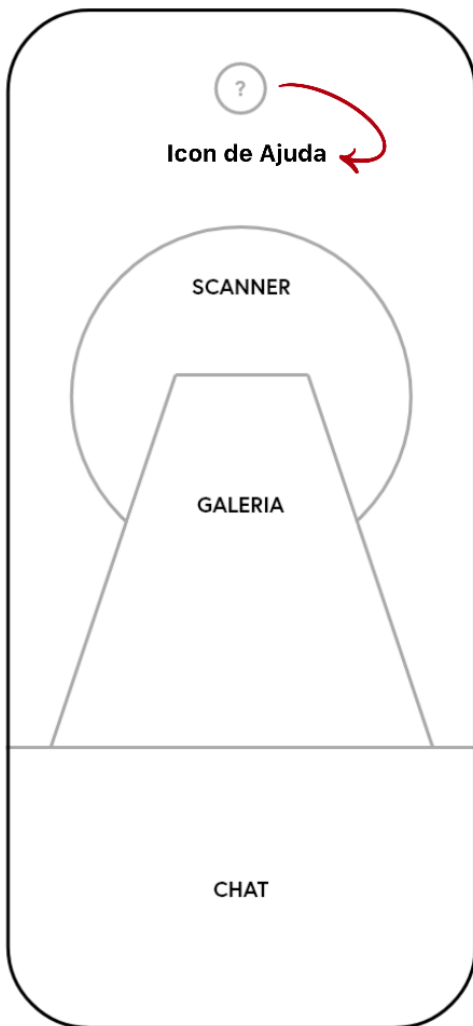


Figura 159: Wireframe 2

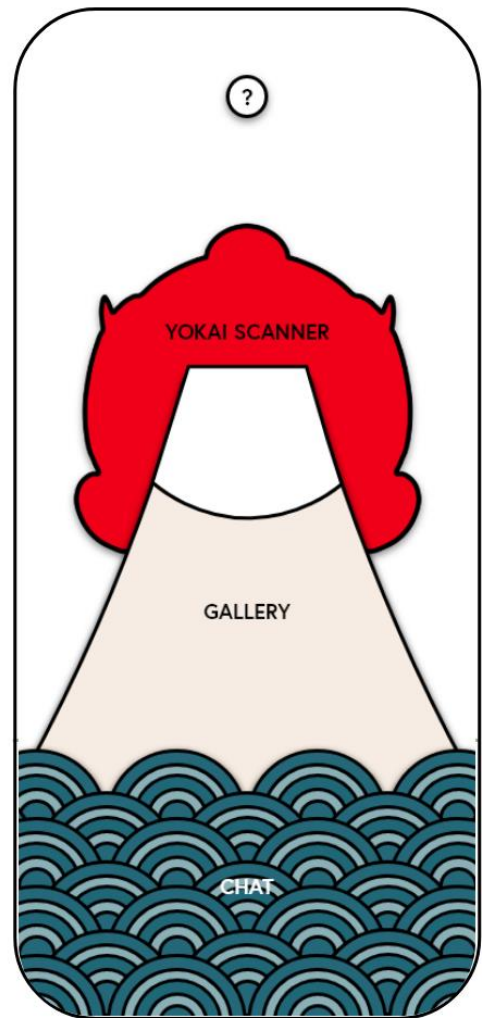


Figura 160: Protótipo 2

3. Ao carregar no **ícone de ajuda** no menu principal da aplicação “YOKAIPP”, o utilizador é direcionado para uma página com duas perguntas principais: "**Quem é Yokaipp?**" e "**Como usar o Yokaipp?**". Ao selecionar a primeira, é apresentada uma explicação introdutória sobre a aplicação e o seu propósito. Ao escolher a segunda, o utilizador acede a uma página visual com os **ícones da interface acompanhados das respetivas explicações**, facilitando a compreensão de cada funcionalidade da *app* de forma clara e acessível.

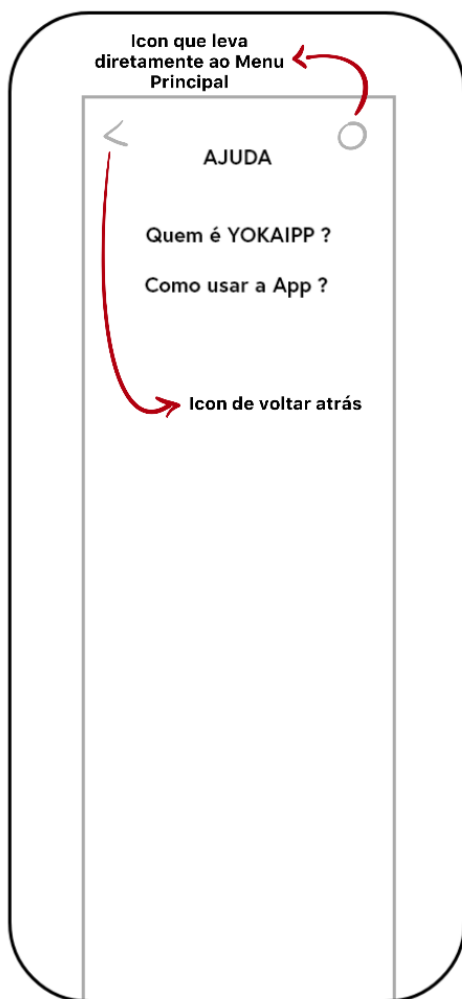


Figura 161: Wireframe 3

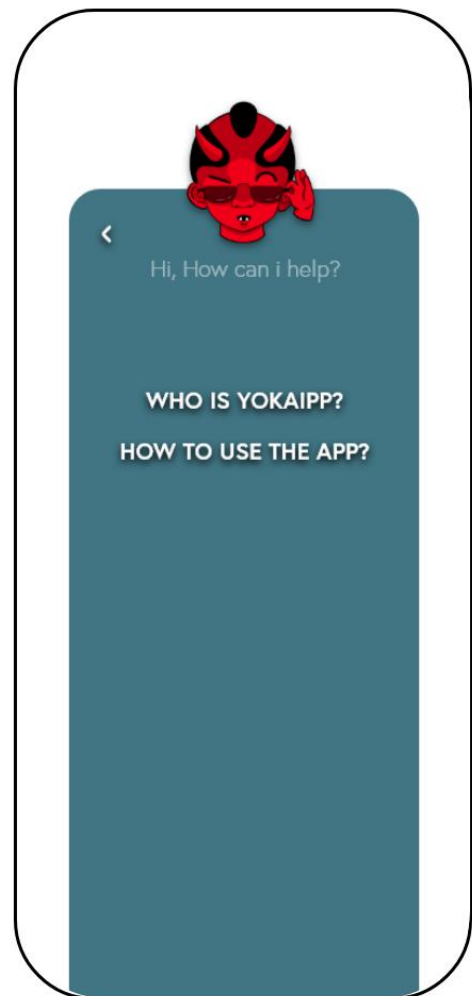


Figura 162: Protótipo 3

4. O *wireframe* da página “Quem é Yokaipp?” apresenta uma estrutura simples e centrada na clareza da leitura. No topo, surge o título da secção, seguido de um bloco de texto explicativo que introduz o conceito da aplicação “YOKAIPP” — a sua missão, origem e função enquanto ferramenta de mediação cultural.

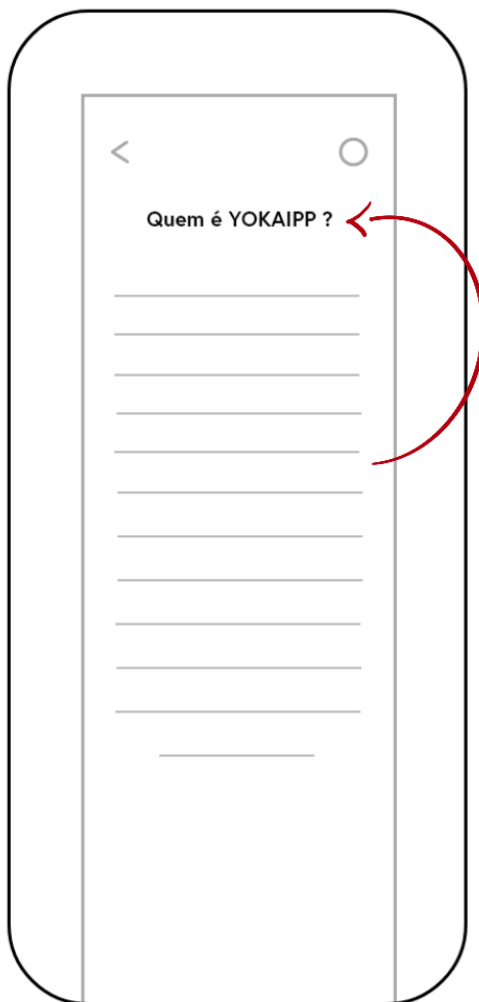


Figura 163: Wireframe 4

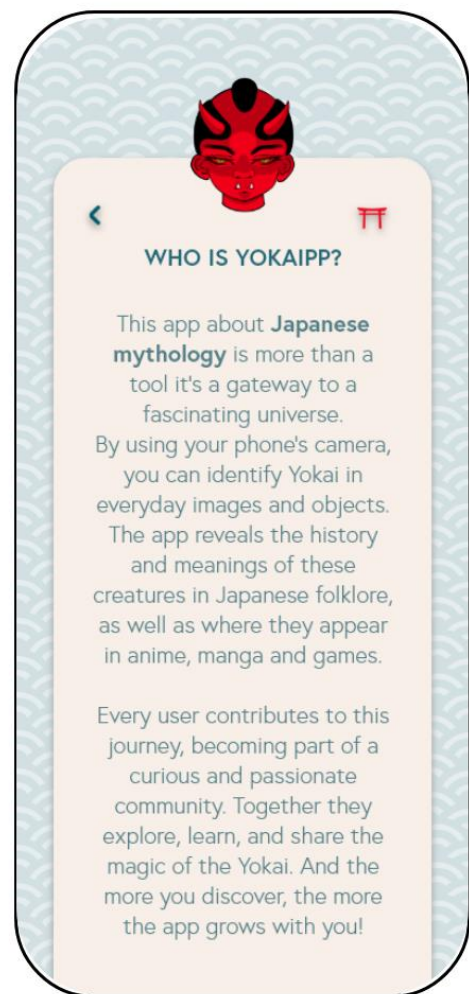


Figura 164: Protótipo 4

5. O *wireframe* da página “Como usar o Yokaipp?” organiza-se de forma visual e pedagógica. A página apresenta uma grelha com os **ícones principais da aplicação**, cada um acompanhado de uma legenda explicativa clara. Esta estrutura permite que o utilizador compreenda rapidamente a função de cada elemento da interface (como scanner, galeria, chat ou ajuda).

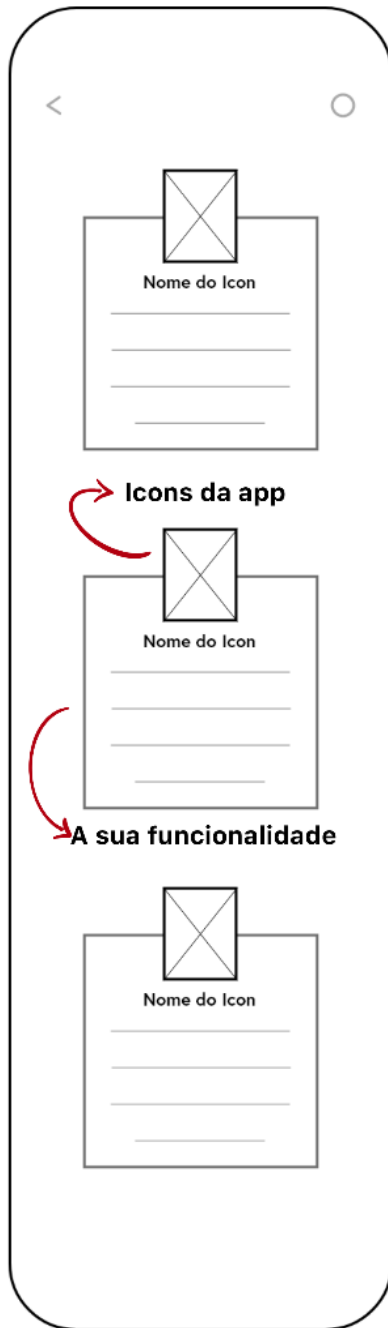


Figura 165: Wireframe 5



Figura 166: Protótipo 5

6. O **wireframe da página do Scanner** é funcional e direto, centrado na experiência de descoberta. No centro do ecrã encontra-se o botão de ativação da câmara, convidando o utilizador a digitalizar imagens ou objetos que possam conter um *yōkai*. Após o scan, a aplicação identifica a criatura e direciona o utilizador para a respetiva ficha na galeria. O layout é minimalista, com destaque para a área de captura e instruções breves, assegurando uma **interação rápida, clara e intuitiva** com esta funcionalidade central da *app*.

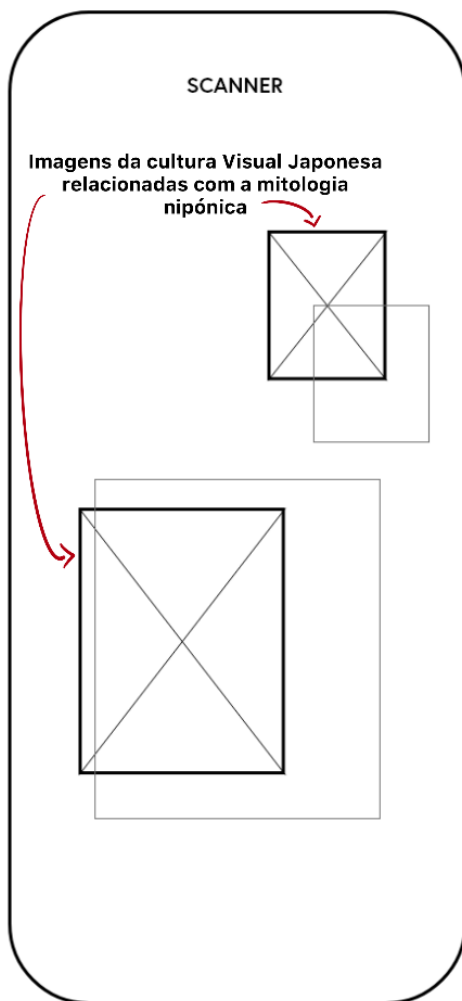


Figura 167: Wireframe 6



Figura 168: Protótipo 6

7. O *wireframe* da página pós-scanner é concebido para reforçar a sensação de conquista. Após a identificação bem-sucedida de um *yōkai*, o utilizador vê a **ilustração da criatura** acompanhada da mensagem: **“Parabéns! O *yōkai* [nome] já está na tua galeria.”**

Este ecrã funciona como uma transição celebratória e automática: **o utilizador é redirecionado diretamente para a Galeria**, onde pode ver o novo *yōkai* adicionado à sua coleção.

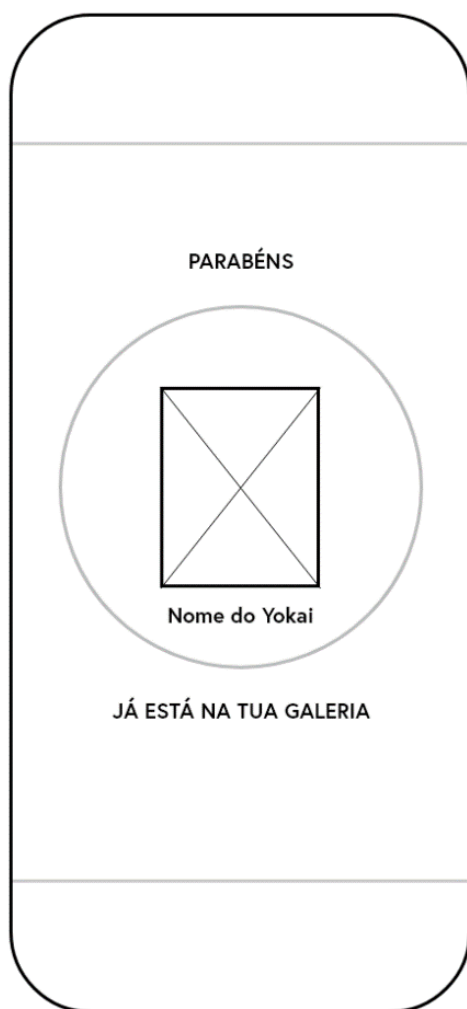


Figura 169: Wireframe 7



Figura 170: Protótipo 7

8. O **wireframe da página da Galeria** apresenta uma grelha visual onde são exibidos todos os *yōkai* que o utilizador já identificou através do scanner. À medida que novas criaturas são descobertas, a galeria cresce automaticamente, promovendo uma lógica de **coleção e progressão visual**. Cada imagem funciona como um botão interativo: ao clicar num *yōkai*, o utilizador é direcionado para um **submenu com informação detalhada**, dividido em *Yōkai Analysis*, *Folklore* e *Pop Culture References*.

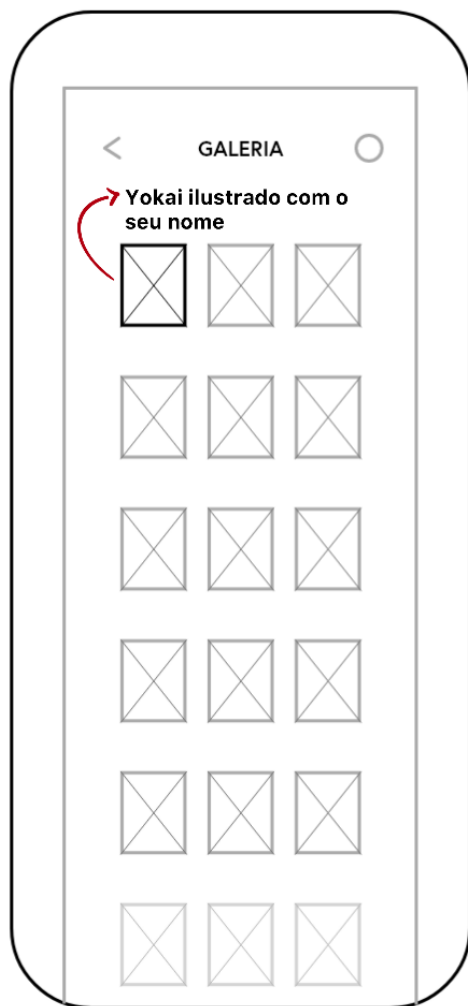


Figura 171: Wireframe 8



Figura 172: Protótipo 8

9. O *wireframe* do submenu do *yōkai* organiza-se em três páginas distintas: **Análise do Yōkai**, **Folklore** e **Referências da Cultura Pop**. Para navegar entre estas páginas, o utilizador utiliza **ícones de setas** posicionados lateralmente, criando um sistema de transição horizontal. Cada página é dedicada a um tema específico:

- A *Análise* mostra os traços físicos, poderes e personalidade;
- O *Folklore* apresenta a origem e lenda associada;
- A secção de *Cultura Pop* destaca aparições em animes, mangas e jogos. A navegação é sequencial, clara e temática.

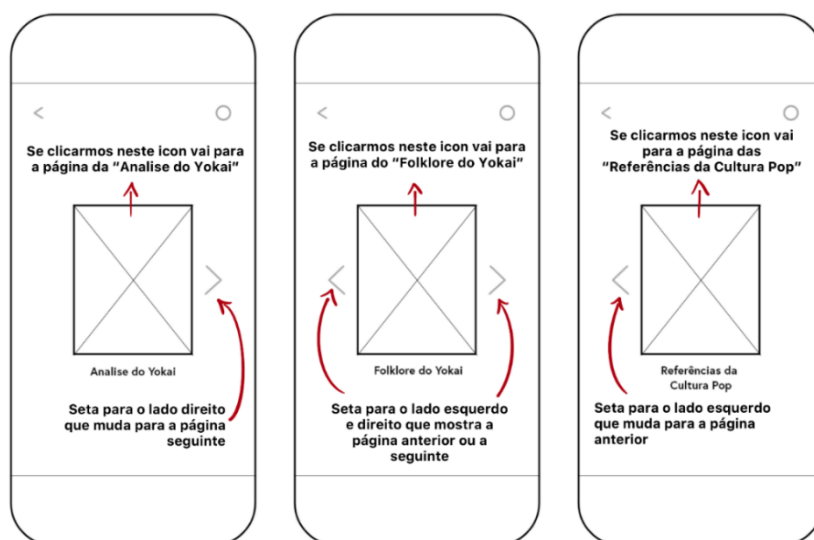


Figura 173: Wireframe 9



Figura 174: Protótipo 9

10. O *wireframe* da página "Análise do *Yōkai*" apresenta uma estrutura informativa clara e visualmente equilibrada. No topo da página surge a **ilustração facial do *yōkai***, acompanhada do seu **nome e apelido**. Logo abaixo, estão organizados três blocos de texto concisos que descrevem respetivamente o **poder**, a **personalidade** e a **aparência física** da criatura. Na parte inferior, encontra-se a **ilustração completa do corpo do *yōkai***, com um botão de ação destacado: "**Partilhar *Yōkai***", que permite enviar essa criatura mitológica diretamente para um utilizador do chat da aplicação.

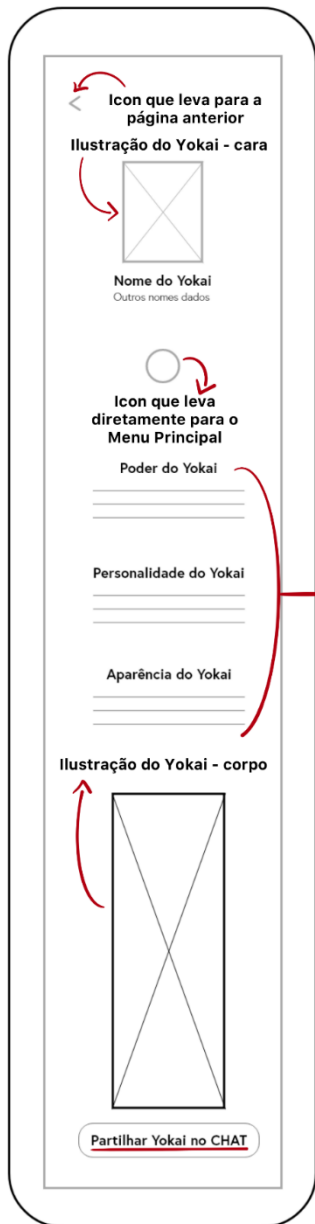


Figura 175: Wireframe 10

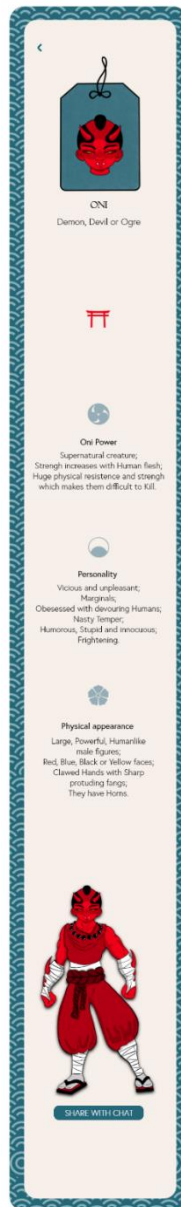


Figura 176: Protótipo 10

11. O *wireframe* da página que surge após carregar em “Partilhar *Yōkai*” simula uma interface de chat ativa, onde são apresentadas as **pessoas online no momento**. O utilizador pode seleccionar qualquer uma dessas pessoas clicando no respetivo nome ou avatar. Após a seleção, aparece o botão “**Partilhar**”, que permite enviar diretamente o *yōkai* escolhido para o destinatário no chat. Esta funcionalidade promove a **interação entre utilizadores**, reforçando o aspeto comunitário da app e incentivando a troca de descobertas mitológicas em tempo real.

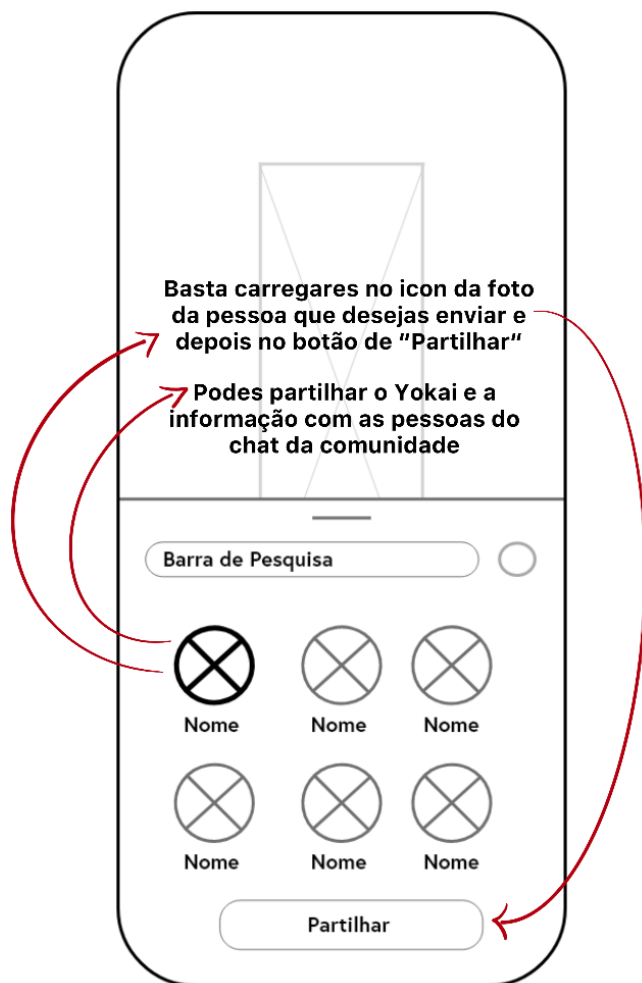


Figura 177: Wireframe 11

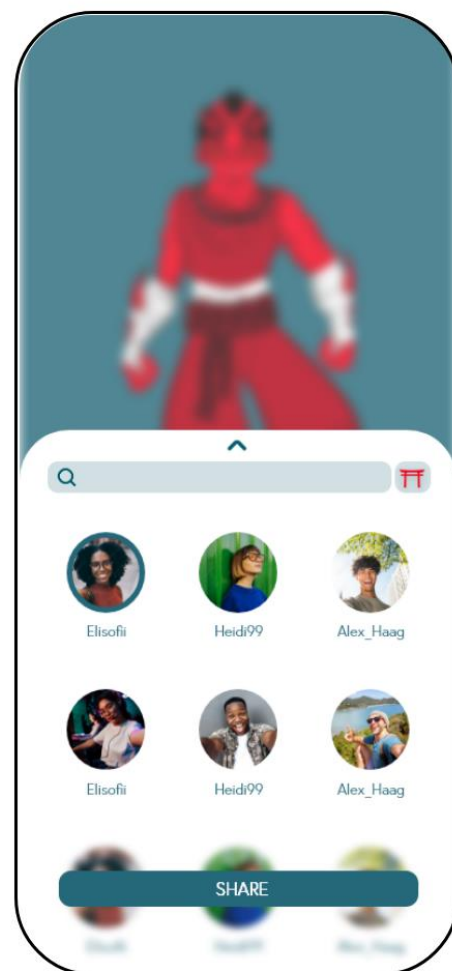


Figura 178: Protótipo 11

12. O *wireframe* da página "*Folklore do Yōkai*" apresenta uma abordagem visual e narrativa que mergulha o utilizador no universo mitológico da criatura. Ao entrar nesta secção, o utilizador encontra uma **representação ilustrada da lenda**, com inspiração estética no estilo *mangá*, refletindo o meu como ilustradora do projeto. A narrativa é apresentada de forma sequencial e visualmente envolvente, combinando imagem e texto, de modo a tornar o folclore acessível, cativante e alinhado com o imaginário gráfico da cultura pop japonesa.

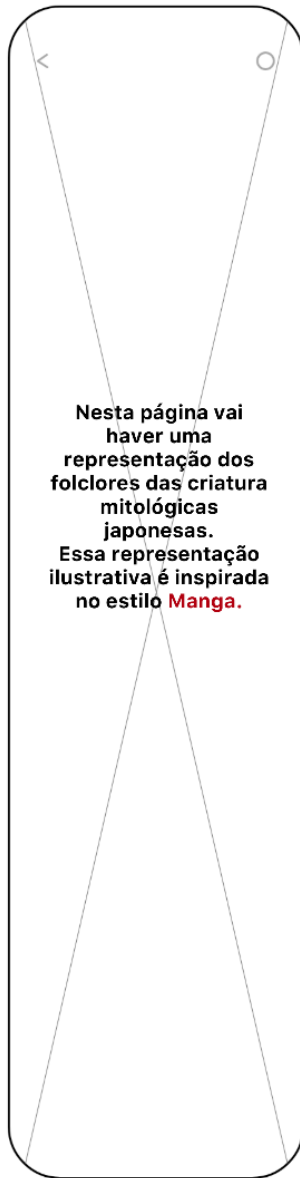


Figura 179: Wireframe 12



Figura 180: Protótipo 12

13. O *wireframe* da página “Referências da Cultura Pop” apresenta uma galeria visual com os conteúdos midiáticos associados ao *yōkai* selecionado. Cada entrada inclui a **imagem da obra**, o **nome**, o **tipo de media** (*anime, manga, filme, videogame*) e o **ano de lançamento**. A disposição é clara e atrativa, permitindo ao utilizador explorar facilmente as representações contemporâneas dessa figura mitológica. Ao **clicar numa imagem**, o utilizador é direcionado para uma nova página com mais informações sobre a obra e a sua relação com o *yōkai* em questão.

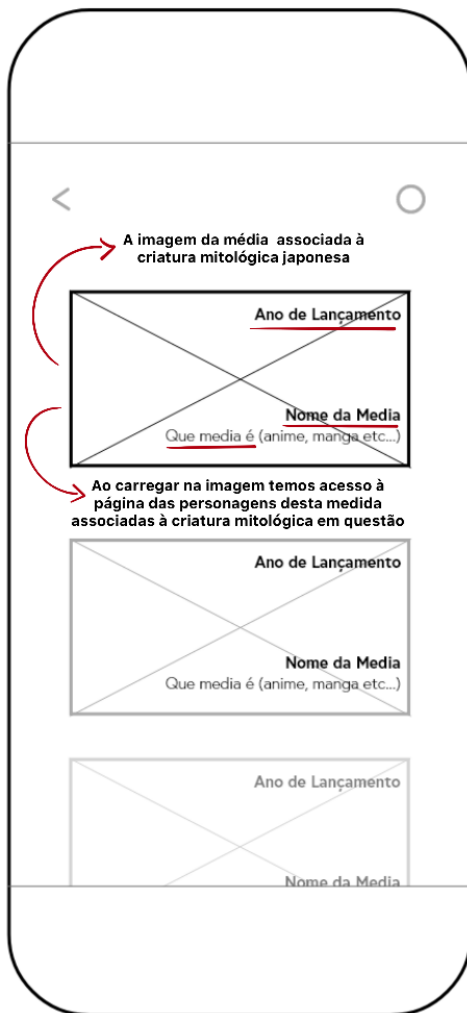


Figura 181: Wireframe 13



Figura 182: Protótipo 13

14. O *wireframe* da página que surge após clicar na imagem da obra/media apresenta uma estrutura informativa focada na contextualização cultural. No topo, encontra-se a **sinopse da obra** (anime, manga, filme ou jogo), permitindo ao utilizador compreender o enredo geral. Logo abaixo, são listadas as **personagens dessa obra que se inspiram ou estão diretamente associadas ao *yōkai*** em questão. Esta página cria uma ligação clara entre o universo mitológico tradicional e a sua representação na cultura pop, reforçando o objetivo educativo e visual da aplicação.

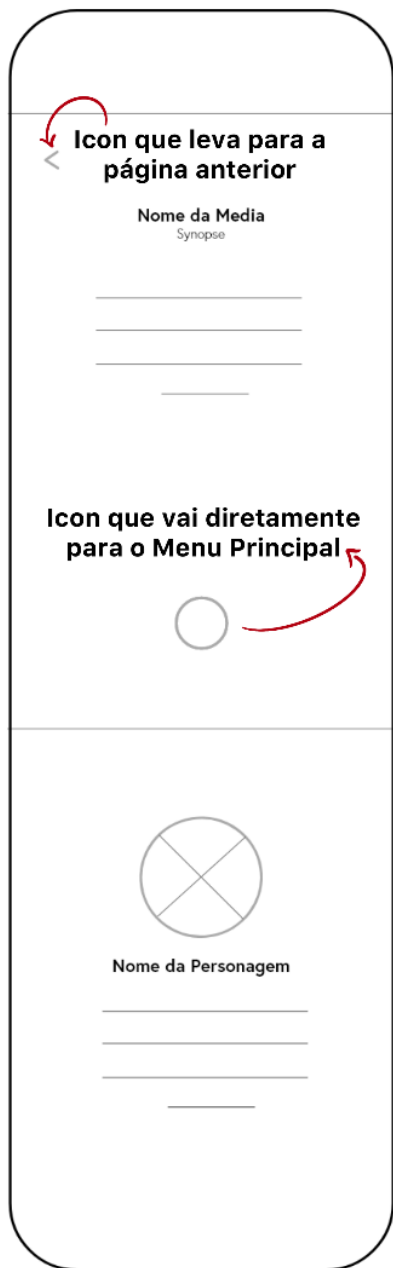


Figura 183: Wireframe 14

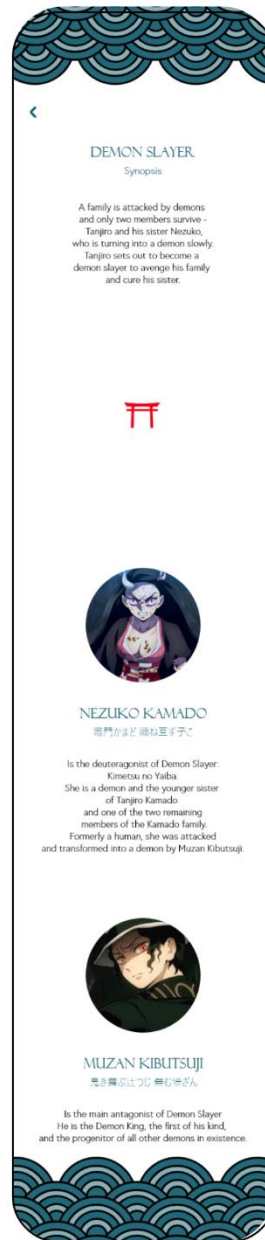


Figura 184: Protótipo 14

15. O *wireframe* da página de *Chat* da aplicação “YOKAIPP” apresenta uma interface social simples e direta. Após clicar no ícone de *Chat* no menu principal, o utilizador é direcionado para uma **lista de utilizadores que estão online naquele momento**. A partir daí, pode iniciar conversas em tempo real, partilhar descobertas e trocar *yōkai*. A disposição dos contactos é clara, com nome ou avatar visível, promovendo a **interação comunitária dentro da app** e incentivando o envolvimento ativo entre os fãs da cultura mitológica japonesa.



Figura 185: Wireframe 15

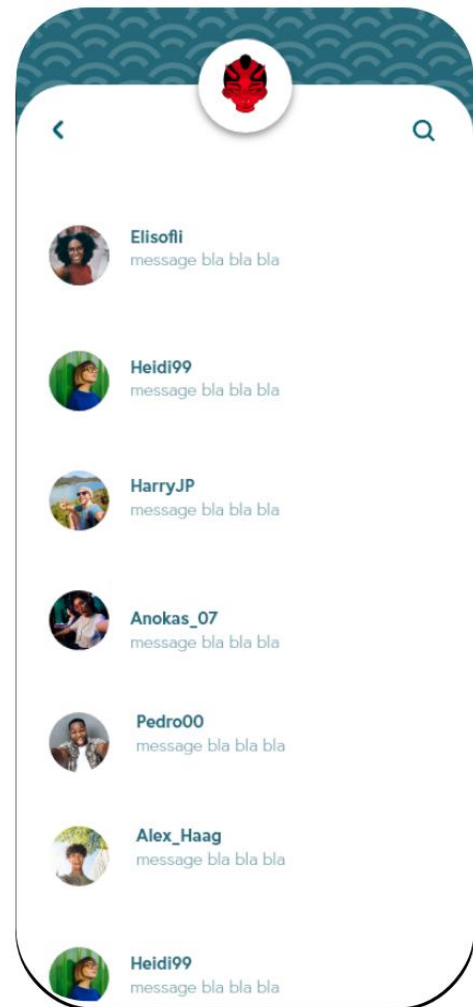


Figura 186: Protótipo 15

16. O *wireframe* da página de conversa individual no *chat* apresenta um exemplo de troca de mensagens com um utilizador específico. Após clicar no avatar de alguém na lista de utilizadores online, o utilizador é direcionado para um ecrã onde pode **enviar mensagens de texto, partilhar *yōkai*** e, adicionalmente, **iniciar chamadas de voz ou vídeo** através de ícones localizados na parte superior do ecrã. Esta funcionalidade fortalece o lado social da aplicação, promovendo uma **comunicação mais direta e imersiva** entre membros da comunidade “YOKAIPP”.

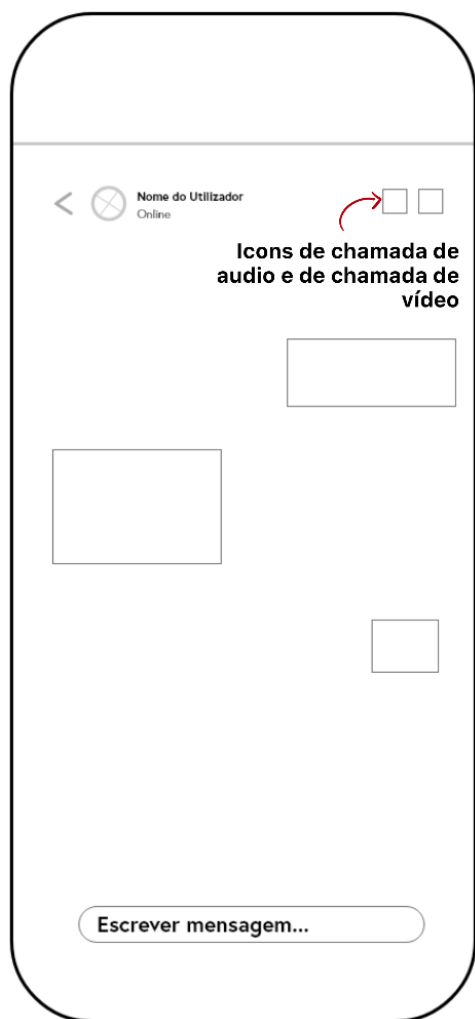


Figura 187: Wireframe 16

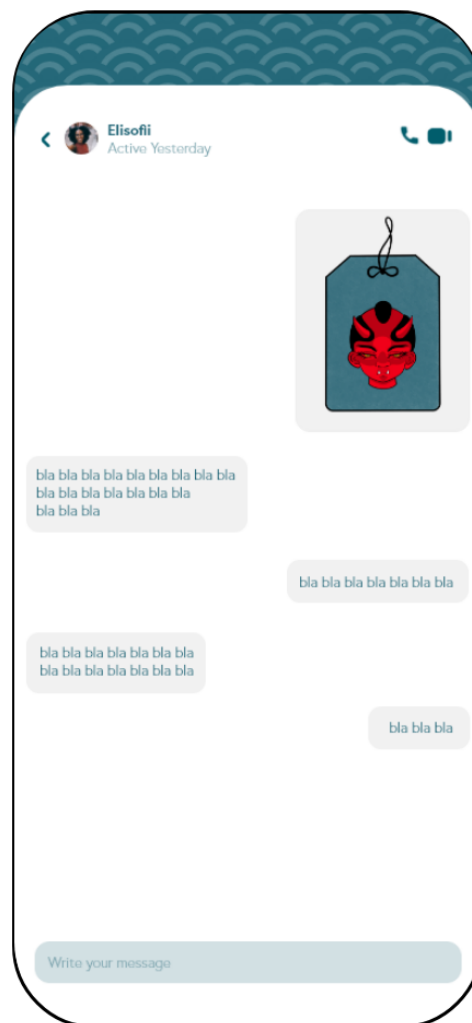


Figura 188: Protótipo 16

5.10 Protótipo Final

Este protótipo representa a versão visual e funcional do design da aplicação, refletindo as decisões estéticas, estruturais e de usabilidade tomadas ao longo do processo de desenvolvimento. É importante reforçar que se trata de um **protótipo de design**, não funcional, ou seja, ainda **sem implementação de programação**. O objetivo é simular a navegação, testar a arquitetura de informação, avaliar a experiência do utilizador e demonstrar o conceito geral da aplicação “YOKAIPP” de forma interativa.

O protótipo final da aplicação “YOKAIPP” encontra-se disponível através do seguinte link da plataforma *Adobe XD*: <https://xd.adobe.com/view/fae21e41-0f97-4fd0-aecc-f6f3d6a96083-afb1/?fullscreen&hints=off>



Figura 189: Protótipo Final

Capítulo 6 – Design de Interface e Estética Visual

O **design de interface** refere-se à forma como os elementos visuais e interativos de uma aplicação são organizados e apresentados ao utilizador, enquanto a **estética visual** diz respeito à identidade gráfica que transmite o tom, estilo e valores do projeto. Juntos, estes dois componentes são fundamentais para garantir uma **experiência de navegação intuitiva, coerente e visualmente apelativa**.

No caso da aplicação “**YOKAIPP**”, o design de interface foi pensado para facilitar o acesso às funcionalidades principais (scanner, galeria, chat) e guiar o utilizador numa jornada de descoberta visual. A estética visual, por sua vez, foi construída com base na **fusão entre referências tradicionais do folclore japonês e a linguagem gráfica da cultura pop contemporânea**, criando uma identidade visual forte, envolvente e culturalmente sensível.

O objetivo desta secção é detalhar as escolhas gráficas e funcionais que sustentam a aplicação, demonstrando de que forma o design contribui para uma **experiência cultural enriquecedora e acessível**.

6.1. Avaliação Heurística

A **Avaliação Heurística** é uma técnica de **inspeção de usabilidade** usada para identificar problemas de design numa interface com base em princípios reconhecidos, chamados **heurísticas**. Trata-se de uma abordagem **qualitativa**, na qual avaliadores (normalmente especialistas em UX) analisam a interface com base em critérios estabelecidos, como os **10 princípios de usabilidade de Jakob Nielsen em *Usability engineering* (1994)**.

Esta avaliação pode e deve ser integrada no **design system** de uma aplicação como parte do **controlo de qualidade da experiência de utilizador**, contribuindo para:

- **Deteção precoce de erros de navegação, legibilidade e consistência**
- **Melhoria contínua da interface** antes de testes com utilizadores reais
- **Documentação de boas práticas de design** com base em princípios testados

1. Visibilidade do Estado do Sistema

Segundo a heurística de Nielsen (1994, p.7), **visibilidade do estado do sistema** refere-se à capacidade da interface de **informar claramente o utilizador sobre o que está a acontecer em cada momento da sua navegação**. A aplicação deve manter o utilizador atualizado, através de **feedback visual imediato e contínuo**, sobre o estado atual da interação ou do carregamento de conteúdos.

Aplicação na “YOKAIPP”:

Na YOKAIPP, esta heurística foi considerada no desenvolvimento e avaliação do protótipo da seguinte forma:

- **Ícones com estados ativos/selecionados** (ex.: ícone da galeria ou do *scanner* muda de cor ao ser ativado);
- **Mensagens de carregamento e feedback** ao usar o *scanner* de *yōkais* (ex.: “A identificar criatura...”);
- **Mensagem de confirmação** ao partilhar um *yōkai* no *chat* (“*Yōkai* partilhado com sucesso!”);
- **Destaque visual** da página ativa no menu secundário (por exemplo, ícone da análise ou do folclore com sublinhado ou cor diferenciada);
- **Animações de transição suaves** entre menus e páginas para indicar mudança de contexto.

2. Correspondência entre o Sistema e o Mundo Real

A segunda heurística de usabilidade de Nielsen (1994, p.14) defende que os sistemas devem **falar a linguagem dos utilizadores**, utilizando **conceitos familiares e representações visuais significativas**, em vez de terminologia técnica. A interface deve refletir **modelos mentais reais**, para que os utilizadores possam compreender naturalmente a lógica da aplicação.

Aplicação na “YOKAIIPP”:

A “YOKAIIPP” integra esta heurística através de uma linguagem visual e funcional **fortemente enraizada na cultura japonesa**, o que estabelece uma ligação direta entre a aplicação e o universo que representa:

- **Uso de ícones com base em símbolos culturais japoneses** (ex.: torii como ícone do menu principal, omamori como estrutura da galeria de *yōkai*);
- **Design do scanner inspirado em referências modernas como apps de realidade aumentada e jogos como *Pokémon GO***, facilitando o reconhecimento da função;
- **Uso de nomes reais de criaturas mitológicas japonesas** e a sua associação com imagens estilizadas em estilo anime/manga, o que aproxima a experiência da percepção cultural popular;
- **Navegação vertical na leitura de folclore**, inspirada nas plataformas *Webtoon* e *Manta*, associando-a à leitura de *mangá* — familiar para o público-alvo.

3. Controlo e Liberdade do Utilizador

De acordo com Nielsen (1994, p.30), a heurística de **controlo e liberdade do utilizador** refere-se à capacidade de o sistema permitir que os utilizadores **naveguem livremente, corrijam erros com facilidade e recuem ou avancem conforme as suas intenções**. Os utilizadores devem sentir que estão no comando da interface, e não que são controlados por ela.

Aplicação na YOKAIIPP:

A “YOKAIIPP” implementa esta heurística através de diversas soluções visuais e funcionais que **dão autonomia ao utilizador na sua jornada pela app**:

- **Botões de retorno visíveis** em todas as páginas e submenus, permitindo recuar facilmente ao menu anterior;

- **Setas de navegação lateral no menu secundário** (Análise, Folclore, Cultura Pop), oferecendo **controlo sequencial e reversível** da leitura;
- **Ícone fixo de Menu Principal (torii)** em todas as páginas, possibilitando um **regresso imediato ao início**, reforçando a liberdade de movimento;
- **Cancelamento de partilhas no chat** antes do envio final, prevenindo ações involuntárias;
- **Partilha apenas confirmada após escolha explícita do destinatário** — evitando envios acidentais de yōkai.

4. Consistência e normas

A heurística de **consistência e normas**, definida por Nielsen (1994, p.35), recomenda que os sistemas **sigam convenções de design reconhecíveis e mantenham coerência interna**, para que o utilizador não tenha de reaprender interações ao navegar por diferentes partes da interface. A consistência reduz a carga cognitiva e aumenta a previsibilidade e confiança do utilizador.

Aplicação na “YOKAIPP”:

A app **YOKAIPP** demonstra consistência a vários níveis:

- **Estética visual uniforme:** Uso repetido da figura do Oni com variações para representar funções (análise, folclore, cultura pop), garantindo reconhecimento imediato das secções;
- **Padronização de ícones:** Ícones no menu principal e secundário seguem a mesma linguagem gráfica e estilo de traço, respeitando o sistema visual da aplicação;
- **Estrutura de navegação repetida:** Todos os yōkai seguem o mesmo modelo informativo: análise → folclore → cultura pop, reforçando o hábito e a previsibilidade;
- **Paleta de cores e tipografia coerentes** em todas as páginas (Europa Bold, Felix Titling, Jack Armstrong BB), reforçando identidade e clareza;
- **Conformidade com normas de interação já conhecidas:** a área de chat, o botão de ajuda e os sistemas de partilha seguem convenções comuns em aplicações sociais e de conteúdo visual (ex. Instagram, Webtoon), facilitando a adaptação do utilizador.

5. Prevenção de erros

Segundo Nielsen (1994, p.36), a heurística de **prevenção de erros** defende que o design do sistema deve ser estruturado de forma a **evitar que o erro aconteça**, em vez de apenas oferecer formas de o corrigir. Isso inclui **evitar ações acidentais, limitar possibilidades perigosas e alertar o utilizador antes de ações irreversíveis**.

Limitações atuais:

Atualmente, a aplicação **não possui mecanismos explícitos de prevenção de erros** em funcionalidades como:

- Partilha de *yōkai* no chat (ausência de confirmação antes do envio);
- Seleção de utilizadores online (pode ser clicado sem validação);
- Navegação entre secções secundárias (sem aviso de saída de secção antes de concluir a leitura).

Recomendações para melhoria:

Para alinhar com esta heurística, a *app* poderá integrar:

- **Mensagens de confirmação** antes de partilhar um *yōkai* ("Tens a certeza que queres partilhar este *yōkai* com [nome do utilizador]?");
- **Desativação temporária de botões** enquanto uma ação estiver a decorrer (por exemplo, enquanto o scanner processa uma imagem);
- **Indicadores visuais de escolha incorreta ou incompleta**, como feedback de erro se a partilha for tentada sem seleção prévia de utilizador.

Como defende Norman (2013) em *The Design of Everyday Things*, “a melhor interface é aquela que **torna o erro impossível** antes que o utilizador sequer perceba que o ia cometer”.

6. Reconhecimento em vez de memorização

De acordo com Nielsen (1994, p.37), esta heurística propõe que a interface deve **minimizar o esforço de memória do utilizador**, fornecendo **pistas visuais, sugestões e elementos reutilizáveis**, em vez de obrigá-lo a recordar informação de uma página para outra. O objetivo é facilitar a navegação e o uso intuitivo da *app*.

Aplicação na YOKAIPP:

A aplicação **YOKAIPP** aplica esta heurística de forma eficaz em vários aspetos da sua interface:

- **Ícones visuais com significado claro e recorrente**, como o Torii (menu principal), o Oni (elementos mitológicos), ou o Omamori (representação dos yōkai na galeria);
- **Estrutura sequencial previsível** no menu secundário (Análise → Folclore → Cultura Pop), o que evita que o utilizador tenha de memorizar onde está ou o que já viu;
- **Palavras-chave e imagens familiares ao universo da cultura pop japonesa**, permitindo ao utilizador reconhecer facilmente referências sem necessidade de explicações constantes;
- **Botões e ações visíveis no contexto de cada página**, como "Partilhar Yōkai" visível logo após a análise do yōkai, ou o botão de ajuda com informações acessíveis sobre a navegação da *app*.

7. Flexibilidade e eficiência

Aplicação na YOKAIPP:

A *app* **YOKAIPP** adota alguns princípios de flexibilidade e eficiência, sobretudo ao nível da fluidez da navegação e da rapidez com que o utilizador pode aceder às suas funcionalidades principais:

- **Menu principal sempre acessível** (scanner, galeria, chat, ajuda), o que permite saltar diretamente entre as secções sem necessidade de voltar atrás;
- **Acesso rápido ao menu principal** a partir de qualquer página através do ícone do **torii**, funcionando como um **atalho universal**;
- **Partilha direta de yōkai** com outros utilizadores, reduzindo cliques ao permitir escolher o destinatário e enviar com apenas dois toques;
- **Navegação lateral entre as três páginas do menu secundário (Análise, Folclore, Cultura Pop)** através de ícones de seta, que **facilita o movimento linear e progressivo** sem interrupções.

8. Design estético e minimalista

De acordo com Nielsen (1994, p.38), esta heurística recomenda que a interface **evite apresentar informação irrelevante ou excessiva**, mantendo apenas os elementos visuais e textuais **essenciais à tarefa e à navegação**. Um design estético e minimalista **não significa ausência de estilo**, mas sim **clareza, hierarquia visual e foco no conteúdo**.

Aplicação na YOKAIPP:

A app **YOKAIPP** incorpora esta heurística de forma muito evidente, através das seguintes escolhas de design:

- **Paleta de cores equilibrada** com tons inspirados na cultura visual japonesa (vermelho, azul-escuro, bege e branco), que conferem **harmonia visual e identidade cultural** sem poluir o ecrã;
- **Ícones com significado cultural e simplicidade gráfica**, facilitando a leitura imediata da função sem necessidade de texto adicional;
- **Tipografia bem definida por função**: títulos com fontes mais expressivas e texto corrido com fontes mais neutras (ex.: Europa Light), o que mantém a leitura limpa;

- **Layout vertical e sequencial nas páginas de folclore**, inspirado em plataformas como Webtoon e Manta, que privilegia a **imersão visual** com poucos elementos de distração;
- **Separação clara entre conteúdos primários (ex. análise do yōkai) e conteúdos complementares (ex. referências na cultura pop)**, o que ajuda o utilizador a manter o foco.

9. Ajuda a reconhecer, diagnosticar e recuperar de erros

Segundo Nielsen (1994, p.39), esta heurística defende que o sistema deve **ajudar o utilizador a identificar e compreender os erros que cometeu**, através de **mensagens claras, construtivas e em linguagem simples**, e deve oferecer **formas fáceis de resolver ou reverter essas situações**.

Limitações atuais:

Atualmente, a aplicação **YOKAIPP** ainda não apresenta **mensagens de erro formais ou estruturadas** nos casos em que o utilizador:

- Tenta partilhar um yōkai sem selecionar um destinatário;
- Usa o scanner sem ter a câmara ativa ou autorizada;
- Clica em ícones ou páginas fora de contexto sem resultado visível.

10. Ajuda e documentação

A última heurística de Nielsen (1994 p.40) refere-se à importância de fornecer ao utilizador **ajuda acessível e bem organizada**, mesmo que o sistema seja simples e intuitivo. Esta ajuda deve ser **fácil de procurar, centrada na tarefa, e apresentar os passos necessários com clareza** (p.40)

Aplicação na “YOKAIPP”: A *app* “YOKAIPP” inclui um sistema de ajuda integrado no seu **menu principal**, através de um **ícone de interrogação (“?”)**. Ao clicar neste botão, o utilizador é conduzido a uma secção com duas opções:

- **Quem é “YOKAIPP”?** – Explica o conceito da aplicação e a sua ligação ao folclore japonês;
- **Como usar o “YOKAIPP”?** – Guia visual com **descrição de cada ícone e função**, facilitando o entendimento de toda a navegação e funcionalidades principais.

Esta secção é apresentada com **uma interface clara e ilustrativa**, o que contribui para a aprendizagem informal e progressiva do utilizador.

6.2 Teste de Usabilidade

Os **testes de usabilidade** são uma técnica essencial no processo de design centrado no utilizador, que tem como objetivo **avaliar a eficácia, eficiência e satisfação** com que um utilizador consegue realizar tarefas específicas dentro de uma interface digital. Estes testes consistem em **observar utilizadores reais** a interagir com um protótipo ou produto, recolhendo dados qualitativos e quantitativos sobre a sua experiência.

Segundo Nielsen (1994, p.80), “**testar com utilizadores reais é a melhor maneira de identificar problemas de usabilidade**”, uma vez que permite detetar dificuldades que os designers, por estarem demasiado próximos do projeto, não conseguem antecipar. Estes testes ajudam a **garantir que o sistema responde às necessidades dos utilizadores**, reduz erros de navegação e melhora a experiência geral.

Rubin e Chisnell em *Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests (2008)* acrescentam que os testes de usabilidade são particularmente importantes em projetos digitais, pois **permitem validar decisões de design e iterar com base em dados reais**, promovendo melhorias contínuas no produto antes do seu lançamento final.

Este tipo de teste é indispensável em projetos interativos como aplicações móveis, websites ou software, e está frequentemente integrado em metodologias ágeis e processos de design centrado no utilizador (DCU).

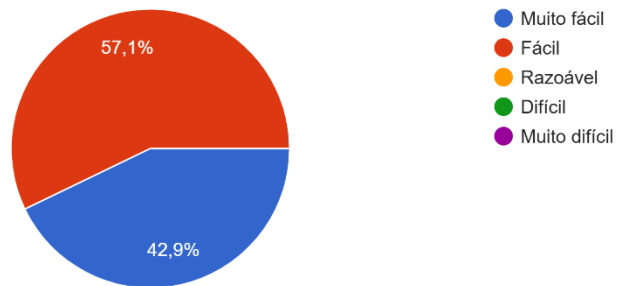
O **teste de usabilidade** foi conduzido através de um formulário composto por 23 perguntas, onde os participantes testaram o **protótipo navegável da app “YOKAIPP”** antes de responder. O

objetivo foi recolher opiniões sobre a **navegação, usabilidade, estética visual e adequação temática** da aplicação — ainda em fase de design não funcional.

6.2.1 Respostas do Questionário

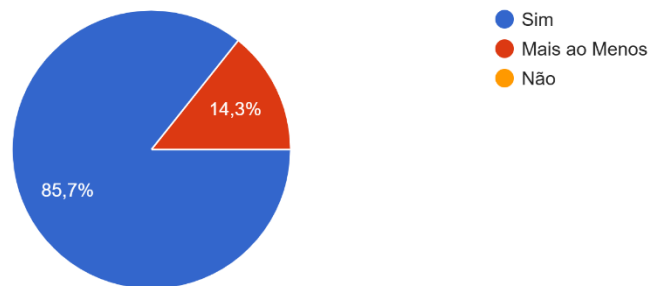
Foi fácil perceber como navegar pela app?

7 respostas



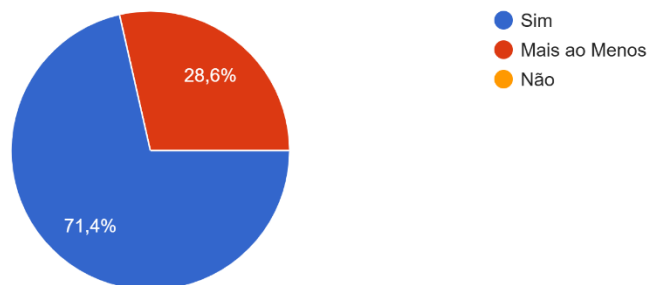
Encontraste rapidamente as principais secções (Yokai Scanner, Gallery, Chat)?

7 respostas



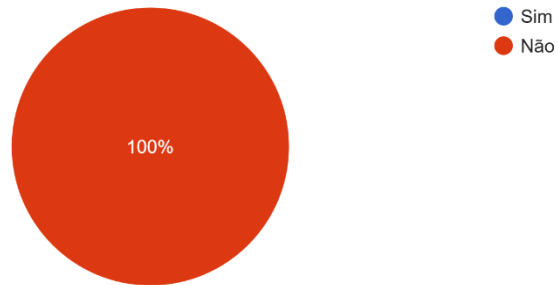
As ajudas acrescentadas no início da utilização da app realmente ajudaram?

7 respostas



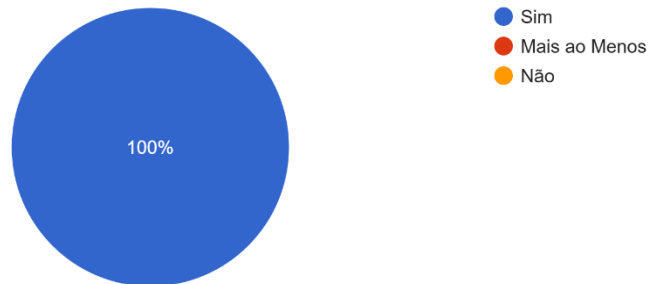
Alguma parte te pareceu confusa ou mal organizada?

7 respostas



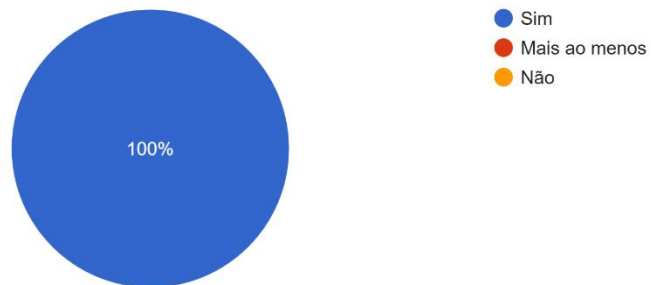
O estilo visual parece adequado ao tema da mitologia japonesa?

7 respostas



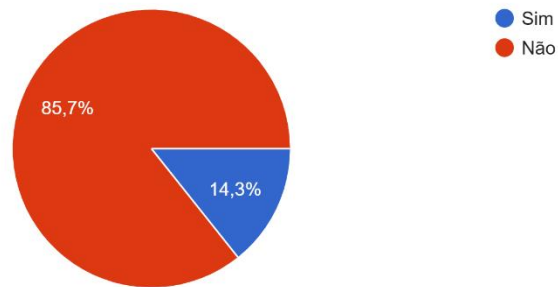
Achaste o design da app atrativo?

7 respostas



Há algo no visual que gostarias de mudar ou melhorar?

7 respostas



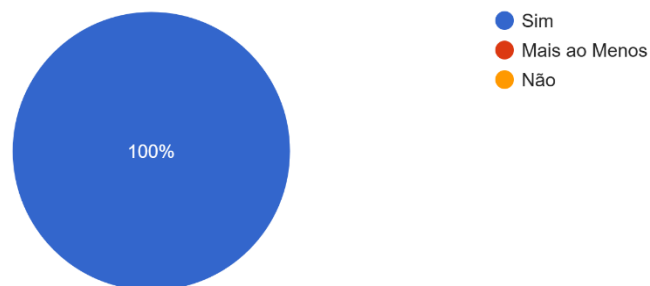
Se respondeste "Sim" na questão anterior por favor indica a razão

1 resposta

User 1 “Na apresentação inicial dos menus, a descrição do chat aparece no mesmo local da galeria. No entanto, essa introdução não é tão necessária, já que o menu é bastante intuitivo por si só. Uma sugestão seria ela ser mostrada de forma mais rápida.”

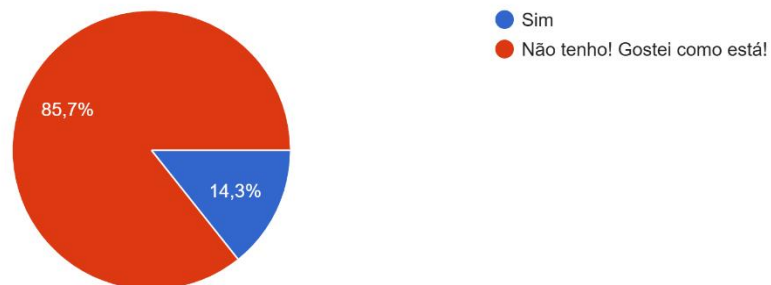
Sentiste-te confortável a interagir com a app?

7 respostas



Tens sugestões para melhorar a experiência?

7 respostas



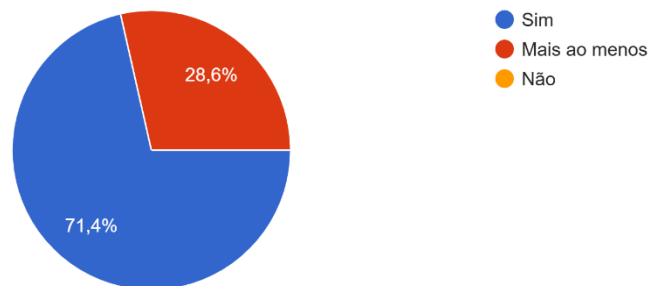
Se respondeste "Sim" na questão anterior por favor indica a razão

2 respostas

User 1 “Dois detalhes, só descobri que havia um chat porque cliquei sem querer, não dá a entender que está lá algo, ou seja, podia ser mais óbvio que ele existe, o outro detalhe é só que quando estamos na galeria, se queremos voltar para o menu principal temos de escolher uma figura primeiro em vez de ter o botão para regressar ao menu principal como em outras janelas.”

A estrutura geral pareceu-te intuitiva?

7 respostas



Gostas te do conceito da app?

7 respostas



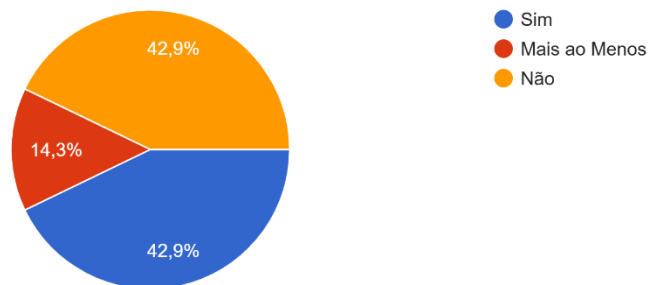
Achaste a app útil e interessante?

7 respostas



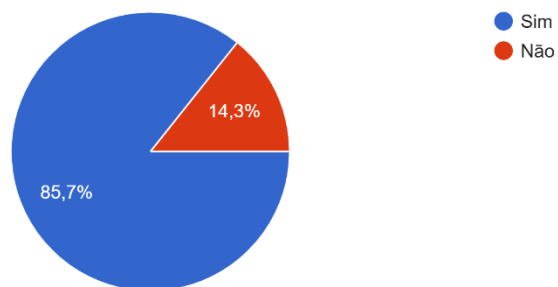
Já estavas familiarizado com os "Yokai" antes de experimentares esta app?

7 respostas



Achaste as informações disponibilizadas sobre os Yokai completas?

7 respostas



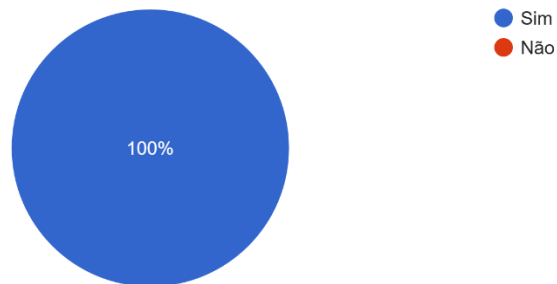
Se respondeste "Não" na questão anterior por favor indica a razão

1 resposta

User 3 “Faltam informações históricas, mitológicas e teológicas sobre o Japão e o Xintoísmo.”

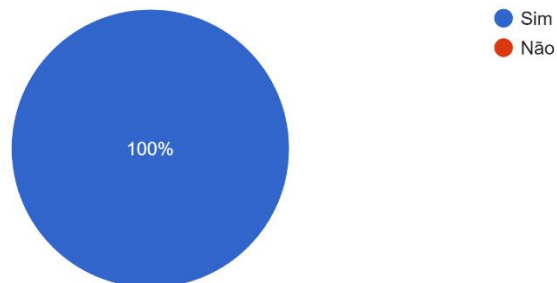
A relação entre o folklore Japonês e os exemplos visuais da cultura Pop Japonesa (animes, mangas etc...) ajudaram a melhorar a tua perceção sobre os Yokai?

7 respostas



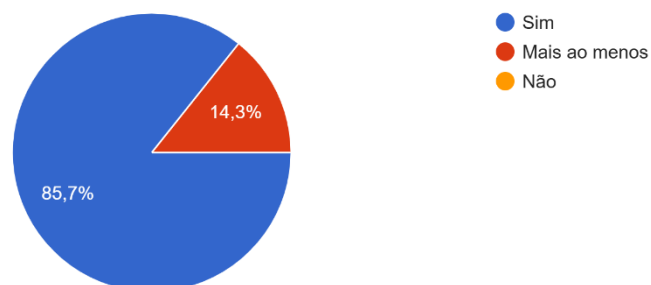
Recomendarias esta app?

7 respostas



Depois de experimentares a app já te sentes mais familiarizado com os Yokai?

7 respostas



Se quiseres podes deixar aqui a tua opinião sobre algo que não foi questionado:

3 respostas

User 7 “Achei o conceito muito fixe, tal como usar o shazam para detetar uma música, usar isto para ver em detalhe a mitologia de um personagem é bem interessante, thumbs up”

User 4 “App maravilhoso, nos ajuda a entender melhor sobre os yokais.”

User 5 “O protótipo apresenta uma interface limpa e objetiva, com navegação intuitiva e fluxo funcional bem definido, o que dispensa a necessidade de instruções detalhadas para seu uso, evidenciando a eficácia na entrega de sua proposta.”

Figura 190: Respostas do Questionário

Aspetos positivos destacados:

- **Facilidade de navegação:** A maioria dos participantes considerou a navegação **fácil ou muito fácil**, com destaque para a **intuitividade do menu principal** e **rapidez na identificação das secções principais** (*Scanner, Galeria, Chat*).
- **Design atrativo e coerente:** O **estilo visual foi amplamente elogiado**, com os utilizadores a afirmarem que se **adapta bem ao tema da mitologia japonesa**.
- **Clareza e conforto:** A estrutura da aplicação foi descrita como **intuitiva** e **confortável de usar**, mesmo por quem não conhecia os *yōkai* antes do teste.
- **Aprendizagem e familiarização:** Muitos dos utilizadores indicaram que, após a interação com a app, **se sentiram mais familiarizados com os *yōkai*** e a sua ligação à cultura pop (*animes, mangás, jogos*).
- **Recomendação:** A maioria respondeu afirmativamente à questão “Recomendarias esta *app*?”, o que valida a **aceitação do conceito e da experiência de uso**.

Sugestões e críticas construtivas:

- Alguns participantes referiram que o botão de *chat* não era suficientemente visível, sendo descoberto acidentalmente.
- Foi sugerida a **melhoria na navegação de retorno à página principal** a partir da galeria.
- Um ou dois utilizadores pediram **mais profundidade nas informações históricas e mitológicas**, nomeadamente no contexto xintoísta.

Citações diretas dos participantes:

- “Achei o conceito muito fixe, tal como usar o *Shazam* para detetar uma música, usar isto para ver em detalhe a mitologia de um personagem é bem interessante.”
- “O protótipo apresenta uma interface limpa e objetiva, com navegação intuitiva e fluxo funcional bem definido.”
- “Faltam informações históricas, mitológicas e teológicas sobre o Japão e o Xintoísmo.”

6.2.2 Alterações

1.ª Alteração – Inclusão de Títulos Visuais nos Ícones do Menu Principal

Após os testes de usabilidade, uma das alterações mais relevantes implementadas no protótipo da “YOKAIPP” foi a **adição de nomes (legendas) diretamente abaixo de cada ícone do menu principal**, identificando claramente funcionalidades como *CHAT*, *SCANNER*, *GALERIA* e *AJUDA*. Esta modificação teve como objetivo **umentar a visibilidade e a clareza das opções disponíveis**, facilitando o reconhecimento imediato da sua função — especialmente para utilizadores que interagem com a app pela primeira vez.

Além disso, foi introduzido um novo **botão de AJUDA (“?”)**, que direciona o utilizador para uma secção explicativa sobre **o conceito da aplicação e a forma como utilizar cada função**. Esta mudança reforça duas heurísticas de Nielsen (1994, p 90):

- **Visibilidade do estado do sistema** – ao tornar os destinos das ações mais evidentes;

- **Reconhecimento em vez de memorização** – ao reduzir a necessidade de os utilizadores deduzirem o significado dos ícones apenas pelo seu design.

Estas melhorias **responderam diretamente ao feedback dos participantes**, que solicitaram maior clareza e orientação no ecrã inicial da aplicação.

Antes:

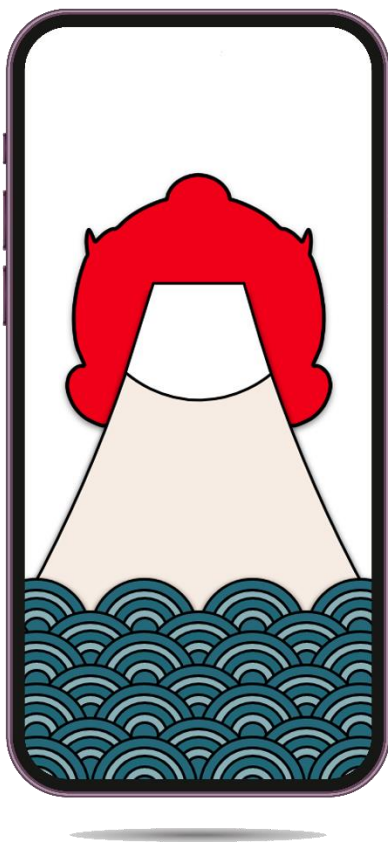


Figura 191: *Mockup* antes da 1ª alteração

Depois:

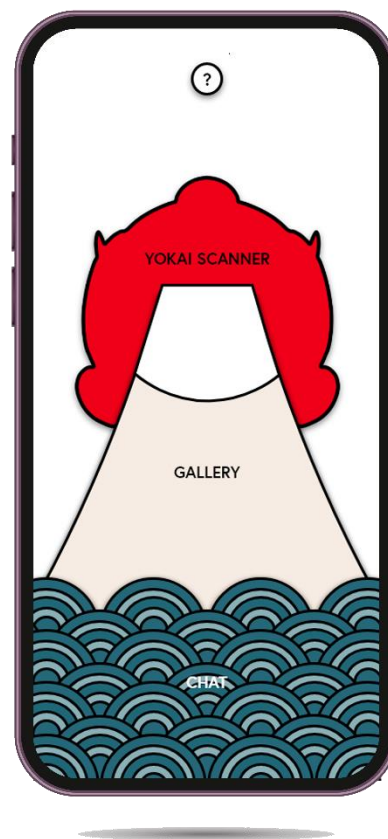


Figura 192: *Mockup* depois da 1ª alteração

2.ª Alteração – Introdução do Ícone “Torii” para Retorno Direto ao Menu Principal

A segunda alteração introduzida no protótipo da aplicação **YOKAIAPP** foi a **implementação do ícone do Torii em todas as páginas da app**, funcionando como um botão fixo de **retorno**

imediate ao menu principal. Esta decisão surgiu após a observação, nos testes de usabilidade, de que alguns utilizadores **tinham dificuldade em regressar ao início da navegação**, recorrendo repetidamente às setas de voltar página a página.

O ícone do **Torii**, símbolo tradicional japonês de transição entre o mundo físico e espiritual, foi mantido como elemento visual consistente com a identidade cultural da aplicação. A sua nova função enquanto **atalho global de navegação** contribui diretamente para:

- **Aumentar a eficiência de uso**, conforme a heurística da **flexibilidade e eficiência** de Nielsen (1994, p.92);
- **Dar mais controlo ao utilizador**, permitindo-lhe sair rapidamente de qualquer fluxo sem erros ou confusão;
- **Manter coerência visual**, ao usar um símbolo já presente no universo gráfico da app.

Antes:

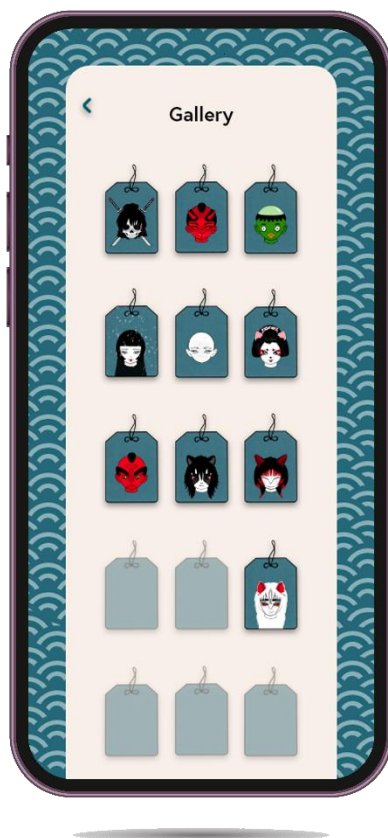


Figura 193: *Mockup* antes da 2ª alteração

Depois:

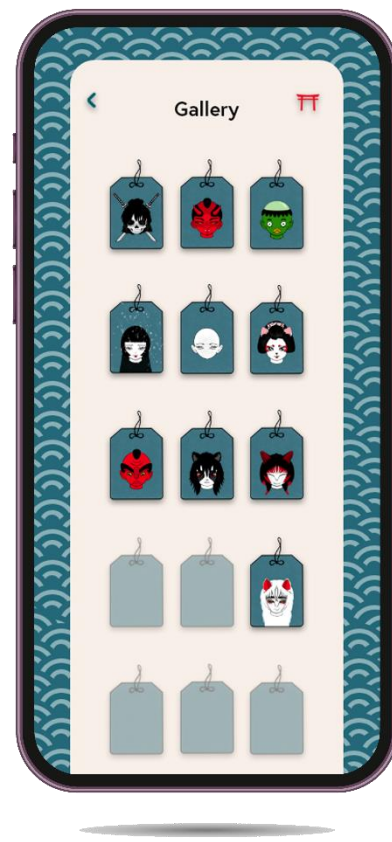


Figura 194: *Mockup* depois da 2ª alteração

3.^a Alteração – Enriquecimento do Conteúdo Histórico e Mitológico dos Yōkai

A terceira alteração realizada no protótipo da “YOKAIPP” resultou da **sugestão direta dos participantes dos testes de usabilidade**, que identificaram a necessidade de **maior profundidade nas informações históricas e mitológicas** associadas a cada *yōkai*. Em resposta, foram **enriquecidos os textos descritivos das seções “Análise” e “Folclore”**, integrando dados mais consistentes sobre as **origens lendárias, funções espirituais e transformações culturais** destas criaturas no contexto japonês.

Esta alteração teve como objetivos:

- **Aumentar o valor educativo e cultural da *app***, indo além da identificação visual e promovendo o conhecimento do imaginário nipônico;
- **Fortalecer a ligação entre o design visual e o conteúdo narrativo**, tornando a experiência mais imersiva e informativa;
- **Responder à expectativa dos utilizadores interessados em cultura japonesa**, respeitando a heurística de **correspondência entre o sistema e o mundo real** (Nielsen, 1994, p.93), ao traduzir com mais fidelidade o significado dos *yōkai*.

Este aprofundamento **melhorou a percepção de qualidade e autenticidade** do conteúdo, valorizando a *app* não apenas como uma ferramenta de entretenimento, mas também como um meio de **divulgação cultural e visual *storytelling***.

Antes:

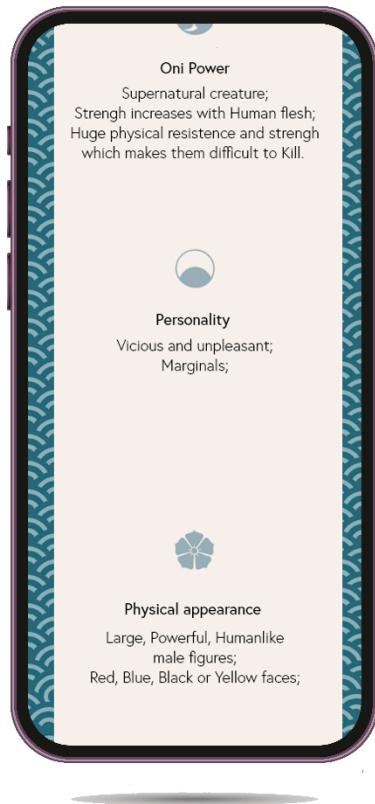


Figura 195: Mock Up antes da 3ª alteração

Depois:



Figura 196: Mock Up depois da 3ª alteração

6.3. Componentes da App

No design de interfaces de aplicações móveis, a apresentação de **botões** e **ícones** desempenha um papel fundamental na interação entre o utilizador e o sistema. Estes elementos, conhecidos tecnicamente como **componentes de interface gráfica** (*graphical user interface elements*), são essenciais para garantir uma experiência de utilizador eficiente e intuitiva.

A principal função de botões e ícones é **facilitar a interação do utilizador com a aplicação**, tornando as ações mais intuitivas e acessíveis. Eles contribuem para:

- **Melhoria da usabilidade:** Ao fornecer pistas visuais claras sobre as ações disponíveis, reduzem a necessidade de instruções textuais extensas.

- **Eficiência na navegação:** Permitem que os utilizadores realizem tarefas com menos cliques e menor esforço cognitivo.
- **Consistência visual:** Mantêm uma linguagem visual uniforme, o que é crucial para a aprendizagem e memorização das funcionalidades da aplicação.

De acordo com Donald Norman em *The Design of Everyday Things* (2013) a eficácia de uma interface depende da clareza com que os elementos comunicam as suas funções ao utilizador. Norman destaca a importância de *significadores* (como ícones e botões) que indicam como uma ação pode ser realizada (p.14)

Além disso, estudos sobre a eficiência de tarefas em interfaces gráficas demonstram que o design adequado de botões e ícones pode melhorar significativamente o desempenho do utilizador.

1- Botões

São elementos interativos que permitem ao utilizador executar ações específicas, como enviar um formulário ou iniciar uma pesquisa. Geralmente, são representados por formas retangulares com texto ou ícones que indicam claramente a sua função.

Segundo Norman (2013) os botões funcionam como "**significadores**", isto é, indicam ao utilizador o que pode ser feito e onde interagir. Já a Nielsen Norman Group reforça que botões bem desenhados devem ser **visíveis, rotulados de forma clara** e ter um feedback imediato após o clique. (p.12)

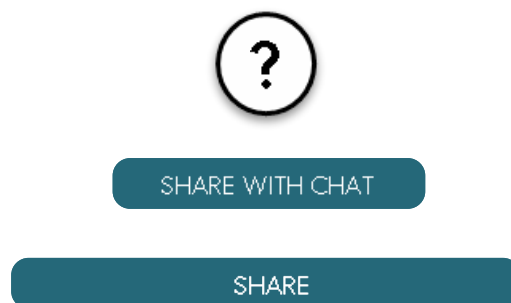


Figura 197: Botões

Botão “SHARE WITH CHAT”

O botão “SHARE WITH CHAT” é um **botão de ação direta** (botão normal) localizado na **página de análise do yōkai**, imediatamente abaixo da ilustração completa do corpo da criatura. A sua função principal é permitir ao utilizador **partilhar o yōkai com outros membros da comunidade**, promovendo a interação e o espírito coletivo da aplicação.

Ao clicar neste botão, o utilizador é redirecionado para uma nova página que apresenta o **chat atual** e a lista de utilizadores disponíveis com quem é possível **partilhar diretamente a criatura mitológica capturada**. Esta funcionalidade reforça a componente social da aplicação, incentivando a troca de descobertas e o enriquecimento do conhecimento coletivo sobre os *yōkai*.



Figura 198: Botão “SHARE WITH CHAT”

Botão “SHARE”

O botão “SHARE” é um **botão normal** presente na interface de partilha da aplicação “YOKAIPP”, que surge após o utilizador **selecionar uma pessoa da lista de utilizadores online**. A sua função é **confirmar a partilha da criatura mitológica escolhida**, concluindo o processo iniciado no botão anterior “SHARE WITH CHAT”.

Ao pressionar o botão “SHARE”, o *yōkai* selecionado é enviado diretamente para a **caixa de mensagens privada** com o utilizador escolhido, permitindo assim uma interação direta entre membros da comunidade. Este botão promove uma **experiência de partilha rápida e personalizada**, incentivando o diálogo e a troca de conhecimento sobre os *yōkai* numa lógica de rede social temática.



Figura 199: Botão “SHARE”

Botão de Ajuda

O **botão de Ajuda**, representado por um **ícone de interrogação** inserido em um círculo, é um **componente funcional essencial** da interface da aplicação “YOKAIPP”. Este botão encontra-se no **menu principal** e tem como objetivo **auxiliar os utilizadores a compreenderem o funcionamento da app** e a navegarem pelas suas principais funcionalidades.

Ao ser acionado, o botão redireciona o utilizador para uma página dedicada ao **suporte e orientação**, onde pode encontrar respostas às perguntas mais frequentes, explicações sobre os ícones utilizados e uma introdução à missão da app — incluindo “**Quem é YOKAIPP?**” e “**Como usar a aplicação?**”.

Este botão cumpre uma função **pedagógica e inclusiva**, sendo especialmente útil para novos utilizadores ou para aqueles menos familiarizados com interfaces digitais,



Figura 200: Botão de Ajuda

Ícones

São representações gráficas que simbolizam ações, objetos ou conceitos, facilitando a compreensão rápida das funcionalidades disponíveis. Por exemplo, uma lupa para pesquisa ou um envelope para e-mail. Ícones eficazes ajudam a reduzir a carga cognitiva e melhoram a usabilidade da interface.

Segundo Lidwell, Holden e Butler em *Universal Principles of Design* (2010, p.132), os ícones funcionam como uma das formas mais eficazes de **representação visual simbólica**, especialmente quando associados a significados universais. Já Tidwell em *Designing Interfaces* (2011, p.260), afirma que o uso coerente de ícones melhora a **aprendizagem, memória e eficiência** de uso de interfaces digitais.



Figura 201: Ícones

Ícones Ilustrados

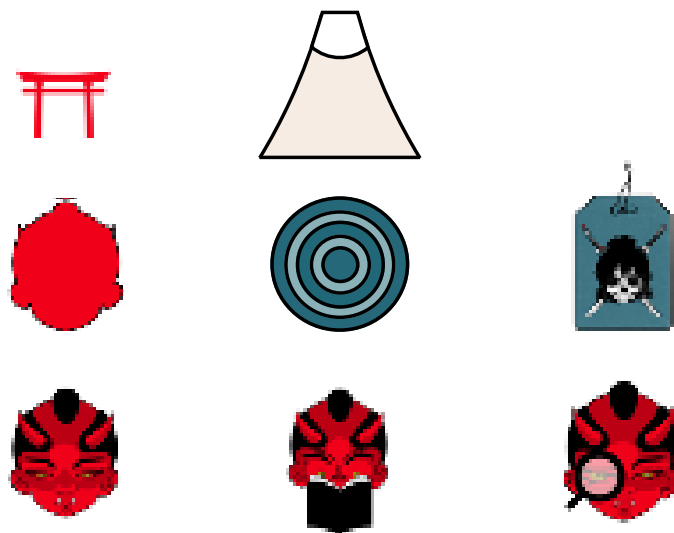


Figura 202: Ícones Ilustrados

Ícone do Menu Principal

O **ícone do Menu Principal** da aplicação “YOKAIPP” é representado visualmente por um **torii vermelho**, um dos símbolos mais reconhecidos da cultura visual japonesa. Este ícone está posicionado em locais estratégicos da interface e, sempre que clicado, **redireciona o utilizador para o ecrã principal da aplicação**, funcionando como um ponto de regresso imediato e intuitivo.

O **torii** é um portão tradicional japonês que marca a entrada de um espaço sagrado, normalmente associado aos santuários xintoístas. Na cultura japonesa, representa a **transição entre o mundo profano e o mundo espiritual**. A sua presença indica que estamos a entrar num lugar especial, ligado ao invisível, ao espiritual ou ao misterioso — exatamente o tipo de experiência que a “YOKAIPP” pretende oferecer ao utilizador ao explorar os *yōkai* e o folclore japonês.

Segundo Joya no *Japan and Things Japanese* (1971, p. 97), o torii é um dos ícones arquitetónicos mais antigos do Japão, simbolizando passagem, proteção e purificação.

Ao utilizar o torii como ícone para o **menu principal**, a app estabelece uma **ligação metafórica entre o início da experiência digital e o limiar de um espaço mitológico e culturalmente rico**. Assim, cada vez que o utilizador retorna ao menu, está simbolicamente a "reentrar" no universo da mitologia japonesa — reforçando a coerência temática e visual da aplicação. O vermelho, tradicionalmente é associado ao torii, reforça a **proteção espiritual** e a **energia vital**, e o estilo minimalista do ícone preserva a clareza visual necessária para a navegação digital, sem perder a força simbólica.

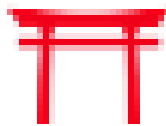


Figura 203: Ícone do Menu Principal

Ícone do Scanner

O **ícone do Scanner** situa-se no menu principal e é representado por uma silhueta estilizada de um *Oni* — uma das figuras mais emblemáticas da mitologia japonesa — em cor **vermelha vibrante**. Este botão está diretamente associado à função principal da app: **digitalizar imagens para identificar *yōkai*** ocultos em objetos, ilustrações ou ecrãs.

Este ícone funciona como **acesso direto à funcionalidade de reconhecimento visual**. Ao tocar neste botão, o utilizador ativa a câmara do telemóvel e pode **escanear qualquer imagem ou objeto físico**. A app, através do seu sistema visual, identifica e revela o *yōkai* associado à imagem digitalizada, disponibilizando a sua descrição, lenda e representações na cultura pop japonesa.

A escolha de um Oni como ícone do scanner carrega um **significado visual forte**:

- Representa **o encontro direto com o mundo espiritual e misterioso dos *yōkai***;
- Cria uma associação imediata à **identidade mitológica da app**;
- Estabelece um tom de **mistério, poder e fascínio visual**, típico do universo dos *yōkai*.

Segundo Foster (2015), os Oni tornaram-se ícones culturais visualmente reconhecíveis, não só pelo seu papel nos contos tradicionais, mas também pela sua popularização nos media modernos (p.89)

A **silhueta frontal e simétrica** da cabeça do Oni foi desenhada para ser imediatamente reconhecível e visualmente impactante. O **vermelho**, tradicionalmente associada a proteção espiritual e à energia dos portões torii, reforça a ligação à cultura nipónica e garante visibilidade clara na interface.

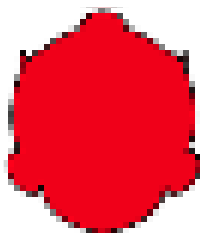


Figura 204: Ícone do Scanner

Ícone da Galeria

O ícone da Galeria, visível no menu principal da app “YOKAIPP”, foi desenhado com base na silhueta icónica do **Monte Fuji**, uma das imagens mais emblemáticas e reverenciadas do Japão. Ao tocar neste ícone, o utilizador entra numa secção onde pode **aceder a todas as criaturas mitológicas que já descobriu com a aplicação**, cada uma acompanhada de:

- Uma **análise visual e simbólica**;
- A sua **história no folclore japonês**;
- Referências à **cultura pop japonesa**, como aparições em animes, jogos e mangas.

O **Monte Fuji** é considerado uma **montanha sagrada**, símbolo de **espiritualidade, imortalidade e elevação espiritual** no imaginário japonês. A sua presença é constante na arte, literatura e religião, sendo frequentemente associada à busca por sabedoria, tranquilidade e contemplação.

Segundo Hearn em *Kwaidan: Stories and studies of strange things* (1904) é referenciado também por Foster (2015) no seu livro o Monte Fuji é visto como um ponto de ligação entre o mundo físico e o mundo espiritual o que o torna especialmente apropriado para representar uma galeria de seres mitológicos. (p.157)

A escolha do Monte Fuji como representação da **Galeria** tem um significado visual e cultural profundo:

- Tal como o Monte Fuji **permanece estático e visível**, a galeria serve como um **arquivo permanente e acessível** das descobertas do utilizador;
- Assim como o Fuji é um local de **peregrinação**, a galeria representa um **caminho de descoberta mítica**, onde cada *yōkai* é uma etapa da jornada;
- O formato piramidal remete também à ideia de **camada e profundidade**, espelhando o conceito de *submenus* com informação detalhada para cada criatura.

O ícone utiliza uma forma **simples, simétrica e minimalista**, com tons neutros e linhas limpas, reforçando a clareza visual e a fácil identificação no ecrã. O claro da “neve” no topo da silhueta reforça a ligação ao Monte Fuji real e cria contraste suficiente para destacar o ícone entre os outros elementos do menu.

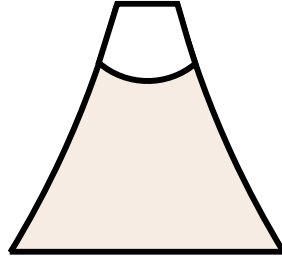


Figura 205: Ícone da Galeria

Ícone do CHAT

O ícone do CHAT da aplicação “YOKAIPP” apresenta uma composição gráfica feita por **círculos concêntricos e dinâmicos em tons de azul**, evocando visualmente a célebre xilogravura japonesa “A Grande Onda de Kanagawa” (1831) de Katsushika Hokusai. Este ícone surge no **menu principal** e permite ao utilizador **aceder ao espaço de interação comunitária**, onde pode:

- **Trocar mensagens com outros fãs de yōkai;**
- **Partilhar criaturas descobertas;**
- **Explorar coletivamente o folclore japonês** em tempo real.

Na tradição japonesa, as **ondas** representam muito mais do que a natureza em movimento. Elas simbolizam **força, transformação, fluxo e interligação**, conceitos profundamente alinhados com a essência do **chat**:

- O movimento contínuo das ondas **reflete o fluxo constante de comunicação;**
- A sobreposição dos círculos **representa ligações entre pessoas** com interesses em comum;
- A tonalidade azul está tradicionalmente ligada à **serenidade e sabedoria**, evocando harmonia nas interações.

Como explica Guth em *Hokusai's Great Wave: Biography of a Global Icon* (2015, p.6), a onda transcende o seu simbolismo estético para se tornar um ícone de conexão global o que aqui é reaplicado como símbolo de **comunidade digital em torno da mitologia japonesa**.

A utilização de **formas circulares sobrepostas** sugere movimento e conversa — dois pilares essenciais da função de chat. A composição é leve, fluida e imediatamente reconhecível, destacando-se no menu principal com uma presença visual que transmite ao mesmo tempo **energia e equilíbrio**.

O ícone reforça visualmente o objetivo da funcionalidade: **criar pontes entre utilizadores** para que possam **compartilhar descobertas, debater teorias e formar uma comunidade de entusiastas da cultura nipónica**.

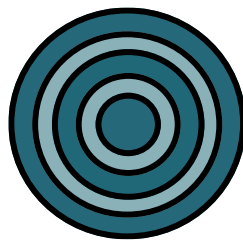


Figura 206: Ícone do Chat

Ícone dos Yōkai

Na aplicação “YOKAIPP”, cada Yōkai descoberto é representado por uma **ilustração da sua face**, enquadrada dentro da forma gráfica de um **omamori** — um amuleto tradicional japonês. Este ícone está presente na **galeria principal de criaturas** e, ao ser pressionado, **leva o utilizador ao menu secundário**, onde é possível explorar:

- A **análise visual e comportamental** do *yōkai*;
- A sua **história no folclore japonês**;
- As **referências na cultura pop** (*anime, mangá, videojogos*).

O **omamori** é um **amuleto de proteção espiritual** vendido em templos xintoístas e budistas no Japão. Tradicionalmente feito de tecido e selado com orações no interior, o omamori **protege o seu portador** de diferentes males, como doenças, acidentes ou má sorte — sendo um símbolo de **espiritualidade, fé e ligação com o invisível**.

Segundo Glassman (2011 p.12), em *The Spirits of Japanese Religion*, os omamori funcionam como "objetos de mediação espiritual entre o humano e o divino", o que os torna particularmente simbólicos quando usados em representações de entidades sobrenaturais.

A escolha do **omamori como moldura visual dos Yōkai** na galeria não é apenas estética, mas também cultural e narrativa:

- **Respeita o imaginário religioso e espiritual do Japão**, tratando os Yōkai não como monstros, mas como entidades com força e significado cultural;
- Representa **a proteção e o registo simbólico da criatura descoberta**, como se o utilizador estivesse a “selar” essa entidade dentro de um amuleto digital;
- A ilustração da **face do Yōkai**, em destaque, confere personalidade e diferenciação visual, funcionando como **ícone identificador** de cada criatura.

Visualmente, o formato do omamori proporciona uma **estrutura vertical harmoniosa**, ideal para apresentar a face do Yōkai num espaço bem delimitado e reconhecível. A familiaridade com este objeto na cultura japonesa reforça a **imediate associação a espiritualidade, tradição e identidade visual nipónica**.



Figura 207: Ícone do Yokai

Ícone “Análise do Yōkai”

O ícone da **Análise do Yōkai**, localizado no **menu secundário** da aplicação **YOKAIPP**, é representado pela **ilustração da cara de um Oni**, com uma **lupa sobre um dos olhos**. Este ícone

leva o utilizador à secção onde poderá **explorar em detalhe três aspetos fundamentais da criatura mitológica descoberta**:

- O seu **poder ou habilidade sobrenatural**;
- A sua **personalidade** ou comportamento espiritual;
- A sua **aparência física** completa.

A **lupa** sobre o olho do Oni é um símbolo universal de **investigação, detalhe e análise**. A sua inclusão no rosto da criatura sublinha visualmente que esta secção da aplicação se dedica a **“ver para além da superfície”** — ou seja, **descobrir o que torna cada *yōkai* único e fascinante**. Assim, a lupa serve como uma ponte entre a **observação moderna (científica/digital)** e o **mundo ancestral do imaginário japonês**.

- A escolha de **usar a cara do *Oni***, já familiar ao utilizador dentro da identidade visual da “YOKAIPP”, mantém a **consistência da narrativa visual**;
- A **posição da lupa** acrescenta um toque de humor subtil, aproximando-se do estilo visual inspirado em anime/manga e reforçando o carácter acessível da app;
- As **linhas curvas e traço expressivo** mantêm o equilíbrio entre o místico e o lúdico, típico da abordagem visual da aplicação.



Figura 208: Ícone “Análise do Yōkai”

Ícone “Folclore Yōkai”

O ícone do **Folclore Yōkai**, inserido no **menu secundário** da app “YOKAIPP”, apresenta uma ilustração da face do **mesmo Oni** usado noutros ícones centrais da app, agora com **óculos de leitura**

e um **livro aberto em frente ao rosto**. Este ícone conduz o utilizador a uma página onde o **folclore da criatura mitológica** é apresentado de forma **visual e sequencial**, com inspiração estética no **formato mangá**.

Ao clicar neste ícone, o utilizador entra numa **narrativa visual ilustrada**, onde conhece a **lenda e o contexto tradicional** do *yōkai* em questão. Esta abordagem visa **resgatar a tradição oral e visual japonesa** e torná-la mais acessível através de um meio contemporâneo — a banda desenhada japonesa.

- **Oni com óculos**: Representa **sabedoria, estudo e transmissão de conhecimento**, subvertendo a figura tradicionalmente temida do Oni e transformando-a num **guia ou contador de histórias**.
- **Livro aberto**: É símbolo universal da **narrativa, memória e educação**. Na cultura japonesa, a leitura — especialmente de *emaki* (rolos ilustrados) e *mangás* — é uma forma essencial de preservar e partilhar o passado.
- **Estilo visual simpático e acessível**: A introdução de óculos e a postura de leitura humanizam o *Oni*, aproximando-o do utilizador, e tornam o ícone imediatamente reconhecível como ponto de **acesso a histórias**.

Segundo Foster (2015, p.27), “os *Yōkai* não são apenas monstros, mas histórias vivas que viajam no tempo e se moldam à cultura” — uma ideia bem representada neste ícone, que transforma o Oni em símbolo da narração cultural.

Este ícone combina três aspetos chave da cultura visual japonesa:

1. A **figura mitológica (Oni)** enquanto personagem icónica do imaginário coletivo;
2. A **dimensão educativa e narrativa**, evocada pelos óculos e pelo livro;
3. O **estilo manga**, que se tornou uma forma moderna e global de transmissão de folclore.

Esta fusão cria um ícone rico, com significado simbólico e prático, reforçando a identidade visual e funcional da aplicação.



Figura 209: Ícone “Folclore Yōkai”

Ícone “Referências da Cultura Pop”

O ícone das “Referências da Cultura Pop” apresenta a **face do Oni** — figura central da identidade visual da app “YOKAIPP” — inserida num **enquadramento dinâmico e visualmente apelativo**, que remete para a **estética dos media japoneses contemporâneos**, como anime, manga e videogames. Este ícone localiza-se no **menu secundário** e, ao ser selecionado, conduz o utilizador a uma página onde pode:

- Visualizar **personagens inspiradas no Yōkai descoberto**;
- Consultar a **sinopse da obra** (*anime, mangá*, filme ou jogo);
- Aceder a **imagens e dados culturais** relacionados com o Yōkai em contexto moderno.

A **face do Oni**, já estabelecida como símbolo principal da aplicação, é aqui usada para representar a **transição do mundo mitológico para o universo pop moderno**. Ao manter a imagem do Oni, o ícone preserva a ligação direta à figura mítica, enquanto:

- **Enfatiza a presença do Yōkai na cultura contemporânea**;
- Transmite uma sensação de familiaridade e identidade visual consistente;
- Convida o utilizador a explorar **como o folclore tradicional se transforma e se reinventa nos meios visuais atuais**.

Foster (2015) sublinha que “*os Yōkai vivem não apenas nas florestas e aldeias do Japão antigo, mas também nas telas dos nossos dispositivos modernos*”, o que justifica a existência deste espaço na app. (p.27)

Este ícone simboliza o **cruzamento entre tradição e inovação**, representando o Oni como **ponte entre o mundo antigo e a criatividade moderna**. Ao invés de representar um monstro temido, a imagem aqui ganha um **tom simbólico e celebratório**, refletindo a forma como os Yōkai:

- São reinterpretados em **animes como “Naruto”, “Inuyasha”, “Bleach”**;
- Inspiram personagens em **videojogos como “Ōkami”, “Nioh” ou “Persona”**;
- Mantêm o seu espírito através da **imaginação visual do século XXI**.

A simplicidade do ícone facilita o seu reconhecimento no fluxo de navegação, e a **manutenção da iconografia do *Oni*** fortalece a coesão estética da app. A sua presença nesta funcionalidade específica reforça a ideia de que **estes seres continuam a viver no imaginário atual — não apenas como lenda, mas como inspiração artística e cultural**.



Figura 210: Ícone “Referências da Cultura Pop”

Áreas de texto

As **áreas de texto** são componentes de interface gráfica onde o utilizador pode **inserir ou editar múltiplas linhas de texto**. Diferenciam-se dos campos de texto simples (*input fields*) por permitirem uma entrada de conteúdo mais extensa, como mensagens, comentários, descrições ou notas.

De acordo com Tidwell (2011, p. 36), as áreas de texto são componentes essenciais para aplicações que exigem comunicação ou inserção de dados mais complexos, e o seu design deve ser adaptado à **tarefa do utilizador e ao contexto de uso**.

Área de texto - Campo de Mensagem no Chat

A **área de texto** da aplicação “YOKAIPP” está localizada na **página de troca de mensagens com um utilizador**. Trata-se de um campo interativo onde o utilizador pode **escrever livremente a sua mensagem**, permitindo **múltiplas linhas de texto** e oferecendo uma experiência de comunicação fluida e pessoal.

Esta área cumpre um papel fundamental na funcionalidade de **chat comunitário da app**, promovendo a interação direta entre os membros da comunidade de fãs de *yōkai*. Abaixo ou ao lado da área de escrita encontra-se o **botão de envio**, que conclui a ação e transmite a mensagem para o outro utilizador.

- **Inserção de conteúdo personalizado** (mensagens textuais);
- **Permite múltiplas linhas**, o que facilita uma conversa mais natural e contextual;
- **Integra-se com o histórico de conversa**, mantendo a continuidade da comunicação.

Segundo Tidwell (2011, p.38), as áreas de texto são ideais para contextos de comunicação interpessoal, pois **oferecem ao utilizador controlo e clareza sobre o que está a expressar**, especialmente quando o conteúdo é aberto e variável, como no caso de mensagens.



Figura 211: Área de texto - Campo de Mensagem no Chat

Padrões

A No contexto do **design system**, os **padrões** são conjuntos de **regras, boas práticas e soluções recorrentes** para problemas de design e interação que se repetem ao longo da interface de uma aplicação. Servem como uma **linguagem visual e funcional comum** que orienta a criação de interfaces consistentes, acessíveis e intuitivas.

Estes padrões incluem:

- **Layouts estruturais** (como organização de menus, cabeçalhos, barras laterais)
- **Comportamentos esperados de botões e ícones**
- **Fluxos de navegação usuais**
- **Tipografia e hierarquia visual**
- **Regras de espaçamento, cores e feedback visual**

Segundo Tidwell (2011, p.40), os padrões de design permitem resolver problemas recorrentes de interface de forma eficaz, servindo como "atalhos mentais" tanto para designers quanto para utilizadores. Já Garrett (2010), reforça que a reutilização consistente de padrões reduz o tempo de aprendizagem da interface e aumenta a satisfação do utilizador.

Padrão da Galeria – Organização Visual de Conteúdo Descoberto

Na aplicação “YOKAIPP”, a **Galeria** é um componente estruturante da navegação e da experiência do utilizador. A forma como esta secção está organizada e apresentada segue um **padrão de design** amplamente reconhecido em interfaces digitais: uma **grelha visual de cartões ou blocos interativos**, cada um representando uma criatura (*yōkai*) já identificada pelo utilizador.

No contexto do **Design System**, considera-se um **padrão** qualquer solução repetível e comprovadamente eficaz que responde a um problema de usabilidade ou interação. A Galeria da YOKAIPP cumpre esse papel pelas seguintes razões:

- **Consistência visual e funcional:** utiliza uma grelha de ícones uniformes (baseados em *omamori*) que permite ao utilizador reconhecer imediatamente o tipo de conteúdo e navegar de forma intuitiva;
- **Previsibilidade na interação:** cada elemento (*yōkai*) age como um botão visual que conduz ao menu secundário com a análise, folclore e referências culturais, estabelecendo um fluxo de navegação consistente;
- **Escalabilidade do conteúdo:** a estrutura da galeria suporta um número crescente de *yōkai* sem perder clareza ou funcionalidade;

- **Recuperação de informação:** como padrão, facilita a recuperação e exploração do conteúdo já desbloqueado, funcionando como uma coleção visual pessoal.

Como defendem Lidwell, Holden e Butler (2010, p.17), *“padrões de design ajudam a garantir a coerência visual e comportamental, tornando a interface previsível e eficiente”*.

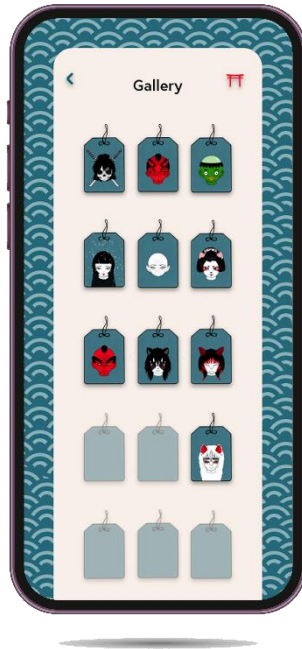


Figura 211: Padrão da Galeria

A Padrão do CHAT – Comunicação Direta e Navegação Visual Inspirada nas DM’s do Instagram

O CHAT da “YOKAIIPP” segue um **padrão de interação direta entre utilizadores**, com um layout inspirado nas **mensagens diretas (DM’s) do Instagram**. Este padrão é caracterizado por uma **estrutura visual familiar e intuitiva**, com a lista de utilizadores online no topo e um fluxo contínuo de mensagens na parte inferior da interface.

No âmbito do **design system da “YOKAIIPP”**, o chat é considerado um **padrão de design** pelas seguintes razões:

- **Reconhecimento instantâneo:** ao inspirar-se num modelo amplamente usado (DM's do Instagram), o padrão reduz a curva de aprendizagem e oferece uma **experiência já internalizada pelos utilizadores.**
- **Consistência funcional:** todos os elementos interativos — área de texto, ícones de enviar, chamadas de voz/vídeo — estão organizados de forma previsível e coerente, reforçando a lógica da navegação.
- **Eficiência na comunicação:** o design linear da conversa e o acesso rápido aos avatares tornam a interação fluida, rápida e pessoal, o que é fundamental numa app com vertente comunitária.
- **Modularidade e reusabilidade:** este padrão pode ser replicado em diferentes partes da app (ex.: partilha de yōkai, respostas rápidas), mantendo a consistência de comportamento.

Segundo Tidwell (2011, p.43), “os padrões de interação devem aproveitar modelos mentais já familiares ao utilizador, promovendo reconhecimento sobre memorização” — o que se aplica diretamente à escolha de usar o modelo das DM's do Instagram.

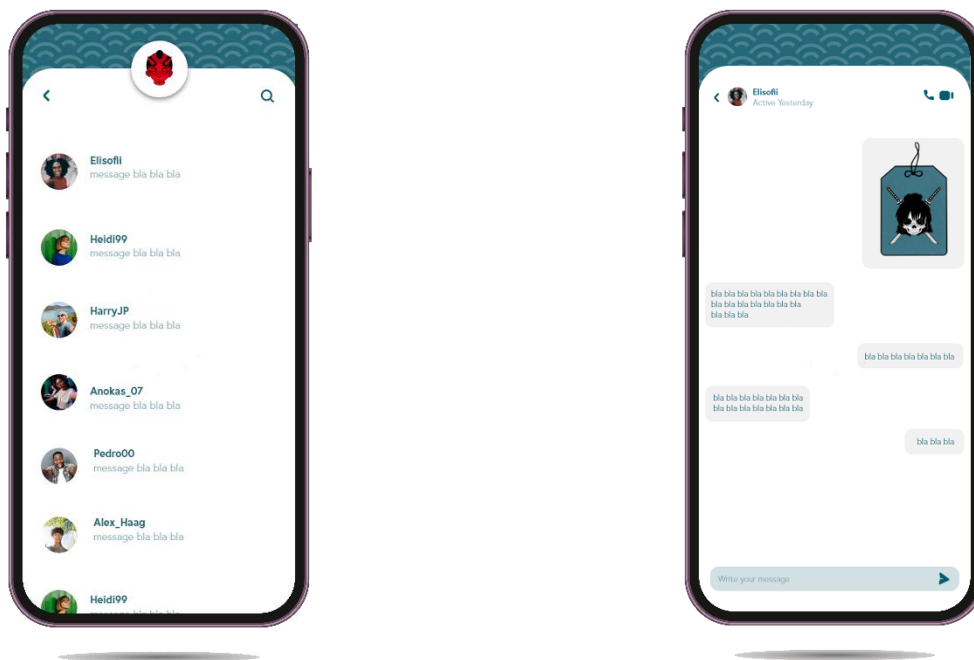


Figura 212: Padrão do Chat

Padrão da Página “Folclore Yōkai” – Narrativa Vertical em Estilo Manga

A página “Folclore Yōkai” da “YOKAIPP” apresenta as lendas associadas a cada criatura mitológica através de **narrativas ilustradas em estilo manga**, desenhadas pela autora da app. O layout segue um **formato vertical e sequencial**, semelhante ao das plataformas de leitura digital como *Webtoon* e *Manta*, onde o conteúdo flui de cima para baixo, adaptado à experiência mobile.

Esta página é considerada um **padrão funcional e visual** do design system da YOKAIPP por reunir várias características fundamentais:

1. Formato de leitura adaptado ao contexto mobile

O layout vertical tipo “scroll contínuo” é **intuitivo, responsivo e compatível com a forma como os utilizadores interagem com conteúdos visuais nos telemóveis**. Tal como nas plataformas *Webtoon* e *Manta*, essa estrutura facilita a imersão na leitura sem sobrecarregar o ecrã com navegação lateral ou múltiplos cliques.

2. Padronização da apresentação de lendas

Cada Yōkai apresenta o seu folclore neste mesmo formato visual, o que significa que a estrutura da página pode ser **reutilizada uniformemente** para qualquer criatura. Isso garante **consistência narrativa e estética**, um dos pilares de qualquer design system.

3. Integração visual com a identidade da app

O estilo manga, com traço autoral, é coerente com o restante universo visual da aplicação — que mistura **inspiração tradicional (yōkai clássicos)** com **linguagem visual contemporânea (anime/mangá)**. O layout reforça a estética da cultura pop japonesa, que é central no conceito da YOKAIPP.

4. Facilidade de escalar e modularidade

Como padrão, o formato de banda desenhada pode **ser aplicado a todos os *yōkai* futuros**, mantendo o tipo de experiência e estrutura, o que o torna **escalável e fácil de manter** dentro do design system da *app*.



Figura 213: Padrão da Página “Folclore Yōkai”

Capítulo 7 – Conclusão e Perspetivas Futuras

7.1. Contributo do Projeto para o Design e Cultura Visual

O projeto “YOKAIPP” inscreve-se de forma significativa no campo do design contemporâneo ao propor um modelo de interface que opera simultaneamente como sistema informativo, ferramenta de mediação cultural e objeto visual. A sua relevância assenta na forma como conjuga **conteúdo mitológico tradicional** com **estratégias visuais e tecnológicas atuais**, explorando o papel do design como construtor de significados e mediador entre imaginários distintos.

Ao abordar os *yōkai* enquanto elementos da cultura visual japonesa, o projeto reconhece que estas criaturas não são apenas figuras do passado, mas **símbolos vivos de uma identidade visual em constante reinvenção** — presentes em animes, mangas, videojogos, mascotes e produtos de consumo. O design, neste contexto, é convocado não só para representar, mas para reinterpretar e tornar navegável esse universo simbólico.

Do ponto de vista gráfico, “YOKAIPP” articula princípios da estética japonesa — como a simplicidade visual do *wabi-sabi*, o detalhe narrativo do *ukiyo-e* e a intensidade cromática do *superflat* — com sistemas de navegação e interação próprios do design de interfaces. Esta fusão entre **forma tradicional e funcionalidade contemporânea** reflete uma prática de design culturalmente sensível e esteticamente informada.

Por outro lado, a estrutura visual e informativa da aplicação permite pensar a cultura visual não apenas como um campo da imagem, mas como **ecossistema de signos, experiências e relações**. A aplicação transforma a imagem do *yōkai* num ponto de entrada para uma rede de significados — simbólicos, históricos, mediáticos — que o design torna acessível, navegável e experiencial.

Este contributo é também pedagógico: ao disponibilizar conteúdos culturais em formatos visuais acessíveis, o projeto atua como **plataforma de literacia visual**, promovendo a leitura crítica e simbólica de figuras que muitas vezes circulam descontextualizadas. O design, assim, cumpre uma função educativa, sem abdicar do apelo estético nem da usabilidade.

Finalmente, o projeto oferece um contributo metodológico ao campo do design, ao demonstrar como a **prototipagem, a arquitetura de informação e a narrativa visual** podem ser articuladas num modelo coerente que respeita tanto o conteúdo cultural como a experiência do utilizador. A

cultura visual é aqui tratada não como cenário, mas como conteúdo vivo, e o design como uma linguagem de mediação intercultural.

7.2. Reflexão sobre o Encontro entre Culturas

O projeto “YOKAIPP” representa um exercício prático e simbólico de encontro entre culturas. Como designer europeia influenciada desde a infância pela cultura visual japonesa, a autora assume neste trabalho uma posição simultaneamente externa e próxima: observa o Japão com fascínio e respeito, mas também com a consciência crítica de quem traduz, adapta e reinterpreta elementos de um imaginário que lhe é, ao mesmo tempo, familiar e distante.

Este processo evidencia o papel do design como **ponte entre tradições visuais distintas**. Através da aplicação, o projeto cria um canal de acesso para que públicos ocidentais possam descobrir, entender e experienciar o mundo dos *yōkai*, com base numa navegação intuitiva e visualmente envolvente. Ao fazer isso, demonstra como a imagem — e o design como prática — pode funcionar como **ferramenta de mediação intercultural**.

O encontro entre culturas manifesta-se também na própria estrutura visual e conceptual da aplicação: combina a estética gráfica japonesa com princípios de usabilidade ocidental; traduz conteúdos mitológicos com cuidado simbólico; e valoriza a especificidade cultural sem cair na apropriação superficial. Trata-se de um exercício de **tradução cultural sensível**, em que o design atua não como imposição, mas como escuta e reinterpretação.

Além disso, este projeto reflete sobre como o contacto com outras culturas pode **enriquecer a prática do design**. Ao mergulhar no universo estético e simbólico japonês, a autora expandiu a sua própria linguagem visual, questionou códigos convencionais de design e passou a operar num território híbrido, onde tradição e contemporaneidade, Oriente e Ocidente, se encontram através da imagem.

7.3. Limitações e Desafios

Como qualquer projeto académico e criativo, a proposta “**YOKAIPP**” enfrentou um conjunto de limitações e desafios que condicionaram tanto a sua execução prática como a sua profundidade de implementação.

Limitações Técnicas

Uma das limitações mais evidentes prende-se com a **inexistência de programação funcional**. Sendo este um projeto de design conceptual, a aplicação foi prototipada em ambiente simulado, sem integração de tecnologias reais de reconhecimento visual. Esta limitação restringe o teste em contextos reais de uso e impede, para já, uma avaliação técnica da eficácia do sistema de identificação de imagens.

Tempo e Recursos

O desenvolvimento do projeto decorreu num contexto académico com **limitações temporais e logísticas**, o que influenciou a extensão das ilustrações, a diversidade de conteúdos inseridos e a profundidade dos testes com utilizadores. Algumas funcionalidades previstas inicialmente, como a tradução multilíngue automática ou realidade aumentada, foram suspensas por falta de tempo e viabilidade no âmbito da investigação.

Complexidade Cultural

Outro desafio foi o de operar numa área sensível como a **representação visual de outra cultura**, neste caso a japonesa. A pesquisa exigiu atenção ética e rigor na interpretação dos *yōkai* e das tradições folclóricas, para evitar reduções ou apropriações indevidas. A natureza simbólica e mutável dos *yōkai*, que variam consoante a região, época ou autor, tornou a definição e a categorização das fichas mais complexa.

Validação com Utilizadores

Embora tenham sido realizados testes de usabilidade, a **amostra de participantes foi limitada**. A diversidade cultural e geracional dos utilizadores ainda não foi suficientemente abrangente para validar plenamente a eficácia comunicativa da aplicação em diferentes contextos socioculturais.

Apesar destes desafios, as limitações não enfraqueceram a proposta, mas tornaram-se parte do seu percurso crítico e fundamentam as direções possíveis para futuros desenvolvimentos, abordados no ponto seguinte.

7.4. Desenvolvimento Futuro da Aplicação

O projeto “YOKAIPP”, enquanto proposta de design conceptual, abre caminho para múltiplas possibilidades de desenvolvimento futuro, tanto no plano técnico como no plano simbólico e experiencial.

Implementação Tecnológica

O passo mais imediato será a programação funcional da aplicação, com integração de um sistema de reconhecimento visual baseado em inteligência artificial. Este sistema permitiria identificar imagens reais de *yōkai* em livros, ilustrações ou objetos físicos, abrindo novas formas de interação com o mundo material através do digital.

Além disso, a app poderá beneficiar de:

- Realidade aumentada (AR) para projetar criaturas em ambientes reais;
- Tradução multilíngue automática, expandindo o alcance internacional;
- Integração com plataformas como Google Lens ou Snapchat Lenses.

Expansão de Conteúdo

O conteúdo atual da aplicação poderá ser alargado com:

- Mais fichas de *yōkai*, com variações regionais e versões alternativas;
- Inserção de vídeos curtos, áudios narrados e imagens de arquivo tradicional;

- Colaboração com ilustradores ou estudiosos da mitologia japonesa, garantindo riqueza visual e rigor cultural.

Envolvimento Comunitário

Uma dimensão futura do projeto poderá envolver a criação de uma comunidade ativa, com:

- Área de utilizador expandida (perfil, conquistas, histórico);
- Participação em fóruns, partilha de avistamentos, desafios visuais;
- Envolvimento de instituições culturais (museus, centros de língua japonesa).

Aplicações Educativas e Culturais

A app pode ser adaptada para contextos de ensino formal e informal:

- Usada como ferramenta didática em disciplinas de arte, história, estudos culturais;
- Aplicável em visitas guiadas a exposições de cultura japonesa;
- Base para oficinas criativas de ilustração ou contação de histórias.

O projeto “**YOKAIPP**”, ainda que concebido inicialmente com foco na mitologia japonesa, possui um **potencial expansivo** que ultrapassa fronteiras culturais. A intenção da autora é transformar a aplicação num **modelo adaptável a outras mitologias do mundo**, criando uma **coleção intercultural de experiências visuais** que celebrem o património imaterial global.

Expansão Temática e Cultural

Com base na estrutura já desenvolvida — reconhecimento visual, fichas ilustradas, integração cultural pop e navegação simbólica — a aplicação poderá ser replicada com adaptações para outras tradições mitológicas e folclóricas, tais como:

- **Mitologia Nórdica** – Deuses como Thor e Loki, criaturas como os trolls e draugar, muito presentes na cultura pop (ex.: Marvel, God of War).
- **Mitologia Grega** – Centauros, ninfas, quimeras, com ligações a literatura clássica e adaptações contemporâneas (ex.: Percy Jackson, Hades).

- **Mitologia Celta** – Fadas, banshees, selkies e outras figuras ligadas à natureza, com forte ligação à paisagem e oralidade.
- **Mitologia Brasileira / Indígena** – Entidades como o Curupira, a Iara ou o Boto, com potencial educativo e valorização da cultura local.
- **Mitologias Africanas e Afro-diaspóricas** – Orixás do candomblé e da umbanda, narrativas ricas em simbologia e ancestralidade.
- **Mitologia Hindu** – Uma das mais vastas e visualmente ricas, com divindades como Ganesha, Shiva, Durga, entre outras.

Cada versão manteria a lógica de navegação visual e informativa, mas adaptada às **características estéticas, narrativas e espirituais** de cada cultura, promovendo uma **plataforma global de descoberta e respeito pela diversidade mitológica**.

Conceito de Coleção Global

Esta visão de expansão posiciona a aplicação como o núcleo de uma **coleção digital de mitologias do mundo**, com entradas localizadas por continente, idioma ou sistema de crença, tornando-se uma referência visual e educativa para escolas, museus, investigadores e curiosos culturais.

7.5. Considerações Finais

O desenvolvimento da aplicação “YOKAIPP” permitiu não apenas refletir sobre o papel do design na mediação cultural, mas também demonstrar, na prática, como o design gráfico e de interação pode contribuir para a valorização e atualização de patrimónios imateriais. A partir da mitologia japonesa e do universo dos *yōkai*, foi possível construir uma proposta visual, educativa e simbólica que liga tradição e contemporaneidade, através de uma experiência digital envolvente.

Através da investigação teórica e do desenvolvimento projetual, esta tese demonstrou que o design é mais do que estética: é uma linguagem cultural, uma ferramenta de curadoria visual e um meio de construir pontes entre culturas. O projeto inscreve-se assim numa abordagem interdisciplinar, em que design, cultura visual e tecnologia se cruzam com responsabilidade ética e sensibilidade estética.

Apesar das limitações técnicas e temporais, o projeto revelou um caminho viável e promissor, com potencial para ser concretizado num contexto real. A receção positiva por parte dos utilizadores e o interesse gerado durante os testes validam a sua relevância, não só enquanto proposta académica, mas como ideia de produto cultural com utilidade prática.

Como visão futura, o projeto poderá expandir-se para outras mitologias do mundo, dando origem a uma coleção de aplicações interculturais, focadas em diferentes tradições simbólicas. Este desdobramento reforça a vocação da “YOKAIPP” como plataforma viva de mediação visual, com potencial educativo, artístico e intercultural.

Com este trabalho, reforça-se a convicção de que o design, quando informado culturalmente e orientado para a experiência humana, é capaz de ampliar o acesso ao conhecimento, respeitar a diversidade e criar formas de ver e entender o mundo.

Referências Bibliográficas

- Subrahmanyam, S. (2012). *The Portuguese Empire in Asia, 1500–1700: A Political and Economic History* (2ª ed.). Wiley-Blackwell.
- Foster, M. D. (2015). *The Book of Yokai: Mysterious Creatures of Japanese Folklore*. University of California Press.
- Propp, V. (1968). *Morphology of the Folktale* (2ª ed.). University of Texas Press.
- Witzel, M. (2013). *The Origins of the World's Mythologies*. Oxford University Press.
- Andrássy, H. (2017). *The Kiki and the Eddas: A Comparative Analysis of Japanese and Old Norse Cosmogony* [Tese de mestrado, University of Gothenburg]. Academia.edu.
- MacWilliams, M. W. (Ed.). (2008). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. M.E. Sharpe.
- Tanizaki, J. (1977). *In Praise of Shadows* (T. J. Harper & E. G. Seidensticker, Trans.). Leete's Island Books. (Original publicado em 1933)
- Kempton, B. (2018). *Wabi Sabi: Japanese Wisdom for a Perfectly Imperfect Life*. HarperOne.
- Juniper, A. (2003). *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence*. Tuttle Publishing.
- Murakami, T. (2005). *Superflat*. Kaikai Kiki Co., Ltd.
- Favell, A. (2012). *Before and After Superflat: A Short History of Japanese Contemporary Art 1990–2011*. In *Asia-Pacific Journal: Japan Focus*, 10(50).
- Tanaka, H. (1980). *Japanese Design: Art, Aesthetics & Culture*. Kodansha International.
- Awazu, K. (1955). *Graphic Design in Japan*. Bijutsu Shuppan-sha.
- Watanabe, S. (1960). *The Art of Japanese Calligraphy*. Weatherhill.
- Sugiura, K. (1970). *Modern Japanese Design*. Japan Publications.
- Kinchin, J. (2019). *Designing Modern Japan*. The Museum of Modern Art.
- Baijings, S. (2016). *Stefan Scholten & Carole Baijings: Reproducing Scholten & Baijings*. Phaidon Press.

Shirane, H. (2012). *Japan and the Culture of the Four Seasons: Nature, Literature, and the Arts*. Columbia University Press.

Bohrer, F. N. (2003). *Orientalism and Visual Culture: Imagining Mesopotamia in Nineteenth-Century Europe*. Cambridge University Press.

Marks, A. (2019). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. Routledge.

Hara, K. (2018). *Designing Design*. Lars Müller Publishers.

Fukasawa, N. (2018). *Naoto Fukasawa: Embodiment*. Lars Müller Publishers.

Awazu, K. (1984). *Katsumi Awazu: Graphic Works*. Seibundo Shinkosha.

Manzini, E. (2002). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.

Morville, P., & Rosenfeld, L. (1998). *Information Architecture for the World Wide Web*. O'Reilly Media.

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2^a ed.). New Riders.

Nielsen, J. (1994). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.

Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests* (2^a ed.). Wiley.

Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design* (2^a ed.). Rockport Publishers.

Tidwell, J. (2011). *Designing Interfaces* (2^a ed.). O'Reilly Media.

