

Novembro 2021

**Joana Miriam
Rabaça Gonçalves**

**CÓRTEX:
PROJETO TRANSMEDIA ACERCA DA
SAÚDE MENTAL**

2021

**Joana Miriam
Rabaça Gonçalves**

CORTÉX

Projeto transmedia acerca da Saúde mental

Projeto Transmedia referente à saúde mental, apresentado ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Audiovisual e Multimédia, realizada sob a orientação científica do Doutor Milton Cappelletti, *Professor Auxiliar*, da *Faculdade de Design, Tecnologias e Empresas, IADE- Europeia*.

Dedico este projeto a todas as pessoas que sentem ou já sentiram algum tipo de perturbação psicológica. A todos os profissionais de saúde que tanto batalharam neste período pandémico. A todas as pessoas que sofreram os efeitos da pandemia, quer tivesse sido fisicamente, quer emocionalmente. A todas as pessoas que perderam familiares ou amigos para estas doenças. E a todas as pessoas que sucumbiram por motivos de ausência de Saúde mental.

agradecimentos

Começo por agradecer aos meus pais que de tudo fizeram para me darem uma educação exemplar. A toda a minha família e amigos que me apoiaram incondicionalmente neste projeto.

Ao meu avô, Duarte, que através das nossas conversas me incentivou sempre a continuar, mesmo nos momentos mais desafiantes. Aos meus professores e toda a instituição Académica que acreditaram em mim deste o primeiro momento.

Ao meu coordenador, Milton Cappelletti, pela confiança, pela receptividade que demonstrou para discutir ideias e orientar e sobretudo pela sua disponibilidade, os meus sinceros agradecimentos.

E por fim, a todos os intervenientes diretos e indiretos do projeto, aos que participaram na frente e atrás da câmara, auxiliaram, ajudaram nos cenários, luzes e som. Aos professores Mário Brás, Pedro Rodrigues e Paulo Andrade uma grande obrigada, pois os seus conhecimentos foram fundamentais na área da fotografia analógica e captação audiovisual.

palavras-chave

Depressão, Ansiedade, Saúde Mental, Transmedia, Comunicação, Cinema, Consciencialização, Audiovisual, Multimédia, Artes Visuais

resumo

As doenças mentais são um tema complexo no âmbito da saúde e fazem parte da nossa sociedade desde sempre. Com a evolução da sociedade, surgiram novas técnicas para ajudar doentes com este tipo de patologias, mas ainda não foi dada a devida valorização a este tipo de doença.

Este projeto pretende, dar visibilidade a problemas associados à depressão e saúde mental em Portugal uma vez que este tema ainda é considerado “tabu”, uma vez que as pessoas que vivenciam destes problemas, ainda sentem uma grande discriminação.

Simplificou-se a abordagem, centrando o estudo em questões de ansiedade e depressão em públicos mais jovens. Tentou-se então, compreender as consequências, associadas a este tema em termos biológicos/patológicos e em que circunstâncias os mesmos se refletem a nível comportamental.

Surgiu a necessidade de realizar uma pesquisa bibliográfica assim como de implementar um questionário que criasse uma base fisiopatológica, necessária para a produção audiovisual e multimédia. Pretendem-se valorizar estes assuntos e compreender de que forma, enquanto profissional na área da comunicação, podem ser criadas iniciativas audiovisuais e multimédia que ajudem a amenizar/solucionar estes problemas.

O projeto tem por base um conjunto de elementos audiovisuais, a sua própria plataforma web, um repertório fotográfico, uma curta-metragem e um outro conjunto de elementos multimédia.

Optou-se por uma estratégia transmedia em que os conteúdos desenvolvidos funcionam em sinergia para um propósito comum atuando em diferentes meios sociais. Através destes elementos, serão criados espaços de discussão acerca da ansiedade e depressão nas esferas culturais, nomeadamente exposições e eventos audiovisuais.

Keywords

Depression, Anxiety, Mental Health, Transmedia, Cinema, Communication, Awareness, Audiovisual, Multimedia, Visual Arts

abstract

Mental illnesses are a complex issue in the field of health and have always been part of our society. With the evolution of society, new techniques have emerged to help patients with this type of pathologies, but this type of disease has not yet been properly valued.

This project aims to give visibility to problems associated with depression and mental health in Portugal since this topic is still considered "taboo", people who experience these problems, still suffer a great deal of discrimination.

The approach was simplified, focusing the study on issues of anxiety and depression in younger audiences. An attempt was then made to understand the consequences associated with this theme in biological/pathological terms and in what circumstances they are reflected at a behavioral level.

Was needed to carry out bibliographic research as well as to implement a questionnaire that would create a pathophysiological basis, necessary for audiovisual and multimedia production.

It is intended to value these matters and understand how, as a professional in the field of communication, audiovisual and multimedia initiatives can be created to help alleviate/solve these problems.

The project is based on a set of audiovisual elements, its own web platform, a photographic repertoire, a short film, and another set of multimedia elements. We opted for a transmedia strategy in which the contents developed work in synergy for a common purpose, acting in different social media. Through these elements, spaces for discussion about anxiety and depression in cultural spheres will be created, namely exhibitions and audiovisual events.

Índice

1. Introdução	1
1.1. Contexto	1
1.2. Problema de investigação e objetivos.....	3
1.3. Desenho de investigação	5
1.4. Motivação pessoal	6
1.5. Estrutura do relatório de projeto.....	7
2. Saúde mental.....	8
2.1. Conceito e características	8
2.2. Ansiedade e Depressão.....	9
2.3. Saúde no audiovisual português	11
3. Storytelling transmedia.....	13
3.1. Conceito transmedia e características das narrativas não lineares	13
3.2. Desenvolvimento de um projeto transmedia	16
3.3. Jornada do utilizador	18
4. Conceito do Projeto Córtex	19
4.1. Questionário	20
4.1.1. Estrutura do questionário	23
4.1.2. Resultados	25
4.2. Moodboard	37
4.2.1. Caracterização	37
4.2.2. Personagens.....	41
5. Desenvolvimento do Projeto Córtex	46
5.1. Produtos audiovisuais.....	46
5.1.1. Equipa, Locações e equipamento	47
5.1.2. Curta-metragem.....	49
5.1.3. Repertório fotográfico.....	55
5.2. Produtos multimédia.....	59
5.2.1. Página web	59
5.2.2. Filtro para redes sociais.....	67
6. Storyworld do projeto Córtex	70
6.1. Justificação e descrição dos media	70

6.2.	Jornada do utilizador no projeto e plano de media.....	74
7.	Conclusões	77
8.	Bibliografia.....	79
9.	Anexos.....	83

Índice de Figuras

Figura 1 Elaboração própria, gráfico ilustrativo do desenho de investigação	5
Figura 2 Elaboração própria com base em Arnaut (2015) de Storyworld	16
Figura 3 Género da Amostra.....	25
Figura 4 Idade da Amostra.....	26
Figura 5 Ocupação da Amostra.....	26
Figura 6 Localidade da Amostra.....	26
Figura 7 Ponto de Vista da Amostra acerca da Importância da Saúde Mental.....	27
Figura 8 Importância da Saúde Mental para a Amostra	28
Figura 9 Ponto de vista da amostra referente à consciencialização por parte do ensino	28
Figura 10 Ponto de vista da amostra referente à consciencialização por parte do governo.....	29
Figura 11 Ponto de vista da amostra referente ao nível de informação acerca da saúde mental ..	29
Figura 12 Ponto de vista da amostra referente ao nível de informação face aos sintomas da ansiedade e depressão	30
Figura 13 Ponto de vista da amostra em criação de teor informativo.....	31
Figura 14 Validação para a próxima secção	31
Figura 15 Experiência da amostra com a Saúde Mental.....	32
Figura 16 Motivos que a amostra mencionou como principais gatilhos para desenvolver doenças mentais	33
Figura 17 Locais mencionados pela Amostra para gatilhos de doença mental	34
Figura 18 Wordcloud para palavra relacionada com ausência de saúde mental.....	35
Figura 19 Wordcloud para palavra relacionada com presença de saúde mental	36
Figura 20 Processo criativo do Moodboard.....	38
Figura 21 Moodboard realizado por Catarina Anjos	40
Figura 22 Elaboração própria do gráfico adaptado de Field.....	41
Figura 23 Processo de Construção do projeto.....	46
Figura 24 Press Release para Casting através das Redes sociais.....	47
Figura 25 Jornada do herói de Field adaptada ao projeto	51
Figura 26 Visão do programa Final Cut, no processo de edição	53
Figura 27 Moodboard Tipografia.....	54
Figura 28 Elaboração própria de infográfico relacionado com a ausência de saúde mental	56

Figura 29 Universo Transmedia.....	57
Figura 30 Esquematização das webpages	59
Figura 31 Quadro de estilos	60
Figura 32 Esquema de cor.....	61
Figura 33 Primórdio do Wireframing	62
Figura 34 Versão final dos wireframes.....	63
Figura 35 Sitemap	64
Figura 36 Logotipos de software utilizado	64
Figura 37 Qr Code plataforma web	65
Figura 38 Home page formato web e mobile.....	66
Figura 39 QrCode filtro Ar	67
Figura 40 Esquema do processo inicial de construção do filtro	68
Figura 41 Moodboard Tipografia.....	69
Figura 42 Elaboração própria adaptado de Praten (2011), Storyworld	71
Figura 43 Timeline adaptada de Hayes.....	74

Índice de Tabelas

Tabela 1 Elaboração própria baseado em Jenkins (2007), sete princípios das narrativas transmedia	15
Tabela 2 Grupos de Facebook Investigados	21
Tabela 3 Ficha da personagem 1	43
Tabela 4 Ficha da personagem 2.....	44
Tabela 5 Ficha da personagem 3.....	45

Lista de abreviaturas

APA- Associação Americana de Psicologia

CNS- Coordenação Nacional para a Saúde Mental

FICSM- Festival Internacional de Cinema e Saúde Mental

OMS- Organização Mundial de Saúde

ONU- Organização das Nações Unidas

OPP- Ordem dos Psicólogos Portugueses

SNS- Serviço Nacional de Saúde

SPSM- Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental

1. Introdução

1.1. Contexto

No plano de ação da Organização Mundial de Saúde para 2020, (OMS, 2013), coloca-se a saúde mental como uma das temáticas prioritárias a abordar. Compreende-se neste relatório a ausência de meios globais para satisfazer a procura de cuidados primários e acompanhamento prolongado de todas as pessoas que sofrem de perturbações mentais. Neste plano, é também referido que as doenças mentais afetam milhares de pessoas de todas as idades, géneros e condições económicas, sendo doenças globais e transversais nas sociedades.

Contudo, existem fatores que podem tornar as pessoas a ser mais propícias a desenvolver doenças mentais, sendo alguns casos relacionados com desigualdades, violência, incapacidades e desrespeito pelos direitos humanos (Comissão Europeia, 2005). Alguns desses fatores são: biológicos (genética e género), individuais (experiências pessoais), família e vivência social (suporte emocional) e ambiente económico (status social e situação financeira) (Comissão Nacional de Saúde [CNS], 2019).

Desta maneira, existem os mais variados âmbitos que podem ser considerados quando se fala de saúde mental, tais como, a capacidade de adaptação à mudança; superação de crises ou perdas efetivas; resolução de conflitos; capacidade de estabelecer relações positivas com a comunidade; entre outros (Sistema Nacional de Saúde [SNS], 2020).

As doenças mentais podem ser experienciadas de várias formas, porém, as manifestações mais comuns são distúrbios de ansiedade e depressão (Comissão Europeia, 2005). Alguns dos sintomas das doenças passam por tristeza prolongada, fadiga, isolamento, cansaço, culpa constante, pensamentos de morte contínuos (CUF, 2021).

A pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2) mostrou-se uma das maiores emergências de saúde pública mundial das últimas décadas, que nos urgiu não só para as necessidades de questões de saúde física, mas também para as questões sociais e psicológicas resultantes do impacto do isolamento e incerteza do futuro. Contudo, o foco na solução dos impactos físicos, negligenciam os impactos psicológicos (Ornell, 2020) em que apesar de ainda não haver literatura suficiente

sobre este tema, sabe-se que a ansiedade, a depressão e o stress têm sido sentidos pela população em geral com mais intensidade desde o começo da pandemia (Wang, 2020).

Naturalmente, todos os desafios presentes no quotidiano se intensificam em contextos de isolamento. Dada a pandemia do covid-19, a busca por ajuda aumentou (Rebelo, 2020). A crise económica e social urge para a necessidade de atuar dentro e fora do SNS (Ordem dos Psicólogos Portugueses [OPP], 2019), pois enfrentar uma crise requer resiliência e destreza, algo que poderá ser impossível para pessoas que sofram de problemas psicológicos. A ansiedade, o medo e a incerteza, tornam-se constantes, é palmilhar um caminho desesperante para muitas pessoas. A OMS (2020) alerta para o aumento de comportamentos depressivos tais como, aumento do uso de drogas e álcool, comportamentos suicidas, psicoses, ansiedade e depressão.

Neste contexto, a taxa de suicídio tem crescido em diversos países, segundo observa a OMS (2020). De acordo com o relatório da OMS publicado em 2019, sobre o suicídio no mundo sabe-se que, morre uma pessoa a cada 40 segundos por esta causa. No que diz respeito ao género, os homens apresentam uma taxa superior em todos os sítios do mundo, sendo os dados de suicídio masculino maiores na Europa que em qualquer outro lado (OMS, 2019). O suicídio está inclusivamente entre as 3 maiores causas de morte para as idades 15-19 (OMS, 2019).

Existe uma necessidade de comunicar mais sobre a depressão e a ansiedade, de criar mais iniciativas que revertam para essas áreas e de criar espaços de entreajuda, pois por vezes as pessoas em si não compreendem como se podem ajudar (SNS, 2019).

É com este intuito que foi criado este trabalho, pois pretende-se chegar às pessoas quer sintam ou não as implicações das doenças, consciencializando-as para a esfera mental, especialmente a ansiedade e depressão, através do desenvolvimento de um projeto transmedia, de forma a impactar as pessoas a partir de em múltiplos conteúdos audiovisuais em diferentes plataformas.

1.2. Problema de investigação e objetivos

Dada a contextualização referida anteriormente, é colocado o seguinte problema de investigação:

“Como um projeto transmedia pode trazer consciencialização para a saúde mental?”

A produção transmedia pode ser importante para a consciencialização da Saúde Mental uma vez que nos permite abordar este problema através de várias narrativas e em diferentes canais, reconhecendo o papel e importância das áreas criativas e setor cultural na comunicação das mensagens para as sociedades.

Posto isto, os objetivos fundamentais deste projeto são:

- Definir e caracterizar a Saúde Mental, com foco na ansiedade e depressão;
- Descrever o que é Storytelling Transmedia e suas características;
- Desenvolver um questionário sobre a Saúde Mental para fundamentar a produção dos conteúdos audiovisuais e multimédia do projeto;
- Construir um moodboard que guie a criação dos produtos audiovisuais e multimédia do projeto, baseado nos testemunhos recolhidos através desse questionário;
- Desenvolver conteúdos audiovisuais (repertório fotográfico e curta-metragem) e multimédia (página Web e filtro para redes sociais) para o projeto;
- Discriminar o storyworld do projeto bem como a jornada do utilizador a partir da relação entre os diferentes produtos;
- Contribuir para a visibilidade sobre a saúde mental a partir da publicação e disseminação do projeto.

Dessa forma, este projeto pretende ser uma contribuição significativa que gere impactos positivos na abordagem ao tema da saúde mental, como a comunicação e normalização da partilha.

Pretende-se ser “um abre olhos” para esta doença, dando-lhe visibilidade e, sobretudo, mostrar as suas possíveis ameaças para os indivíduos.

Compreendendo a extensão da saúde mental, neste projeto é feita uma reflexão do panorama da saúde mental no contexto geográfico de Portugal, tendo em consideração um público mais jovem com foco na ansiedade e depressão.

O projeto opta por uma abordagem transmedia, uma vez que os elementos funcionam individualmente, mas com uma estreita relação entre si e pretendem ter participação da audiência. Nesse sentido, o desenvolvimento deste projeto implica na criação de uma curta-metragem conceptual experimental, um conjunto de vídeos curtos sobre o assunto, um repertório fotográfico, um filtro para redes sociais, alguns elementos textuais e, por fim, um espaço web onde se encontrem todos os elementos do projeto.

Para isto, utilizou-se um conjunto de instrumentos, como um guião, script, storyboard, entre outros, que serviram para a construção de uma narrativa em que as cenas e elementos transmitem uma mensagem clara, com um objetivo e finalidade.

Ao construir um projeto com diferentes produtos audiovisuais e multimédia, espera-se que seja entregue a mensagem com eficiência de modo a urgir para a necessidade de atuar perante a saúde mental retratando a relevância deste assunto com seriedade.

O projeto conta ainda com a participação da audiência já na etapa de criação do conceito, de forma a superar a dificuldade em encontrar experiências reais sobre a depressão e ansiedade. Para tal fim, utilizou-se um questionário, que serviu de inspiração criativa para moodboards de locais e sensações a representar no projeto do ponto de vista audiovisual. Os momentos do projeto são baseados em testemunhos e experiências reais recolhidos através deste instrumento metodológico. É de salientar que este projeto não pretende ser informativo ou de teor clínico, pois saúde mental não é a área de especialização da investigadora, mas pretende sim ser um projeto de consciencialização sobre a problemática do ponto de vista artístico e conceptual. O objetivo é fazer uma ponte para o diálogo e conversa sobre este assunto, representando sensações e experiências verdadeiras que geram empatia para com a problemática.

1.3. Desenho de investigação

Para que o desenvolvimento do projeto pudesse alcançar os objetivos propostos e atendendo a necessidade de criar produtos audiovisuais e multimédia no âmbito de uma narrativa transmedia, a autora desenvolveu uma metodologia própria dividida em três etapas. A seguinte imagem ilustra o processo do desenho de investigação:

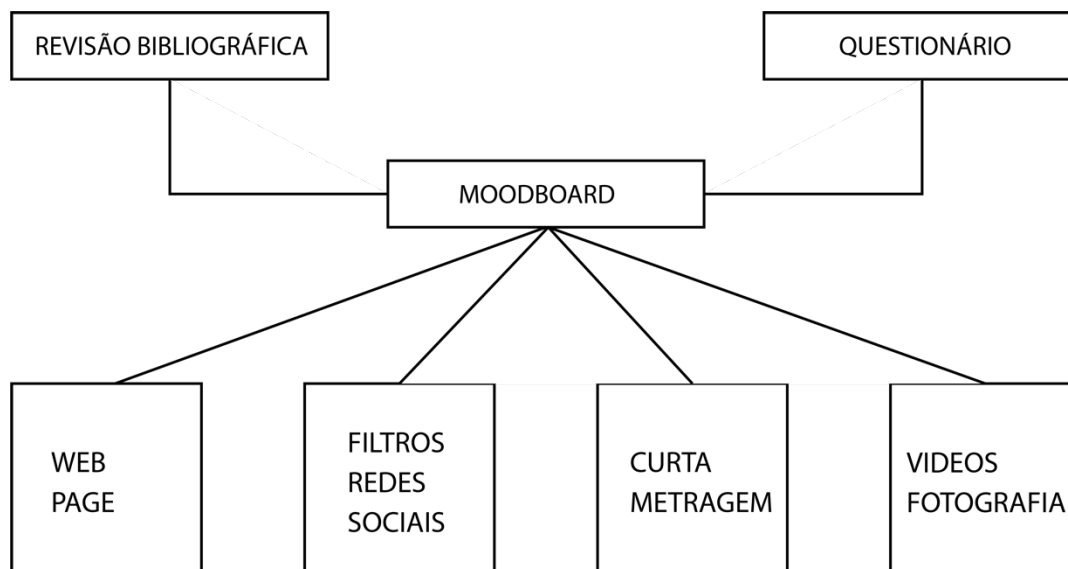


Figura 1 Elaboração própria, gráfico ilustrativo do desenho de investigação

Esta estrutura acima retratada, aborda como a temática foi desenvolvida garantindo que existe informação teórica e um fundamento metodológico para o projeto.

A revisão bibliográfica em parceria com o questionário gerou um moodboard, que consiste num documento que categoriza a linguagem visual a desenvolver. Foi um documento fundamental para construir a estética do projeto e quais os alicerces visuais a atingir ao longo dos momentos de captação.

Em complemento, foi desenvolvido um questionário para obter ideias e *insights* na primeira pessoa para a criação dos produtos audiovisuais e multimédia, sobretudo do público-alvo do projeto, nomeadamente o público português na faixa etária para qual o projeto comunica. O moodboard fundamentou a produção dos conteúdos audiovisuais e multimédia, entre os quais: web page, filtro para redes sociais, curta-metragem, vídeos e fotografias. Cada um destes produtos foi produzido segundo um conjunto específico de etapas, segundo se explica nos capítulos a seguir.

1.4. Motivação pessoal

Enquanto artista freelancer e profissional na área da Comunicação, um dos objetivos da investigadora neste Mestrado foi alinhar a realização de um projeto com as suas expectativas profissionais do futuro. Neste sentido, o audiovisual e estratégias de valorização social estão na base do foco criativo da investigadora, sendo a mudança social e a aceitação de assuntos “tabu” algumas das suas principais motivações.

Este projeto vem também no seguimento de vários trabalhos criados em contexto académico ao longo do curso, que tinham como objetivo atuar nas esferas sociais, dando visibilidade a assuntos que são marginalizados no dia-a-dia, não recebendo a devida importância.

Posto isto, a saúde mental é um tema de extrema importância, contudo, é uma área da saúde que merece mais divulgação e empatia, uma vez que ainda é visto com preconceito. Assim sendo, fez sentido enquanto investigadora desenvolver um projeto que seguisse uma linguagem irreverente e empoderadora, que transmitisse com realidade e foco as experiências sociais da sociedade portuguesa. A importância dos testemunhos e da individualidade de cada pessoa a lidar com a ansiedade e depressão foram não só fortes inspirações, mas também uma grande motivação na busca pela visibilidade.

É de enfatizar novamente que a investigadora não tem qualquer formação no âmbito da saúde e que este projeto foi realizado com um teor empático e não clínico ou médico.

Acreditamos que falar de saúde mental na arte, através da comunicação audiovisual e Multimédia, significa valorizá-la e colocá-la nas esferas sociais e culturais.

1.5. Estrutura do relatório de projeto

O relatório de projeto está dividido em nove capítulos.

O primeiro capítulo é a introdução, que inclui o problema de investigação, desenho de investigação e motivações pessoais. Aborda o contexto e noções primárias do projeto como a necessidade e quais os objetivos de atuação. É feita uma revisão bibliográfica de dados que reforçam a necessidade do problema de investigação. Tal fundamentação foi necessária para o desenvolvimento do projeto uma vez que é referido como se pretende contribuir para a esfera da Saúde Mental através de um projeto transmedia. Neste capítulo está explícito como foi feita a pesquisa bibliográfica e como se relacionou com o desenvolvimento do projeto em si.

O segundo capítulo remete para a saúde mental onde é feita uma base patológica para a necessidade do projeto. Descreve e caracteriza o que é a saúde mental com especial foco em problemas de ansiedade e depressão. Aborda-se a questão da pandemia Covid-19 em relação com a problemática da saúde mental. Compreende-se ainda os elementos desenvolvidos no contexto audiovisual português.

No terceiro capítulo remete para o storytelling transmedia, onde se abordam as noções fundamentais do desenvolvimento das narrativas não lineares, compreende-se neste capítulo quais os princípios e características de um projeto transmedia bem como a jornada dos consumidores no processo de absorção dos conteúdos.

O quarto capítulo engloba o conceito e a ideia da mensagem baseado nos resultados obtidos em contexto de questionário. Através dos testemunhos foi desenvolvido um *moodboard* que funciona como inspiração para a linguagem visual do projeto e fundamento emocional das personagens.

No quinto capítulo, sucede-se o desenvolvimento do projeto transmedia onde é explícito o contexto de realização dos produtos audiovisuais, como é o caso do processo de captação dos conteúdos, equipamentos, equipas e locações. Incide neste capítulo o desenvolvimento da curta-metragem e do repertório fotográfico. Ainda neste capítulo encontramos o desenvolvimento dos produtos multimédia, onde está explícito o desenvolvimento web da plataforma e do filtro para as redes sociais.

O sexto capítulo remete para o processo de construção do *storyworld* e uma descrição de todas as extensões do projeto bem como as suas relações entre si. Nesta fase compreende-se como os elementos funcionam em sinergia para o propósito da consciencialização da saúde mental.

2. Saúde mental

Conforme mencionado anteriormente, este trabalho recai sobre a área da comunicação, sendo que não incide, nos objetivos do mesmo, debater ou aprofundar conhecimentos profundos na área da saúde. Contudo, foi feita, uma apresentação de vários conceitos para contextualizar o tema do projeto.

2.1. Conceito e características

A Saúde pode ser definida como “o estado do mais completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou de enfermidade” sendo esta a definição feita pela Organização Mundial de Saúde em 1948 e se mantém até aos dias de hoje. A saúde mental é parte integrante do conceito de saúde da OMS, uma vez que na definição do que é saúde, ao estado de completo bem-estar físico, mental e social OMS (1948), considerando-se como pressuposto que “sem saúde mental não há saúde” o que inclui, obrigatoriamente, a dimensão mental.

O registo de utentes com perturbações mentais nos cuidados de saúde primários tem vindo a aumentar desde 2011 (DGS, 2017). No plano da de ação da OMS (Plano de Ação de Saúde Mental, 2013-2020), são visíveis os esforços da organização em incluir cuidados especializados nas políticas de saúde de todos os países pois apenas uma ínfima percentagem das pessoas afetadas consegue tratamentos adequados à sua condição, sendo necessária uma inclusão desta temática nos serviços públicos de saúde.

Esta perspetiva é também comum na esfera nacional, que defende que devem ser realizados mais rastreios e deve ser implementado um serviço de qualidade que satisfaça as necessidades da sociedade, (Coordenação Nacional para a Saúde Mental, 2009), prevenindo mortes anuais. A OPP, (2019) defende que a eficiência dos serviços públicos depende da contratação de mais psicólogos para o SNS também reflete sobre a importância de iniciativas de empoderamento social, rastreios em contexto escolar e laboral e estratégias de realização de diagnóstico precoce.

Relatórios da DGS (2013) relatam que 12% das doenças em todo o mundo são do foro mental agravando-se as estatísticas para 23% em países desenvolvidos. Dados que se mostram preocupantes sendo Portugal um dos países da União Europeia com o índice mais baixo de psiquiatras no SNS. Para além disso, é ainda desigual a distribuição dos profissionais pelo país

estando mais concentrados em Lisboa, Porto e Coimbra (Conselho Nacional de Saúde, 2019) deixando uma ampla área de Portugal sem cobertura ao acesso a consultas de psicologia, psiquiatria e outros rastreios relacionados com instabilidade emocional.

2.2. Ansiedade e Depressão

A Associação Americana de Psicologia (APA) define ansiedade como uma emoção caracterizada pelo sentimento de tensão, preocupação e algumas alterações físicas como o aumento de pressão sanguínea (APA, 2021). A ansiedade faz parte do processo natural da vida e é até bastante necessária para a sobrevivência, sendo que é uma forma do corpo entrar em modo alarme e prepara o ser humano para situações de possível perigo (DGS, 2021). Contudo, o distúrbio de ansiedade precisa de atenção médica uma vez que pode tornar desesperante pequenos momentos do dia-a-dia. A partir do momento que a ansiedade interfira com o ritmo natural da vida e impeça aos lesados de executar alguma ação por medo ou pânico, torna-se um distúrbio, uma vez que se torna incapacitante (DGS, 2021).

Os sintomas de ansiedade podem incluir um aumento do batimento cardíaco, suor, constante sentimento de preocupação, irritabilidade, problemas com o sono, náuseas e extrema sensação de desconforto durante um tempo prolongado (APA, 2021).

Segundo a Direção Geral de Saúde (2021) a ansiedade pode tomar várias formas: ansiedade generalizada, ataques de pânico, fobias específicas, ansiedade social, transtorno obsessivo e compulsivo, ansiedade de separação, etc. As causas possíveis para desenvolver ansiedade variam de pessoa para pessoa, mas podem ser fatores de circunstância pessoal, como trabalho, família, genética e fatores biológicos como falta de hormonas no cérebro (APA, 2021).

Existem muitas ramificações para o distúrbio de ansiedade sendo por esta mesma razão necessário um acompanhamento médico especializado para o tratamento destas doenças. O autoconhecimento e medidas de relaxamento são também fundamentais. (OMS, 2017).

De acordo com a OMS (2017), a depressão é uma das principais causas de incapacidade e à semelhança da ansiedade, também varia de pessoa para pessoa. O estado de depressão caracteriza-se pela presença de tristeza contínua de uma duração superior a 2 semanas, a perda de interesse em atividades que, normalmente dão prazer aos lesados é bastante recorrente (OMS, 2019).

Mais de 300 milhões de pessoas vivem com depressão pelo mundo todo, fora as pessoas que ainda não tiveram o diagnóstico assertivo para a sua condição por falta de meios (DGS, 2017).

Os sintomas mais comuns são a nível psicológico, mas pode ter manifestações físicas também. O sentimento mais comum é a falta de motivação pela vida no geral e pode levar ao suicídio (SNS, 2020). Os sentimentos a nível psicológico são a tristeza, solidão, sentimento de culpa, falta de concentração, pensamentos de automutilação e pensamentos suicidas.

A nível físico, a depressão pode manifestar-se através da falta de energia, privação do sono ou sono a mais. Procurar ajuda é fundamental para lidar com estas perturbações uma vez que os sintomas tornam a cura um processo bastante desafiante em que muitas vezes é necessário recorrer a medicação para impulsionar o alívio dos sintomas (CNS, 2019).

São recorrentemente criadas estratégias que promovem a saúde mental e têm como intuito remover o estigma acerca do suicídio, uma vez que existe quase sempre um planeamento antes de ser consumado, é importante comunicar sobre o suicídio com a intenção de o prevenir (DGS, 2013).

Quase 46 mil adolescentes morrem anualmente de suicídio, verifica-se como sendo uma das 3 principais causas de morte no grupo etário dos 15 aos 24 anos de idade (Público, 2021; DGS, 2013; OMS, 2014). No relatório da OMS acerca da prevenção de suicídio (2021), são referidos os jovens como a faixa etária a quem se pretende consciencializar, uma vez que é fundamental contextualizar e rastrear nestas idades pois é preocupante o suicídio representar uma das maiores causas de morte precoce desta faixa etária.

2.3. Saúde no audiovisual português

Sendo este projeto uma criação audiovisual transmedia houve a necessidade de procurar por saúde mental no cinema, especialmente no audiovisual português, para compreender de que modo anteriormente já havia sido representado o tema e que tipo de iniciativas existem nesta área. Neste sentido, foi feita uma busca na plataforma do Instituto do Cinema e Audiovisual, em que após pesquisar por conceitos chave (como é o exemplo de: saúde mental, ansiedade, depressão) não foram encontrados nenhuns exemplos de curtas ou longas-metragens sobre este tema.

A saúde mental é um tema que apesar da sua crescente exposição mediática permanece ainda hoje um tabu assim como tem vindo a acontecer ao longo do tempo (DGS, 2017). Este tipo de assuntos está associado à ideia manicomial, que prevê doentes mentais como insanos proporcionando exclusão social e constante desvalorização das suas capacidades (Kluck e Oliveira, 2020). Com a digitalização e o crescente acesso global à informação é um tema que se tem vindo a desconstruir na sociedade. Essa desconstrução foi necessária também no cinema e audiovisual, contudo, apesar dos avanços sociais continua ainda hoje a ser necessário criar espaços de valorização desta temática.

Hollywood já retratou em vários filmes as doenças mentais em produções como, *Psicose* (1960), *Voando sobre um ninho de cucos* (1975), *O silêncio dos inocentes* (1991), *A vida interrompida* (1999), entre outros. Nestes filmes as personagens apresentam graves perturbações mentais e são representativas de aspetos muito extremos da saúde mental criando um estigma à volta do tema e a perceção de que a ausência de saúde mental é loucura ou incapacidade e não algo natural do quotidiano o que gera uma ideia desconectada da realidade e submete os lesados a um sentimento de exclusão e falta de representatividade.

Já a nível nacional o panorama não melhorou, sendo muito difícil e até quase impossível encontrar filmes com o seu foco principal na saúde mental. Após uma pesquisa foi encontrado o filme de Mário Barroso, “*A Ordem Moral*” que aborda a luta de uma mulher em provar a sua sanidade mental, o que reflete por si só a falta de investimento tanto a nível social como audiovisual em Portugal. Porém, existem alguns festivais audiovisuais apenas com foco na saúde mental um destes exemplos é o *Mental Festival*, que tem vindo a tentar criar um espaço de discussão pública e demolição do estigma. Este festival opera em coprodução com a Direcção-Geral de Saúde. A sua primeira edição foi em 2017 com o intuito de combater a iliteracia sobre a saúde mental e continua

até hoje a criar um espaço para a discussão desta temática. Outro festival que contribui na esfera da saúde mental é o FICSAM (Festival Internacional de Cinema e Saúde Mental), é um festival que pretende através das artes promover a reflexão, combater a discriminação e promover os direitos humanos de pessoas com patologias mentais. São abordados nestes festivais vários tipo de assuntos, tais como: a falta de inclusão no cinema, a falta de representatividade audiovisual acerca da saúde mental, a falta de espaços para histórias próprias.

A ESCS, Escola Superior de Comunicação Social lançou um desafio aos alunos de Mestrado em Audiovisual e Multimédia (Abril de 2021), para desenvolverem uma iniciativa transmedia acerca da saúde mental. O nome do desafio foi o “Voando Sobre um Chapéu de Coco”, e tinha o objetivo de promover a reflexão sobre a temática da saúde mental dos jovens especialmente em época Covid.

A produção visual proporciona visibilidade a uma nova representação e uma constante aprendizagem. A informação gera autoconhecimento que por consequência prepara as pessoas para os sinais destas doenças procurando ajuda aquando necessário.

3. Storytelling transmedia

3.1. Conceito transmedia e características das narrativas não lineares

O mundo está cada vez mais digital, o consumo dos conteúdos conta cada vez mais com uma participação ativa dos consumidores. É necessário compreender que os projetos transmedia são uma representação da mudança em como a cultura é consumida e produzida (Jenkins, 2007). Com o desenvolvimento dos meios digitais as mensagens podem tomar vários formatos e estar incluídas em várias plataformas.

Nesse sentido surge a narrativa transmedia, mencionada pela primeira vez por Masha Kinder (1998) quando analisava os sistemas de entretenimento infantis (Arnaut, 2015). O conceito de transmedia storytelling foi mencionado pela primeira vez em 1993, no artigo *Technological Review* redigido por Henry Jenkins, sendo este autor considerado um dos grandes pioneiros deste conceito. Em 2006, Jenkins publicou o livro *Convergence Culture*, em que refere o caso do *Matrix* como uma adaptação aos novos medias (Arnaut, 2015).

De acordo com Robert Pratten (2011) *storytelling* transmedia significa contar uma história através de múltiplos meios de comunicação e, de preferência, embora não aconteça sempre, com um nível de participação, interação ou colaboração do público.

Neste sentido, transmedia é uma narrativa na qual a história se desenrola por meio de múltiplas plataformas de comunicação, em que inclusivamente os próprios utilizadores têm um papel ativo no processo de criação (Scolari, 2013, p. 46). Nas narrativas transmedia existe uma priorização da participação do consumidor ao invés de a interromper, validando o feedback da audiência (Jeff Gomez apud Arnaut, 2015).

Nestes sistemas narrativos há uma profunda ligação dos elementos do projeto com a comunidade uma vez que assume uma forma não linear. Contrariamente às narrativas lineares em que não se verifica participação (ex.: ver televisão), ou seja, o formato do projeto não é dependente de uma plataforma específica, mas sim como o recetor recebe a mensagem (Arnaut, 2015).

Em transmedia a mensagem principal, é fragmentada em várias plataformas e variados conteúdos. Cria-se um universo fragmentado em que os seus elementos existem autonomamente, (Arnaut, 2015).

Masha Kinder (1991), constatou como a indústria de entretenimento estava a mudar, descrevendo o fenómeno de evolução dos videojogos de jovens e crianças como “supersistemas de entretenimento”. O desenvolvimento de um mundo narrativo que se estende para além dos diferentes meios e linguagens Solari (2013) em parceria com a adaptação aos novos meios de comunicação e evolução dos vários formatos de ecrãs como os *smartphones*, *tablets*, portáteis, televisão e os novos media como as redes sociais geram este universo de histórias que atuam em diferentes perspetivas.

Utilizando a descrição de Jenkins (2006 apud Arnaut 2011,), transmedia é o “processo onde os elementos integrais da ficção são sistematicamente dispersos por meio de múltiplos canais de distribuição para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento.”

Existe uma grande diferença entre multimédia e transmedia, na medida em que ambas estão em várias plataformas, contudo, as histórias e os universos narrativos variam nos projetos transmedia contrariamente ao que acontece em conteúdos multimédia. Elas assumem papéis muito diferentes nos consumidores dos produtos, pois em multimédia a narrativa é sempre a mesma e atua de forma linear, enquanto em transmedia a narrativa é diferente e opta por uma forma não linear que envolve as audiências nos seus mundos narrativos desdobrando os projetos em várias histórias.

De acordo com Henry Jenkins a narrativa transmedia tem sete princípios:

Potencialidade de partilha x Profundidade Capacidade de partilha dos conteúdos transmedia <i>versus</i> criar uma experiência de envolvimento no processo de absorção e exploração dos conteúdos transmedia.
Continuidade x Multiplicidade Narrativa coerente e aceitável do mundo transmedia. Combinação dos vários elementos, com a finalidade de proporcionar uma experiência completa <i>versus</i> a participação ativa da audiência na criação de versões alternativas para o universo transmedia.
Imersão x Extração Audiência participa na história criando a sua própria experiência <i>versus</i> a existência e consumo dos elementos transmedia através de franchising.
Construção de Universos Existência de elementos diferentes da narrativa principal que não estão diretamente relacionados com a mesma, porém acrescentam riqueza e conteúdo à história principal.

Serialidade
Desdobrar da narrativa em várias partículas, proliferando-as em múltiplas plataformas.
Subjetividade
Desdobramento de narrativas em primárias e secundárias, em que existe diversidade de pontos de vista.
Desempenho
Participação ativa das audiências na criação de conteúdos, acrescentando extensões narrativas desempenhadas pelos consumidores.

Tabela 1 Elaboração própria baseado em Jenkins (2007)

Estas características acima mencionadas, são, segundo Jenkins (2007) fundamentais para desenvolver um projeto transmedia em que os elementos funcionam em sinergia, gerando uma experiência rica e complexa que leva a audiência a ter um papel ativo no processo de construção dos universos.

Na maioria das vezes as histórias transmedia não se focam numa só narrativa com diretrizes específicas, mas sim na construção de um universo variado que conjugue várias histórias que atuem em simultâneo. Os produtos multimédia atuam em sinergia para um fim comum, em que se encoraja a variedade. Neste sentido, o desenvolvimento de um universo transmedia deve ser baseado nestes princípios.

3.2. Desenvolvimento de um projeto transmedia

No desenvolvimento de um projeto transmedia em que existem múltiplas histórias em constante crescimento, faz parte do processo de criação passar pela fase de *brainstorming* (tempestade de ideias) onde se estipula a audiência e qual o universo narrativo do projeto e também os principais objetivos ou produtos a desenvolver.

O universo narrativo, ou *storyworld* não é só a mensagem, mas sim o conjunto de mensagens e o próprio universo narrativo ficcional em expansão (Arnaut, 2015). Isto é, existe um objetivo e uma mensagem, o *storyworld* é o conjunto de meios estipulados para a propagar, com o intuito principal de engajar a audiência. O *storyworld* ou o mundo de histórias varia de projeto para projeto conforme as necessidades do mesmo e a audiência em questão.

A imagem seguinte representa um universo narrativo:

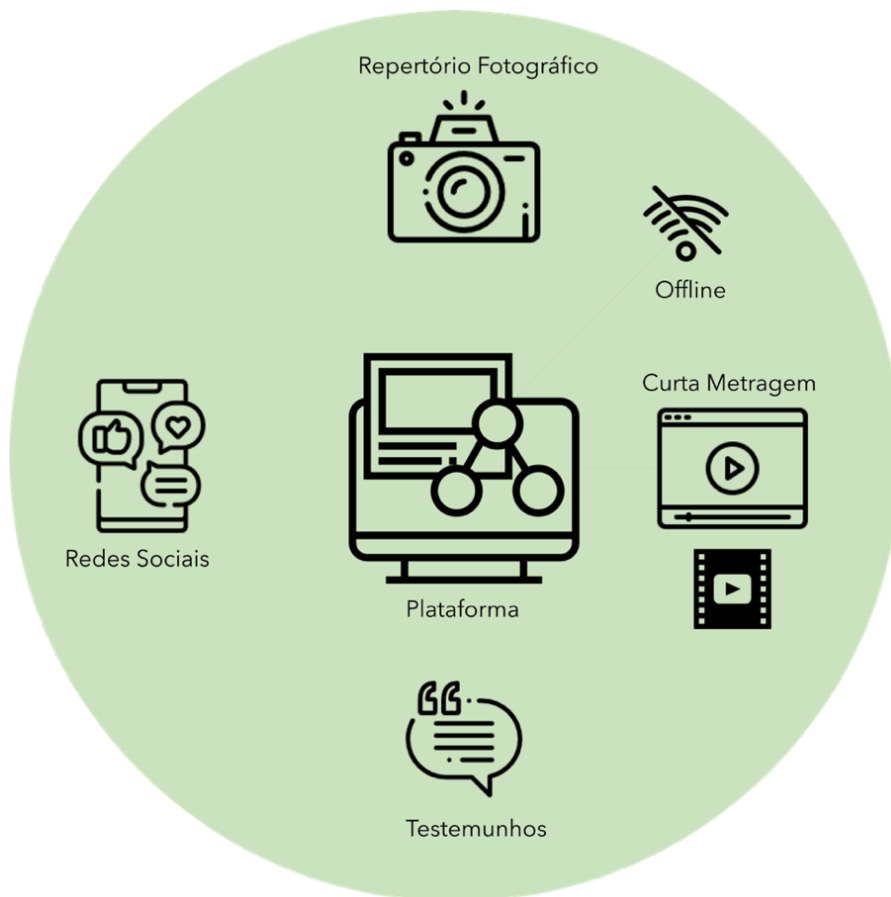


Figura 2 Elaboração própria com base em Arnaut (2015) de Storyworld

Na ótica da galáxia semântica de Scolari, o conceito de narrativa transmedia não está isolado: os conceitos de *cross media*, múltipla plataforma, meio de comunicação híbrido, produto intertextual, mundo transmedial, interação transmedia, multimodalidade ou intermediário, fazem parte da mesma galáxia semântica. (Scolari, 2013 apud Arnaut, 2015). Todas estas palavras remetem para o conceito de cruzamento de plataformas, reforçando a ideia que é um universo complexo com várias personagens e elementos que atuam de forma independente.

No processo de construção de um projeto transmedia existe o conceito de bíblia transmedia, em que segundo Gary Hayes (2011), a bíblia transmedia é um documento que captura as histórias chave e os elementos de design da propriedade intelectual, em que é fornecida uma visão geral da estratégia. “É um documento que, quanto mais rico ele for em informações, mais fácil será fazer a rede de conteúdos relacionados se expandir de forma a manter a unidade de sentido entre as partes, conseguindo fazer a curadoria para que a possível franquia se expanda de maneira mais controlável e harmónica” (Arnaud, 2015).

Neste caso, a bíblia transmedia é representada pelo relatório de projeto em questão, uma vez que estão definidos os elementos, personagens, conceito e estratégia ao longo do documento em questão.

Na construção do universo narrativo surge a construção de um mundo. A esse fenómeno denominou-se o termo ‘*world building*’, que se trata de um processo de construção de um mundo imaginário que segue determinadas doutrinas, como o seu conceito e objetivo (Arnaud, 2015). No decorrer do desenvolvimento do mundo, surge a necessidade de criar esquemas e mapas que melhor organizem a ideia esquematizada no roteiro, como um fluxograma que defina uma *timeline* ou um documento denominado de bíblia transmedia. Neste tipo de projetos torna fundamental que a produtora transmedia tenha conhecimento das várias plataformas bem como a capacidade de desenvolvimento de projetos em vários formatos.

3.3. Jornada do utilizador

Reconhecer a audiência é fundamental num projeto transmedia, pois como já foi referido, a audiência é grande parte do projeto. Nesse sentido, é necessário conhecer os utilizadores e como eles interagem com as plataformas.

Segundo Gary Hayes apud Arnaut (2015),

“A jornada do usuário entre as mídias cruzadas deve descrever a rota que um usuário faz por meio das multiplataformas. Pode se referir a seus processos de pensamento, as ações que eles tomam em vários momentos e à história que os fragmentos revelam em cada junção. Assim como eles (usuários e fragmentos da história), viajam através de uma infinidade de canais, dispositivos e formas. A jornada sempre captura a essência da experiência do usuário é mostrada como um fluxograma.” (HAYES apud ARNAULT, 2015)

De acordo com Hayes (2015), faz sentido utilizar várias plataformas uma vez que os hábitos dos consumidores já não ficam satisfeitos com apenas um canal. Cada plataforma acrescenta um nível de satisfação ao consumidor do projeto uma vez que existem várias histórias em múltiplos meios. A razão dessa propagação deve-se ao poder de envolvimento, entretenimento, informação e persuasão de um projeto transmedia (Hayes, 2015). Ainda no mesmo artigo, é referido como boas histórias conquistam audiências e que dada a quantidade de conteúdo a que estamos expostos no dia-a-dia, faz sentido construir uma história que se complete em múltiplos canais, garantindo um nível de conhecimento, participação e inclusão das audiências nos projetos.

Torna-se mais fácil incentivar os utilizadores a absorver e procurar os conteúdos transmedia quando os utilizadores possuem hábitos de consumo de várias plataformas. Contudo, é possível desenvolver estratégias que levam a audiência a descobrir os conteúdos distribuídos pelos meios que ainda não estão familiarizados. É um processo complexo e em constante mudança, uma vez que são criados novos meios regularmente. Posto isto, cabe ao produtor transmedia aproveitar-se dos meios ao seu dispor, adaptando a produção transmedia às necessidades do projeto e às características das audiências. O processo de construção de um projeto transmedia necessita que o produtor esteja atualizado sobre as tecnologias, tendências e novos comportamentos da audiência. Este processo envolve pesquisa e uma grande capacidade de adaptação, (Arnaud, 2015).

4. Conceito do Projeto Córtex

O conceito deste projeto é a libertação pessoal e a normalização da partilha acerca das vivências e experiências de aspetos não tão positivos da nossa vida. A principal intenção é que seja gerada consciencialização para a saúde mental e que futuramente as pessoas estejam mais dispostas a abordar esta temática sem constrangimentos. Inclusivamente espera-se que as pessoas se tornem mais capazes de ver sinais de alerta não só nos outros como também em si mesmas. O pretendido é que este projeto seja uma alavanca para o autoconhecimento e que através da visualização de várias partes do projeto seja possível gerar empatia pelas experiências dos outros, tomando consciência que é um problema que faz parte da vida de muitas pessoas.

Houve a necessidade de criar elementos visuais atuais e representativos de problemas sociais sentidos no dia-a-dia. Na sequência dessa necessidade definiu-se que seria tido em consideração as experiências pessoais do público-alvo na criação do projeto com a finalidade de representar com veracidade esta temática e a individualidade de cada pessoa a lidar com a ansiedade e depressão. Nesse sentido optou-se por realizar um questionário com um conjunto de perguntas remetentes a motivos, locais e associações que melhor descreviam os estímulos para a ansiedade e para a depressão.

Da informação extraída do questionário foi criado um *moodboard* para representar os dados e os insights recolhidos através dos objetivos metodológicos. Este *moodboard* serviu para reunir conceitos e associações que mais tarde foram fundamentais para a criação dos conteúdos audiovisuais e multimédia.

Sem o questionário não teria sido possível criar um projeto tão focado na realidade pois em conjunto com a pesquisa bibliográfica surgiu toda a história e mensagem representada nos elementos.

4.1. Questionário

Segundo Gil (2008), um questionário é uma técnica de investigação composta por um conjunto de perguntas feitas a pessoas, com o intuito de extrair informações. Este método pode ser utilizado para questões sociais empíricas que recaem no conhecimento subjetivo, como a opinião criando variáveis e conexões entre assuntos.

Neste sentido, o questionário pretende extrair conceitos e informações sobre a sociedade, que no fundo podem variar de pessoa para pessoa. É importante referir que os dados obtidos não devem ser encarados como verdades absolutas, mas sim como um conhecimento próximo da realidade.

No âmbito deste projeto, o questionário tem como objetivo formal extrair possíveis ideias e *insights* para desenvolver uma orientação para a linguagem audiovisual e multimédia que represente com veracidade a questão da saúde mental na sociedade portuguesa.

As respostas e testemunhos em sinergia com uma pesquisa bibliográfica vão definir *moodboards* que serão essenciais para a criação dos conteúdos audiovisuais.

O questionário foi realizado através da Google Forms com o intuito de preservar as condições de distanciamento no momento de realização deste projeto, minimizando riscos de contágio por Covid-19, diminuição considerável de custos para esta pesquisa e a vantagem de possibilitar um grande número de pessoas responderem, mesmo afastadas geograficamente, garantindo a imparcialidade no momento da recolha de dados.

Apesar de o projeto ter como público-alvo a faixa etária dos 16-29 anos, o questionário não terá uma restrição em função da idade. Isto acontece porque as doenças mentais afetam milhares de pessoas de todas as idades, géneros e condições económicas, sendo doenças globais e transversais nas sociedades OMS (2013). Não limitando a idade dos inquiridos espera-se que se obtenha mais pessoas e com isso mais experiências.

O local de partilha deste questionário foram as redes sociais do Facebook e Instagram devido ao critério de popularidade. Segundo um estudo desenvolvido pelo grupo Marktest em 2020, com 807 participantes, de idades compreendidas entre os 15 e os 64 anos, o Facebook é a rede social dominante em Portugal e regista 92,2% de perfis criados face ao Instagram que tem 73,3%.

Para a divulgação deste questionário, optou-se pela partilha em grupo de Facebook, que consistem em espaços dentro da plataforma, na qual os participantes interagem de acordo com determinado tema.

A tabela a seguir indica os grupos de Facebook em que se partilhou o questionário. A primeira coluna indica o nome do grupo, a segunda coluna o número de utilizadores ou membros da comunidade e a terceira coluna representa o tipo de grupo (privado ou publico). Os dados apresentados são representativos até à data de 22 de Julho de 2021, uma vez que houve ganhos e perdas de seguidores em alguns casos.

Nome do grupo	Número de utilizadores	Tipo de Grupo
Associação Portuguesa das Perturbações da Ansiedade- APA	3447 gostos	Privado
Inquéritos Online	1,2m membros	Publico
Saúde mental	3,6 m membros	Publico
Grupo Espaço PSI- Psicologia e Psiquiatria	40,5m membros	Publico
Inquéritos e Questionários Online - Trabalhos Académicos, Mestrado e PhD	1,2m membros	Publico

Tabela 2 Grupos de Facebook Investigados

Os motivos pelos quais estes grupos foram escolhidos tem a ver com a sua ligação com o tema, onde diariamente são feitas publicações acerca do assunto. São grupos ativos com um grande número de membros que se interessam por saúde mental. Nos grupos públicos é permitido aos utilizadores fazer publicações, o que significa que será possível publicar o questionário, nos privados (em alguns públicos também) terá que ser pedida uma autorização.

Existem ainda dois grupos de comunidades académicas onde são partilhados inquéritos e questionários de todos os temas e áreas, nomeadamente o grupo chamado Inquéritos Online e o grupo Questionários Online - Trabalhos Académicos, Mestrado e PhD.

Identificados os grupos, procedeu-se a uma tentativa de publicação com o seguinte comunicado:

No seguimento da realização de um projeto de mestrado, surgiu a necessidade de efetuar um questionário.

Pedia, a quem possa interessar, que tirem 5 minutos do vosso dia para o responder.

O tema assenta na saúde mental e tem como objetivo urgir para a necessidade de normalizar a partilha. Com ele pretende-se reunir experiências e relatos acerca da depressão e ansiedade (do ponto de vista anónimo).

Por ser um tema complexo relembro que a sua realização não é obrigatória, mas a sua resposta pode ter um impacto bastante significativo na realização deste projeto.

Espera-se que com estas respostas haja uma base sólida que influencie elementos visuais e textuais do projeto. Muito obrigada pelo tempo despendido e conto com a sua participação.

É de referir também que houve grupos em que o questionário não foi aprovado, uma vez que houve uma tentativa de divulgação, mas o pedido ficou pendente ou não foi aprovado.

Por fim, a investigadora utilizou a sua conta pessoal de Instagram e Facebook, pois os seguidores de ambas as plataformas incidem no público-alvo e são plataformas com alcance e visibilidade. Para além das plataformas pessoais da investigadora também houve algumas partilhas do questionário por parte de amigos e familiares.

Uma vez que o Instagram é uma plataforma que funciona por histórias e publicações, foi criada uma mensagem explicativa do projeto onde são ditos os objetivos do questionário e qual a sua finalidade. Essa partilha foi feita nas publicações das redes sociais, anexando o *link* para o questionário, no perfil pessoal da investigadora e no seu perfil de trabalho.

Houve ainda algumas pessoas que partilharam o comunicado na sua própria história, ajudando a divulgar a mensagem por mais perfis e pessoas.

4.1.1. Estrutura do questionário

O questionário foi realizado tendo em conta considerações éticas que limitam as perguntas. Não sendo um questionário no âmbito da Saúde ou Medicina, não são feitas perguntas de teor patológico. As questões procuram um conceito/contexto para a criação de narrativas para o projeto.

Segundo Gil (2008), é enfatizado que deve ser mencionado o anonimato do questionário de modo a gerar confiança. Existe então um primeiro capítulo introdutório, que começa com uma explicação acerca do seu objetivo e função de modo a contextualizar o inquirido, de seguida é dito que não é obrigatório e que é garantida a confidencialidade da sua identidade.

Por ser um tema sensível que requer sinceridade as secções são relativamente curtas e procuram não ser intrusivas.

O questionário está dividido em três secções. A primeira, refere-se ao perfil demográfico do inquirido, com as seguintes questões obrigatórias:

- Género
- Idade
- Ocupação
- Localidade de habitação

A segunda, contém oito perguntas obrigatórias, que abordam o nível de conhecimento e contextualização da sociedade sobre a saúde mental, verificando o seu interesse e empatia face à saúde mental. As questões colocadas foram as seguintes:

- Considera que a saúde mental tem impacto na saúde das pessoas?
- Qual a importância que atribui à estabilidade emocional?
- Sente que existe consciencialização suficiente sobre estes temas vindo de instituições de ensino?
- Sente que existe consciencialização suficiente sobre estes temas vindo de institutos governamentais?
- Quão informada(o) se considera no que diz respeito a doenças mentais?
- Tem conhecimento de quais são os sintomas da ansiedade e depressão?

- Considera necessária a criação de iniciativas de teor informativo acerca da saúde mental?
- Validação de resposta para próxima secção

No fundo esta secção será importante para fundamentar o projeto, uma vez que se procura compreender o contexto e relevância da saúde mental para os inquiridos.

Termina a secção com uma questão que define se questionário continua para uma secção de testemunhos e experiências pessoais, caso o inquirido responda que não tem interesse em continuar, passará para o fim do questionário que finaliza com uma nota de agradecimento.

Caso responda que sim, será encaminhado para a terceira secção do questionário.

A terceira secção foi desenvolvida especialmente para a construção da narrativa dos produtos audiovisuais e multimédia do projeto. As perguntas são relativas a fatores, locais, associações e por fim, experiências pessoais dos inquiridos sobre saúde mental.

Por serem perguntas de carácter pessoal, não são obrigatórias, vinculando o espaço para a liberdade de não responder em caso de desconforto. Espera-se aderência apesar de se avistarem algumas dificuldades em extrair histórias detalhadas e sinceras.

As perguntas:

- Já experienciou pessoalmente, ou testemunhou através de familiares e amigos, alguma perturbação de saúde mental?
- Considera que existem fatores que despertam as doenças mentais? Se sim quais:
- Há locais onde sente/sentiu que é despertada uma instabilidade mental/emocional? Porquê?
- Que palavra na sua opinião melhor descreve a ausência de saúde mental?
- E que palavra na sua opinião melhor descreve a presença de saúde mental?
- Existe algum episódio/ experiência pessoal que gostasse de partilhar, relacionado com este tema? Recordo que o seu relato irá permanecer anónimo e poderá ser utilizado na criação do projeto transmedia sobre a normalização da partilha de informação a cerca da saúde mental.

Com esta secção o objetivo principal será a visibilidade sem tabus, segundo várias perspetivas. Pretende-se conhecer realidades que normalmente não estão presentes em conteúdos audiovisuais e multimédia.

4.1.2. Resultados

O questionário foi partilhado do dia 22 de Julho a 27 de Julho de 2021 e contou com 117 submissões em 5 dias tendo ultrapassando o objetivo estipulado de 50 respostas para 2 semanas. Foram aceites todas as respostas, no entanto, uma vez ultrapassado o objetivo, optou-se por fechar o questionário ao 7º dia devido à grande afluência.

De modo a extrair a máxima informação e gerar uma maior compreensão, foram criados gráficos para as respostas das duas primeiras secções do questionário que consistem na representação visual dos dados. Os gráficos criados para a terceira secção insidiam na interpretação do diálogo e não de opções fechadas.

Uma vez que são questões de carácter aberto, em alguns casos as pessoas deram mais do que uma resposta e/ou construíram frases. Foram seleccionadas as opções semelhantes, contabilizadas e agrupadas. Após esse momento foram criadas palavras que resumissem o significado de frases muito extensas. Em alguns momentos simplificaram-se também alguns conceitos pelos seus sinónimos. A informação foi também organizada com o intuito de encontrar padrões ou semelhanças nas respostas verificando causalidade e concordância.

Os resultados para a primeira secção do questionário podem ser vistos nos seguintes gráficos e remetem para o perfil da amostra:

Género

117 responses

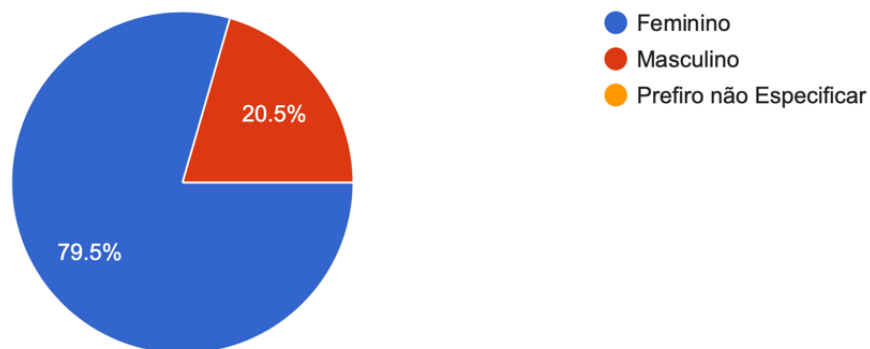


Figura 3 Género da Amostra

Idade

117 responses

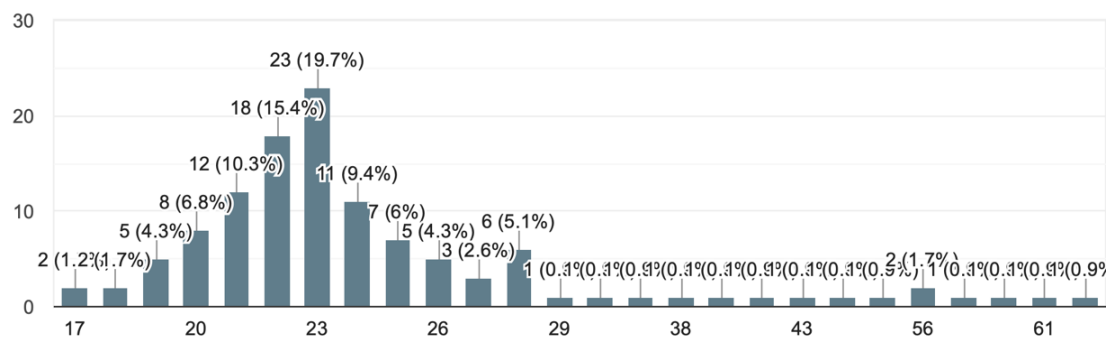


Figura 4 Idade da Amostra

Ocupação

117 responses

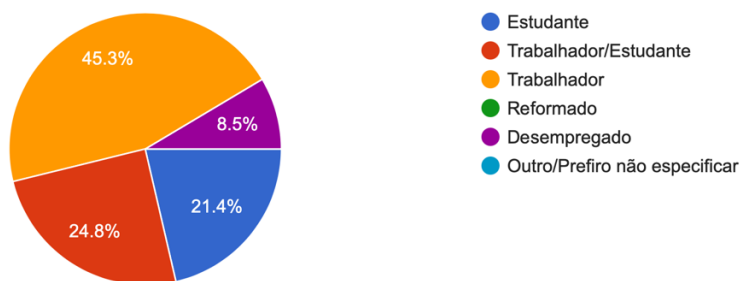


Figura 5 Ocupação da Amostra

Localidade

117 responses

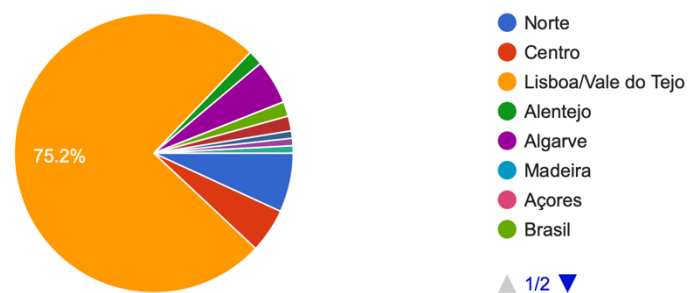


Figura 6 Localidade da Amostra

No que toca ao perfil da amostra, cerca de 80% das respostas vieram por parte de mulheres, na idade verificou-se um intervalo de respostas compreendido entre os 17-65, com maior incidência nos 23 anos, sendo que mais de 50% das respostas vieram por parte das idades 21-24, um dado bastante positivo por fazer parte do público-alvo do projeto. Quanto à ocupação 45% das pessoas estavam empregadas, 21% são estudantes, 24% trabalhadoras-estudantes e 9% desempregadas.

Na localidade 75% das pessoas residem em Lisboa ou Vale do Tejo sendo que também se manifestaram pessoas do Centro e Algarve.

No geral foi uma amostra que fazia parte do grupo-alvo sendo que foram aceites todas as respostas uma vez que, após uma breve análise não foram detetadas anomalias ou contradições nas respostas. Os resultados seguintes são referentes à segunda secção do questionário:

Considera que a saúde mental têm impacto na saúde das pessoas?

117 respostas



Figura 7 Ponto de Vista da Amostra acerca da Importância da Saúde Mental

100% das pessoas considera que a saúde mental tem impacto na saúde das pessoas, um dado bastante positivo para este projeto uma vez que assegura uma concordância entre os entrevistados para a importância da saúde mental.

Qual a importância que atribui à estabilidade emocional?

117 responses

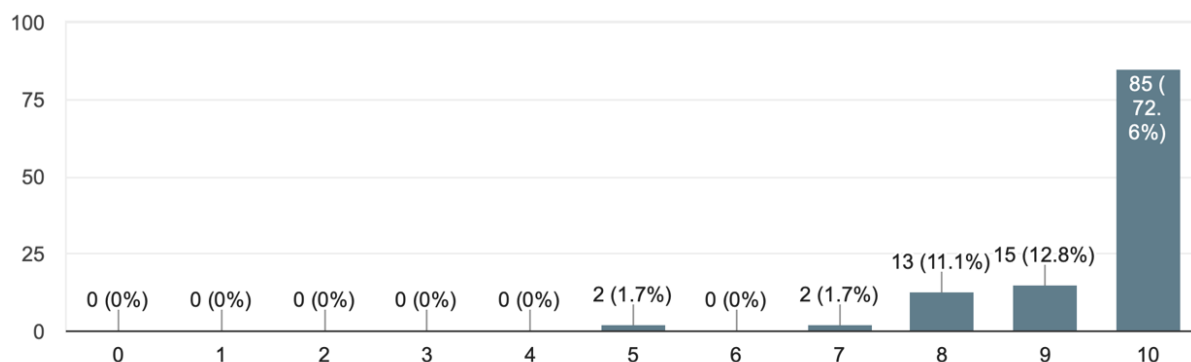


Figura 8 Importância da Saúde Mental para a Amostra

Na questão referente à importância da estabilidade emocional, a opção mais escolhida de 0-10 foi o 10, com 85 escolhas, reforçando a ideia que é consensual na sociedade que esta é uma área importante que merece ser falada com mais regularidade.

Sente que existe consciencialização suficiente sobre estes temas vindo de instituições de ensino?

117 responses

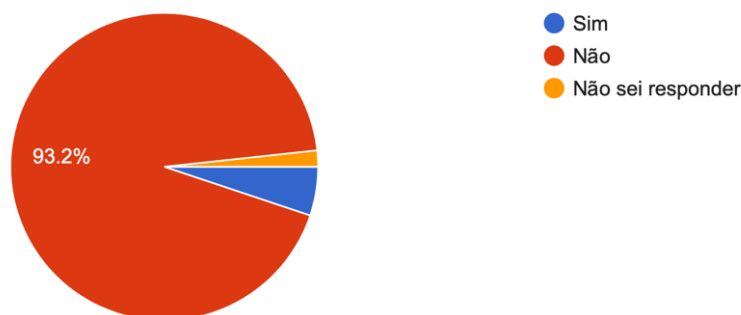


Figura 9 Ponto de vista da amostra referente à consciencialização por parte do ensino

Sente que existe consciencialização suficiente sobre estes temas vindo de institutos governamentais?

117 responses

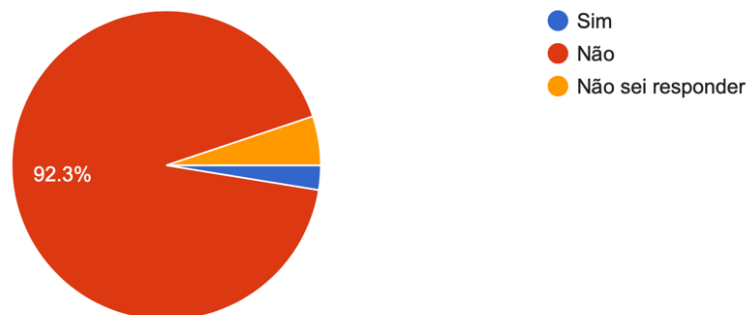


Figura 10 Ponto de vista da amostra referente à consciencialização por parte do governo

A maioria das pessoas não sente receber consciencialização suficiente acerca deste tema, vindo nem de instituições de ensino (93.2%), nem de instituições governamentais (92,3%), o que denota a importância e a necessidade da criação de conteúdo de consciencialização para a temática da saúde mental.

Quão informada(o) se considera no que diz respeito a doenças mentais?

117 responses

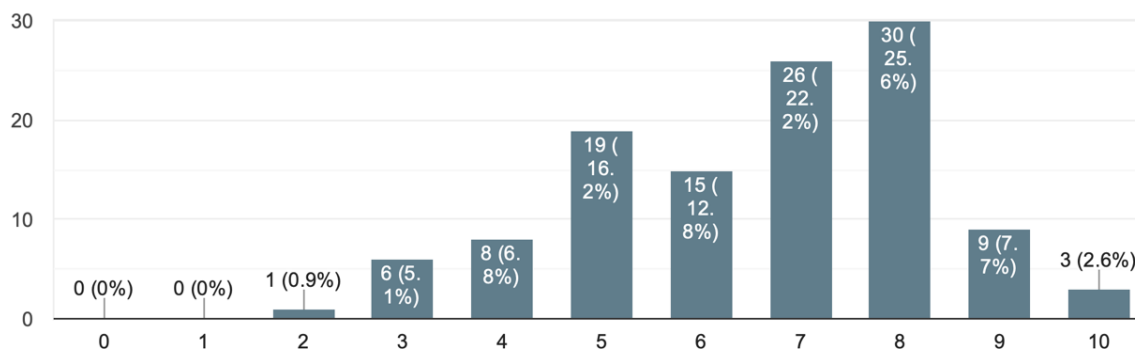


Figura 11 Ponto de vista da amostra referente ao nível de informação acerca da saúde mental

Tem conhecimento de quais são os sintomas da ansiedade e depressão?

117 responses

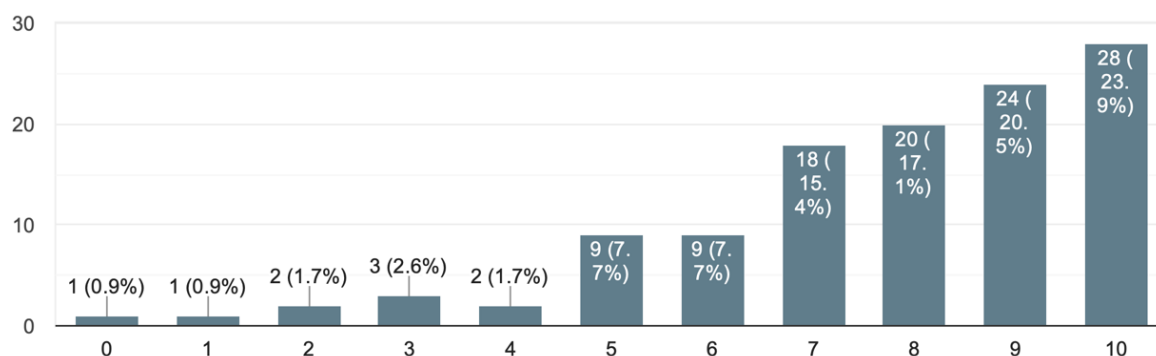


Figura 12 Ponto de vista da amostra referente ao nível de informação face aos sintomas da ansiedade e depressão

Quanto à informação acerca de doenças mentais, obtiveram-se resultados mais dispares, uma vez que foram seleccionadas mais opções diferentes. De 0-10, houve respostas do 2 ao 10, a resposta mais escolhida foi o 8, com 25,6% das respostas, o 10, teve apenas 2,6%. Reforçando que enquanto sociedade não há tanta concordância como nas questões anteriores e que, ainda há muito para aprender acerca deste tema.

No que toca aos sintomas, as pessoas já se mostram mais assertivas, de 0-10 a opção mais escolhida foi o 10, com 23.9% das respostas. Contudo, as respostas estão um pouco divididas uma vez que 20,5% respondeu grau 9, 17,1% respondeu grau 8 e 15,4% respondeu grau 7.

A conjugação destes dois gráficos faz perceber que a população está, na generalidade moderadamente informada acerca da Saúde mental sendo capaz de conhecer quais os sintomas da ansiedade e depressão especificamente.

Considera necessária a criação de iniciativas de teor informativo acerca da saúde mental?

117 responses

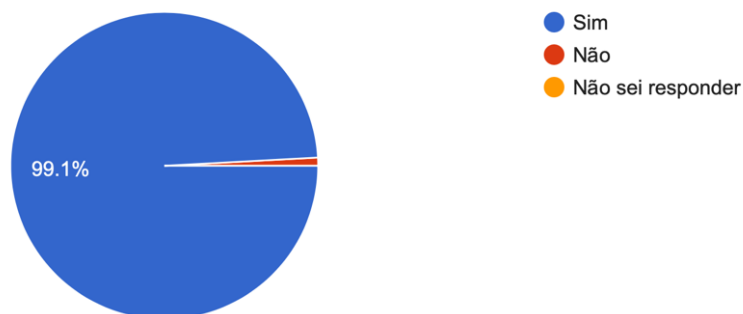


Figura 13 Ponto de vista da amostra em criação de teor informativo

Nesta questão, 99% da amostragem, considera necessária a criação de conteúdo informativo acerca da saúde mental. Neste sentido esta resposta dialoga com as questões anterior em que se pergunta o nível de informação da saúde mental como um todo, em que apenas, 2,6% se mostraram totalmente informados.

Validação de resposta para próxima secção

117 responses

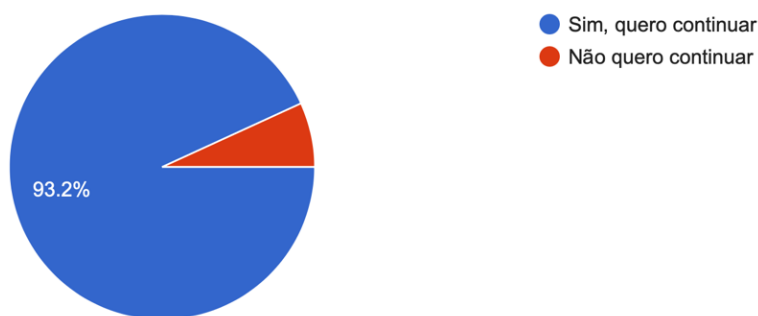


Figura 14 Validação para a próxima secção

É importante referir que das 117 respostas iniciais, 93%, (109 pessoas) quis continuar para a terceira sessão de carácter aberto e não obrigatório sendo que apenas 8 pessoas não quiseram continuar o questionário até ao fim.

As seguintes questões são de carácter aberto pelo que o método de análise foi diferente das questões colocadas previamente que tinham carácter fechado, uma vez que o método de obtenção de dados foi simultaneamente qualitativo e quantitativo. Pelo que, foi utilizada a análise de conteúdo como instrumento metodológico. Segundo Quivy e Compenhoudt (1995), a análise de conteúdos envolve várias técnicas das quais o cálculo das frequências relativas de determinados termos.

A primeira pergunta era semiaberta de múltipla escolha, ou seja, havia opções previamente estipuladas, nomeadamente, ansiedade, depressão, transtornos de personalidade e “outro” onde as pessoas podiam especificar outra opção que não estivesse presente.

Os resultados foram os seguintes:

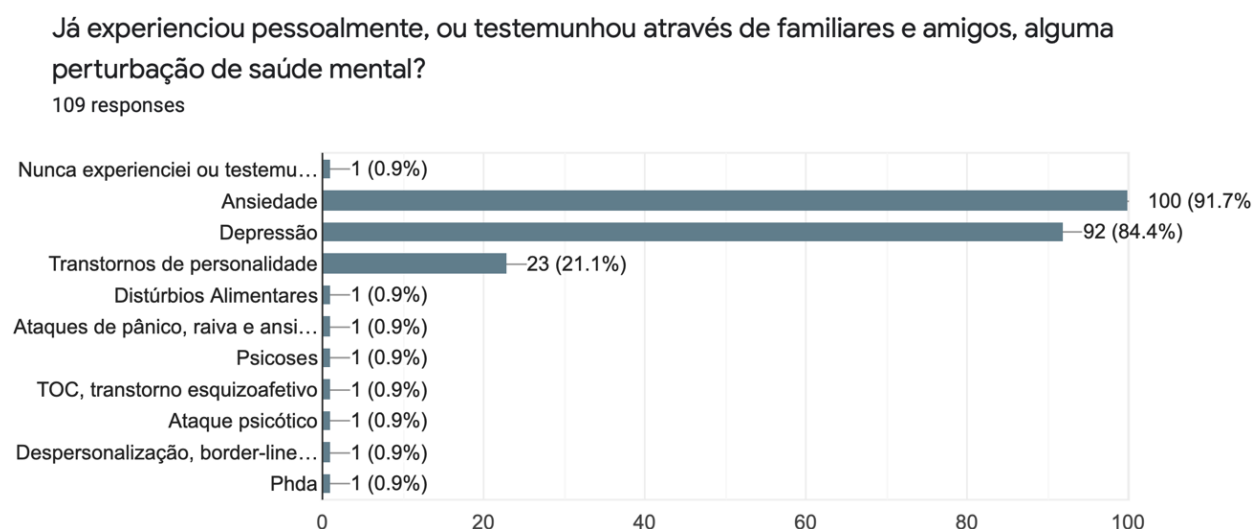


Figura 15 Experiência da amostra com a Saúde Mental

Logo na primeira pergunta da terceira secção, cerca de 92% da amostra, ou seja, 100 pessoas, disseram já ter experienciado ansiedade, 84% já ter tido uma depressão e 21% transtornos de personalidade. Apenas uma pessoa não experienciou qualquer perturbação mental, (0.9%). Na opção “outros” foram acrescentadas 9 opções livremente, das quais: distúrbios alimentares, ataques de pânico e raiva, psicoses, toc (transtorno obsessivo-compulsivo), ataques psicóticos, despersonalização, phda (perturbação de hiperatividade/ défice de atenção).

No que toca à segunda questão referente aos motivos que despertam ansiedade e depressão, a investigadora procedeu à análise de conteúdo das respostas e identificou palavras-chave utilizadas

com mais frequência. Num primeiro momento, foram listadas todas as palavras-chave para mais tarde serem agrupadas em sinónimos de modo a evitar redundâncias e repetições.

Os resultados podem ser vistos através do seguinte gráfico de barras:

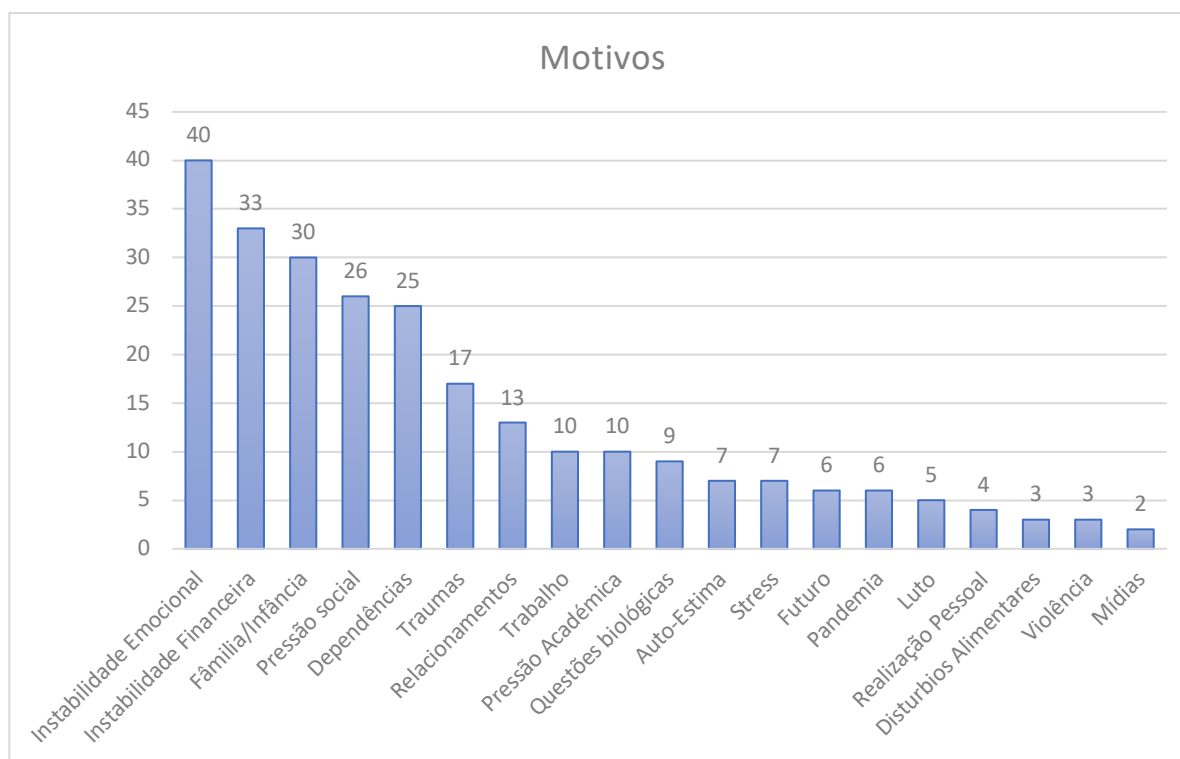


Figura 16 Motivos que a amostra mencionou como principais gatilhos para desenvolver doenças mentais

No final foram identificadas 19 palavras-chave que dizem respeito aos principais fatores que despertam as doenças mentais. Das 100 respostas, os 5 termos mais frequentes foram:

Instabilidade Emocional (40), Instabilidade Financeira (33), Família/Infância (30), Pressão Social (26) e Dependências (25).

Os motivos obtidos em contexto de questionário foram fundamentais para a criação da personalidade das personagens, cujo papel foi construído com a intenção de representar com veracidade problemas reais da sociedade portuguesa.

Nesta questão foi utilizada a mesma metodologia de visualização de dados da questão anterior, uma vez que a questão foi quais os locais que mais despertam ansiedade para audiência. Os resultados foram os seguintes:

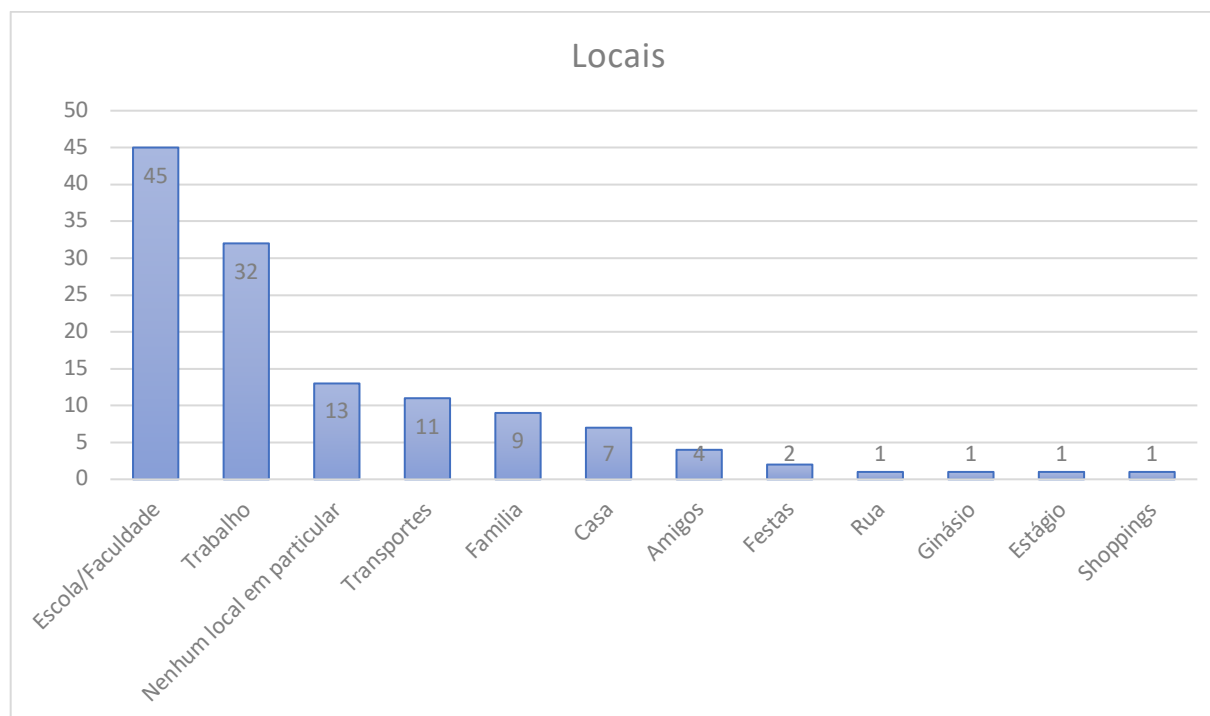


Figura 17 Locais mencionados pela Amostra para gatilhos de doença mental

Das 98 respostas foi possível identificar 12 palavras-chave, sendo possível identificar que o trabalho e a escola são os principais locais a despertar ansiedade e/ou instabilidade emocional. Para além disso é possível verificar um conjunto de outros sítios tais como, os transportes, ambiente familiar e sítios com muitas pessoas.

Para as próximas duas questões foram utilizadas *wordclouds* para demonstrar os resultados da análise de conteúdo. As seguintes *wordclouds* foram criadas com o *software* do Infogram que é uma empresa fundada em 2012 com o intuito de ser um espaço para criação de infográficos gratuitos. *Wordclouds* são gráficos de informação que esquematizam as palavras com a frequência de vezes que foram utilizadas. Nesse sentido, a investigadora identificou palavras-chave no discurso dos entrevistados e prosseguiu para a realização da análise de conteúdo.

Dada a granularidade e pouca repetição das respostas optou-se pelo método da Wordcloud de modo a garantir que todas as respostas pudessem ser visualizadas à escala da sua repetição.

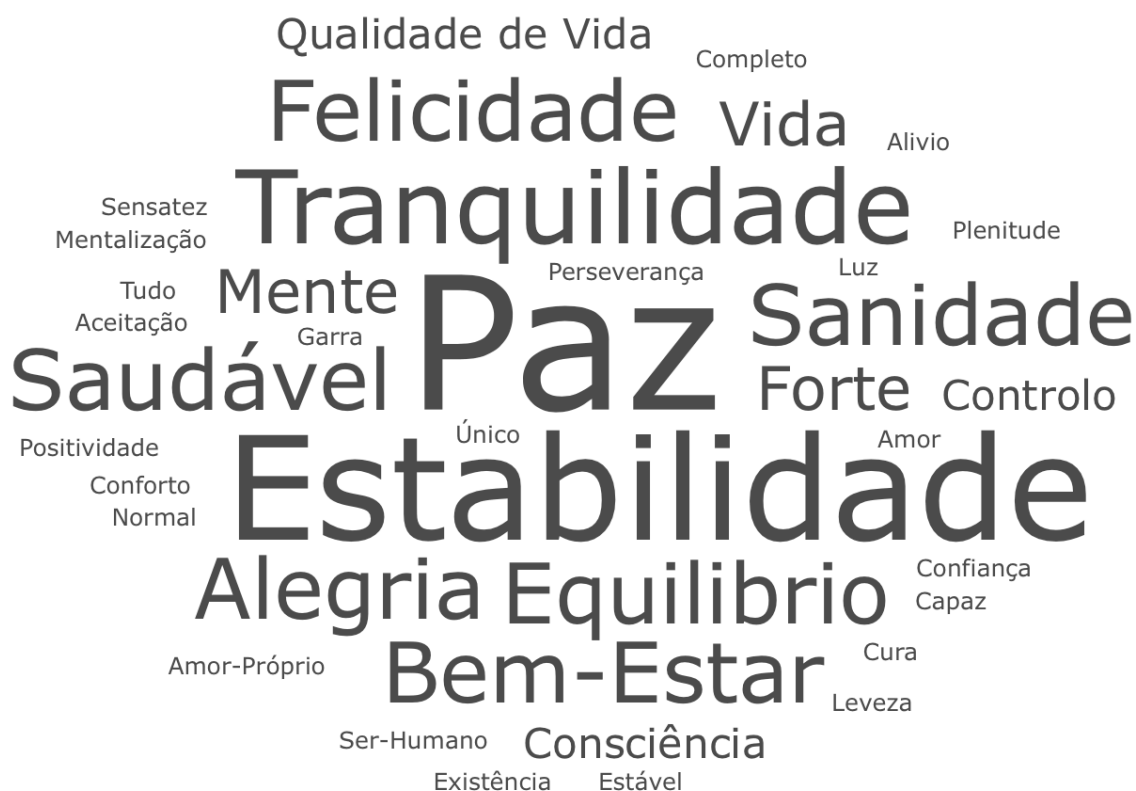


Figura 19 Wordcloud para palavra relacionada com presença de saúde mental

Nesta questão, a pergunta era referente à presença de saúde mental, da qual foi possível extrair 109 respostas. Dessas 109 respostas, 84 foram consideradas e representadas na *wordcloud* à escala da sua repetição. A palavra mais mencionada foi paz, seguida de estabilidade e tranquilidade.

Por fim, na última questão não foi aplicada a análise de conteúdo, uma vez, que esta pergunta tinha como principal intenção recolher vivências e experiências da sociedade portuguesa, que servissem como fundamento de inspiração para a criação das narrativas do projeto. Foram recolhidas 50 respostas com parágrafos muito extensos em que foi feita uma leitura atenciosa. Apesar de todas as respostas influenciarem transversalmente todos os momentos do projeto, estes depoimentos tiveram um papel específico, pois foi criada uma página web para dar espaço a estas mensagens.

4.2. Moodboard

4.2.1. Caracterização

O *moodboard* é um instrumento de design que pode ser utilizado para várias finalidades, mas sobretudo, pretende proporcionar criatividade, facilitando o estímulo para a criatividade e permite visualizar ideias com mais clareza uma vez definido o conceito (Mcdonagh e Denton, 2005). O *moodboard* é um instrumento de uma ideia já concebida, através da composição de várias fotos e elementos representativos desse conceito/atmosfera linguística (Meroni 2007). Usando diferentes imagens, texturas e cores sintetiza a mensagem e atribui-lhe um estilo próprio (Meroni, 2007).

Além dessa síntese, o *moodboard* também facilita a comunicação na fase da pré-produção e na fase de conceção dos projetos, tendo em consideração que a estética já está definida, é mais fácil tanto para o artista autor, como para a equipa que vai ajudar a desenvolver o projeto em si, neste caso, os modelos ou produtores de som (Mcdonagh e Denton, 2005).

É também importante ressaltar que no *moodboard* os elementos tomam dimensões conceptuais e não literais, sendo que o conjunto de imagens, texto e texturas combinadas deverão transmitir mais do que está retratado, mas sim uma visão conceptual.

Após a análise das respostas do questionário foi criado um *moodboard* para fundamentar a criação do *storyworld* transmedia do projeto.

A construção do *moodboard* passou por várias fases, nomeadamente a recolha de imagens e frases que se acreditava serem interessantes para o projeto que passou por um longo processo de pesquisa. A recolha de imagens foi feita através de uma pesquisa exploratória de meios digitais e também de recortes de revistas. As frases escolhidas foram selecionadas através de palavras-chave que ilustrassem de certo modo as informações recolhidas no questionário.

A primeira fase do *moodboard* tomou uma abordagem de colagem manual numa folha A3 em que se reuniram elementos visuais de revistas e jornais na tentativa de construir a ideia, os recortes juntavam-se vindos de sítios diferentes para contar uma história comum. Foram encontradas bastantes imagens relacionadas com a pressão social na mulher e alguns artigos para lidar com pensamentos negativos.

As imagens seguintes ilustram parte do processo de colagem manual:

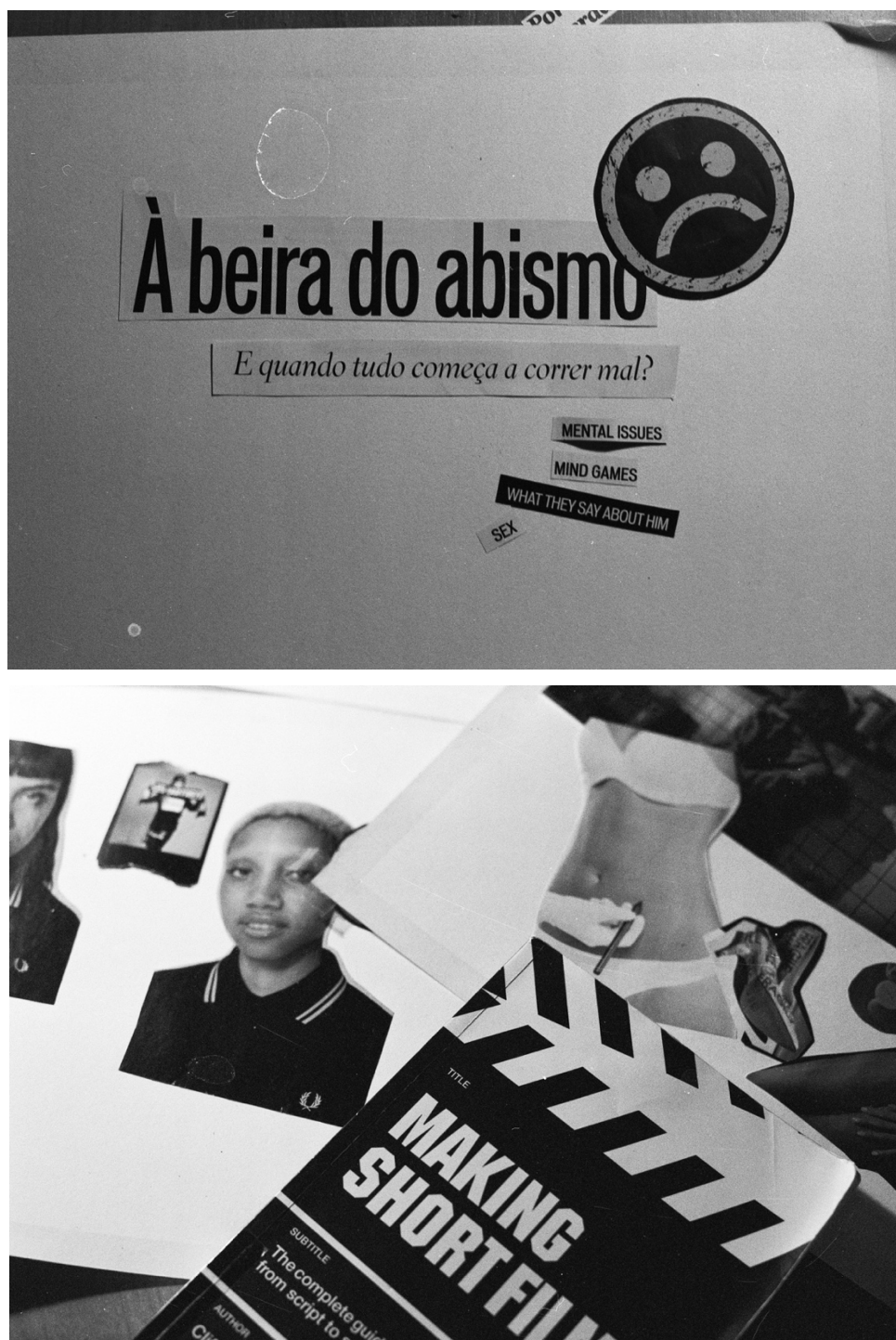


Figura 20 Processo criativo do Moodboard

Pela dificuldade em encontrar e expressar o tema através de revistas, jornais e outros materiais impressos, foi feita uma colagem digital através dos *softwares* do Illustrator e Photoshop.

Uma vez recolhidas as imagens através de plataformas, houve uma montagem e colagem dos elementos. Foram feitos vários *moodboards* pela investigadora e no final, foi feita uma

colaboração com uma artista visual, Catarina Oliveira e Silva, especialista na linguagem visual, de colagens e fotografia, que realizou *moodboards* finais após uma reunião presencial onde foram mostrados os conceitos extraídos do questionário e os respectivos *moodboards* criados anteriormente.

A investigadora e a artista começaram o processo de experimentação através do debate de conceitos que levou aos resultados finais presentes no projeto. Foi feita uma seleção dos conteúdos tendo por base a informação recolhida em questionário. Feita uma seleção, a organização das ideias e imagens ficou a cargo da artista.

A esquematização visual das ideias através do *moodboard* serviu para consolidar as ideias para cenários e alguns momentos da curta-metragem bem como elementos conceptuais de sessões fotográficas e desenvolvimento da mensagem. Serviu também para mapear uma personalidade nas personagens sendo que alguns dos problemas principais estão representados através delas.

Neste *moodboard* fica também representado possíveis sentimentos/palavras a representar, espaços e locais, características da personalidade das personagens, testemunhos para página *web*, etc.

O *moodboard* remete para a experiência interior das personagens do universo transmedia. São utilizadas imagens que transmitem mensagens relacionadas com a *wordcloud* criada no contexto de questionário referente à palavra que melhor representa a ausência da saúde mental. Palavras como: sufoco, angústia, desespero, instabilidade, foram fundamentais para a sua construção.

Na imagem seguinte é possível visualizar várias das sensações mencionadas anteriormente, sendo que se compreende com clareza que a imagética e/ou linguagem do projeto tomam uma abordagem menos positiva.

4.2.2. Personagens

A partir dos dados recolhidos do questionário foram criadas fichas de personagem que são uma forma de representação visual que têm o objetivo de auxiliar na construção das características físicas e psicológicas de cada personagem. Para Field (2005), ‘personagem é ação’ ele é a ferramenta que age perante os desafios que o autor coloca, sendo que a ação depende deliberadamente da sua personalidade e ambiente.

A partir dos dados do questionário foi possível criar 3 personagens principais que representam a depressão e a ansiedade por meios diferentes, cada personagem tem um conjunto de características específicas, espectros físicos, sociais, personalidade distintos e de locais a representar. Posto isto, cada uma delas é uma pequena partícula do projeto, que representa uma história individual.

Field (2005), desenvolveu um diagrama que auxilia na construção da personagem, atribuindo-lhes dimensão. Para a investigação o modelo foi adaptado para a seguinte imagem:

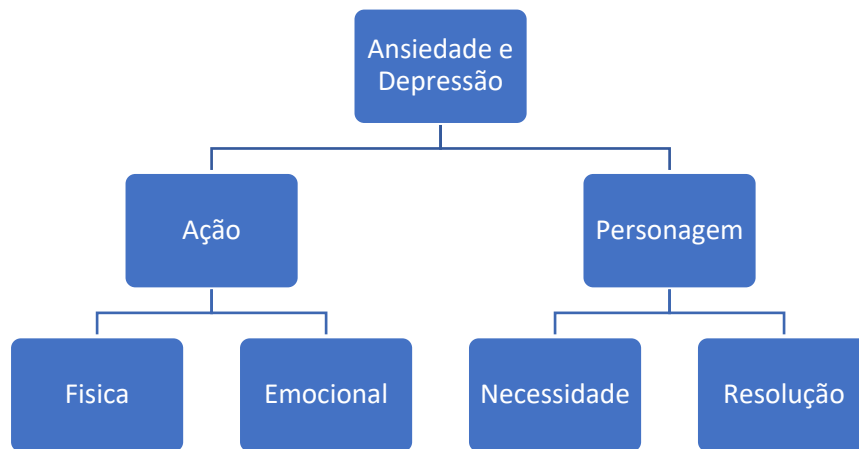


Figura 22 Elaboração própria do gráfico adaptado de Field

Existe um tema, neste caso, a saúde mental, existe uma ação, essa ação pode ter dois tipos, a física e a emocional e existe uma personagem, com necessidades, com objetivos e ações que ela concretiza para atingir as suas necessidades.

Ou seja, a ação é moldada pelas características das personagens e quais os seus valores e objetivos pessoais. Neste caso, por ser uma curta-metragem experimental o principal a transmitir são as

sensações da ansiedade e depressão conhecendo as personagens o desafio está em conseguir drama suficiente para manter o visualizador atento à história criando “*plots*” para cada uma delas.

Nesse sentido a ficha de personagem ajuda a definir de forma mais clara as motivações e vontades de cada personagem auxiliando a criar um universo de ação para cada uma delas. Ou seja, através deste mapa, é possível compreender porque cada pessoa age como age nos contextos de vídeo.

Os conceitos principais que as personagens representam são os motivos mencionados com grande repetição em contexto de questionário, elementos como a escola/trabalho, os transportes, a instabilidade emocional ou financeira, as dependências e pressão social foram os principais impulsionadores do mapa comportamental das personagens.

Para este projeto a ficha de personagem é formada pelos campos, nome, idade, descrição da personalidade, defeitos e biografia.

Personagem 1:

Nome	Patrícia “ <i>Traylor Park</i> ”
Idade	20 anos
Descrição da Personalidade	Jovem, Fashionista, bulímica e inconstante
Defeitos	Compulsiva, autocrítica
Biografia	Jovem mulher que cresceu num ambiente familiar instável, com violência e dependências presentes. Patrícia vive numa caravana por experienciar instabilidade financeira. Os seus comportamentos mostram a dependência de várias substâncias e uma grande dificuldade em manter o controlo. A sua obsessão com o seu peso leva-a a uma incansável busca pelo perfeito e a constante invalidação de si própria. É uma pessoa com 20 anos que ainda não têm profissão, mas o seu sonho, está na área da moda. Representa a parte dos questionários onde foi referida a instabilidade emocional e distúrbios alimentares. A sua missão é ser modelo, por este motivo lida com muita pressão social para ter o corpo perfeito. Por vários motivos, é uma pessoa que lida com instabilidade emocional o que faz com que essa pressão a tenha feito desenvolver um distúrbio alimentar, a sua ação, passa por vomitar a seguir às refeições, não conseguindo ter uma relação saudável com a comida, nem consigo. A sua jornada emocional é uma constante ansiedade, perdendo o foco e amor à vida, a resolução que encontra para si é a morte e sonha com ela muitas vezes.

Tabela 3 Ficha da personagem 1

Remete para informação obtida no questionário que dá ênfase à instabilidade emocional e financeira bem como a pressão social, dependências e distúrbios alimentares como impulsos de ausência de saúde mental.

Personagem 2:

Nome	Sara “ <i>Death of the artist</i> ”
Idade	20 anos
Descrição da Personalidade	Trabalhadora, criativa
Defeitos	Demasiado investida no trabalho até ao colapso emocional
Biografia	Artista joalheira que vive com a instabilidade e a falta de realização. É uma pessoa que vive para o trabalho porque não tem outra opção. A sua rotina é sufocante e repetitiva, não lhe dá liberdade de ser. A ação desta personagem é a sua vida rotineira, que se repete diariamente e não surge dela nenhuma gratificação pessoal. A personagem estuda e trabalha, mas emocionalmente a personagem está profundamente deprimida. Acorda todos os dias a saber que tem que ir trabalhar, estudar, fazer os seus projetos. Tudo isto enquanto artista que não tem mãos para a sua criatividade. Sente a sua veia artística limitada e reduzida ao tempo que tem para criar. Uma vez que se torna visível que o seu sonho está cada vez mais distante, o sufoco torna-se iminente e sem forças para continuar só pensa em desistir.

Tabela 4 Ficha da personagem 2

Remete para a parte do questionário onde foi referido que o trabalho e a escola são as principais fontes de ansiedade. A sua história pretende representar a frustração dos artistas e a consequências da falta de terapia.

Personagem 3:

Nome	James ‘ <i>the Queen of Hearts</i> ’
Idade	20 anos
Descrição da Personalidade	Artista <i>Queer</i> com gosto por moda e eventos sociais
Defeitos	Dependente, impulsivo, Não sabe colocar barreiras
Biografia	Performer <i>Drag Queen</i> , representa a pressão social que as pessoas não binárias sentem. A sua experiência social leva-a a sentir constante ansiedade ao sair do conforto do seu lar. Em conjunto com a ansiedade. É uma pessoa que experiência muito assédio e discriminação em vários momentos do seu dia. A constante provocação social leva-a a sentir-se impotente em muitas situações, o que provoca em si vários episódios depressivos de frustração. Esta personagem acolhe a luta da comunidade LGBTQ+ que sofre constante pressão social e valida os seus sentimentos traumáticos. A sua incapacidade de adaptação a este mundo formatado gera em si uma profunda tristeza. Veste-se e prepara-se, frequenta espaços e sítios que lhe causam ansiedade por nunca saber o que esperar. Emocionalmente está perdida e afoga os seus sentimentos através do recurso a drogas. A incerteza da aceitação e o medo de não suceder leva esta personagem a duvidar de si muitas vezes, colocando o amor-próprio como secundário, cede à pressão social por meios compulsivos.

Tabela 5 Ficha da personagem 3

A ação da personagem é a sua rotina e pequenos momentos que fazem parte do seu dia e remete para a parte do questionário que refere a pressão social como principal fator de ausência de saúde mental.

5. Desenvolvimento do Projeto Córtex

5.1. Produtos audiovisuais

O desenvolvimento de produtos audiovisuais, passou pela execução de um questionário, construção de *moodboard* e ficha de personagens, que funcionaram como alicerces para este projeto. Estes processos estão na pré-produção, a escolha do tema, história, mensagem, conceito, som, *moodboard*, *script* e guião foram realizados previamente à construção das imagens, seguido da produção, onde se realiza a captação dos conteúdos e por fim, a pós-produção onde se procede à edição e montagem do projeto.

Os componentes audiovisuais são a curta-metragem e repertório fotográfico, bem como uma série de vídeos curtos, que procederam de alguns tratamentos em comum, tais como:

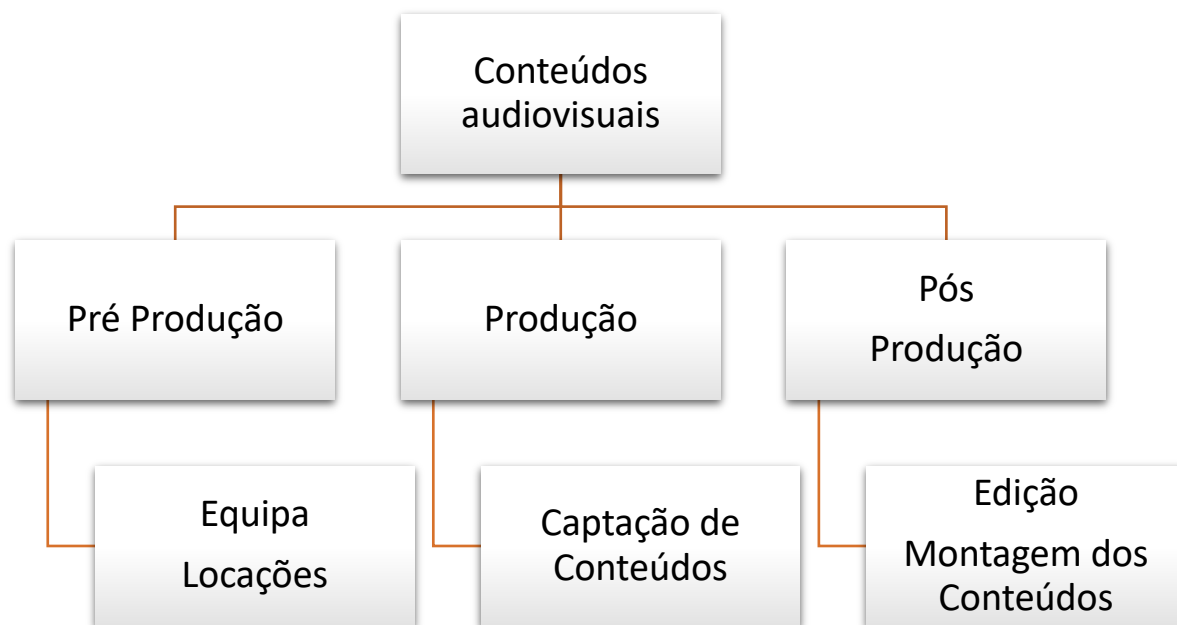


Figura 23 Processo de Construção do projeto

Os locais dos vídeos e das imagens do repertório fotográfico são os mesmos, sendo que a edição dos conteúdos captados também incidiu nos mesmos momentos.

5.1.1. Equipa, Locações e equipamento

O *casting* para os atores foi feito através das redes sociais da Investigadora em que foi comunicado que se estava a realizar um projeto acerca saúde mental disponibilizando o meu email para uma candidatura. Foi partilhado o perfil esperado e intenções do projeto que levaram a várias pessoas concorrerem.



Figura 24 Press Release para Casting através das Redes sociais

Os critérios para a escolha foram a representatividade a preocupação de transmitir a mensagem com veracidade retratando a problemática da saúde mental com diversidade e inclusão e também a capacidade de representação.

No final a equipa ficou concluída com: (Joana Miriam, diretora criativa, produtora audiovisual e multimédia de todos os conteúdos, Rui (Danz), produtor de som, Sara, James, Patrícia, Modelos, Catarina Anjos, artista do moodboard). A maquilhagem e *styling* ficou ao encargo dos modelos em parceria com a direção criativa. Antes das gravações houve ainda uma curadoria de espaços para as sessões.

A captação procedeu através da inspiração do *moodboard*, foram pensados os cenários e sensações a transmitir bem como o *styling* das personagens. Aproveitaram-se sempre os momentos de captação de vídeo para produzir conteúdo para o Repertório Fotográfico.

As gravações e sessões fotográficas decorreram desde o dia 15 de Abril e prolongaram-se até ao final do mês de outubro e as localizações foram as seguintes: Casa dos Atores e Investigadora; Porto Covo (parque de campismo da ilha do pessegueiro); Metro e Transportes da Cidade de Lisboa; Ruas do Montijo; Serra de Sintra; Palácio da Disney Abandonado; Estúdio 1 do IADE.

Os recursos do estúdio do IADE facilitaram os momentos de captação.

Contudo, na busca de atribuir complexidade e contar uma história houve também a necessidade de captar imagem na rua e em outros locais. Foi por este motivo, necessário ter o próprio equipamento a nível de máquinas e luz.

No que diz respeito ao equipamento, de modo a atribuir textura e grafismo à curta-metragem foram utilizadas várias máquinas no momento de captação, das quais analógicas e digitais.

Foi utilizada uma Canon 500D, que é uma máquina digital que foi utilizada para a maior parte dos momentos de vídeo, para além disso foi utilizada uma Canon Power Shot A 2300, máquina digital de início de 2000, utilizada para alguns momentos de vídeo. A nível analógico utilizou-se uma Canon Ae-1 é uma máquina analógica que foi utilizada para a captar as fotografias do projeto com noções de focagem e duplas exposições. Para soluções mais rápidas foi utilizada a Canon Prima Super 105, compacta, para fotografia de contexto rápida.

Respetivos Rolos 35mm: Kodak Gold 200/400, Ilford 200/400, Kodak proimage100.

Luzes compostas por várias cores e intensidades e Tripé.

5.1.2. Curta-metragem

Uma cena de cinema, teatro, ou curta-metragem ao contrário de uma fotografia ou pintura avança com o tempo (Rabiger, 2006). A narrativa é formada através de uma cumplicidade de tempo e som. A intensidade é sentida através do ritmo e velocidade atribuindo uma tensão específica para cada um dos 3 momentos principais desta curta-metragem.

A curta-metragem foi o elemento, audiovisual, deste projeto que mais esforço e dedicação exigiu. A sua realização, desde a captação até à pós-produção, demorou mais de um ano. A escolha deste elemento está intrinsecamente relacionada com o poder da história e ação, em que através das personagens e de uma linguagem visual é possível representar a saúde mental com grande impacto. Todo o drama é conflito, e sem conflito não há ação, sem ação não há personagem e sem personagem não há história, sem história não há curta-metragem (Field, 2005). É então necessário desenvolver uma história, ação e conflito para que as personagens encontrem um motivo para lutar.

Neste contexto, o nome da curta-metragem foi pensado de modo que remetesse direta e parcialmente para o tema da saúde mental optando pelo nome córtex que está claramente associado à mente. No processo de desenvolvimento do projeto, decidiu-se realizar uma curta-metragem uma vez que existiam limitações financeiras, técnicas e temporais para a captação e edição do produto final.

Optou-se por desenvolver uma curta-metragem experimental uma vez que dialoga com trabalhos realizados pela investigadora no passado, seguindo a mesma linguagem irreverente que outro tipo de conteúdos previamente criados. Neste sentido, na curta-metragem deste projeto não existem diálogos, existe apenas a representação de sentimentos através das cenas, cor e som.

Devido aos conteúdos optarem por uma linguagem explícita decidiu-se restringir a visualização para maiores de 16. Muitos dos comportamentos apresentados são para idades superiores a 16 anos por serem temas complexos e relacionados com comportamentos aditivos como o álcool e as dependências. A indicação de que não é aconselhado a pessoas sensíveis está no começo do vídeo uma vez que, também, é utilizada um conjunto de luzes fortes.

As etapas de criação da curta-metragem foram o desenvolvimento do conceito, estrutura narrativa, moodboard, guião técnico, gravação e pós-produção.

O conceito da curta-metragem “Córtex” remete para a experiência da ausência da saúde mental. O objetivo principal desta curta-metragem é fazer com que através dos audiovisuais os visualizadores tenham uma experiência do que é a depressão e ansiedade, bem como de um conjunto de ações que estimulam a instabilidade emocional.

Apesar da mensagem não tomar uma abordagem positiva nem feliz, pretende-se mostrar com frieza a dificuldade que é passar por um distúrbio mental. A sensação de instabilidade é representada ao longo do vídeo sendo inclusivamente uma referência à palavra mais referida no questionário.

No que toca a estrutura narrativa, estrutura da curta-metragem foi inspirada no modelo de Syd Field (2005), também chamada de jornada do herói, que descreve que o tempo de ecrã têm 3 atos. O I ato, é constituído pelo começo, estabelece-se a história, onde se introduzem as personagens e as suas localizações e é lançada a premissa dramática em que é visível que na fase seguinte os personagens vão passar por desafios e complicações no seu percurso. O primeiro momento da ação é a introdução das personagens com plano facial e respetiva localização, os primeiros momentos da curta, têm como intuito familiarizar o visualizador com os contextos de cada personagem. É representado um pequeno momento do seu dia com especial foco na rotina de cada um.

Cada uma delas enfrentam um problema/obstáculo ou adição. Com o passar do tempo é visível em cada uma delas a infelicidade, sem meios para a conter, a depressão, a ansiedade e descontrolo tomam conta. Escolhem um caminho e encontram forma de superar esse desafio, juntas morrem num suspiro só. O conflito instala-se e parece não haver volta a dar, são visíveis as perturbações mentais.

O II ato é o confronto. É o ato mais demorado da curta-metragem, é neste momento que as personagens encontram o seu obstáculo e os seus problemas ficam explícitos (Field, 2005). É possível seguir o comportamento das personagens bem como compreender o que elas gostam o que fazem que idade tem e quais os seus valores. A referência constante à repetição da rotina remete também para dados recolhidos do questionário em que foi referido que, o trabalho, a faculdade /escola, os transportes são motivos de maior ansiedade.

A meio, sendo-se o escalar da tensão onde é inclusivamente retratado o suicídio das 3 personagens com o objetivo de fazer compreender como é recorrente esse tipo de pensamento numa pessoa deprimida, que mesmo quando não o executa já o premeditou vezes e vezes sem conta.

O ato III é constituído pela resolução da problemática. Sendo importante referir que não é um fim, mas sim uma solução para a problemática, isto é, a solução nem sempre é feliz, a personagem vive ou morre, supera ou não o problema. Ainda dentro da estrutura de 3 atos de Field, foi pensado em *plots* para a transição dos momentos do ato I para o ato II e por fim para o ato III. Terminamos os momentos finais com o retomar à rotina, em que tudo se repete novamente, ficando com a ideia que não passou de um sonho ou de um pensamento que se repete com regularidade, deixando o final para interpretação do visualizador. Neste contexto é o momento que as personagens tentam superar o seu conflito.

A seguinte imagem mostra a adaptação da jornada do herói de Field (2005), para a curta-metragem, onde se retrata o pico de intensidade no ato II:

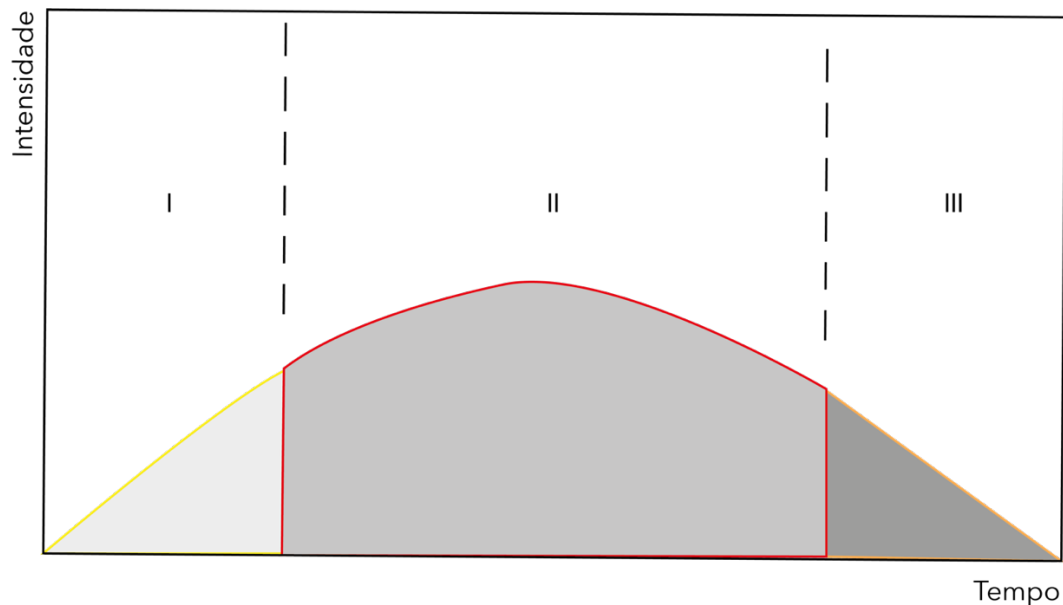


Figura 25 Jornada do herói de Field adaptada ao projeto

A estrutura narrativa foi descrita num documento chamado memória narrativa. Este documento deu origem ao *moodboard* para as cenas, que é possível encontrar nos anexos. A referência a abusos, vícios, consumos de drogas e representação de depressão por meios de desfoque, gritos e choro tenta retratar a instabilidade que é viver com perturbações mentais. Ao mostrar uma realidade que muitos preferem esconder, pretende-se resgatar a vontade de comunicar, conectando a população, urgindo-a para falar sobre saúde mental.

A necessidade de solucionar estigmas sociais está também, na base do *moodboard*, que levou este projeto a tomar uma abordagem de empoderamento social. Sendo o tópico principal a saúde mental, aproveitou-se este momento, para falar de desigualdades de género, e alguns tipos de discriminação uma vez que constituem muitos dos motivos de ansiedade social.

Existe uma profunda crítica à sociedade e a alguns problemas sociais nomeadamente desigualdade social de género. É sentida a pressão social na mulher ao longo de todos os momentos sendo ressaltado o medo de andar sozinha na rua o constante assédio e o constante abuso face a pessoas não binárias.

A próxima etapa consistiu no desenvolvimento do guião técnico, com as indicações para orientação das filmagens, iluminação, cenários e guarda-roupa cujo planeamento foi realizado consoante a linguagem visual a atingir.

A gravação dos conteúdos aconteceu ao longo de 6 meses, em sessões combinadas com os modelos. Foi necessário gravar mais do que uma vez algumas cenas para chegar ao resultado pretendido. Anteriormente às sessões de captação foi sendo feito um “*brainstorming*” e uma pesquisa visual de modo a inspirar os modelos para as sessões.

A montagem e edição dos conteúdos captados no total demorou também mais de 6 meses e a edição de som foi realizado em parceria com o artista Rui Danz (cuja especialização é em sonoplastia), que foi fundamental para a transmissão da mensagem.

No que toca ao som encontra-se nos anexos parte do processo criativo do autor, que investiu numa experiência sonora causadora de desconforto e ansiedade. Após várias reuniões o resultado final foi aprovado e anexado aos elementos de vídeo.

O seguinte conjunto de imagens ilustra os elementos presentes na curta-metragem bem como o software utilizado, duração e parte da construção presente na curta:

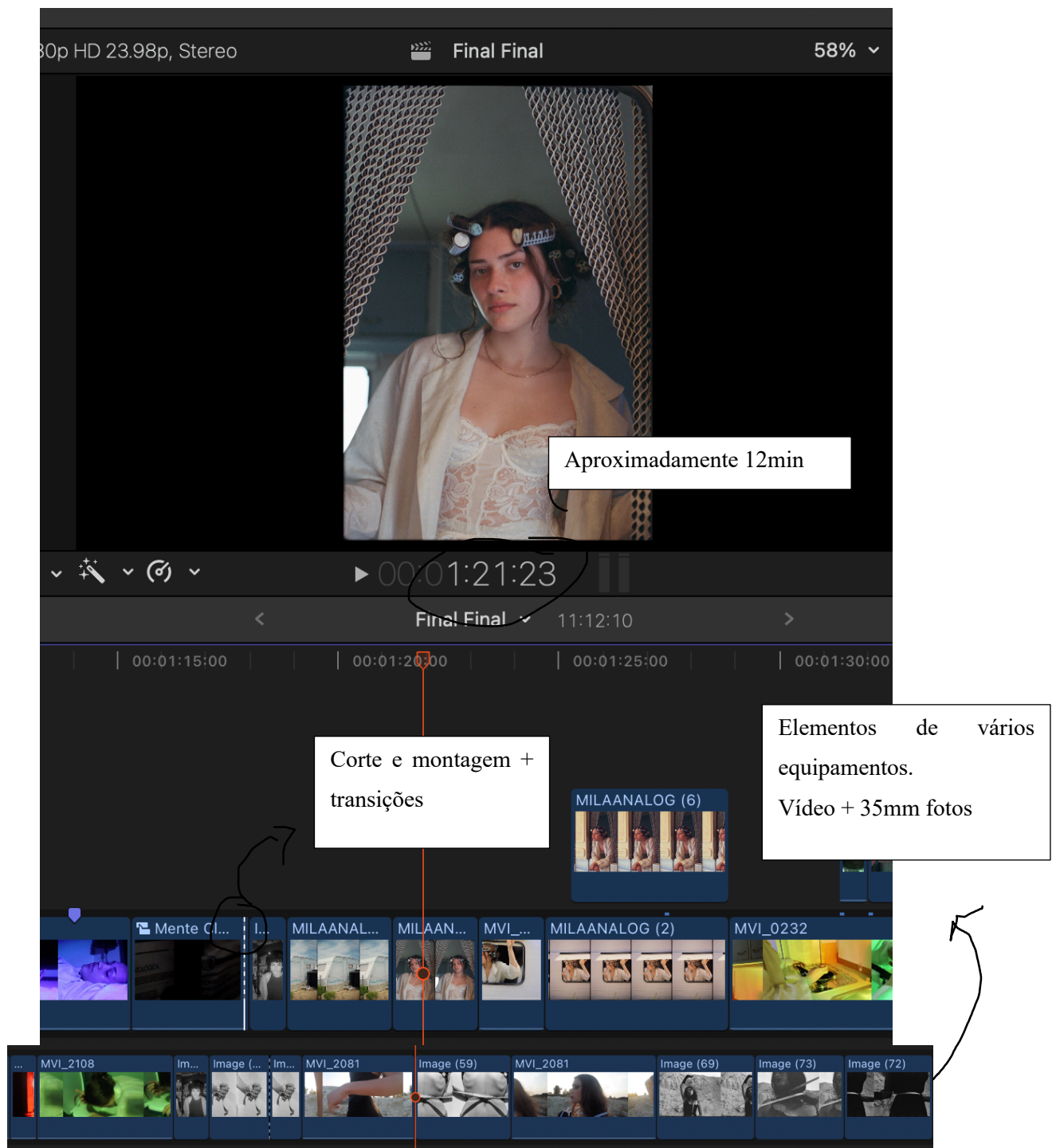


Figura 26 Visão do programa Final Cut, no processo de edição

5.1.3. Repertório fotográfico

A civilização está cada vez mais visual uma vez que estímulos em movimento são cada vez mais banais na nossa rotina. Neste sentido, a fotografia já não é algo novo, como era em 1826 quando surgiu em França, a primeira fotografia por, Joseph Nicéphore Niépce, cujo processo de revelação demorava cerca de 8h, (Tavares, 2009).

Hoje a fotografia é algo comum, com a evolução das câmaras da Kodak para materiais digitais e até popularização dos telefones móveis com câmaras, é possível obter as fotografias em segundos. A sua evolução e importância no século XXI é incontestável uma vez que faz parte do dia a dia da maior parte das pessoas, desde os seus próprios dispositivos eletrónicos até publicidades contêm fotografia.

Para a realização do repertório fotográfico deste projeto, optou-se pela fotografia artística, ou de autor, como género fotográfico, definida como a ‘nova fotografia’ no início do século uma vez que não optava por uma abordagem documental (Tavares, 2008). Tem como características, o conceito, os elementos, a mensagem, as emoções, as influências, o movimento, etc. Este tipo de fotografia não obedece a dogmas ou regras, depende sim do conceito estipulado e da visão da fotógrafa. Pode ser vista como experimental e a sua linguagem varia de autor para autor.

“No campo das emoções a fotografia tenta nestes tempos, como aliás já o fez no passado, explorar e tratar a condição humana: desilusão, ansiedade, desespero, solidão, fobia, mas também a alegria, a festa, a esperança. O ser humano, na sua relação com o mundo atual, é o centro de atenção dos artistas mais recentes.” (Tavares, 2008)

As fotografias presentes neste projeto são na sua maioria, analógicas em 35mm com o intuito de desenvolver um processo físico-químico e artístico, que tenha 100% autoria da investigadora. O processo de captação, revelação e digitalização foram todos realizados pela investigadora nos laboratórios do IADE-U com a mentoria dos professores Pedro Rodrigues e Paulo Andrade.

A fotografia é uma linguagem, o fotógrafo é o autor (Bauret, 2011), através da fotografia é possível construir uma linguagem visual por meios físicos de coisas e sentimentos que só estão presentes no universo abstrato.

Através da questão: ‘‘ Que palavra na sua opinião melhor descreve a ausência de saúde mental?’’ foi possível realizar o seguinte infográfico através dos testemunhos obtidos:



Como é possível verificar no infográfico, palavras como: Instabilidade, Desequilíbrio, Solidão, Vazio, foram das mais mencionadas e fundamentais para a criação dos elementos fotográficos.

O processo de *casting* de modelos para a curta-metragem fez com que fossem realizadas várias sessões até à escolha dos atores finais. Neste contexto, as imagens do repertório fotográfico são diferentes da curta-metragem, uma vez que foram utilizadas fotografias captadas em contexto de *casting*. Contudo, após a escolha final dos atores, os momentos de captação de imagem foram os mesmos para a curta-metragem sendo que os locais e processo já foram previamente especificados. As seguintes imagens referem uma colagem presente no website que resume o universo transmedia da fotografia e demonstram como os testemunhos foram fundamentais para o seu desenvolvimento:



Figura 29 Universo Transmedia

Os elementos do repertório fotográfico como já foi referido, estão proliferados por vários meios e são diferentes em todas as plataformas, sendo que para uma visão mais completa será necessário visualizar a plataforma web, uma vez que nas redes sociais e à semelhança de exposições estão apenas presentes fotografias selecionadas.

Neste sentido, ao longo do decorrer do projeto foi submetido partes do repertório fotográfico para festivais, como foi o caso do Inshadow-13º Edição em foram selecionadas as seguintes fotografias:



Figura 30 Fotografias selecionadas pelo festival Inshadow

As fotografias em questão mostraram-se vencedoras desta edição no processo de seriação dos candidatos e tiveram direito à participação numa exposição coletiva no Espaço Cultural das Mercês, do dia 26 de Novembro até dia 15 de Dezembro. Seguem em anexo fotografias da ficha de autor, montagem da exposição e outras atividades associadas à exposição.

5.2. Produtos multimédia

5.2.1. Página web

O processo de desenvolvimento da página *web* seguiu o modelo definido pelos autores David Dabner, Sandra Stewart e Eric Zempol, (2014). Segundo os autores, uma página *web* pode tomar vários formatos e a sua apresentação depende dos objetivos pretendidos. Neste caso, a página apresenta-se como uma plataforma de comunicação com foco principal na exposição de conteúdos audiovisuais.

Para os autores, o desenvolvimento de uma página *web* varia conforme o conceito do projeto e quais os objetivos a transmitir, contudo, existem metodologias comuns em qualquer projeto *web*. Neste sentido, os autores dividem o processo de criação de uma página em cinco fases: planeamento, design, desenvolvimento, lançamento e pós-lançamento.

No planeamento são definidos os objetivos, qual a linguagem visual e textual a abordar e qual o melhor layout para atingir a finalidade pretendida. No contexto deste projeto, a página tem como título ‘Córtex/ Mental Health’ e o seu objetivo é gerar consciência para problemas relacionados com a ansiedade e depressão.

Na fase de planeamento foi realizada a coleta de conteúdo caracterizada pela captação dos elementos audiovisuais e a execução de infográficos. Os conteúdos de texto são extraídos da pesquisa bibliográfica, as imagens e infográficos foram desenvolvidas pela investigadora no processo de construção do projeto, tendo em consideração o objetivo do mesmo e o público-alvo do site. Após a coleta de conteúdo, optou-se por dividir a página em seis secções: Home, Sobre Curta-Metragem, Repertório Fotográfico, Testemunhos e Contactos. A imagem abaixo representa as secções e o seu respetivo conteúdo.

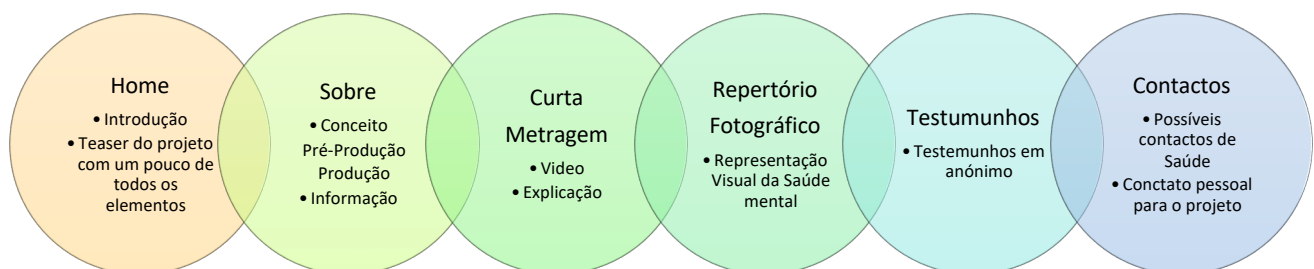


Figura 31 Esquematização das webpages

Ainda na etapa de planeamento foram feitos esboços da linguagem visual que servem para consolidar os elementos principais que constituem a aparência do site. Foi feito um quadro de estilos onde se estudou qual a imagética dos botões, ícones e imagens, bem como a cor e tipografia. Realizou-se ainda um estudo exploratório de *websites* para inspiração para o projeto final.

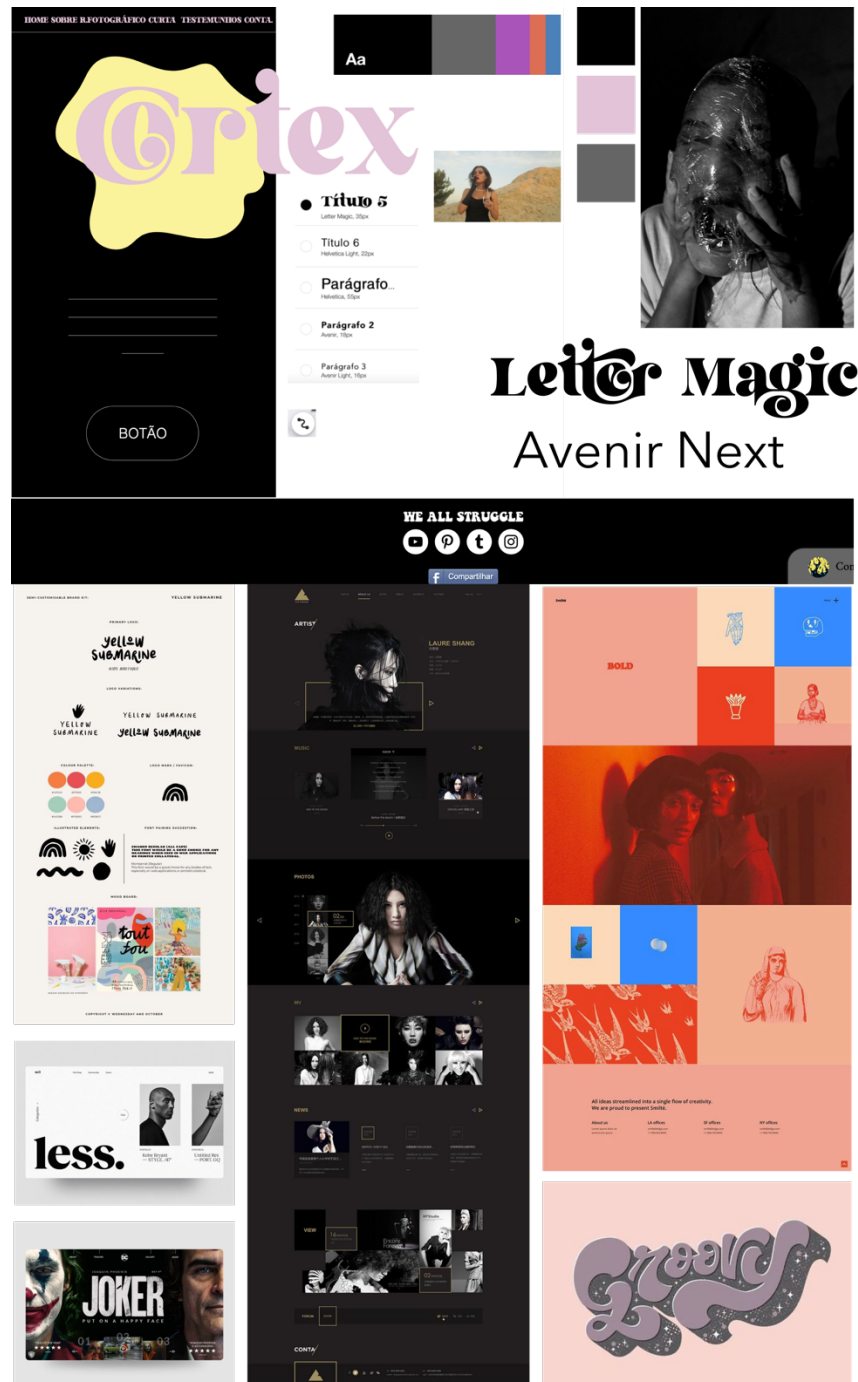


Figura 32 Quadro de estilos

Na seguinte fase, a fase de design, foi definida a aparência do projeto final. Para Beaird (2007), para desenvolver um website é necessário ter noções de Design, nomeadamente de cor, tipografia, imagens e complexidade.

Segundo Angela Wright e a sua investigação na década de 70, (*Colour in branding* apud Simon, 2017), as cores tem influência na nossa perceção e têm o poder de suscitar emoções a quem as visualiza. Segundo Micco Groenholm (2004), todas as cores podem ter um aspeto positivo ou negativo dependendo da sua conjugação e intenção.

Neste sentido, a seguinte imagem ilustra a paleta de cores do website bem como as suas intenções no mesmo:

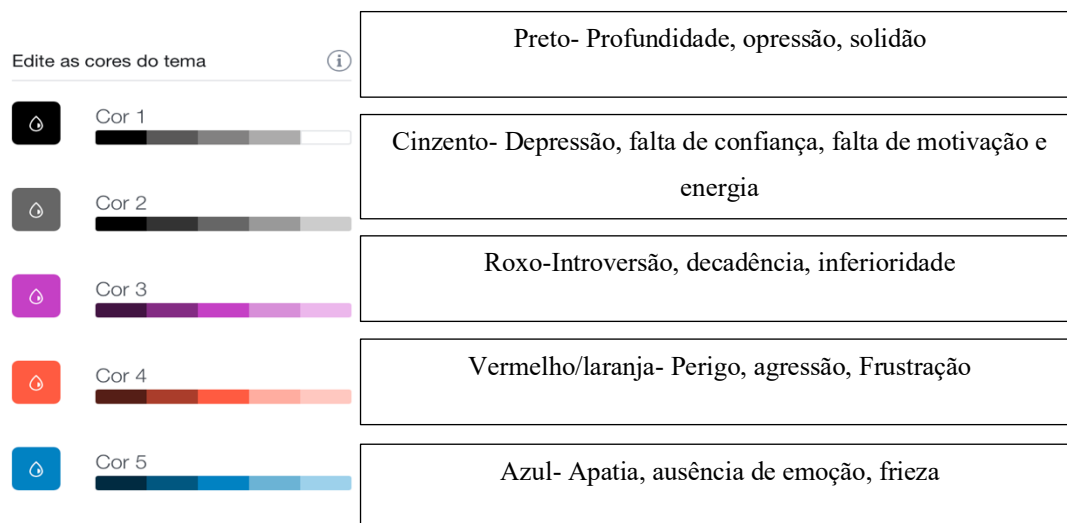


Figura 33 Esquema de cor

As cores utilizadas ao longo do website tomam uma tonalidade sem luminosidade, remetendo para a ausência de luz. As cores escolhidas para o tema web foram o preto, cinzento, roxo, vermelho e azul, com predominância do preto e cinzento, pois são cores associadas ao sofisticado e profundidade mas também à tristeza e depressão.

Foram criados o *wireframes* que representam a estrutura das páginas principais de um site contendo o mínimo possível de elementos de design (imagens tomam forma de caixas e textos tomam forma de linhas), ou seja, o *wireframe* inclui os elementos necessários para a página web com uma representação simplificada desses elementos apenas como forma estruturadora do processo de design.

As imagens abaixo apresentadas representam os primeiros wireframes da página web:

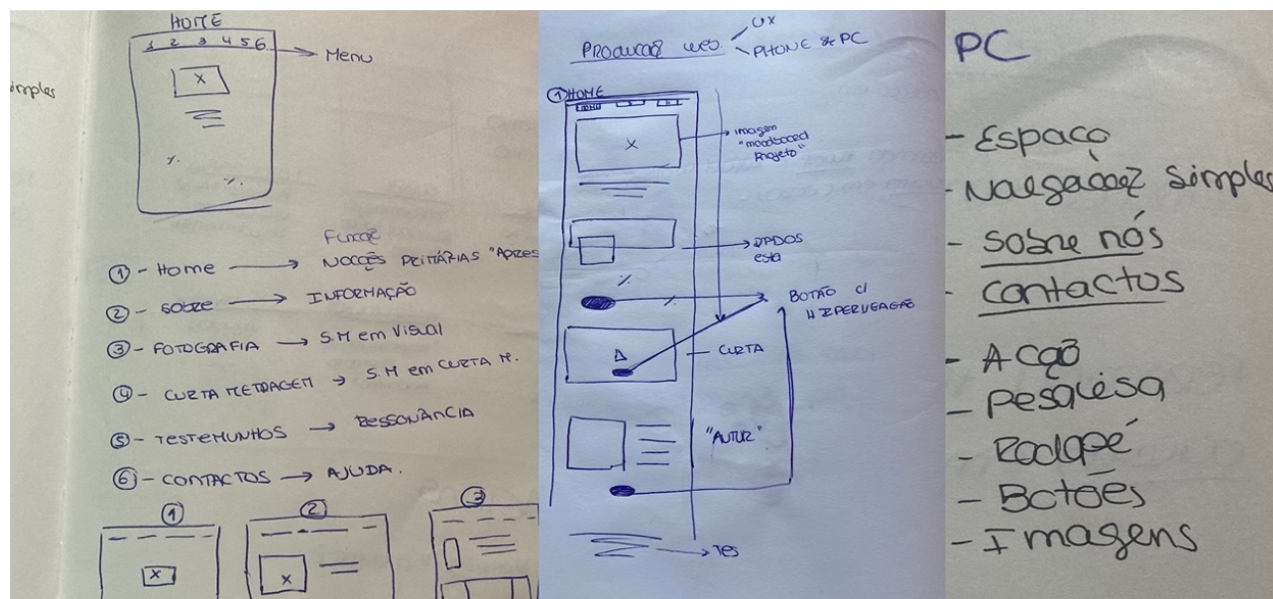


Figura 34 Primórdio do Wireframing

Através das imagens é possível verificar qual o número de páginas *web* e quais os elementos principais da primeira página. Através deste primeiro esboço foi possível delinear alguns elementos principais, como o *flow* do site e o menu fixo no topo em todas as páginas.

Através do wireframing é possível visualizar o *layout* do site à priori à sua construção, adaptando as necessidades do projeto, tendo em conta o público-alvo e quais as intenções a atingir.

As seguintes imagens ilustram o processo de *wireframing* para o site em que foi pensada a organização do conteúdo de modo a melhor transmitir a mensagem sendo estes esquemas as versões finais dos *wireframes*:

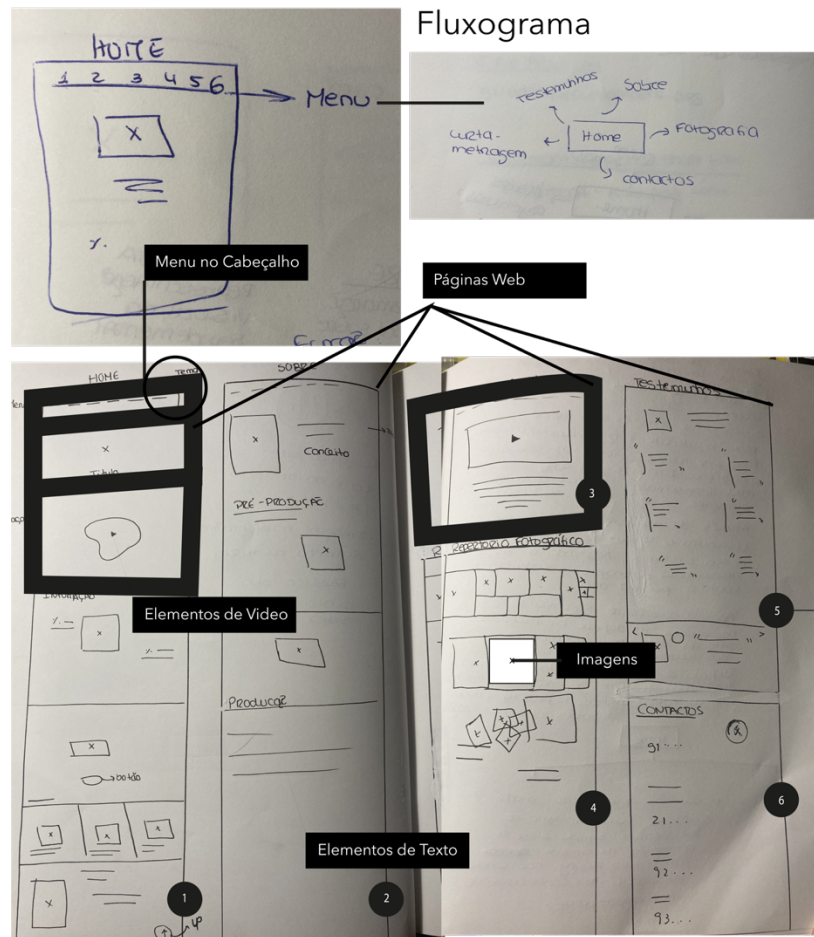


Figura 35 Versão final dos wireframes

Como é possível ver na imagem, existem páginas com um nível de complexidade superior a outras, sendo que os elementos de cada uma estão representados na imagem.

Após a criação dos *wireframes*, encontrou-se a necessidade de definir um fluxo de site que determinasse qual o caminho dos utilizadores ao utilizar a plataforma e qual a melhor forma de organizar a informação e relacionar as diferentes secções da página *web*.

Desta maneira, criou-se um *sitemap* para ilustrar a estrutura de navegação e definir quais os possíveis caminhos críticos para o site.

A imagem abaixo representa o sitemap do projeto:

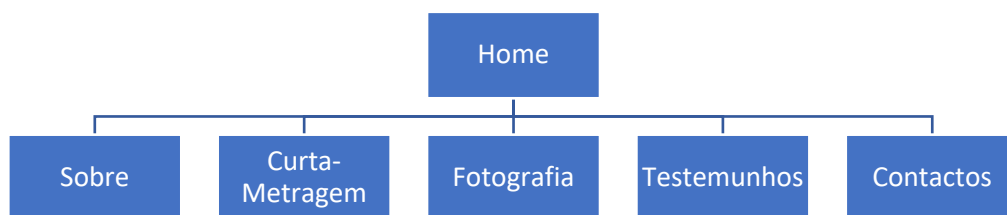


Figura 36 Sitemap

Definiu-se que a partir da página inicial denominada de “*Home*” se encontrariam botões de hiperligação para todas as outras páginas aquando dos momentos de explicação do projeto e conteúdos apresentados. Foi definido um menu fixo posicionado no rodapé facilitando a compreensão e acesso dos utilizadores a todas as secções.

Na fase de desenvolvimento, as definições do planeamento e do design foram usadas como guia para a formulação do site. Do conceito para a execução, foi necessário ter conhecimento de várias ferramentas web e softwares para materializar o projeto, representadas na imagem a seguir:

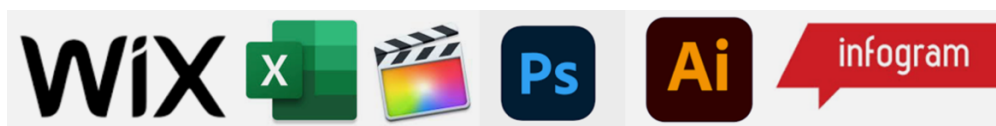


Figura 37 Logotipos de software utilizado

O site foi desenvolvido através do *software Wix* uma vez que permitiu simplificar a construção de um site para *web design* não sendo necessário ter conhecimento de programação.

Wix é uma plataforma CMS (*Content Management System*) que permite gerenciar conteúdo de forma flexível com foco no design da página *web*. Há espaço para personalização visual altamente ajustada à necessidade deste projeto.

Os *softwares* Illustrator e Photoshop da Adobe, foram utilizados para a criação de imagens nos formatos PNG, JPEG, criação de infográficos e outros elementos visuais vetorizados bem como o desenvolvimento de quadro de estilos e edição das fotografias para a sua apresentação final.

Final Cut Pro, inicialmente desenvolvido pela Macromedia e atualmente da Apple, foi utilizado para a montagem e desenvolvimento de vídeos curtos bem como a execução total da curta-metragem e animações.

Para a criação de infográficos foi utilizado o Excel para a análise de dados extraídos do questionário para o desenvolvimento de gráficos proporcionais à escala. O Infogram foi utilizado para analisar essa informação e transformá-la para wordclouds à escala.

Durante o desenvolvimento da página *web*, houve a preocupação de que o projeto seguisse os princípios do web design responsivo, definido como uma inovação segundo a qual os elementos dentro do layout se adaptam aos mais variados dispositivos, adaptando a visualização e a orientação dos elementos de acordo com os vários tamanhos e formatos de ecrã (David Dabner, Sandra Stewart e Eric Zempol, 2014).

Na etapa de lançamento foi feita uma preparação do conteúdo para ser visualizado pelo público, foram feitos testes da usabilidade e ajustes dos conteúdos quando se avistavam problemas na utilização do site. Nesta fase, foi desenvolvida a adaptação do conteúdo para *smartphone*, sendo que alguns conteúdos foram removidos dessa versão.

Por fim, na etapa de pós-lançamento espera-se que o site esteja em constante evolução, deixando espaço para os visualizadores participarem na página *web* caso queiram partilhar conteúdo relacionado com o tema, especialmente, testemunhos e experiências.

As seguintes imagens mostram a apresentação da página “*Home*” no modo horizontal e a versão mobile respetivamente. A restante composição do *website* está presente nos anexos onde está um print screen de todas as webpages. É apresentado o *Qr code* de acesso à plataforma e o respetivo link:

<https://joanamiriamwork.wixsite.com/my-site>



Figura 38 *Qr Code* plataforma *web*



Figura 39 Home page formato web e mobile

5.2.2. Filtro para redes sociais

Reconhecendo o papel e importância das redes sociais no comportamento do consumidor online foi desenvolvido um filtro para as redes sociais mais utilizadas em Portugal, sendo estas o Facebook e o Instagram (Marktest, 2020). Este filtro reconhece o papel dos consumidores digitais uma vez que os permite criar conteúdo e não só absorve-lo, fazendo-os agentes de uma iniciativa para a mudança.

De acordo com um relatório da Obercom, março 2018, houve um aumento significativo do uso da internet que desde 2002 até 2016 visto que passou de 19,4% para 67,4% utilizadores de internet diário respetivamente. Nos jovens os dados são ainda mais elevados, sendo que dos 16 aos 24 anos de idade a percentagem que utiliza a internet é de 99,80%. As redes sociais fazem cada vez mais parte da rotina do consumidor digital no século XXI de acordo com um estudo da Marktest em relação aos portugueses e as redes sociais em 2020 verificou-se que cerca de 73,3% dos portugueses tem conta no Instagram e 92,2% tem conta no Facebook. O sucesso das redes sociais baseia-se em utilizadores ativos, sendo que a rede mais utilizada pelos jovens é o Instagram desde 2018 (Marktest 2020).

O filtro chama-se ‘*Mental Health*’ e a partilha do filtro foi dia 10 de Outubro (Dia mundial da Saúde Mental) como forma de contribuição para a temática.

É possível encontrá-lo a partir do seguinte QrCode ou do acesso à rede social Atipical (@fk_art) no Instagram:



Figura 40 QrCode filtro Ar

O filtro foi realizado através do software Spark AR Studio, que foi desenvolvido pelo Facebook para criação de filtros de realidade aumentada. No Spark Ar Studio é possível criar vários tipos de filtros de realidade aumentada.

Na imagem seguinte é possível visualizar o fluxo de trabalho realizado para o desenvolvimento do filtro no Spark AR Studio:

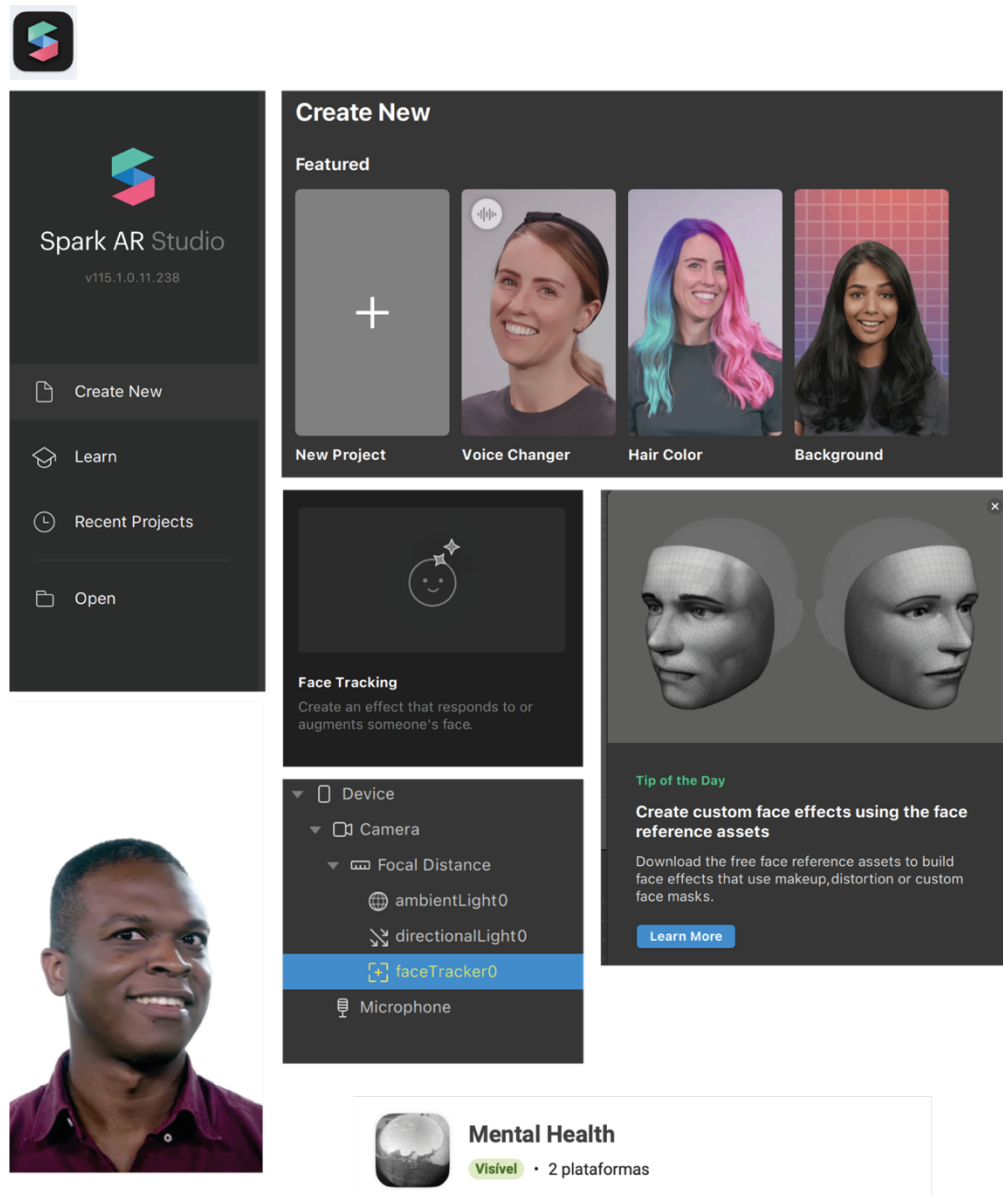


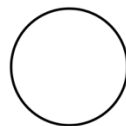
Figura 41 Esquema do processo inicial de construção do filtro

A construção do filtro passa por vetorizar as palavras e exportar como png e depois no programa é necessário preparar os controles para que fiquem em sequência ao clicar. O filtro é composto por localizador facial que faz com que as frases sejam visualizadas na parte superior da cabeça. As mensagens mudam ao toque no ecrã. No total são 16 frases que se alteram de forma iterativa e incremental. Essas mensagens foram criadas em inglês para o maior número de pessoas conseguir compreender a mensagem. A fonte escolhida foi a “Keep on trucking” regular que é uma fonte gratuita para fins não lucrativos, na cor branco.

As imagens a seguir refere as frases e a fonte escolhida, bem como o estudo visual realizado antes da execução do filtro:

**MENTAL HEALTH
ANXIETY 100000%
BAD IS TEMPORARY
SELF-CARE
SELF-LOVE
TAKE CARE
ARE U OK?
WE ALL STRUGGLE
BE GENTLE
WANNA TALK
ABOUT IT?
HOW U
DOING?
GIVE YOURSELF
A BREAK
U ARE DOING AMAZING
SWEETIE
DON'T ISOLATE
PLEASE
HEALING MY
TRAUMAS
HEALING TAKES
TIME**

Keep on Truckin'



MENTAL HEALTH

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z	
0	1	2	3	4	5	6	7	8
9	.	,	;	:	\$	#	'	!
"	/	?	%	&	(	)	@	

Figura 42 Moodboard Tipografia

Frases pensadas em resposta ao questionário tomando uma perspectiva motivadora que pretende ser uma porta para o diálogo sobre o assunto da saúde mental no dia-a-dia da audiência.

6. Storyworld do projeto Córtex

6.1. Justificação e descrição dos media

A mensagem de valorização pela saúde mental, gerou a necessidade de criar um universo narrativo adaptado ao século XXI e a esta nova forma de consumo audiovisual.

Nesse sentido, no contexto de desenvolvimento do projeto, surgiu o conceito transmedia no *brainstorming*, isto porque, fazia sentido abordar a saúde mental através de vários meios construindo uma narrativa que se preocupasse com o *feedback* e integração da audiência e não só com a transmissão da mensagem. Sendo este um projeto transmedia, possui um universo narrativo, com muitas histórias em vários formatos, meios e canais.

A integração da audiência está presente desde os momentos de produção, uma vez que o projeto foi desenvolvido tendo em consideração as necessidades sociais. Pretende-se que haja uma participação ativa dos consumidores no processo de feedback e no pós-lançamento. No fundo, através desta nova forma de comunicar, é encorajada a exploração individual da audiência por toda a extensão do projeto, com o intuito de realmente absorver a mensagem e não só visualizá-la. À inspiração de Kinder (1991), que retratou como a indústria de entretenimento estava a mudar no começo dos anos 90, descrevendo o fenómeno de evolução dos videojogos de jovens e crianças como ‘supersistemas de entretenimento’, também aqui se pensou num projeto preparado para a mudança desses sistemas.

Neste contexto, compreende-se que os novos medias significam novas linguagens e abordagens, (Bernardo, 2011) sendo por isso necessário adaptar o projeto às mais variadas plataformas. Neste sentido, foi tida em consideração a adaptação aos novos meios de comunicação e evolução dos vários formatos de ecrãs, como os smartphones, tablets, portáteis, televisão e os novos media, como as redes sociais. (ex: Facebook, Instagram). Foi desenvolvido um mundo narrativo que se estende para além dos diferentes meios e linguagens (Solari, 2013) e dá liberdade de circulação à sua audiência.

Posto isto, contrariamente à forma de contar histórias lineares, o projeto em questão optou por estruturar a mensagem e distribuí-la em múltiplos formatos. Nos vários meios que o projeto se manifesta moldou-se a história de modo que os elementos fossem diferentes em todas os canais. Deste modo, é garantido que cada elemento está adaptado à plataforma e ao tipo de consumo em questão. Os elementos funcionam como partículas num universo coordenado pelas variadas

plataformas, trabalhando em sinergia para atingir o objetivo de consciencializar para a saúde mental.

A melhor forma de contar esta história foi criando um universo onde foram englobadas várias formas de comunicação sob várias frentes. Sendo que a intenção é chegar ao maior número de pessoas, é importante pensar nesse objetivo com várias vertentes. Ao fazer parte de várias linhas de atuação, garantimos que a mensagem chega a mais pessoas. Ao ser diferente em cada plataforma pretende-se que as pessoas procurem saber mais por elas próprias, criando interesse não só pelo projeto em si, mas pelo tema também. A estratégia passa por ter várias maneiras de contar esta história, todas elas diferentes, mas com tanto em comum. Pretende-se construir uma estratégia *online* e *offline*, garantindo assim acesso à mensagem, mesmo que não se aceda ao projeto total.

O seguinte esquema descreve o storyworld do projeto Córtex baseado em Pratten (2011):

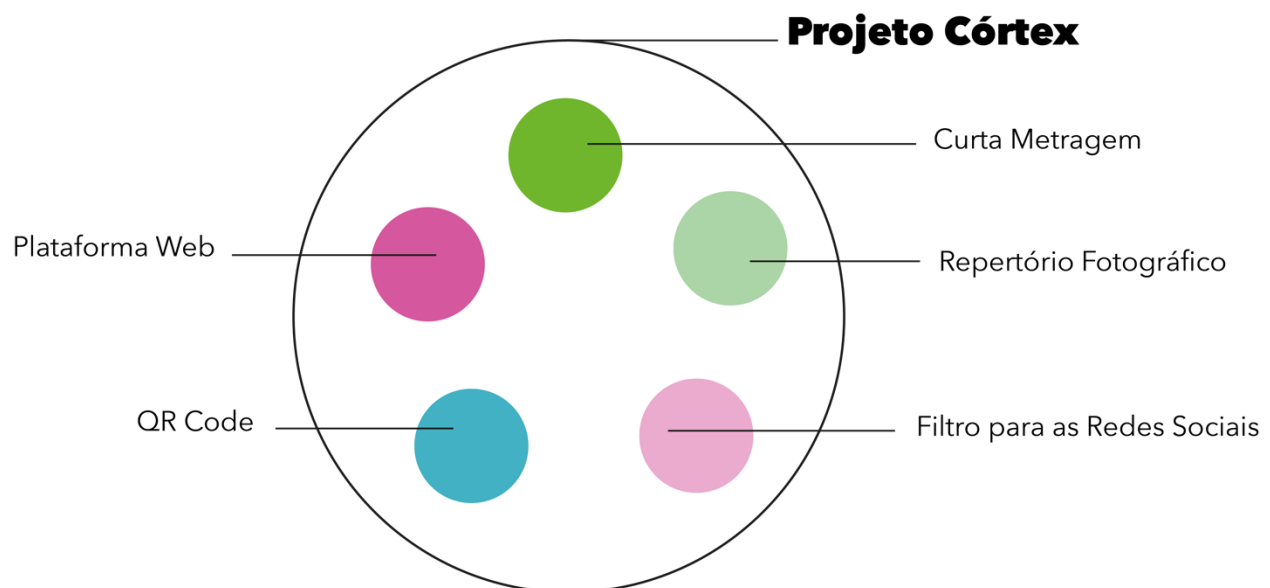


Figura 43 Elaboração própria adaptado de Pratten (2011), Storyworld

O projeto é composto por vários elementos audiovisuais e multimédia em múltiplos formatos e plataformas que funcionam como um todo para atingir um objetivo comum. Na imagem acima vemos o grande círculo que remete para o projeto desenvolvido, em que se verificam os elementos na qual a mensagem se estende e propaga. Verifica-se a curta-metragem, o repertório fotográfico, o filtro para as redes sociais, a plataforma *web* e o *QR Code* que na sua essência remete para a

estratégia *offline*. Através desta representação visual é possível compreender como o universo narrativo opta por uma montagem transmedia em que os elementos funcionam em sinergia por um propósito comum.

Como já foi referido, os elementos possuem a mesma mensagem, mas uma representação visual diferente e única em todas as suas extensões.

A compreensão deste projeto passa por uma interpretação pessoal que varia de pessoa para pessoa, levando os visualizadores a mergulhar num mundo de ficção.

Desta maneira, recuperamos os sete princípios de Jenkins (2007) para caracterizar o projeto Córtex como um projeto transmedia. É o caso da potencialidade de compartilhamento *versus* profundidade, este projeto apresenta a possibilidade de ser compartilhado pela audiência bem como a possibilidade de envolvimento no processo de absorção dos conteúdos. Na continuidade *versus* multiplicidade verifica-se, como já foi referido, uma narrativa proliferada por vários canais, que se combinam para proporcionar uma experiência completa, em que existem versões alternativas para a absorção do conteúdo (ex.: fotografias das redes sociais diferentes das presentes na página *web*). O desenvolvimento de um projeto baseado em sensações reais gera também o conceito de imersão em que a audiência participa na história e cria a sua própria experiência, neste contexto, a extração não se verifica por meios físicos, porém, existe um consumo do conteúdo audiovisual através de “*teaser*” vídeos curtos, e pequenos incentivos à experiência total (partilha de página nas redes, partilha de autocolantes do *QRCode*). Na construção de universos, verifica-se neste projeto, a construção de uma narrativa principal, nomeadamente o conceito de valorização da saúde mental, através de vários âmbitos que tornam este projeto rico em vários universos, como é o caso da construção de uma curta-metragem. A serialidade verifica-se na forma como os vários elementos do projeto estão em várias plataformas e em vários formatos, o produto “fotografia” está desdobrado em exposições, redes sociais, página *web*, sendo que se o projeto se encontra distribuído em vários meios, sempre adaptado ao meio em questão. A presença de uma narrativa primária, como é o caso do *website* onde se encontram um pouco de todos os elementos com uma abordagem mais completa em conjunto com a narrativa secundária como é o caso das redes sociais marca a presença da subjetividade no projeto Córtex. Por fim, o desempenho, em que a audiência tem um papel ativo na criação de conteúdo, como é o caso da partilha de testemunhos na página *web*.

Neste contexto, foi necessário compreender como os elementos se relacionam no universo narrativo do projeto. No próximo capítulo é demonstrado como o utilizador embarca na jornada deste projeto e em que contexto acede aos conteúdos pelas plataformas.

6.2. Jornada do utilizador no projeto e plano de media

Como já foi referido, o projeto está compartilhado por vários meios e toma várias linguagens visuais diferentes. A proliferação pelos diferentes canais faz com que a audiência fique intrigada pelo assunto, consumindo o conteúdo de livre vontade e gera um sentido de comunidade.

Seguindo a visão de Hayes (2015) a partilha da mensagem em diferentes plataformas fomenta interesse pelo tema e faz com que a audiência esteja verdadeiramente interessada na absorção da mensagem. Sendo a saúde mental um tema tão complexo, cuja sociedade ainda vê com estigmatização, criar este tipo de universo narrativo pode solucionar as falhas de transmissão das mensagens das narrativas lineares. Uma vez que existe um nível de participação ativa por parte da audiência nas narrativas transmedia, existe maior possibilidade de impacto pois verifica-se uma envolvimento emotiva face o projeto. Através desta forma de comunicar garantimos que existem várias histórias e várias narrativas, em vários elementos diferentes, garantindo que mais pessoas estão disponíveis para receber a informação por existirem elementos que se adaptam à sua forma de consumir conteúdos. foi desenvolvido o seguinte fluxograma, baseada na *timeline* de Hayes, para apresentar a jornada do utilizador no projeto CórteX:

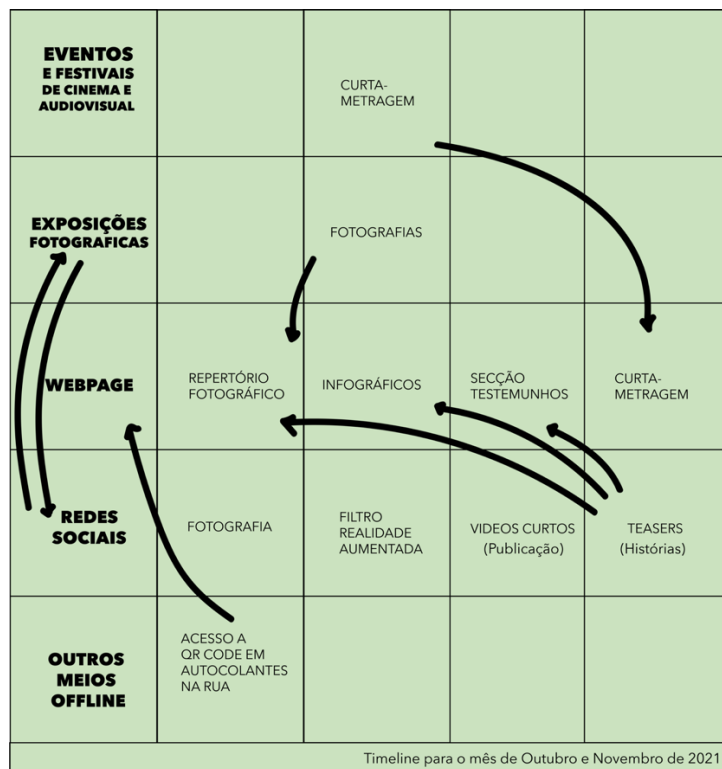


Figura 44 Timeline adaptada de Hayes

Como é possível observar na imagem acima, os conteúdos relacionam-se entre si, de modo a criar uma experiência total personalizada para cada utilizador, através de cada um deles temos uma experiência única e individual que se multiplica criando o projeto total.

A primeira abordagem com o projeto será através das redes sociais, onde serão publicadas fotografias e vídeos curtos como motivação para o acesso à plataforma *web*. Através desse meio, será divulgado um pequeno “*teaser*” da curta-metragem e informações relativas às exposições.

Na página *web* estão presentes estatísticas, informações, contactos e irá funcionar como uma alavanca para o autoconhecimento. É nesse sentido também que estará disponível uma página de testemunhos recolhidas no contexto do questionário, com a possibilidade de submissão de histórias e uma página com vários contactos de ajuda.

O conceito, o atrás das câmaras, testemunhos, fotografias, vídeos e curta-metragem a informação reunida com relevância para a sociedade estão presentes na plataforma. O repertório fotográfico também só estará completo na plataforma, contudo, serão divulgadas algumas fotografias nas redes sociais com a finalidade de atrair mais uma vez o público para este assunto, gerando curiosidade para o projeto completo. Ainda no espectro das redes sociais o filtro apelativo à saúde mental foi desenvolvido com o objetivo de gerar consciência para o assunto e também abrir uma nova porta de entrada para projeto. Após feita uma breve pesquisa verificou-se que ainda não existe nenhum filtro em Portugal acerca desse assunto nas redes, sendo esta iniciativa pioneira nesse sentido. Através da sua utilização e partilha espera-se que sejam criadas conversas significativas sobre a importância da estabilidade emocional.

Uma abordagem complementar à jornada do consumidor na perspetiva online, será a ação na rua, que pode também ser uma primeira porta de entrada para o projeto. Será então feita uma estratégia de ativação de autocolantes com o *QRCode* do link da página web em locais estratégicos na área metropolitana de Lisboa com o intuito de atrair o maior número de pessoas para o projeto de forma imparcial. A sua partilha será um pouco por todo o lado, como transportes, postes, semáforos, espaços públicos, com grande afluência de pessoas e permanência por algum período de tempo. Nesta ativação, é esperado que as pessoas cheguem à plataforma via telemóvel, sendo que a plataforma está também pensada para dispositivos móveis.

Resumindo, possíveis entradas para o website são: *QRCode* nas ruas; filtro nas redes sociais; *teaser* da curta-metragem acompanhado de *link*; repertório fotográfico de algumas imagens com *link*.

Todos estes elementos em sinergia esperam criar um espaço de diálogo e compreensão da temática em que os visualizadores são desafiados a pensar sobre a temática da saúde mental com empatia e respeito, valorizando esta causa e o projeto em questão.

7. Conclusões

O relatório de projeto apresentado resulta do percurso realizado no âmbito do Mestrado, no período de 2019-2022, para a obtenção do grau de mestre em Comunicação Audiovisual e Multimédia.

Em síntese, este projeto pretende contribuir na área da comunicação para atribuir uma voz às pessoas que vivem problemas de saúde mental, validando e reconhecendo os problemas associados à instabilidade emocional. O objetivo principal foi fazer parte do reforço de ações necessárias neste tema criando um projeto transmedia que opere em sinergia para o propósito comum de consciencialização para a depressão e ansiedade.

Embora a saúde mental tenha vindo, ultimamente, a ser mais discutida e abordada em esferas mediáticas, é com tristeza que se reflete acerca a falta de investimentos nesta área. É até de referir a dificuldade em encontrar informação sobre este tema, do ponto de vista estatístico em Portugal. Os recursos são escassos, desde profissionais de saúde que operem neste setor, a consultas no Serviço Nacional de Saúde, que permitam a todos os afetados tratar da sua condição sem impedimentos financeiros (CNS, 2019). Esta falta de apoios faz com que muitas pessoas vivam toda a sua vida com perturbações mentais sem conseguir aceder aos cuidados com a urgência que merecem, o que como já foi referido, pode ter consequências fatais e ou devastadoras.

Na tentativa de responder à necessidade de atuação compreende-se neste projeto as necessidades sociais, uma vez que todo o projeto foi baseado em testemunhos reais. O desafio de desenvolver uma representação da saúde mental através de um universo narrativo abrangente e diversificado faz com que a audiência absorva melhor estas mensagens. O SNS e a DGS referem que existe uma grande falha de comunicação sobre este tema e que existe ainda muito estigma social. Como as ações são demasiado lineares e não prolongadas no tempo, acreditamos que uma representação visual transmedia deste âmbito pode facilitar a compreensão do tema, sobretudo num publico jovem.

Através deste projeto, espera-se que se abra o diálogo e que a sociedade fale mais abertamente destes assuntos sem impedimentos sociais, solucionando alguns problemas de comunicação promovendo a procura por ajuda profissional e respetivo diagnóstico de doenças associadas à ausência de saúde mental. A partir desta iniciativa espera-se ajudar pessoas e incentivar quem está deprimido ou ansioso a procurar ajuda. Para quem não sente qualquer perturbação, do foro

psicológico, espera-se que estejam mais aptos a identificar sintomas em terceiros, tornado a sociedade mais ativa na luta contra a depressão.

Nesse sentido, foram desenvolvidos os conteúdos estipulados nos objetivos, tais como: curta-metragem, repertório fotográfico, página *web*, filtro de redes sociais e até uma exposição completando o grande objetivo de desenvolver um projeto transmedia. Contudo, foram encontradas bastantes limitações na construção do projeto uma vez que não havia orçamento nem equipa para concretizar os conteúdos. Foi um período bastante desafiante do ponto de vista de captação, pois todo o projeto foi realizado em contexto pandémico.

Dito isto, uma das perspetivas deste projeto é disseminá-lo a partir da participação em exposições e eventos audiovisuais nacionais tais como: Festival Curtas Vila do Conde, Leffest, Filmfest, Festival Novos Realizadores, Inshadow, entre muitos outros.

De facto, o repertório fotográfico já foi selecionado para integrar 13ª Edição do festival Inshadow, cuja participação contou com um conjunto de 5 fotografias cujo nome atribuído foi “ Um olhar sobre a saúde mental” e as fotografias estão, no momento da entrega desta dissertação em exibição no Espaço Cultural das Mercês, em Lisboa. Assim, espera-se participar, no próximo ano, no circuito de festivais de curtas-metragem e de fotografias. Além disso, a página *web* e o filtro para as redes sociais já se encontram online, por isso, espera-se que no futuro o projeto continue a crescer, e a ter mais notoriedade e participação do público.

Cabe destacar que toda a experiência de realização deste projeto foi bastante difícil uma vez que houve momentos em que foi muito árduo manter o distanciamento dos testemunhos e conteúdos desenvolvidos. Este tipo de assuntos requer atenção e reconhecimento social uma vez que a doença mental pode trazer episódios extremamente dolorosos para a vida das pessoas. A dor emocional é real e a sua representação visual foi o grande propósito deste projeto.

Por fim, espera-se que a metodologia utilizada sirva de inspiração para outros projetos que optem por uma narrativa transmedia, cuja intenção seja valorizar a experiência da audiência no processo de construção dos produtos.

8. Bibliografia

Ansiedade ou depressão: como reconhecer cada uma | CUF. (2021). Consultado a 2 Novembro 2021, from <https://www.cuf.pt/mais-saude/ansiedade-ou-depressao-como-reconhecer-cada-uma>

Anxiety. (2021). Consultado a 2 Novembro 2021, from <https://www.apa.org/topics/anxiety>

Arnaut, R. (2015). *Transmídia, Guia Audiovisual* [Ebook]. São Paulo: APRO - Associação Brasileira de Produção de Obras Audiovisuais, SP, Brasil. Última vez observado em [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a77638b6cb959f06633266e5bd1d0a4a/\\$File/7675.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a77638b6cb959f06633266e5bd1d0a4a/$File/7675.pdf)

Articular saúde mental e relações de gênero: dar voz aos sujeitos silenciados. (2021). Consultado a: 5 Novembro 2021, de: <https://www.scielo.br/j/csc/a/9wRPZFx33WbWTM4FjrsPLTp/?format=pdf&lang=pt>

Color Psychology (the “Colour Affects” system. (2021). Consultado em Novembro 2021, from <http://micco.se/wp-content/uploads/2010/05/Micco-Groenholm-on-Color-Affects-System.pdf>

Colour in branding - The Wright Theory and Colour Affects System. (2021). Consultado a 25 Novembro 2021, from <https://wearemarvellous.com/colour-branding-wright-theory-colour-affects-system/>

Conselho Nacional de Saúde. (2019). *Sem mais tempo a perder*. Lisboa, Portugal.

COORDENAÇÃO NACIONAL PARA A SAÚDE MENTAL, 2008. *PLANO NACIONAL DE SAÚDE MENTAL*. 2007—2016. [online] Lisboa: Coordenação Nacional para a Saúde Mental. Available at: <<http://www.acs.min-saude.pt/2008/01/18/plano-accao-servicos-de-saude-mental>> [Accessed 25 November 2021].

Depression. (2021). Consultado a Novembro 2021, from <https://www.apa.org/topics/depression>

Direção-Geral da Saúde, 2017. *PROGRAMA NACIONAL PARA A SAÚDE MENTAL 2017*. [online] Lisboa, outubro, 2017: Direção-Geral da Saúde. Available at: <<https://www.dgs.pt/portal-da-estatistica-da-saude/diretorio-de-informacao/diretorio-de-informacao/por-serie-883589-pdf.aspx?v=%3d%3dDwAAAB%2bLCAAAAAAABAARYszItzVUy81MsTU1MDAFAHzFEfkPAAAA>> [Consultado a 2 Novembro 2021].

Direção-Geral da Saúde. (2021). *GUIA TÉCNICO N.º 3: VIGILÂNCIA DA SAÚDE DOS TRABALHADORES EXPOSTOS A FATORES DE RISCO PSICOSSOCIAL NO LOCAL DE TRABALHO*. Lisboa: Ministério da Saúde. Direção-Geral da Saúde.

Documentação - Saúde Mental. (2021). R Consultado a 25 Novembro 2021, from <https://saudemental.min-saude.pt/documentacao/>

Field, S. (2008). *The screenwriter's workbook*. New York: Dell Publishing.

Europeia, C. (2005). *Green Paper* (H. Consumer Project, Ed.) [Revisão de *Green Paper*]. https://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/mental/green_paper/mental_gp_en.pdf

ICA. (2021 Consultado em 25 Novembro 2021, from <https://ica-ip.pt/pt/>

Marktest, 2021. *Os Portugueses e as Redes Sociais 2021*. Lisboa.

MCDONAGH, D., & DENTON, H.

Exploring the degree to which individual students share a common perception of specific mood boards: Observations relating to teaching, learning and team-based design. *Design Studies*, 26(1), 35-53, 2005.

Mental Atlas. (2017). [Ebook]. Consultado a 25 Novembro 2021, de <https://apps.who.int/iris/handle/10665/272735?locale-attribute=pt&>

MERONI, Anna. (ed.). *Creative Communities. People Inventing Sustainable Ways of Living*. Milan: Edizioni Polidesign, 2007.

OberCom – Observatório da Comunicação, 2019. *Media em Mudança Análise de relatórios de consultoras e entidades de investigação sobre o futuro dos media e da comunicação*. Lisboa.

Ornell F, Schuch JB, Sordi AO, Kessler FHP. “Pandemic fear” and COVID-19: mental health burden and strategies. *Braz J Psychiatry*. 2020;42:232-235. <http://dx.doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0008>

Pratten, R., 2015. *Getting started in transmedia storytelling*. 2nd ed.

PÚBLICO. 2021. *Um em cada cinco jovens entre os 15 e 24 anos mostram sinais de depressão*. [online] Available at: <<https://www.publico.pt/2021/10/05/mundo/noticia/cinco-jovens-15-24-anos-mostram-sinais-depressao-1979920>> [Consultado a 25 Novembro 2021].

Quivy, R. and Campenhoudt, L., 2008. *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.

Tavares, A., 2008. *A FOTOGRAFIA ARTÍSTICA E O SEU LUGAR NA ARTE CONTEMPORÂNEA*. [eBook] Available at: <http://www.revistasapiens.org/Biblioteca/numero1/A_fotografia_artistica.pdf> [Consultado em 25 Novembro 2021].

Unicef.org. 2021. *Search* | *UNICEF*. [online] Available at: <<https://www.unicef.org/search?force=0&query=mental+health&created%5Bmin%5D=&created%5Bmax%5D=>>> [Consultado em 25 Novembro 2021].

Visão, M. R. (2020). *A Grande Depressão*. <https://visao.sapo.pt/opiniao/2020-09-24-a-grande-depressao/>

Wang C., Pan R., Wan X., Tan Y., Xu L., McIntyre R.S., Choo F.N., Tran B., Ho R., Sharma V.K., Ho C. A longitudinal study on the mental health of general population during the COVID-19 epidemic in China. *Brain Behav. Immun.* 2020

World Antibiotic Awareness Week. (2021). Consultado a 2 Novembro 2021, from <https://www.who.int/campaigns/world-mental-health-day>

World Health Organization, 2013. *Mental health action plan 2013-2020*. Geneva, Switzerland.

World Health Organization, 2019. *Suicide in the world*.

World Health Organization, 2021. *Comprehensive Mental Health Action Plan 2013–2030*. Geneva, Switzerland.

World Health Organization, 2021. *Guidance on community mental health services*. Geneva, Switzerland.

World Health Organization. (2019). *Depression* (pp. 2,3,4).

9. Anexos

Folha de Exposição Inshadow 13ª Edição:

INSHADOW
LISBON SCREENDANCE FESTIVAL

LOCAL | VENUE
Espaço Cultural das Mercês

HORÁRIOS | SCHEDULE
26 NOV a 15 DEZ
26 NOV to 15 DEC



JOANA MIRIAM

Freelancer em Fotografia e Design desde a adolescência, atualmente em mestrado em comunicação Audiovisual e Multimédia, participa com um projeto que pretende valorizar e dar voz à Saúde Mental.

Freelancer in Photography and Design since her teenage years, currently working on her master's degree in Audiovisual and Multimedia Communication, she participates with a project that intends to value and give voice to Mental Health.



EXPOSIÇÃO
UM OLHAR SOBRE A
SAÚDE MENTAL
JOANA MIRIAM

O sentimento de impotência, a frustração, o sufoco interior que se manifesta na nossa linguagem corporal. A prisão da Luz, a incoerência, a ausência de transparência, o grito, manifestam-se neste projecto, através de luz e sombra.

The feeling of impotence, the frustration, the inner suffocation that manifests itself in our body language. The imprisonment of Light, the incoherence, the absence of transparency, the scream, are manifested in this project, through light and shadow.

Convite

INSHADOW

LISBON SCREENDANCE FESTIVAL

13ª edição | 2021

UM OLHAR SOBRE A SAÚDE MENTAL | 26 NOV | 18H30

EXPOSIÇÃO DE FOTOGRAFIA | JOANA MIRIAM

A Vo'Arte e o Espaço Cultural das Mercês convidam para a inauguração da exposição de fotografia *Um olhar sobre a Saúde Mental*, de Joana Miriam.

Entrada livre
Exposição patente de 26 de novembro a 15 de dezembro, 2ª a 6ª das 14h às 20h | Excepto fim-de-semanas e feriados

Espaço Cultural das Mercês
Rua Cecílio de Sousa 94, 1200-100 Lisboa

www.inshadowfestival.com | 914 040 471 | inshadowfestival@gmail.com

CONVITE



vo'arte REPÚBLICA PORTUGUESA ARTEPARTES 13ª edição 2021-2022 2ª Presidente da República LISBOA ECM

Website

WIX

Você está no modo visualização

[Voltar ao Editor](#) [Publicar](#)

Faça upgrade de seu site para remover anúncios Wix [Faça upgrade agora](#)

[Home](#) [Sobre](#) [Curta Metragem](#) [Fotografia](#) [Testemunhos](#) [Contato](#)

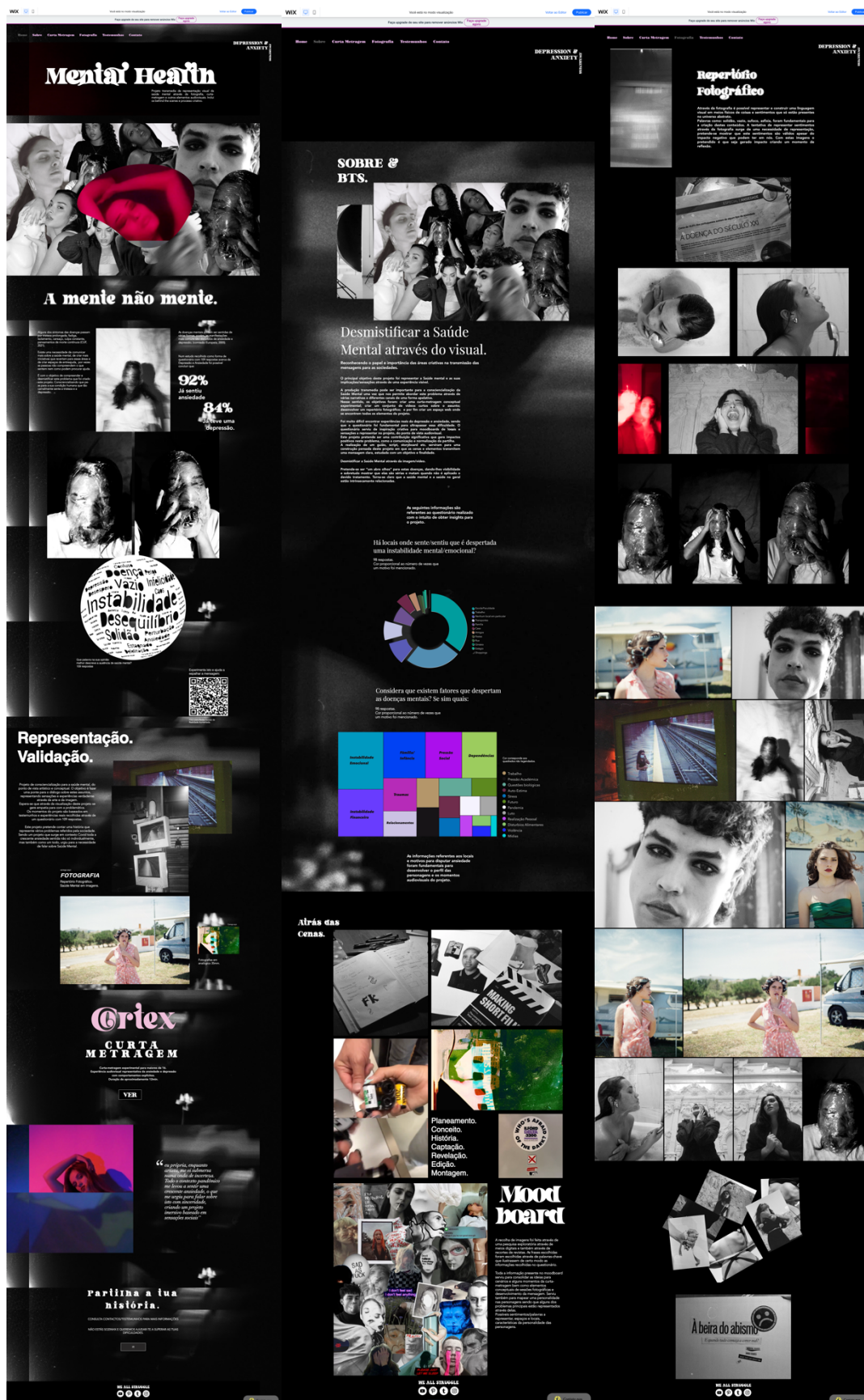
DEPRESSION & ANXIETY AWARENESS

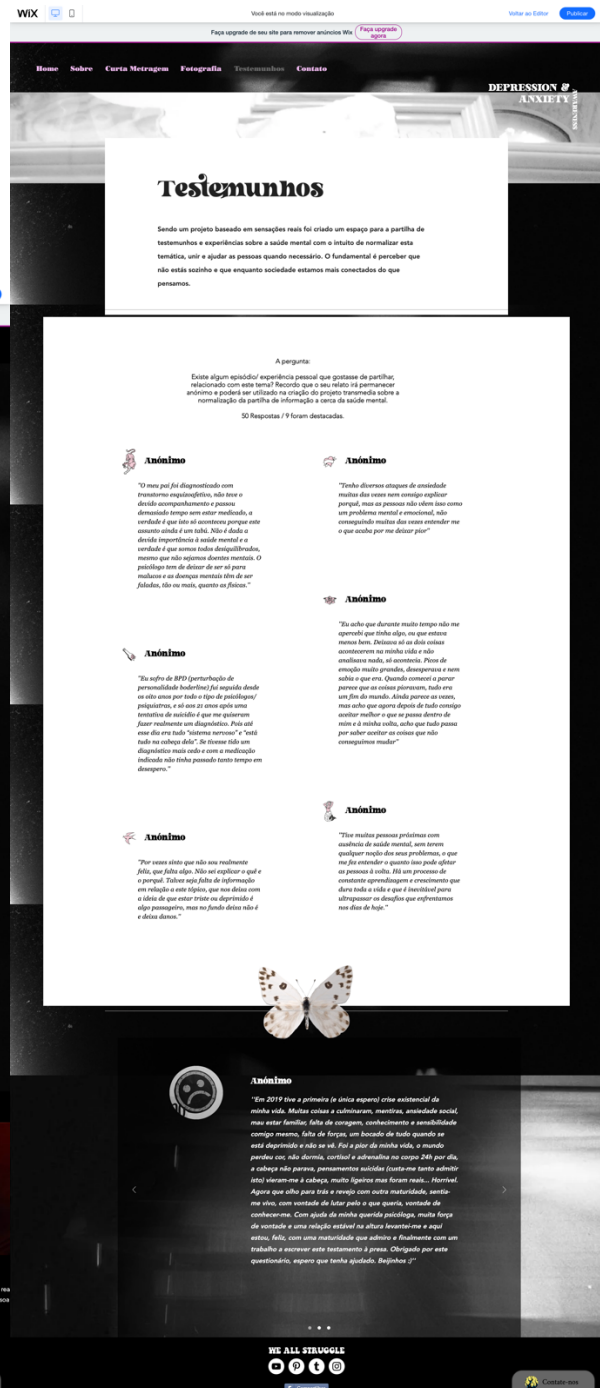
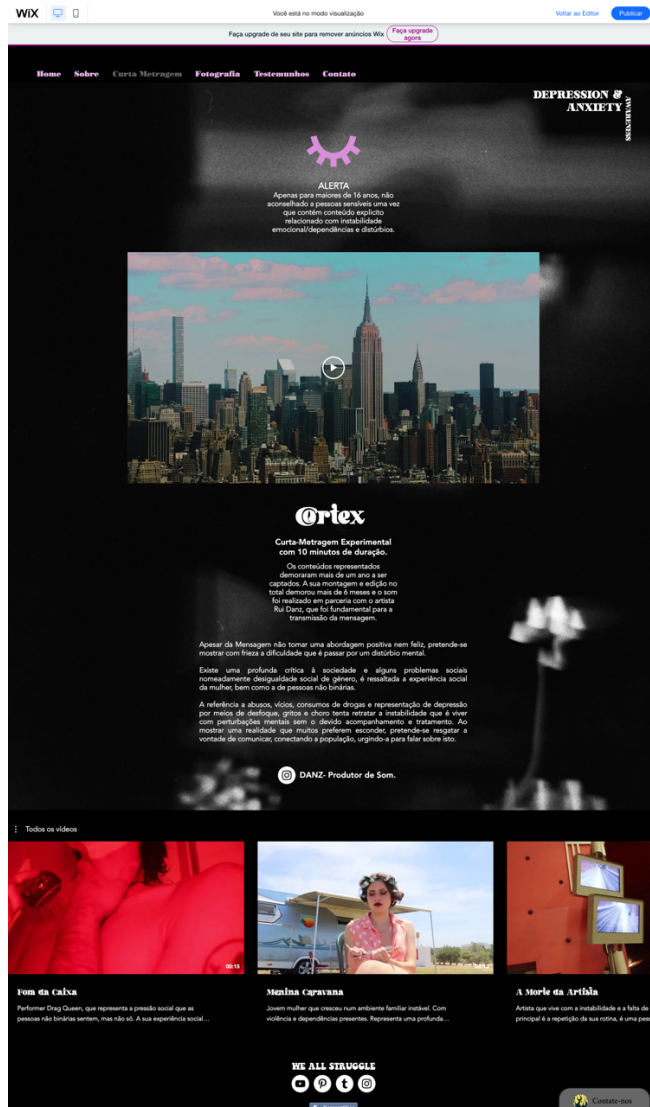
Mental Health

Projeto transmedia de representação visual da saúde mental através da fotografia, curta-metragem e outros elementos audiovisuais. Inclui os behind the scenes e processo criativo.



 Contate-nos





Contatos

SOS VOZ amica

Horário: Diariamente das 15:30
às 00:30

Contacto Telefónico: 213 544 545
| 912 802 669 | 963 524 660

CONVERSA amica

Horário: 15:00 – 22:00

Contacto Telefónico:
808 237 327 | 210 027 159

VOZES AMEAS DE ESPERANÇA DE PORTUGAL

Horário: 16:00 – 22:00

Contacto Telefónico:
222 030 707

TELEFONE DA AMIZADE

Horário: 16:00 – 23:00

Contacto Telefónico:
222 080 707

VOZ DE APOIO

Horário: 21:00 – 24:00

Contacto Telefónico:
225 506 070
Email: sos@vozdeapoio.pt

Existem muitos fatores que podem fazer com que precisas de ajuda e isso é normal.

Mais do que normal, é necessário. Enquanto Humanos a vida é uma experiência diferente para todos e há coisas fora do nosso alcance que nos fazem necessitar de terapia.

Se sentes que não estás bem, não hesites e contacta uma destas linhas de apoio.

Nós não somos a mesma pessoa que ontem e podemos ser uma melhor pessoa amanhã. Procura a ajuda necessária e conversa com um amigo ou familiar com regularidade.

E caso identifiques alguma bandeira vermelha em alguém dos teus círculos sociais procura ajudar como conseguires.

A mente não mente.
Atua pela tua.

B I U T |    

How can we do it better next time?

WE ALL STRUGGLE



 [Compartilhar](#)

 [Contate-nos](#)

Crie seu site WIX hoje mesmo!

Mental Health

Projeto baseado na metodologia Mental Health Art, criado por uma equipe de artistas, com o objetivo de criar uma ponte para o diálogo sobre estes assuntos, representando sensações e experiências verdadeiras através da arte e da imagem.



A mente não mente.

A doença mental pode ser definida de várias formas, desde a simples ansiedade, fobia, insônia, até a esquizofrenia, transtorno bipolar, entre outros (Lopes, 2015).



Alguns dos sintomas das doenças podem ser: tristeza prolongada, fadiga, isolamento, cansaço, culpa constante, pensamentos de morte constantes (Lopes, 2015).

Entre uma dificuldade de comunicar mais sobre a saúde mental, de criar mais iniciativas que possam ajudar essas áreas e de criar espaços de escuta, por isso as pessoas não conseguem lidar com a situação e que sentem mais como podem procurar ajuda.

É com o objetivo de compreender e desmistificar este problema que foi criado este projeto. Conscientizando que não se trata de uma condição humana que não pode ser tratada, mas sim a tristeza e a depressão.

Neste estudo realizado como forma de questionário com 100 respostas, sobre a Depressão e Ansiedade foi possível concluir que:

92%

A mente mente

84%

A mente mente





Experimente isto e ajude a espalhar a mensagem.



Filtro para Redes Sociais de Realidade Aumentada.

Representação. Validação.

Projeto de conscientização para a saúde mental, do ponto de vista artístico e conceitual. O objetivo é fazer uma ponte para o diálogo sobre estes assuntos, representando sensações e experiências verdadeiras através da arte e da imagem.

Espera-se que através da visualização deste projeto se gere empatia para com a problemática. Os momentos do projeto são baseados em testemunhos e experiências reais recolhidas através de um questionário com 100 respostas.

Este projeto pretende contar uma história que represente vários problemas referidos pela sociedade. Sendo um projeto que surge em contexto Covid toda a crescente ansiedade sentida não só individualmente, mas também como um todo, surge para a necessidade de falar sobre Saúde Mental.

Carrega aqui.

FOTOGRAFIA

Repertório Fotográfico. Saúde Mental em imagens.



Carrega aqui.



Fotografias em analógico 35mm.

Cortex

CURTA METRAGEM

Curta-metragem experimental para maiores de 16.

Experiência audiovisual representativa da realidade e mergulho nos sentimentos anímicos.

Duração de aproximadamente 12min.

VER

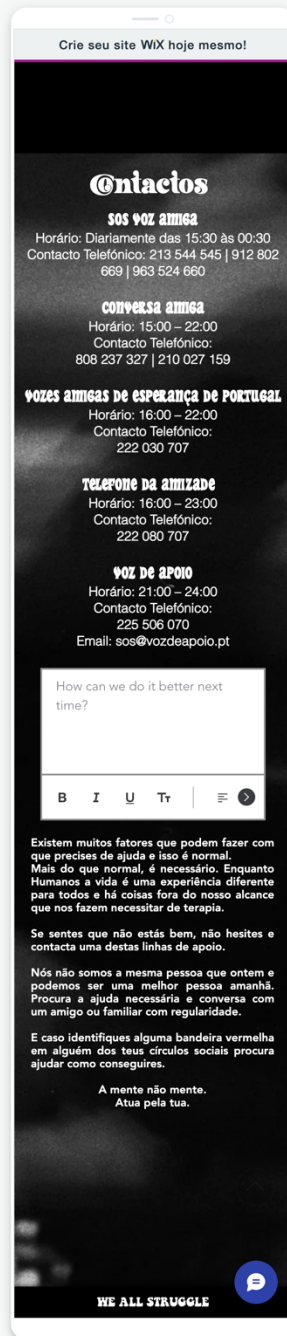


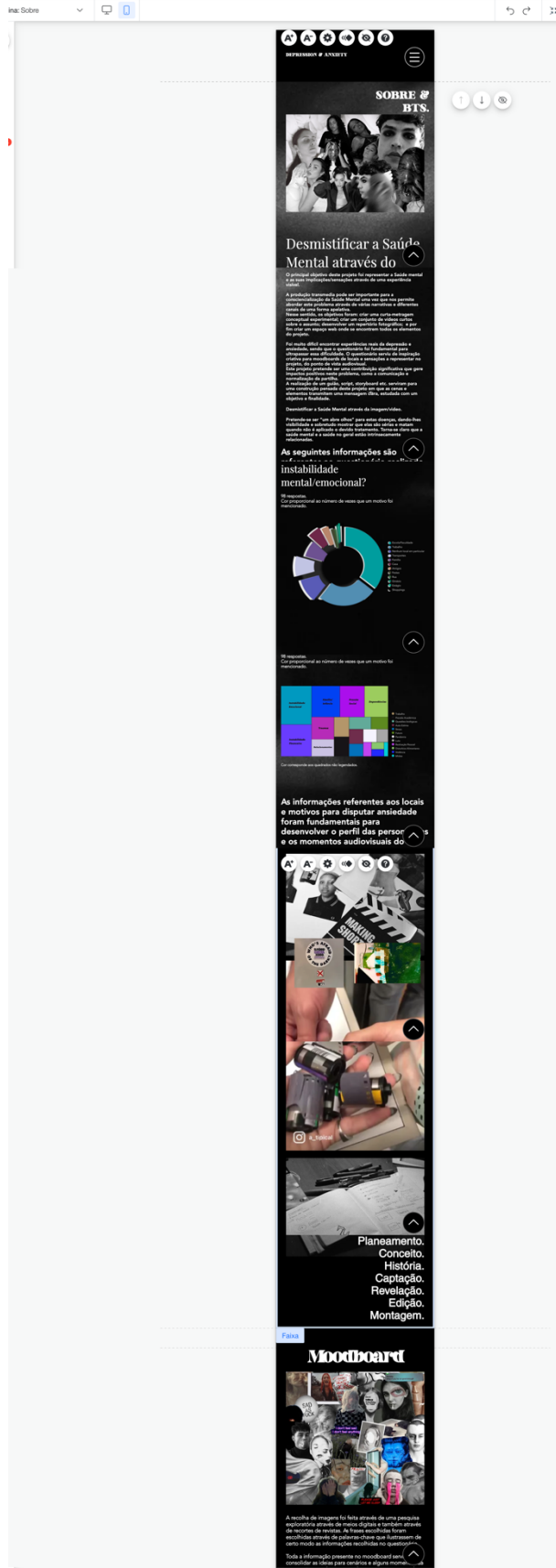
“

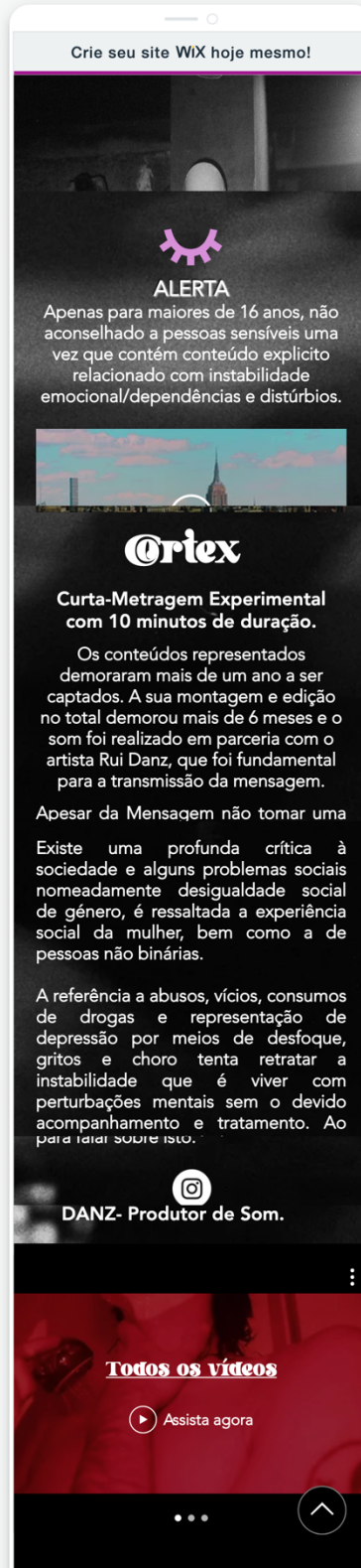
eu própria, enquanto artista, me vi submergir numa onda de incerteza. Todo o contexto pandêmico me levou a sentir uma crescente ansiedade, o que me obrigou para falar sobre isto com sinceridade, criando um projeto imersivo baseado em sensações sociais”

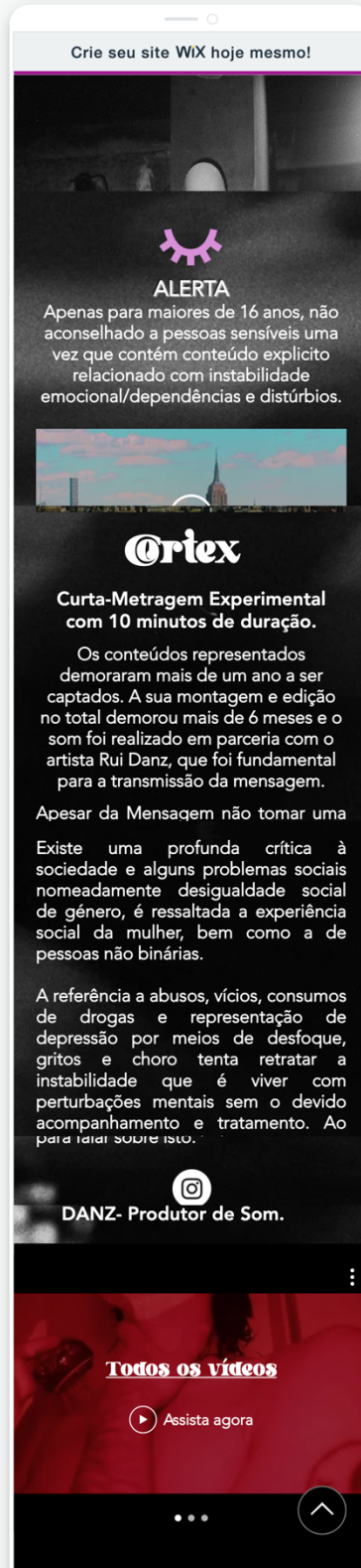
SABE MAIS

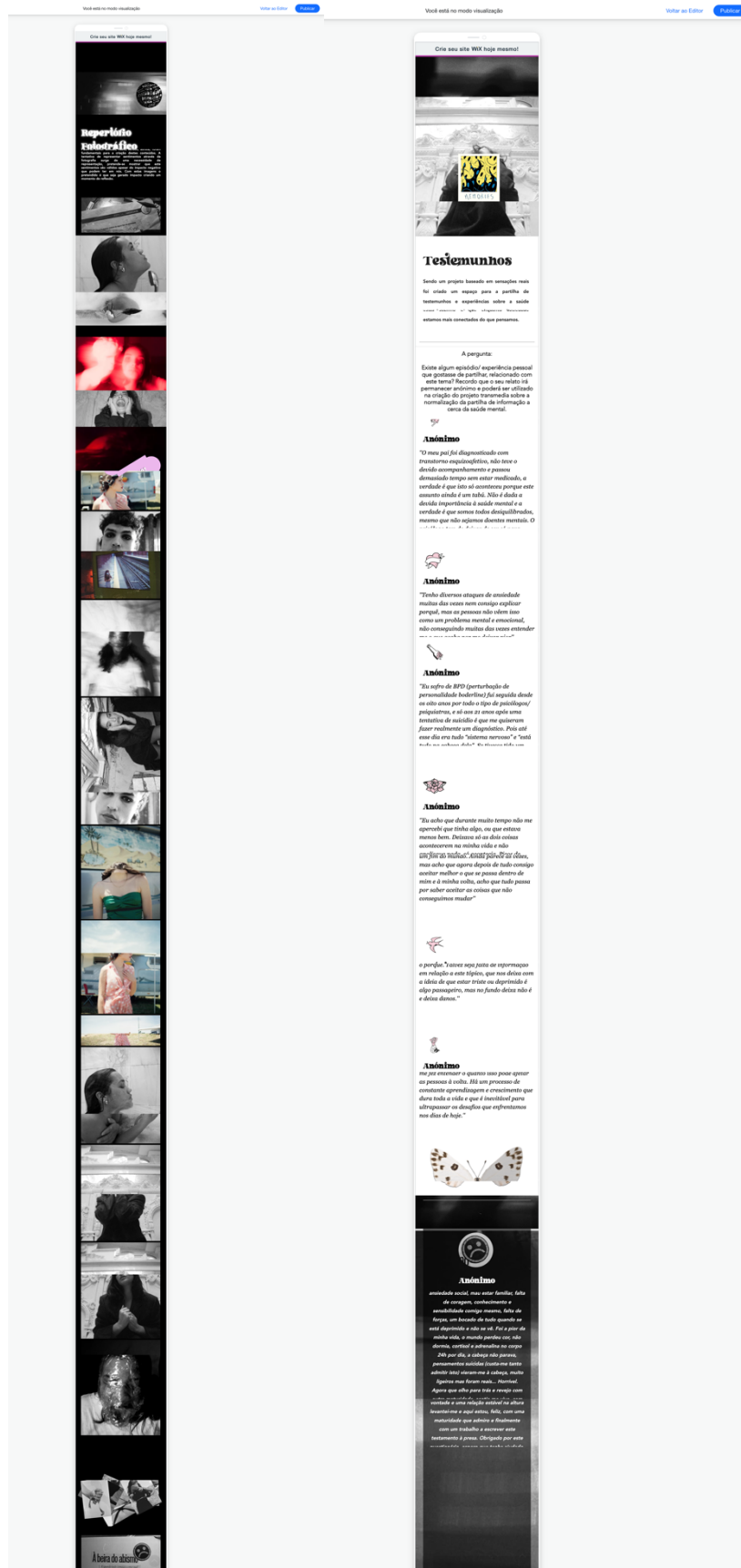
- 88 -











SCRIPT - duração: 12 minutos

Título DA CURTA: Córtex

Nome que tenha a mesma tradução e significado em PT e Inglês.

Mensagem de Portugal para o mundo:

Objetivo: participar em eventos audiovisuais internacionais.

CORTEX- nome associado ao cérebro e à mente

O início da curta-metragem sucede com a informação de que não é aconselhado para pessoas sensíveis e é referido o uso de luzes fortes.

Introduz o nome da curta com o seu título ''córtex''

1º ATO

1º cena

O primeiro ato começa com o aparecer das 3 personagens principais que se encontram num bar numa festa, neste primeiro momento aparentam estar todas felizes e não transparece qualquer instabilidade na sua linguagem corporal.

2º cena

Segue o momento em que se apresenta a primeira personagem ''Sara'' que se apresenta no conforto do seu lar a ler um artigo sobre ansiedade. Posto isto, existe um momento de reflexão da personagem em que se compreende que ela parece pensativa e relacionada com o com o diga o que acabou de ler.

3ºcena

apresentação da segunda personagem ''Patrícia'' cuja apresentação começa com o preparar de uma refeição. Não se compreendendo ainda o papel da comida nesta personagem. É representada a sua adição com tabaco uma vez que fuma constantemente. A personagem maquilha-se e prepara-se para o dia.

4ºcena

Apresentação da terceira personagem ''James'' que começa a cena a fazer a barba e a arranjar-se para o seu dia.

Mostra-se atarefado e é representada a bandeira LGBT no fundo do último plano.

5ºCena

Ainda no primeiro ato começa-se a sentir a velocidade do filme aumentar e apresentam-se as 3 personagens em momentos do seu quotidiano. existe a representação da personagem ''Sara'' em confronto com a sua rotina e uso recorrente de transportes. A personagem ''James'' termina de se vestir e prepara-se para sair. Remete para a adição da personagem Patrícia com o seu uso compulsivo pelo tabaco.

O primeiro ato termina com a introdução do distúrbio alimentar da personagem ''Patrícia''.

2º ATO

1ºcena

Introdução no segundo ato com fotografia analógica representantes de distúrbios alimentares em conjunto com a personagem que se mostra depressiva face à sua apresentação corporal.

2ºcena

Personagem Sara e personagem James começam a mostrar indícios de depressão através de elementos-chave do seu dia a dia em coisas tão simples como sair de casa ir para o trabalho voltar do trabalho, comer, dormir, trabalhar, comer, dormir, trabalhar. Grande ênfase nos transportes e nas deslocações a pé cujo confronto com possíveis assédios é possível. Representação da pressão social.

3º cena

Manifesta-se o aumento da velocidade visual bem como um aumentar das imagens por minuto representando a confusão e incoerência nos pensamentos depressivos.

4º cena

As personagens começam a manifestar claramente sintomas de ansiedade como o aumento da respiração pensamentos angustiantes recurso a substâncias nocivas para a saúde. Visualiza-se claramente um problema na jornada das personagens.

5ºcena

Introdução a adição de James com drogas pesadas nomeadamente o consumo por inalação de cocaína e drogas prescritas para a ansiedade.

Introdução a ataque de pânico das 3 personagens e possível surto psicótico.

6ºcena

Encontramos neste momento o ponto máximo de tensão em que as personagens parecem ter encontrado uma solução para a sua instabilidade que remete para o suicídio. neste momento as

personagens parecem ter desistido e procuram encontrar uma solução para terminar com a sua dor emocional.

7ª cena

Surgem indícios do possível desenrolar das próximas cenas tais como a morte das personagens cuja rotina não parece melhorar em nenhum momento. Personagem Sara encontra uma arma e passa momentos fixando o espelho na esperança de compreender o que realmente quer. A personagem ''Patrícia'' Continua repetitivamente com comportamentos bulímicos o que se manifesta em bastante transtorno. A personagens ''James'' introduz um estado drogado cujo recurso compulsivo a drogas parece ser remédio para a incapacidade de lidar com a própria realidade o que se traduz uma representação visual bastante caótica.

A instabilidade não apresenta melhorias e por esta razão as personagens parecem ter tomado uma decisão. Seguem imagens alusivas aos primeiros momentos da curta na tentativa de mostrar uma representação da rotina e de vários momentos das personagens.

8ª cena

Nesta cena as personagens assumem a sua decisão sendo que este a cena começa com a imagem de uma arma no grande plano o vídeo é seguido de um estrondo e de uma representação visual de um suicídio explícito através da primeira personagem ''Sara''. de seguida o som mostra-se abafado e remete para a personagem Patrícia debaixo de água que aparenta também ter perdido a vida. Neste seguimento, a personagem James representa também uma overdose após ter consumido drogas no nível compulsivo. Contudo aquando dos momentos dos suicídios houve uma representação de como aquela cena poderia fazer parte de um sonho e/ou pensamento de uma representação visual de outros momentos da curta com efeito visual sonhador.

9º cena

O ato 2 após ter atingido o máximo de intensidade, começa a diminuir a velocidade das imagens e depois eu tenho uma linguagem mais calma e ponderada terminando o segundo ato com a incerteza do que realmente aconteceu.

3ºATO

1º cena

Abre-se a primeira cena do terceiro ato com o voltar das rotinas das personagens em que, as mesmas retomam a vida cada uma da sua maneira. existe uma representação da rotina repetitiva novamente mostrando que é outro dia.

2º cena

as imagens passam com uma velocidade superior ao normal e apresentam todos os momentos de vídeo até um instante por várias vezes numa velocidade rápida e em várias texturas incluindo os momentos de máxima tensão como que a representar que este tipo de pensamentos acontece todos os dias e a todos os momentos por muito que não seja concretizado o pensamento de suicídio remetendo para a importância de manter contato com os nossos amigos e familiares uma vez que existem lutas invisíveis e cada um de nós passa por uma batalha interior.

3º cena

As personagens revivem vários momentos até a cena em que o James se apresenta numa casa de banho ainda a praticar comportamentos abusivos relacionado com o consumo de substâncias, remetendo para

a ideia de que nada melhorou em nenhuma das personagens. James sai da casa de banho e volta se encontrar com as 2 outras personagens no local da primeira cena do primeiro ato.

O objetivo desta cena é que o visualizador fico com a ideia que é outro dia na vida destas 3 pessoas que apesar de não manifestarem visualmente instabilidade emocional no seu íntimo e no seu conforto pessoal são 3 pessoas profundamente ansiosas e deprimidas. Termina-se assim o terceiro ato com uma Mensagem subliminar do que pode ou não acontecer quando não se resolve conflitos e emocionais.

ELENCO:

3 pessoas, 3 vidas diferentes e 3 rotinas.

Validação pela instabilidade emocional e representação visual de depressão e ansiedade.

O suicídio está entre as 20 principais causas de morte no mundo, sendo a segunda maior causa de morte da faixa etária de (15-29 anos)



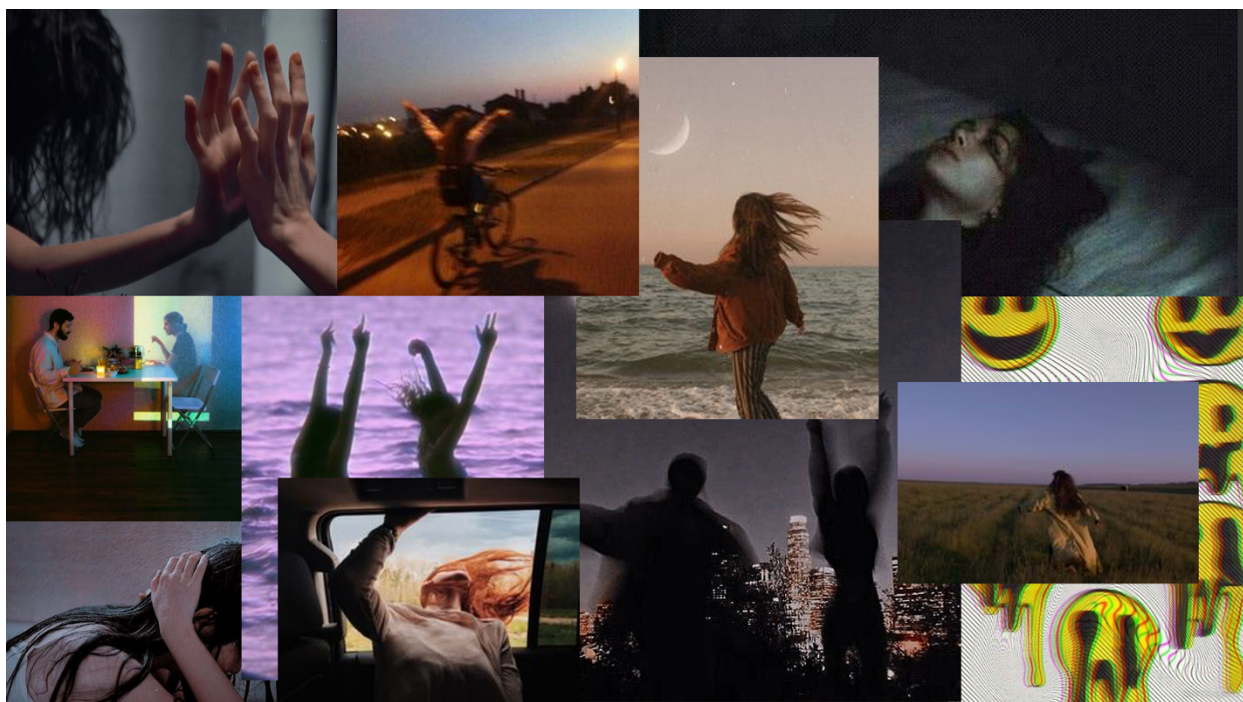
GUIÃO VISUAL

AESTHETIC
MOODBOARD
PALETTE DE CORES
CENAS & CENÁRIOS
TESTE SCRIPT

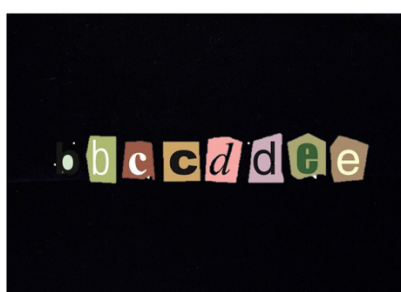
MOODBOARD

CENAS & CENÁRIOS

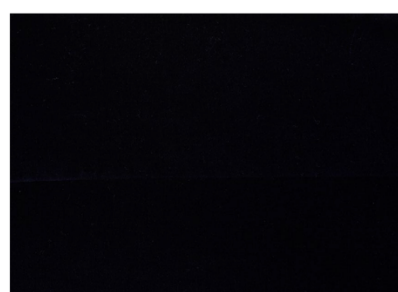
[illegible][illegible]



Os Começo com fundo preto



Entra a animação do Titulo

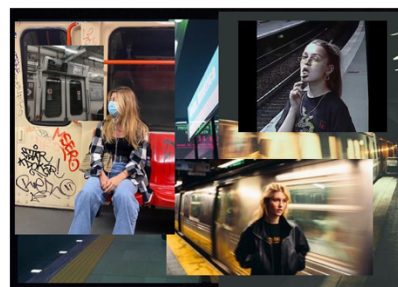


Voz off faz introdução.

30s



Primeiro momento das personagens, acordam, vestem-se e comem.



Vão trabalhar

60s

1.30s



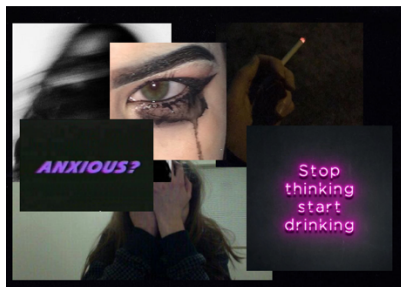
Rotina, Rotineira, que começa a acelerar.



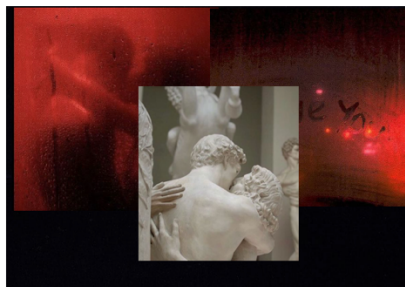
Ao fechar os olhos é iniciada uma viagem.



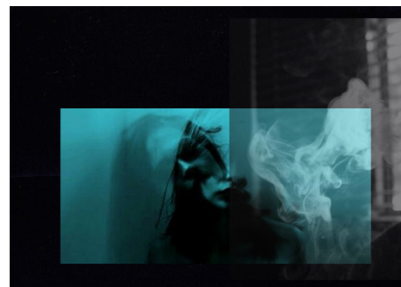
Viagem essa negativa e sombria.



É visível o ambiente deprimido

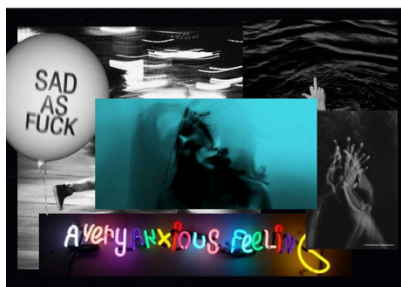


Representação de amor tóxico.



Paranoia e Solidão.

2.00s



Voz off recita um conjunto de sensações.

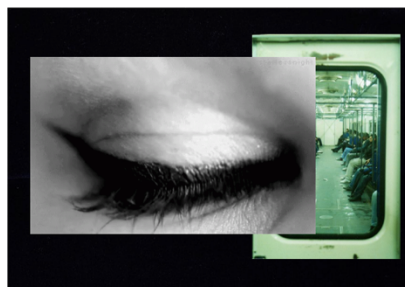


Segue-se o climax, representado por um suicídio implícito da qual surge um silêncio.

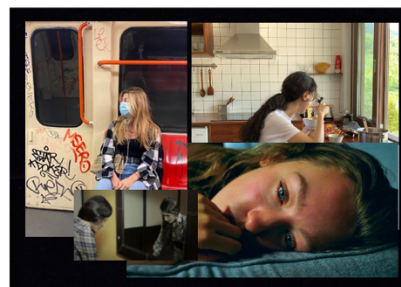
2.50s



Rewind para o momento do olhar.



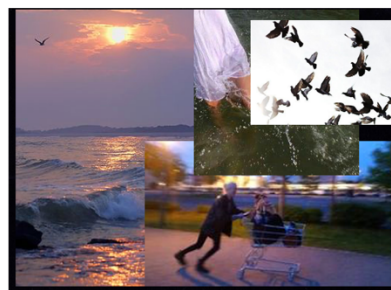
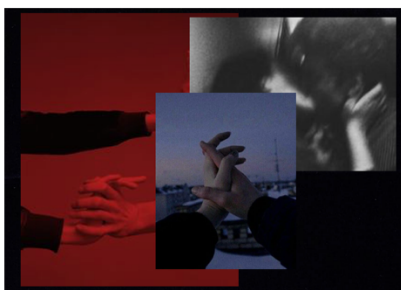
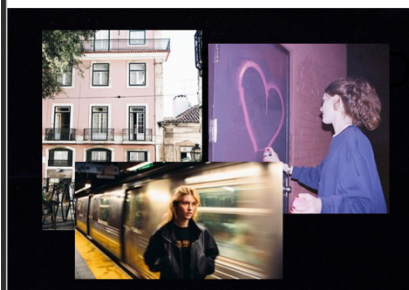
Banda sonora introduz mudança de tom.



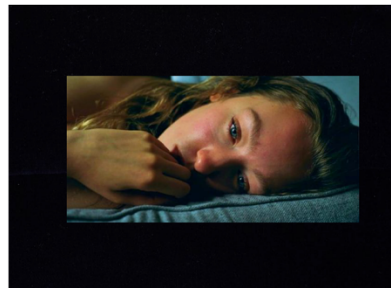
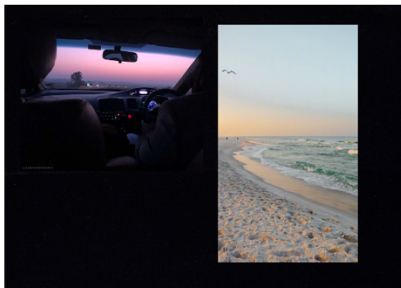
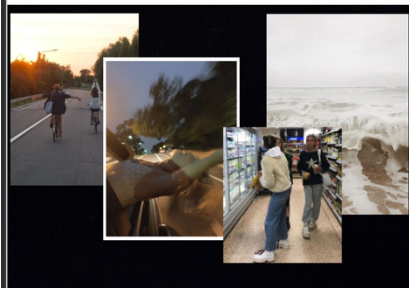
Repetição.

3.00s

5.30s



Conjunto de momentos e vivências com outras pessoas, _- mar, roadtrips, família e amigos

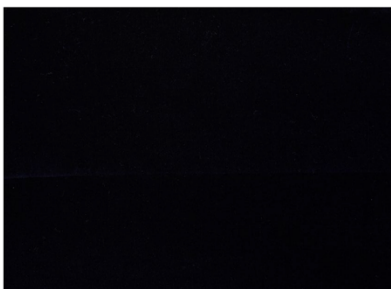
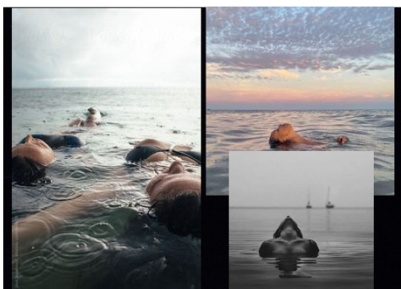


Sentimento de liberdade e presença de espaços naturais.

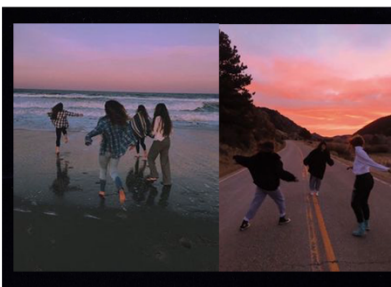
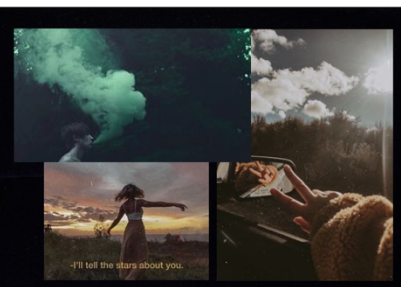
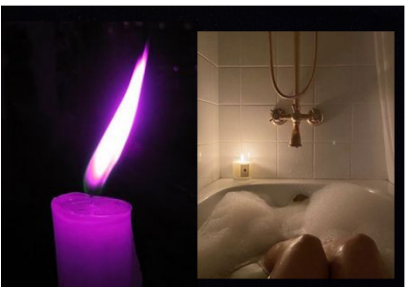
Planos mais pessoais, e termina no primeiro take.

6.00s

4.30s



Os momentos de calmos. Seguidos de pausas e reflexões.



Retoma da autonomia para um ponto de vista mais alegre.

5.00s

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**, poderá consentir no tratamento da sua imagem em fotografias e vídeos, pela Joana Miriam Rabaça Gonçalves, estudante na Universidade Europeia, para fins de divulgação de trabalhos académicos.

A Universidade Europeia, tem um Encarregado da Proteção de Dados designado, contactável através do e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Caso dê o seu consentimento, os seus dados pessoais serão tratados com respeito pela Política de Privacidade publicada em www.europeia.pt.

Enquanto titular dos dados pessoais, tem os direitos de direito de solicitar o acesso aos mesmos, a retificação, o apagamento, a limitação, a oposição, bem como do direito à portabilidade dos dados.

Para além disso, tem ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade de controlo e de retirar consentimento em qualquer altura, sem comprometer a licitude do tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado.

Todos os seus direitos podem ser exercidos através do seguinte e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Nádia Sofia Cadeira Pinto, portador do Cartão de Cidadão nº. 13913352, válido até 30/09/2025 consinto no tratamento dos meus dados, a título gratuito, em fotografias e vídeos captados no âmbito do trabalho de mestrado CórteX, um projeto transmedia, para (assinale com um X os tratamentos que deseja consentir):



Utilizar, filmar, gravar, fixar, transmitir, reproduzir, exibir e explorar comercialmente, por si ou mediante atribuição de licenças a terceiros, a qualquer momento e em qualquer lugar, por todas as formas e por qualquer meio de comunicação conhecido ou que venha a ser criado, nomeadamente através de via hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone fixo ou móvel, por fibra ótica, sistemas de vídeo-on-demand ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados ou não, para apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão e divulgação em todas as redes sociais, o meu nome, imagem, aparência, voz, fotografias, gravações áudio e audiovisuais, declarações, sons, prestações ou outro material biográfico ou pessoal, em tudo o que se relacione com as gravações hoje efetuadas;



utilização, em anos posteriores, dos mesmos dados, para campanhas futuras, nos mesmos termos e para os mesmos fins.

25 de Novembro de 2021

Nádia Pinto

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**, poderá consentir no tratamento da sua imagem em fotografias e vídeos, pela Joana Miriam Rabaça Gonçalves, estudante na Universidade Europeia, para fins de divulgação de trabalhos académicos.

A Universidade Europeia, tem um Encarregado da Proteção de Dados designado, contactável através do e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Caso dê o seu consentimento, os seus dados pessoais serão tratados com respeito pela Política de Privacidade publicada em www.europeia.pt.

Enquanto titular dos dados pessoais, tem os direitos de direito de solicitar o acesso aos mesmos, a retificação, o apagamento, a limitação, a oposição, bem como do direito à portabilidade dos dados.

Para além disso, tem ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade de controlo e de retirar consentimento em qualquer altura, sem comprometer a licitude do tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado.

Todos os seus direitos podem ser exercidos através do seguinte e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Sara Henriques, portador do Cartão de Cidadão nº 14739659, válido até 01 / 10 / 2026 consinto no tratamento dos meus dados, a título gratuito, em fotografias e vídeos captados no âmbito do trabalho de mestrado CórteX, um projeto transmedia, para (assinale com um X os tratamentos que deseja consentir):

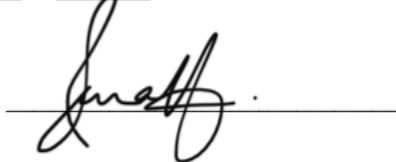


Utilizar, filmar, gravar, fixar, transmitir, reproduzir, exibir e explorar comercialmente, por si ou mediante atribuição de licenças a terceiros, a qualquer momento e em qualquer lugar, por todas as formas e por qualquer meio de comunicação conhecido ou que venha a ser criado, nomeadamente através de via hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone fixo ou móvel, por fibra ótica, sistemas de vídeo-on-demand ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados ou não, para apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão e divulgação em todas as redes sociais, o meu nome, imagem, aparência, voz, fotografias, gravações áudio e audiovisuais, declarações, sons, prestações ou outro material biográfico ou pessoal, em tudo o que se relacione com as gravações hoje efetuadas;



utilização, em anos posteriores, dos mesmos dados, para campanhas futuras, nos mesmos termos e para os mesmos fins.

25 de Novembro de 2021



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**, poderá consentir no tratamento da sua imagem em fotografias e vídeos, pela Joana Miriam Rabaça Gonçalves, estudante na Universidade Europeia, para fins de divulgação de trabalhos académicos.

A Universidade Europeia, tem um Encarregado da Proteção de Dados designado, contactável através do e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Caso dê o seu consentimento, os seus dados pessoais serão tratados com respeito pela Política de Privacidade publicada em www.europeia.pt.

Enquanto titular dos dados pessoais, tem os direitos de direito de solicitar o acesso aos mesmos, a retificação, o apagamento, a limitação, a oposição, bem como do direito à portabilidade dos dados.

Para além disso, tem ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade de controlo e de retirar consentimento em qualquer altura, sem comprometer a licitude do tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado.

Todos os seus direitos podem ser exercidos através do seguinte e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Patricia Mendes, portador do Cartão de Cidadão nº 15231247, válido até 25 / 10 / 2026 consinto no tratamento dos meus dados, a título gratuito, em fotografias e vídeos captados no âmbito do trabalho de mestrado CórTEX, um projeto transmedia, para (assinale com um X os tratamentos que deseja consentir):



Utilizar, filmar, gravar, fixar, transmitir, reproduzir, exibir e explorar comercialmente, por si ou mediante atribuição de licenças a terceiros, a qualquer momento e em qualquer lugar, por todas as formas e por qualquer meio de comunicação conhecido ou que venha a ser criado, nomeadamente através de via hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone fixo ou móvel, por fibra ótica, sistemas de vídeo-on-demand ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados ou não, para apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão e divulgação em todas as redes sociais, o meu nome, imagem, aparência, voz, fotografias, gravações áudio e audiovisuais, declarações, sons, prestações ou outro material biográfico ou pessoal, em tudo o que se relacione com as gravações hoje efetuadas;



utilização, em anos posteriores, dos mesmos dados, para campanhas futuras, nos mesmos termos e para os mesmos fins.

26 de Novembro de 2021

Patricia Mendes

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**, poderá consentir no tratamento da sua imagem em fotografias e vídeos, pela Joana Miriam Rabaça Gonçalves, estudante na Universidade Europeia, para fins de divulgação de trabalhos académicos.

A Universidade Europeia, tem um Encarregado da Proteção de Dados designado, contactável através do e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Caso dê o seu consentimento, os seus dados pessoais serão tratados com respeito pela Política de Privacidade publicada em www.europeia.pt.

Enquanto titular dos dados pessoais, tem os direitos de direito de solicitar o acesso aos mesmos, a retificação, o apagamento, a limitação, a oposição, bem como do direito à portabilidade dos dados.

Para além disso, tem ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade de controlo e de retirar consentimento em qualquer altura, sem comprometer a licitude do tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado.

Todos os seus direitos podem ser exercidos através do seguinte e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Diogo Gomes Conde

_____, portador do Cartão de Cidadão n.º 15728274, válido até 07/09/2022 consinto no tratamento dos meus dados, a título gratuito, em fotografias e vídeos captados no âmbito do trabalho de mestrado CórTEX, um projeto transmedia, para (assinale com um X os tratamentos que deseja consentir):



Utilizar, filmar, gravar, fixar, transmitir, reproduzir, exibir e explorar comercialmente, por si ou mediante atribuição de licenças a terceiros, a qualquer momento e em qualquer lugar, por todas as formas e por qualquer meio de comunicação conhecido ou que venha a ser criado, nomeadamente através de via hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone fixo ou móvel, por fibra ótica, sistemas de vídeo-on-demand ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados ou não, para apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão e divulgação em todas as redes sociais, o meu nome, imagem, aparência, voz, fotografias, gravações áudio e audiovisuais, declarações, sons, prestações ou outro material biográfico ou pessoal, em tudo o que se relacione com as gravações hoje efetuadas;



utilização, em anos posteriores, dos mesmos dados, para campanhas futuras, nos mesmos termos e para os mesmos fins.

25 de Novembro de 2021



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**, poderá consentir no tratamento da sua imagem em fotografias e vídeos, pela Joana Miriam Rabaça Gonçalves, estudante na Universidade Europeia, para fins de divulgação de trabalhos académicos.

A Universidade Europeia, tem um Encarregado da Proteção de Dados designado, contactável através do e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Caso dê o seu consentimento, os seus dados pessoais serão tratados com respeito pela Política de Privacidade publicada em www.europeia.pt.

Enquanto titular dos dados pessoais, tem os direitos de direito de solicitar o acesso aos mesmos, a retificação, o apagamento, a limitação, a oposição, bem como do direito à portabilidade dos dados.

Para além disso, tem ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade de controlo e de retirar consentimento em qualquer altura, sem comprometer a licitude do tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado.

Todos os seus direitos podem ser exercidos através do seguinte e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Asize Topal, portador do Cartão de Cidadão nº. 1kk647672, válido até 12/11/2023 consinto no tratamento dos meus dados, a título gratuito, em fotografias e vídeos captados no âmbito do trabalho de mestrado CórTEX, um projeto transmedia, para (assinale com um X os tratamentos que deseja consentir):

☐

Utilizar, filmar, gravar, fixar, transmitir, reproduzir, exibir e explorar comercialmente, por si ou mediante atribuição de licenças a terceiros, a qualquer momento e em qualquer lugar, por todas as formas e por qualquer meio de comunicação conhecido ou que venha a ser criado, nomeadamente através de via hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone fixo ou móvel, por fibra ótica, sistemas de vídeo-on-demand ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados ou não, para apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão e divulgação em todas as redes sociais, o meu nome, imagem, aparência, voz, fotografias, gravações áudio e audiovisuais, declarações, sons, prestações ou outro material biográfico ou pessoal, em tudo o que se relacione com as gravações hoje efetuadas;

☒

utilização, em anos posteriores, dos mesmos dados, para campanhas futuras, nos mesmos termos e para os mesmos fins.

25 de Novembro de 2021



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**, poderá consentir no tratamento da sua imagem em fotografias e vídeos, pela Joana Miriam Rabaça Gonçalves, estudante na Universidade Europeia, para fins de divulgação de trabalhos académicos.

A Universidade Europeia, tem um Encarregado da Proteção de Dados designado, contactável através do e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Caso dê o seu consentimento, os seus dados pessoais serão tratados com respeito pela Política de Privacidade publicada em www.europeia.pt.

Enquanto titular dos dados pessoais, tem os direitos de direito de solicitar o acesso aos mesmos, a retificação, o apagamento, a limitação, a oposição, bem como do direito à portabilidade dos dados.

Para além disso, tem ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade de controlo e de retirar consentimento em qualquer altura, sem comprometer a licitude do tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado.

Todos os seus direitos podem ser exercidos através do seguinte e-mail: direitos.dados@universidadeeuropeia.pt.

Inês Melgão

15001816 08/08/2022, portador do Cartão de Cidadão n.º _____, válido até ____/____/_____, consinto no tratamento dos meus dados, a título gratuito, em fotografias e vídeos captados no âmbito do trabalho de mestrado Córtes, um projeto transmedia, para (assinale com um X os tratamentos que deseja consentir):



Utilizar, filmar, gravar, fixar, transmitir, reproduzir, exibir e explorar comercialmente, por si ou mediante atribuição de licenças a terceiros, a qualquer momento e em qualquer lugar, por todas as formas e por qualquer meio de comunicação conhecido ou que venha a ser criado, nomeadamente através de via hertziana terrestre, satélite, sistemas de distribuição por fio ou cabo, por telefone fixo ou móvel, por fibra ótica, sistemas de vídeo-on-demand ou qualquer outro sistema, em circuito fechado, ou não, codificados ou não, para apresentação pública ou privada, incluindo a transmissão e divulgação em todas as redes sociais, o meu nome, imagem, aparência, voz, fotografias, gravações áudio e audiovisuais, declarações, sons, prestações ou outro material biográfico ou pessoal, em tudo o que se relacione com as gravações hoje efetuadas;



utilização, em anos posteriores, dos mesmos dados, para campanhas futuras, nos mesmos termos e para os mesmos fins.

25

____ de Novembro de 2021

DocuSigned by:

514386FBCD5E45B