

Programa:

1. Introdução às Teorias do Humor (Alívio, Superioridade, Incongruência, etc.); confronto entre estas abordagens e as dos próprios humoristas; A dificuldade em criar humor a partir da aplicação das referidas teorias, nomeadamente através de Inteligência Artificial (ou por que razão as piadas que têm tudo para o ser têm tudo menos piada, mostrando que o segredo do humor pode ser quase tão infável como o sentido da vida). Importância do investimento no Conhecimento e na Cultura para a criação de humor inteligente.

2. O meio de propagação do desenho de humor. Definição de públicos-alvo e de “nichos”. O trabalho para papel (jornais, revistas, etc.) e para os novos meios de comunicação sem suporte físico. Diferenças na abordagem e na técnica. Uso de meios tradicionais de desenho e de tecnologia digital; presença ou ausência de um “original”; vantagens e desvantagens de ambos os métodos e formas de aplicação. Como a Internet e a globalização vieram alterar a forma como o autor se relaciona com o mundo do trabalho e com o seu público potencial. Adaptação a técnicas de humor e narrativa que facilitem a inteligibilidade da tira cómica e do cartoon à escala global. Uso das redes sociais, blogs e outros meios de difusão global.

3. Inspiração; como nascem o humor e as ideias; técnicas a utilizar no processo criativo para desenvolver uma tira cómica e um cartoon. A questão artística; relevância ou irrelevância de um traço apurado. O trabalho editorial (em que o autor escolhe o tema e procede à sua execução, sem limites pré-determinados) e o de suporte (em que é necessário trabalhar em função de um texto ou tema específicos). Como funciona a relação entre o autor e o meio editorial. Censura e autocensura; limites ou a sua ausência.

4. O humor verbal e não-verbal; o uso da linguagem no caso particular da tira cómica; a importância da capacidade de síntese, tanto verbal como visual (“menos é mais”); trabalho a dois – argumentista e desenhador. Arrojo e confiança como elementos essenciais do desenho de humor. Tipos de personagens; a sua importância para o sucesso de uma tira cómica; técnicas para a sua criação e utilização; a repetição e os traços particulares como mecanismos de habituação do público a uma personagem.

5. Criação de uma tira cómica, seguindo todas as fases necessárias – definição do público-alvo; criação dos personagens; tipo de traço e de colorido ou preto-e-branco; execução em tempo real, pelo autor, do resultado do processo acima descrito.