

## **Onde está o Wally: onde está você nas redes sociais?<sup>1</sup>**

Marcela Lorenzoni da Rocha RABIN<sup>2</sup>

Nivia Maria KUREKE<sup>3</sup>

Julius Vinicius Marques NUNES<sup>4</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

A peça de ilustração *Onde está o Wally: onde está você nas redes sociais?* surgiu como um projeto integrado ao jornal laboratório do curso de jornalismo da universidade. Pela temática da edição, a respeito de redes sociais, e a consequente escassez de fotografias gerada pelo assunto pouco palpável, o desenho surgiu como uma opção viável e simpática ao público. Optou-se por um trabalho semelhante ao livro infantil *Onde está o Wally?*, em que o personagem precisa ser encontrado em meio a uma multidão – neste caso, com figuras que representassem cada uma das redes sociais mais utilizadas pelo leitor (Facebook, Twitter, Instagram, Orkut e Youtube). De página inteira, a peça foi produzida à mão e colorida e finalizada no programa de edição de imagem Adobe Photoshop.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ilustração; redes; sociais; Wally

### **1 INTRODUÇÃO**

Em uma cultura tipicamente imagética, o desenho, a charge, a fotografia recuperam sua importância dentro da comunicação. Sua relevância, ainda que inclua o aspecto estético de um produto, ultrapassa esses limites: a imagem torna-se parte essencial da transmissão de informações, tanto quanto o texto.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na categoria Jornalismo, modalidade Livro-reportagem (avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Jornalismo, email: mar\_lorenzoni@hotmail.com.

<sup>3</sup> Co-autora do trabalho e estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo, email: nivia.kureke@gmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: juliusnunes@gmail.com.

Neste contexto, cabe a ela a função de ambientar o consumidor de informação, mostrando o que o corpo da matéria explica detalhadamente. A imagem cria, portanto, uma ponte entre a linguagem e a realidade na qual o público está inserido (CATALÁ).

Para que esta conexão funcione efetivamente, é necessário que certos aspectos-chave sejam acrescentados no momento da criação da arte – marcos de tempo, espaço, cultura que ajudem na ambientação do receptor (MAGGIONI, 2009, p. 36). Conseqüentemente, produzem-se imagens que se aplicam a um determinado momento, em um determinado local, embora nem sempre possam ser compreendidas em longo prazo ou universalmente.

Munari (1997, p. 68) estabelece meios através dos quais é possível esquematizar a imagem para que ela assegure essas características:

Como primeiro passo, podemos dividir a mensagem em duas partes: uma é a informação propriamente dita, transportada pela mensagem, outra é o suporte visual (...) elementos que tornam visível a mensagem (...) textura, forma, estrutura, módulo e movimento. (MUNARI, 1997, p. 68)

Tal efeito ocorre porque a mensagem que parte de uma ilustração, por exemplo, não se encerra em si. Ela está sujeita à interpretação do leitor, cuja análise só será bem sucedida se forem encontradas as referências de que ele necessita. De acordo com Munari (1997, p. 68) “cada receptor, e cada um de modo diferente, possui algo que podemos definir como filtros, através dos quais a mensagem terá de passar para ser percebida”. Se executado com êxito, o desenho não deve prescindir o texto para o seu entendimento, mas sim falar com fôlego próprio.

Imagem e texto não podem ser analisados como complementares, tampouco como uma mesma plataforma. É o que explica Guaraldo (2006):

O que pode ser perigoso nessas tipologias é o risco de a relação entre imagem e texto ser compreendida como uma relação binária, uma via de mão única ou mesmo de mão dupla, sem levar em consideração que não se trata de referências ponto a ponto, mas de dois sistemas que têm um objeto em comum que lhes é externo. A interpretação de um sistema de signo em outro tem em mira aquilo que é o campo referencial comum de ambos os sistemas de representação. (GUARALDO, Laís, 2006, p.2)

A imagem, por conseguinte, possui características próprias que devem ser avaliadas independentemente do material textual que a acompanha. Dentro da comunicação e, mais especificamente, do jornalismo, esta divisão se faz de forma bastante demarcada: quando utilizada em comunhão com o jornalismo, ela costuma possuir um caráter altamente opinativo (excluem-se aqui a fotografia e o gráfico, ambos fora do enfoque deste projeto). Ao contrário de outros gêneros empregados na área – a reportagem, a entrevista, a nota – que primam pela informação pura e isenta, a charge, os quadrinhos e as ilustrações pertencem a uma segunda categoria, que permite a parcialidade. Em seção comum encontram-se a crítica, o editorial, a coluna, a resenha, o comentário, o artigo e a carta (MELO, 1994, p. 64).

A peça *Onde está o Wally: onde está você nas redes sociais?* apresenta características que possibilitam ambos os processos: a ambientação e a percepção de opinião, que serão analisadas adiante. A ilustração foi veiculada como capa do jornal *Comunicare*, produção laboratorial impressa do curso de jornalismo da universidade, a cargo de estudantes do 3º e 4º período, em agosto de 2012, edição número 209. A publicação até então era mensal e temática, trazendo, no volume em questão, todo o seu conteúdo voltado às redes sociais.

## **2 OBJETIVO**

O projeto surgiu com a premissa de criar uma capa diferenciada para o jornal, habituado a um padrão contendo manchete principal, uma foto de página inteira e de duas a quatro chamadas para matérias de destaque. Com esta remodelagem, o intuito foi de despertar um novo interesse do leitor, combinando informação através da imagem com o âmbito decorativo e interativo típico da ilustração.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A opção pelo desenho foi realizada como solução para dois impasses: a escassez de fotografias capazes de dialogar com o tema e a necessidade de torná-lo simpático para o leitor.

Durante o período de apuração para o jornal, os estudantes tiveram dificuldade em apresentar fotos diferenciadas para cada matéria, quando em quase unanimidade elas

abordavam acontecimentos virtuais, sem que estivesse presente o palpável para ser retratado. Por outro lado, reproduções de páginas on-line e telas de computador corriam o risco de afastar o público por seu teor técnico e pouco humano, diminuindo o fator apelativo da imagem.

Uma característica peculiar da visualidade é a maior velocidade da sua percepção em relação ao texto verbal. No percurso visual pela página impressa a fotografia, o título da matéria e a ilustração desempenham o importante papel de convite e condução do leitor ao texto verbal. Nesse contexto, a ilustração apresenta uma prévia leitura do seu conteúdo e seu ponto de vista sobre o tema, elegendo um aspecto particular do objeto, ou propondo a sua síntese. (GUARALDO, Laís, 2006, p.2)

Além disso, a relação com o livro de atividades infantil *Onde está o Wally?* também foi escolhida de modo a conquistar a atenção e a afabilidade do leitor. Sendo o principal público consumidor do Comunicare composto pelos próprios alunos da instituição, a utilização de um personagem que remetia à infância e à brincadeira foi apropriada para causar esta identificação.

#### **4 MÉTODO E TÉCNICAS UTILIZADOS**

No livro *Onde está o Wally?* o objetivo é localizar a figura de Wally em meio a multidões em diferentes cenários. Uma linha semelhante foi seguida na ilustração: o uso de muitos personagens em diversas situações que caracterizassem o comportamento típico em cada uma das redes sociais retratadas. Foram selecionadas as redes de maior acesso entre a população universitária – o Facebook, o Twitter, o YouTube, o Instagram e o Orkut.

A seguir, foi definido um traço marcante do usuário de cada uma destas redes, destacando o caráter humorístico da peça. Ao Facebook foram atribuídos os “baladeiros”, jovens em festas e rodeados de amigos; ao Twitter, os filósofos; ao YouTube, os vídeos (ou *vlogs*, vídeo blogs) de personagens revoltados; ao Instagram, aqueles que insistentemente tiram fotos de suas refeições para postá-las na internet e,

por fim, ao Orkut – já motivo de piadas pelo declínio de sua popularidade – as fotos constrangedoras, como as poses no espelho que se tornaram risíveis para o público jovem e outras situações consideradas embaraçosas.

Ressaltam-se, portanto, os dois vieses essenciais mencionados anteriormente. A ambientação, tanto pela temática atual quanto pelo traço remetente aos quadrinhos, e assim, familiar ao leitor, também pode ser observada pela caracterização dos personagens – as roupas, a atitude e o posicionamento. A opinião, parte intrínseca do desenho humorístico, aparece claramente na divisão das redes sociais e seus frequentadores.

Para obter os resultados desejados, o processo de produção foi dividido em duas etapas. Primeiramente, o traço foi feito manualmente, empregando o nanquim (figura 1). A seguir, a ilustração foi importada para o Adobe Photoshop, software em que foi colorida e finalizada para a impressão.



**Figura 1.** Ilustração *Onde está o Wally: onde está você nas redes sociais?*, em nanquim, antes do processo de coloração e finalização.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Previamente à impressão, a imagem sofreu ainda alterações para se ajustar ao meio em que seria veiculada. O processo de escolha de cores foi pensado de maneira a se adequar ao logotipo da publicação – em preto – e ao título da edição – em azul claro. O fato de o azul ser atribuído a grande parte das redes sociais conhecidas (em particular o Facebook, o Twitter e o Orkut, plataformas com grande número de usuários) foi outro incentivo à sua aplicação no padrão de coloração.

Esta etapa foi desenvolvida pela aluna Nivia Maria Kureke, então no 4º período e editora de capa do *Comunicare*. Após a finalização, a peça foi impressa e veiculada em jornal de formato tabloide. A impressão foi feita em quatro cores em papel jornal.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Não havia, no histórico de publicações do jornal laboratório *Comunicare*, um número significativo de materiais de arte permeando a produção textual, tampouco com um destaque de capa. A única ilustração constante em todas as edições era uma charge, posicionada juntamente ao editorial. Embora essas peças fossem raras, a publicação da edição de agosto não gerou estranhamento do público – pelo contrário, houve uma recepção positiva e uma curiosidade aparente por parte dos estudantes em decifrar a figura.

O cunho participativo da imagem é outro fator relevante para esta boa avaliação. Sendo instigados a encontrar a si mesmos dentro das redes, o interesse dos leitores pelo jornal era despertado automaticamente – a princípio, como forma de distração, passeando pelos personagens desenhados, mas, em seguida, redirecionando o enfoque para as informações periféricas: as chamadas de matérias que, conseqüentemente, levaram o leitor à parte interna do jornal e ao aprofundamento do assunto.

Observa-se, então, o papel da ilustração de, simultaneamente, servir em si mesma como informação e opinião e atuar como conexão entre o leitor e temas mais complexos. Conforme ressalta Catalá, as imagens não são empregadas “gratuitamente, por sua espetacularização, e sim porque estas se mostram muito mais capazes que o texto para servir de interface com os usuários”.

A imagem revalorizada não implica em uma perda para a linguagem escrita, nem que o texto deva definhir e desaparecer, mas sim que seus atributos comprovaram ser ferramentas úteis na comunicação e no entendimento do receptor.



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CATALÁ, Joseph M. La imagen y la representación de la complejidad. Disponível em: [http://www.mmur.net/teenchannel/era\\_digital/ponencies/j-catala.htm](http://www.mmur.net/teenchannel/era_digital/ponencies/j-catala.htm) Acesso em: 17 de abril de 2013

GUARALDO, Laís. A ilustração jornalística. UNIrevista, vol. 1, nº 3: julho 2006

MELO, José Marques de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1994

MAGGIONI, Fabiano. A charge jornalística: estratégias de imagem em enunciações de humor icônico. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/poscom/wp-content/uploads/2011/08/Fabiano-Maggioni-Disserta%C3%A7%C3%A3o-2009.pdf>  
Acesso em: 17 de abril de 2013

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 1997.