

A multimídia no website “A Fantástica Fábrica de Chocolate”¹

Maura da Costa e SILVA²
Denys SCHMITT³
Raquel SCREMIN⁴
Carolina XAVIER⁵
Suelen Colomby RIBEIRO⁶
Liliane Dutra BRIGNOL⁷
Universidade Federal de Santa Maria, RS

RESUMO

O website “A Fantástica Fábrica de Chocolate” foi criado durante a disciplina de Produção Editorial em Hiperfídia, do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, da UFSM, com o intuito de repensar as funções de um editor em tempos de expansão do consumo das mídias digitais interativas. A partir da discussão conceitual sobre narrativas transfídia e produção colaborativa, o projeto constitui-se como um site que visa atrair leitores dos livros de Roald Dahl para que descubram curiosidades da obra através de conteúdos multimidiáticos e interativos.

PALAVRAS-CHAVE: multimídia; hiperfídia; website; produção editorial.

1 INTRODUÇÃO

Durante a disciplina de Produção Editorial em Hiperfídia, realizada no segundo semestre do ano de 2013, foi proposta a avaliação prática do conteúdo referente a narrativas transfídias e a produção colaborativa, que consistia na criação de um website que permitisse ao internauta ter acesso a diferentes mídias com conteúdos relativos a determinado livro.

Para a realização do website, utilizou-se o livro *A Fantástica Fábrica de Chocolate*, publicado em 1964 sob a autoria de Roald Dahl. A obra narra a história de Charlie, menino pobre cujo maior desejo é conhecer a famosa fábrica de chocolates do Sr. Willy Wonka.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Produção multimídia.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, email: maura.c.silva@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, email:

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, email: raquelscremin@gmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, email: carol_shuxa@hotmail.com

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, email: suelencolombyribeiro@gmail.com

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, email: lilianebrignol@gmail.com

Após um concurso mundial no qual cupons dourados são distribuídos aleatoriamente nas barras de chocolate comercializadas, cinco crianças, entre elas Charlie, são escolhidas para uma gloriosa visita à fábrica. O livro possui linguagem acessível e é marcado por detalhadas descrições de cenários e personagens. Apesar de destinada a jovens e crianças, a história cativa também os adultos. Sua repercussão positiva gerou duas adaptações para o cinema, a primeira em 1971 e, a mais recente, em 2005.

A proposta do produto multimídia é servir como conteúdo extra à obra de Roald Dahl, reunindo informações arquitetadas de forma dinâmica, satisfazendo os fãs e conduzindo novos leitores até a obra.

2 OBJETIVO

Como objetivo principal, delimitamos a experiência do editor com produtos multimídias, fugindo da ideia de editoração ligada somente aos produtos impressos. Concomitante a isso, buscamos promover a apresentação da obra de forma dinâmica e hipermediática, incentivando sua leitura. Assim, fornecendo conteúdo expandido para os fãs da obra ávidos por novidades e para novos interessados nesse segmento de literatura.

Além disso, visamos o resgate das adaptações que a história recebeu ao longo das décadas. Desta forma, o projeto visa permitir a expansão da obra originalmente impressa, aproximando-a a outras linguagens e formatos de conteúdo, de modo a promover uma aproximação com seus diferentes públicos leitores.

3 JUSTIFICATIVA

Em 1994, a multimídia, o hipertexto e a hiperídia começaram a circular pelo país, ainda sem um consenso definido sobre ambos. Algumas pessoas baseiam-se no conceito mais globalizado de multimídia, que a entende como a união de diversos segmentos da comunicação em um ambiente digital.

Tanto a multimídia, como a hiperídia tem suas linguagens calcadas no verbal, visual e sonoro. Porém, a multimídia tem sido caracterizada como a técnica de produção de textos híbridos pelo computador.

É a mistura de bits que caracteriza a multimídia. Mas foi somente a partir da digitalização que foi possível praticar essa mistura, desse modo o texto não fica restrito ao papel, o filme não é delimitado pela película e o som não precisa necessariamente de uma fita magnética.

Atualmente, nos deparamos com mudanças nas formas de comunicar decorrentes do fenômeno da digitalização e da interação social que foram possibilitadas pela internet. Nosso trabalho reflete a questão que permeia a comunicação hoje: mudaram-se as mídias ou as narrativas?

Na produção do website *A Fantástica Fábrica de Chocolate*, utilizamos novas mídias que remetem aos “velhos” meios de comunicação. A narrativa apresentada é dotada de hipertextualidade e interatividade, não sendo somente regida pelo emissor. Nestes novos formatos midiáticos – nosso site, um deles –, o receptor tem a possibilidade de interagir com o meio.

O hipertexto tem como características a estrutura descentralizada dos conteúdos, a leitura não sequencial, sem uma ordem que determine a leitura do texto. Existe também maior interatividade entre o usuário e o sistema, e ainda há redefinição dos papéis de autor e leitor. Além disso, o hipertexto une palavras, imagens, infográficos, sons, ou seja, uma narrativa em camadas, ampliando as possibilidades de interpretação (SCOLARI 2008).

A base inicial de nosso trabalho foi o livro de Roald Dahl. A partir disso, agregamos características das adaptações cinematográficas da história, concedendo à narrativa diferentes dimensões dentro do mesmo ambiente. Com hipertextos, com a linguagem voltada para a web e baseando-nos nos princípios de multimídia, geramos atrativos para o “leitor-espectador-internauta”, que Canclini (2008) define como um usuário sedento por novidades que não se contenta apenas em ser um leitor ou espectador tradicional. Assim,

a conversão dos textos em um formato digital facilita não só a reprodução e distribuição, sem perda de qualidade, mas também a fragmentação, manipulação, combinação e recomposição de seus elementos. O fato é que esse processo possibilita dinâmicas de produção, distribuição e consumo de conteúdos de uma maneira mais horizontal, interacional entre as instâncias produtoras e de recepção gerando uma ambiência midiática. (KIELING, 2009)

Podemos dizer que o website *A Fantástica Fábrica de Chocolate* tem como princípios a convergência e a transmidiação, pois “desenvolve-se através de múltiplos suportes

mediáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (Jenkins, 2008). O website serve como reunião de conteúdos de duas mídias tradicionais: o livro impresso e o cinema, configurando-se como uma forma de apresentação de conteúdos voltada para o ciberespaço. Ainda utilizando a reflexão de Jenkins, destacamos características relacionadas

ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que define transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2008, p.29)

As novas formas de comunicação digital promovem uma dimensão hipertextual às narrativas, proporcionando o surgimento de novas dinâmicas tanto na produção quanto na recepção dos conteúdos editoriais. Com os conceitos de Jenkins sobre narrativas transmídias, podemos concluir que elas são frutos dos novos hábitos de consumo de entretenimento e cabe ao editor usá-las em seu campo de atuação profissional para poder chamar a atenção dos leitores.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A questão norteadora do trabalho surgiu a partir da leitura de textos de Jenkins, Scolari e Canclini, os quais nos proporcionaram a reflexão de como seria um website que privilegiasse internautas, leitores e espectadores de uma obra juvenil e seu universo narrativo criado por cada mídia utilizada no site.

Primeiramente, criou-se o cronograma de atividades semanais. O site começou a ser pensado somente após a pesquisa, coleta e produção de todos os conteúdos. Para coletarmos todas as informações, pesquisamos no próprio livro, nas adaptações cinematográficas e em sites criados por fãs, com a intensão de reunir em uma única plataforma as diversas transmídiações dessa narrativa.

A plataforma Wix foi escolhida para hospedar o site, pois possibilitou recursos mais interativos, dando mais “movimento” as páginas, com seu padrão em HTML 5. Assim,

permitindo maior exploração de conteúdos visuais, audiovisuais e textuais, para o projeto se adequar ao conceito de multimídia. Dando ao site a seguinte URL: <http://afantasticafabrica.wix.com/afantasticafabrica>.

Após o período de pesquisa e da definição da plataforma que hospedaria o website, esboçamos a arquitetura da página e mapeamos as seções, distribuindo os conteúdos de forma acessível para o internauta.

Decidimos por um layout moderno com cores neutras, mas significativas para o conteúdo trabalhado. Distribuimos as seções em um menu no topo da página para facilitar a navegação sem causar estranheza no leitor.

Todas as imagens disponíveis no site foram editadas no programa Adobe Photoshop. Os vídeos foram disponíveis com o link direto para o Youtube. Além disso, há links para conteúdos externos, como o site do autor e de seu fã clube.

Para o Quiz, utilizou-se o aplicativo Proprofs. Na seção de “filmes” pesquisamos os pôsteres lançados para os filmes de 1971 e 2005, editando as imagens para o formato de cubo e utilizando uma ferramenta que realiza movimentos, disponibilizada diretamente pela plataforma Wix.

Além disso, selecionamos partes do livro em que o autor melhor descrevia as salas da fábrica. E após a seleção, contamos com a ajuda do Estúdio 21 para a gravação das descrições, privilegiando assim, a linguagem sonora, na tentativa de proporcionar acessibilidade a página.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O site “A Fantástica Fábrica de Chocolate” tem como público-alvo os leitores da obra de Roald e os internautas curiosos sobre a história. Para atrair os olhares desses dois grupos, utilizaram-se as seções “personagens” e a “fábrica” para contextualizar o desenrolar da história para quem ainda não leu o livro. Com os “extras” e o “quiz” tentamos captar os olhares dos já leitores ávidos por ainda mais novidades, proporcionando momentos de imersão na fábrica de Willy Wonka.



Figura 1: Header da página inicial do site

Criamos uma identidade visual própria, com fundo marrom escuro remetendo a cor do chocolate e a arte e a tipografia (Chocolate Factory) personalizada também de acordo com a matéria prima da fábrica Wonka.

A arquitetura do site é destrinchada com o seguinte índice de páginas: Home, Livro, Autor, Filmes, A Fábrica, Personagens, Quiz, Extras e Equipe. Com essa divisão de menus conseguimos melhor dispor os conteúdos para o público, assim, facilitando sua navegabilidade.



Figura 2: Menu principal do site

Na Home, para instigarmos o público, colocamos a passagem do livro em que Wonka decide abrir sua fábrica para visitação de cinco crianças premiadas com o bilhete dourado e como ilustrao do fato utilizamos uma foto da cena do filme de Tim Burton, por ser algo mais atrativo visualmente.



Figura 3: Imagem do filme de Tim Burton ilustrando a página "Home"

Para a página destinada ao livro, disponibilizamos em uma galeria as imagens das capas de edições lançadas da obra ao longo dos anos. E para situarmos o leitor, acrescentamos breves informações do livro.

Para o autor reservamos um espaço especial no site, colocando em sua página uma breve biografia e o link para acesso do site criado por seus fãs.

As adaptações cinematográficas também estão presentes em nosso website, com resenhas das duas versões da obra para o cinema. A primeira lançada em 1971, pelo diretor Mel Stuart e a segunda adaptação lançada com a direção de Tim Burton em 2005.

Disponibilizamos os trailers na seção “Filmes” e utilizamos um aplicativo que possibilitou a disposição dos pôsteres com movimento, sendo algo inovador e chamativo.



Figura 4: Página com as adaptações cinematográficas

Com a ideia de proporcionar ao público uma imersão na história através do desbravamento da fábrica, disponibilizamos áudios com narrações de trechos do livro que remetem ao cenário, privilegiando também a acessibilidade.



Figura 5: Página que contém os áudios que descrevem a fábrica

Na página de personagens, há uma grade com as ilustrações de personagens do livro e com sua respectiva nomeação. Ao clicar no personagem escolhido, o leitor terá uma pequena descrição retirada do livro e ao lado direito haverá um gif com imagens das personalidades nos dois filmes em uma nova página. Para que assim, o leitor possa ver como cada personagem é moldado em distintas mídias.

O quiz permite que o leitor/internauta possa testar seus conhecimentos sobre o livro e as adaptações cinematográficas da obra, possibilitando certa interatividade, mesmo que simples. Em “Extras”, o público encontra mais sobre as obras do autor, programas de TV e musicais inspirados na história. Com uma linguagem acessível e recursos audiovisuais.

E por fim, a página “equipe” é destinada aos organizadores do site, com suas fotos e os links para suas redes sociais. Além disso, contém as informações acadêmicas da disciplina no qual foi desenvolvido o projeto, ressaltando seu caráter acadêmico e não lucrativo.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o trabalho conseguimos desempenhar os papéis de editores no contexto das mídias digitais: pensando além do livro impresso e produzindo conteúdos para atrair o leitor. A partir da criação do site foi possível explorar o universo da hipermídia em produção editorial, em que a obra literária abre espaço para linguagens hipertextuais e baseando-se também no conceito de multimídia e convergência.

Dessa forma, conseguimos apresentar a obra de forma dinâmica e hipermidiática, servindo como estímulo à leitura do livro em questão aos internautas e leitores, pois foi possível fornecer conteúdos expandidos para os fãs e resgatar as adaptações que a história recebeu ao longo das décadas.

Como ponto forte do trabalho, podemos citar a interatividade que o site possibilita ao internauta, tornando-o mais íntimo da história, o que pode ser comprovado com o quiz. Para trabalhos futuros, pensamos em explorar ainda mais o conceito de interatividade, proporcionando jogos e aplicativos para celulares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, Nestor Garcia. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

DAHL, R. **A Fantástica Fábrica de Chocolate**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

GARCIA, J.; KIELING, A. **Digitalização: mudam as narrativas ou os meios?** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1870-1.pdf>

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento: sonora, visual, verbal**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Barcelona (ES). Ed. Gedisa, 2008