

por Luiz Agner Caldas

Ilustrador e Mestre em Design pela PUC-Rio. Designer do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e professor da UniverCidade



Publicação do IBGE
ISBN - 85-240-2023-7

PARA QUE AS PESQUISAS SÓCIO-ECONÔMICAS POSSAM SE TORNAR RETRATOS DO PAÍS, A POPULAÇÃO PRECISA COLABORAR COM INFORMAÇÕES E RECEBER OS PESQUISADORES EM SUAS CASAS - APESAR DE SUAS EVENTUAIS RESISTÊNCIAS. NESSE CONTEXTO, OS QUADRINHOS E O HUMOR GRÁFICO PODEM DESEMPENHAR UM IMPORTANTE PAPEL DE COMUNICAÇÃO.

Quadrinhos que abrem as portas

Luiz Agner



O IBGE lançou sua pesquisa de orçamentos familiares. O objetivo é descobrir quanto dinheiro é gasto pelas famílias brasileiras e classificar as receitas e as despesas domésticas, de acordo com faixas de renda. São investigados gastos com alimentação, higiene, transportes, viagens, impostos, brinquedos, cultura etc. Mil entrevistadores visitaram 60 mil domicílios e permaneceram em campo, até meados do ano 2003.

Para que essas pesquisas tornem-se um retrato do Brasil, é preciso que a população colabore, que receba em suas casas os entrevistadores, e que

forneça as informações necessárias. Foi importante definir uma estratégia de comunicação para auxiliar os pesquisadores a superar as resistências da população.

Estratégia de comunicação

Entre outros projetos, optou-se pela criação, editoração e produção de uma cartilha na forma de quadrinhos, para ser distribuída com os demais impressos (questionários, fôlderes, pôsteres etc.), tendo como público-alvo crianças e adolescentes. A criação do gibi "A Turma da Pesquisa" visou a esclarecer a

As ilustrações do gibi "A Turma da Pesquisa" foram criadas por Luiz Agner. A arte-final da capa teve a participação de Renato José Aguiar, um fera no Corel Draw. O roteiro é da jornalista Marília Loschi



população, em linguagem simples, sobre os objetivos e procedimentos da pesquisa e obter a adesão das famílias selecionadas.

Trabalho de Equipe

O roteiro foi recebido da equipe de comunicação e marketing do IBGE, contendo explicações sobre a pesquisa. Um "rough" foi elaborado, para construir o ritmo da narrativa e para enfatizar as falas importantes das personagens. Com isso, definiu-se o número de páginas. As artes-finais foram desenvolvidas com caneta

Futura (sem esboços à lápis) e escaneadas para o Photoshop.

Quadrinhos e comunicação social

Quadrinhos têm sido bem utilizados pelas instituições em iniciativas de mobilização. Abandonam-se, gradualmente, resquícios de um preconceito "old-fashioned" a respeito do humor gráfico. Outros exemplos podem ser citados: os pôsteres de Zivaldo para a campanha sobre o tabagismo, e contra as drogas. Nani, cartunista, criou o personagem

Petronilho para a Petrobrás.

E o casseta Hubert criou o *Super-I* para a Petróleo Ipiranga. Traço integrante do estilo brasileiro, o humorismo gráfico pode ser empregado como eficaz instrumento de comunicação.

Após deixar de lado um antigo recurso de aplicar multas, o IBGE lança mão agora de uma linguagem contemporânea como forma de persuasão, para facilitar a tarefa de seus pesquisadores que devem retratar com números confiáveis a realidade do País. 9