



Fotonovela: O Diário de uma Professora¹

Iara RODRIGUES²

Marcella Reis³

Marcela Moraes⁴

Rodrigo SILVA⁵

Raquelina Barbosa QUINTELA⁶

Adália Marques CORDEIRO⁷

Jael da Costa BRITO⁸

Lidiane de Souza CUNHA⁹

Francinézio AMARAL¹⁰

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

RESUMO

O presente artigo pode ser considerado um tubo de ensaio que como questão decide rever os movimentos comunicacionais que se tornou um sucesso nos anos 70 com a circulação de um seriado em curta metragem impressa que ficou conhecida como fotonovela. Esta época trouxe uma revolução em audiência para a literatura impressa em fotonovela, para depois desaguar em uma nova esfera de mídia conhecida como televisiva. Assim sendo, procuramos rever esta vertente que trouxe as massas cativas com sua audiência a este tipo de mídia impressa, e assim propomos um seriado em fotonovela com o tema “O diário de uma professora”, trazendo uma análise reflexiva acerca da realidade social e do contexto educacional sem se preocupar com os meios que se serão usados para alcançá-los.

PALAVRAS-CHAVE: fotonovela; sociedade; consumo; cultura de massa.

1. INTRODUÇÃO

A fotonovela teve início na década de 40 na Itália fundada por Stefano Reda e Damiano Damiani que começaram através da influência e sucesso da produção do cinema, um projeto

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Fotonovela.

² Aluna Líder do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social da FBN, e-mail: iararpjornalista@gmail.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social da FBN, e-mail: marcella.lima_reis@hotmail.com

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social da FBN, e-mail: marcela_my@yahoo.com.br

⁵ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social da FBN, e-mail: rodrigo_felix@hotmail.com

⁶ Estudante do 3º Período do Curso de Comunicação Social, e-mail: line.quintela@hotmail.com

⁷ Estudante do 3º Período do Curso de Comunicação Social, e-mail: adaliacordeirofbn@hotmail.com

⁸ Estudante do 3º Período do Curso de Comunicação Social, e-mail: jael_brito@hotmail.com

⁹ Estudante do 3º período do Curso de Comunicação Social, e-mail: lidiane_scunha@hotmail.com

¹⁰ Orientador do trabalho. Professor da Faculdade Boas Novas, e-mail: amaral.muff@gmail.com



que visava estabelecer a publicação em revista, as narrativas de alguns filmes de sucesso que estreavam no cinema, como o neo-realismo estava em aceitação na Itália e as temáticas das fotonovelas era o cotidiano, as massas de maioria mulheres eram levadas cativas a acompanhar o desfecho de cada episódio que eram fieis as temáticas urbanas.

As novelas em quadrinhos que utilizam no lugar dos desenhos, fotografias, de forma a contar uma história, ficaram conhecidas como fotonovela. No Brasil, as fotonovelas tiveram um mercado cativo por mais de 25 anos, entre os anos 1950 e 70, representando a idéia de uma imprensa popular feminina, com milhões de leitores de histórias publicadas em revistas com grande circulação nacional. Ficou conhecida como uma narrativa composta de textos e fotografias seguindo uma sequência lógica de quadrinhos ela é considerada um subgênero da literatura.

Suas primeiras adaptações de filmes para fotonovelas foram “O conde de Monte Cristo, monte dos Vendavais, Ana Karenina e a Dama das Camélias”. Tempos depois as fotonovelas tornaram-se independentes e passaram a criar histórias de seu cotidiano, passou a criar um espaço para comunicar acontecimentos sociais vivido na época e isso chamava muito atenção do publico alvo, estas narrativas geralmente eram repletas de intrigas sentimentais, o padrão das heroínas era sempre o mesmo, ou seja, moças humildes, meigas e injustiçadas e as diferenças sociais e culturais também eram quase sempre o foco da discussão dessas fotonovelas.

A composição da fotonovela era feita através de captação de imagem de acordo com cada ação da trama associada a uma estrutura textual. A maioria dos fãs das fotonovelas eram as mulheres de baixo poder aquisitivo e sem muita instrução escolar ate mesmo pelo contexto social da época no qual o direito a desenvolver conhecimentos e competências era apenas dos homens.

As histórias narradas em fotonovelas normalmente têm como objetivo de salientar princípios éticos, morais e sociais considerados essenciais para a convivência do indivíduo em sociedade, “a fotonovela não cria inteiramente sua atmosfera, mas esta seguidamente realizando pastiches. Isto ocorre por que estas narrativas eram uma forma de popularização de mensagens permissíveis e manipuladas que estão associadas ao poder”. (HARBERT, 1984, p. 18).

Com esta afirmativa Harbert definia a fotonovela como obra literária ou artística em que se imita grosseiramente o estilo de outros escritores, pintores, músicos, e neste caso a grosseria era imitar ou reproduzir grosseiramente os filmes em destaques apresentados no cinema. é possível perceber que a fotonovela talvez não seja considerada como uma produção cultural e artística válida, pois a mensagem transmitida através dela pode ser recriada pelo leitor, ou seja, a distribuição dos quadrinhos permite fazer uma interpretação livre da história.



Neste sentido, compreendemos a fotonovela como uma cultura de massa desenvolvida pela indústria cultural, pois ela exige a participação do leitor transformando-o em co-autor da história contada, a reprodução destas narrativas esta interligada ao cotidiano social do leitor, ele podia interpretar e reproduzir conforme leitura de mundo ou ate mesmo pelas influencias sociais da industria cultural. De acordo com (ARANHA apud COELHO, 1980, p. 10).

“[...] a indústria cultural, os meios de comunicação de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. E esta através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica de um modo geral [...]”.

Neste sentido, a indústria cultural surge com o objetivo de fabricar produtos em grande escala não apenas com o objetivo de obter lucro, mas também de ir popularizando esta cultura do consumo, trazer as massas cativas e influenciá-las era mesmo que infiltrar princípios diversos da classe dominante. A cultura de massa influência as pessoas suscitando uma falsa consciência da realidade, impondo valores morais, éticos, ideológicos e costumes tornando-os únicos para o sujeito. Isto é, a cultura de massa em decorrência da indústria cultural vinculada pelos meios de comunicação de massa, criada e produzida para ser consumida por todos os indivíduos indistintamente gerenciados pelos detentores do poder.

Segundo Aranha (2005), a cultura de massa às vezes chamada de arte de massa, é constituída por aqueles produtos da indústria cultural que se destinam a sociedade de consumo e que visam responder ao “gosto médio” da população de um país ou, em termos de multinacionais visa o consumo em larga escala da produção no mundo.

A primeira fotonovela criada no Brasil foi publicada no ano de 1949 e o título era “Encanto” dois anos depois outras revistas como Grande Hotel e Capricho começaram a fazer fotonovelas. Na década mais de 20 revistas eram publicadas e em 1974 suas vendas eram superadas apenas pelas revistas em quadrinhos infantis. As principais revistas que publicam fotonovelas atualmente no Brasil são: Capricho, Ilusão, Noturno, Encanto, Fascinação, Contigo, Sétimo céu, Carinho e Carícia. Assim, como as fotonovelas feitas no Brasil eram feita no mundo, a equipe de produção se voltava a apresentar uma narrativa dos conflitos que permeiam o contexto social da época.

Diante do exposto desenvolveremos este projeto na elaboração de uma fotonovela, que tem como tema “O diário de uma professora” que traz uma reflexão acerca da realidade social e do contexto educacional diante da influência capitalista sofrida pelos alunos em sua atividade educacional que começa no lar se estendendo ate a escola. A escola tem como missão



estruturar este cidadão social em formação, que em seu contexto social chega por vezes desmotivado se sentindo incapaz de prosseguir em seus desafios educacionais, criando uma inversão de valores tendo o consumo cultural, como real sem perceber os mitos que lhes cercam, não atentando que a vida real traz seus dissabores.

2. OBJETIVO

Produzir uma fotonovela baseada na cultura e sociedade, analisando o contexto social e educacional influenciado pela indústria cultural no aluno.

3. JUSTIFICATIVA

Com o surgimento da indústria cultural os meios de comunicação passaram a exercer grande influência no gosto popular em todos os setores. Foi durante a década de 1980 que a fotonovela desapareceu, dando lugar ao novo momento, no qual as novelas de televisão e outras manifestações da mídia de massa, cada vez mais diversificada, tornaram-se o centro das atenções do público e, em seguida, dos estudiosos do tema. E ninguém mais falou na fotonovela a não ser, talvez, algumas pessoas para quem ela havia sido de grande valia comunicacional, significando a "janela do mundo" que depois passou a ser encontrada na televisão.

O meio de comunicação que mais exerce influência na vida das pessoas na atualidade, ainda é a televisão, pois alcança um número de espectadores mais diversificado e é acessível a todas as classes sociais, através dos anúncios, propagandas e programas de auditório é possível divulgar marcas, produtos e serviços para a massa, e a televisão é um bem ou um mal necessário. De um lado coloca-se seu caráter de democratização da cultura, uma vez que é acessível a todos. De outro lado, discute-se o papel da formação de opinião pública e sua função alienadora e manipuladora, por se aproveitar da natureza emocional, intuitiva e irreflexiva da comunicação por imagens. (ARANHA, 2005, p.231).

Neste contexto, é possível refletir acerca da influência sofrida pelo público, através da influência midiática televisiva, pois a televisão se espalhou por toda a parte onde existe uma casa sem o aparelho televisor, existe uma janela aberta na direção deste aparelho para que todos pudessem estabelecer as mesmas relações que a influência da mídia e assim se verem envolvidos, para como indivíduos fazerem suas escolhas, montando seu vestuário, geralmente inspirados nos atores e atrizes das novelas e mini-series ou ainda em cantores e cantoras atuais.

Na televisão ainda temos as propagandas que em seus comerciais tornam os produtos e serviços mais atrativos aos olhos das pessoas, isto é cria uma espécie de relação de poder e



manipulação tornando o excesso de consumo tornou-se um mal indispensável e extremamente necessário para a vida dos indivíduos. Segundo Bordenave (1997, p. 33) “O impacto dos meios sobre as ideias, as emoções, o comportamento econômico e político das pessoas, cresceu tanto que se converteu em fator fundamental de poder e domínio em todos os campos da atividade humana”. Essa relação de influência midiática acontece devido à criação indústria cultural e o capitalismo gerando nos indivíduos uma necessidade quase incontrolável de estar em evidência, ou seja, esse consumo se tornou algo quase obrigatório, pois com o avanço das novas tecnologias tornou-se muito difícil se manter alheio a essas inovações, pois com a tecnologia se manifesta o intercambio entre emissores e receptores da mensagem.

Em todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdos simbólicos. Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção e o armazenamento e a circulação de informação e conteúdo simbólico tem sido aspectos centrais da vida social. (THOMPSON, 1998, p.19).

O que modela a sociedade é a forma de comunicação e informação em que ela é alimentada. A necessidade de consumo envolve todas as classes sociais, no âmbito escolar na produção do conhecimento esta cultura de consumo atinge principalmente aos jovens, pois são influenciados não apenas pela televisão, mas também através do uso das redes sociais na internet. Atualmente, as salas de bate-papo e sites de relacionamentos são usadas pelos jovens tanto para trocar informações e conhecimentos quanto para determinar e definir novas tendências como, o que vestir o que calçar como falar e agir no meio social.

Por se tratar de uma discussão bastante pertinente a fotonovela, “Diário de uma professora” traz uma reflexão sobre os problemas que a necessidade de consumo excessivo pode trazer para os indivíduos, principalmente para crianças, adolescentes e jovens bem como trata sobre a importância do acompanhamento de pais e professores na vida escolar e social dos mesmos.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A fotonovela foi produzida no âmbito da disciplina Cultura e Sociedade com o objetivo de contextualizar e analisar a realidade social e educacional dos indivíduos. A fotonovela “O diário de uma professora” conta a história de uma jovem professora que se depara com um conflito social entre dois alunos causado pela necessidade de consumo imposto pela sociedade influenciada pela indústria cultural e pela mídia.



A produção teve início com a pesquisa bibliográfica em busca de autores que abordam a temática discutida, visando o embasamento teórico necessário para a elaboração do produto. Em seqüência elaboramos o *storyboard*, ou seja, criamos a história determinando o roteiro e todo o desenvolvimento da trama. Após esse processo partimos para a produção das fotos seguindo a seqüência do roteiro pré-determinado, por fim foi realizado o trabalho de seleção e edição das imagens e dos textos de acordo com cada cena, essa edição foi realizada através do uso de dois programas de computador o Power point e Paint finalizando a criação da fotonovela trabalho este realizado pela própria equipe acadêmica.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A fotonovela “O diário de uma professora” teve sua criação baseada em acontecimentos reais e fictícios sendo produzida em três capítulos nos quais representavam três dias da semana em total de 35 cenas que descreviam os acontecimentos referentes à história. O desenrolar da trama da fotonovela acontece na escola particular “Semente do Saber” onde trabalham e estudam todos os personagens da história. No entanto, para a criação das cenas foram utilizadas como cenário as dependências da Faculdade Boas Novas. Para a captação das fotos que comporiam as cenas foi usado uma câmera simples sem muitos recursos técnicos.

Os capítulos contam a história de uma jovem professora do 9º ano do Ensino Fundamental II que repentinamente se depara com um conflito entre alunos de classe social diferente, devido ao desaparecimento de um aparelho de celular do aluno Viny (personagem interpretado pelo acadêmico Klinger Figueiredo) gerando um transtorno para todos os envolvidos, principalmente para a professora Isaura (personagem interpretado pela acadêmica Marcela Moraes) que sempre teve dificuldade e relacionamento com a supervisora escolar Odete (personagem interpretado pela acadêmica Tereza Nascimento) uma pessoa de temperamento forte e arrogante de difícil convivência.

A fotonovela ainda conta com a participação de mais quatro personagens, o aluno Douglas (personagem interpretado pelo acadêmico Francisco das Chagas) amigo Viny e filho do motorista de sua família, Gentil porteiro da escola (personagem interpretado pelo acadêmico Carlos Gustavo), Carlão (personagem interpretado pelo acadêmico Danilo Andrade) pai do aluno Viny e Rica da Silva (personagem interpretado pela acadêmica Iara Rodrigues) proprietária da escola.

A fotonovela tem como proposta abordar temas presentes em nosso contexto social que se não forem trabalhados de forma adequada, principalmente nas escolas podem trazer grandes prejuízos para vida dos indivíduos e de toda sociedade. As diferenças culturais e econômicas entre as classes a desvalorização do professor, falta de



acompanhamento dos pais em relação à educação dos filhos, a falta de limites, valores morais e éticos, consumismo excessivo, abuso de poder são alguns dos temas abordados pela história trazendo para o leitor uma leitura de fácil compreensão, pois o texto usa uma linguagem simples e coloquial comumente usada pelas pessoas em seu cotidiano, bem como propicia ao leitor uma reflexão acerca do contexto social do Brasileiro.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos que existe uma produção cultural voltada para a massa. A cultura de massa se constitui através dos produtos fabricados pela indústria cultural tendo como principal objetivo o consumo e a popularização da cultura. A grande preocupação no que diz respeito a essa forma de cultura é transformar o público deste tipo de arte de massa em agentes passivos sem capacidade de transformar e refletir sobre a realidade.

Neste sentido, para que não haja alienação se faz necessário escolher a programação ideal, ou seja, saber discernir o que é possível assistir sem trazer prejuízos aos seus valores morais e éticos, preservando deste modo, seu poder de interpretação e reflexão da realidade social que está inserido.

Numa sociedade o consumo é considerado como uma necessidade fundamental para o desenvolvimento dos indivíduos. Isto gera uma falsa realidade enfatizando que somente pessoas que podem consumir os produtos oferecidos pela indústria cultural demonstram uma vida digna. Antigamente o consumo era apenas um ato praticado pelos indivíduos para suprir suas necessidades básicas. No entanto, agora esse consumo transformou-se em uma excessiva disputa por status e ascensão social.

As pessoas de baixo poder aquisitivo não conseguem alcançar os patamares das condições consideradas dignas pela sociedade consumista. Portanto, as pessoas se vêem obrigadas a fazer parte deste círculo vicioso onde são julgadas pelos bens que possuem e não pelo caráter ou pelas ações que desenvolvem no meio social. Vimos também que os conceitos éticos e morais que regem o convívio social têm sofrido grandes mudanças devido ao anseio de consumir influenciado pelo capitalismo vigente.

A vida corrida e a justificativa da falta de tempo têm dificultado o acompanhamento dos pais na vida escolar e social dos filhos. Neste sentido essa responsabilidade acaba sendo transferida para a escola e principalmente para o professor que está diretamente ligado aos alunos. Porém nem sempre, ou melhor, quase nunca esse profissional recebe o reconhecimento merecido. Portanto, com a leitura da fotonovela “Diário de uma professora” é possível fazer uma reflexão a respeito do nosso cotidiano de maneira mais clara e significativa.



REFERÊNCIAS

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. **Temas de Filosofia**. Editora: Moderna. São Paulo, 2005

ADORNO, T. W.. **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é comunicação– Coleção primeiros passos**. Ed. Brasiliense. São Paulo, 1997.

HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e indústria cultural Estudo de uma forma de literatura sentimental**. Ed. Vozes, São Paulo, 1984.