



Ai, que vergonha¹

Fernanda Schneider HARTMANN²
Eliane GUNTZEL³
Marcos Vinicius Barbosa TASSOTTI⁴
Tiago FRANK⁵
Fernando SANTOR⁶
Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta RS

RESUMO

A fotonovela “Ai que vergonha” foi um trabalho realizado para a disciplina de “Foto Publicitária II”, do Curso de Comunicação Social da Universidade de Cruz Alta. Esta fotonovela é uma adaptação de uma história em quadrinhos da popularmente conhecida Turma da Mônica. Por se tratar de um assunto popular, a ideia foi reinventada com fotografias produzidas pelos alunos e onde foram aplicados os conceitos relativos às técnicas de enquadramento, iluminação, figurino e composição de cena. A escolha do tema se deve à leveza e descontração do assunto, proporcionando um momento de lazer para o leitor.

PALAVRAS-CHAVE: fotonovela; adaptação; história em quadrinhos.

INTRODUÇÃO

Atualmente a fotonovela não é utilizada como uma ferramenta de comunicação de massa, no entanto seu valor estético e cultural faz com que seu uso ainda persista em publicações segmentadas (geralmente educativas), espaços escolares e projetos acadêmicos de cunho informativo, fazendo com que sua capacidade comunicativa ainda seja valorizada.

Surgida no início da década de 40, na Itália, deve seu sucesso, segundo Harbert (1974), à crescente popularização do cinema e de seus atores, mas como o acesso da população às sessões de cinema era limitado por questões financeiras e a fotografia já possuía boa qualidade técnica, as revistas começaram a publicar fotonovelas que narravam adaptações de filmes e atores populares protagonizavam as cenas registradas em foto.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria V – Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, subcategoria g. Fotonovela.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ, email: ferh.10@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ, email: ellyane.g@gmail.com

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social da Unicruz, email: marck_15@msn.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ, email: thiago@huchi.com.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ e da UNIJUI, email: fernandosantor@terra.com.br



Ao longo dos anos, a fotonovela passou a ter características próprias, libertando-se dos enredos do cinema, com histórias que traziam intrigas sentimentais, disputas entre o bem contra o mal e onde os temas variavam entre problemas de saúde, afetivos, sociais, a justiça na sociedade, a ascensão social e a marginalidade.

A definição de fotonovela no E-dicionário de termos literários, editado e organizado por Carlos Ceia é elucidativa:

Considerada um subgênero da literatura, a fotonovela é uma narrativa mais ou menos longa que conjuga texto verbal e fotografia. A história é narrada numa sequência de quadradinhos (como a banda desenhada) e a cada quadradinho corresponde uma fotografia acompanhada por uma mensagem textual. (E-dicionário, 2009)

Para Bordenave (2005) as novelas são formas de comunicação com um complexo papel social, como catarse emocional, isto é, uma ocasião para experimentar surpresa, alegrias, sofrimentos e até para dar vazão a sentimentos, identificação com os personagens e compartilhamento dos problemas, além de fonte de orientação e conselho.

A articulação narrativa da fotonovela é semelhante à da banda desenhada: um fotograma que apresenta um plano da ação acompanhado do texto verbal que reproduz o discurso das personagens, funcionando também como legenda ou resumo. O encadeamento da ação é lógico e cronológico, utilizando-se muitas vezes o recurso à elipse.

A fotonovela permite a reinvenção da narrativa e coloca o leitor como produtor e não como simples receptor. Cabe, no entanto, reparar que para facilitar o reconhecimento e modificar narrativas, a estrutura da trama deve ser simplificada, ampliando as possibilidades de leitura. Além do folhetim, a fotonovela também é filha do cinema. Não é à toa que muitos artistas de cinema e de televisão eram chamados para as estrelarem. Deve-se ressaltar que, tanto o folhetim no século XIX quanto o cinema no século XX, não criam do nada as suas histórias. Elas têm um fundo que hoje chamaríamos popular.

Eventualmente, podem-se mostrar nos fotogramas sinais sobre o local real em que se passa a trama, como placas de automóveis ou letreiros de lojas, mas não é possível precisar a locação. Por isso mesmo as histórias podem ser mais didáticas, passando ao leitor ensinamentos e mensagens rápidas e de fácil compreensão.

Mauricio de Souza e a Turma da Mônica

Para ajudar no orçamento doméstico Mauricio de Souza desenhava cartazes e pôsteres, mas seu sonho era se dedicar ao desenho profissionalmente. Em São Paulo, conseguiu uma vaga de repórter policial no jornal Folha da Manhã. Criou uma série de tiras



em quadrinhos com um cãozinho e seu dono, Bidu e Franjinha, e ofereceu o material para os redatores da Folha. As historietas foram aceitas, o jornalismo perdeu um repórter policial e ganhou um desenhista.

Nos anos seguintes de 1959, Mauricio criou outras tiras de jornal: Cebolinha, Piteco, Chico Bento, Penadinho e páginas tipo tablóide para publicação semanal - Horácio, Raposo, Astronauta - que invadiram dezenas de publicações durante 10 anos.

Foi em 1970 que Mônica foi lançada já com tiragem de 200 mil exemplares. Seus trabalhos começaram a ser conhecidos no exterior e em diversos países surgiram revistas com a Turma da Mônica. A Turma da Mônica e todos os demais personagens criados por Mauricio de Sousa estão aí, mais fortes do que nunca, com um tipo de mensagem carinhosa, alegre, descontraída, dirigida às crianças e aos adultos de todo o mundo que tenham alguns minutos para sorrir, felizes (Turma da Mônica, 2009).

OBJETIVO

O objetivo principal foi a aplicação na prática das técnicas expostas em aula sobre os vários tipos de enquadramentos, luzes e composições de cena possíveis nas fotografias. Para tanto os alunos confeccionaram a peça utilizando recursos próprios e institucionais, no intuito de transmitir de forma inovadora e adequada a ideia central da fotonovela, mantendo a conotação infantil do quadrinho.

JUSTIFICATIVA

Uma das avaliações da disciplina, feita através deste trabalho, busca possibilitar que o momento de avaliação também seja de aprendizado e onde a produção prática, e em alguns aspectos artesanal, pode conferir uma gama de habilidades ainda maior para os acadêmicos.

A fotonovela, neste caso, é utilizada não apenas para reproduzir imagens, mas para provocar sensações de uma situação vivida. As imagens que compõem o cenário lembram uma situação do cotidiano rural, e por serem adaptadas de um quadrinho popular já tem a aceitação do público.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Esta fotonovela está baseada na história "O Pedido" dos quadrinhos do personagem Chico Bento da Turma da Mônica. Em um primeiro momento, efetuou-se uma pesquisa sobre os diferentes tipos de quadrinhos existentes e quais seriam os voltados ao público acadêmico. Depois de selecionado os quadrinhos da Turma da Mônica, Chico Bento foi

escolhido para ser adaptado, pois percebeu-se uma identificação dos acadêmicos com o personagem. Para a confecção das fotos, os alunos dedicaram produção e criatividade, tentando adaptar a história original ao contexto local.

O personagem principal foi inspirado em Chico Bento, criado pelo cartunista Maurício de Souza em 1961, inspirado em um tio-avô de Maurício. Chico é um típico caipira brasileiro. Anda descalço, usa chapéu de palha, adora pescar e nadar em rios, mora com os pais, Seu Bento e Dona Cotinha, em um sítio nas cercanias da fictícia Vila Abobrinha, no interior de São Paulo. Sua namorada, Rosinha, sempre aparece em suas histórias com um par de maria-chiquinhas e odeia seus constantes atrasos (Turma da Mônica, 2009).

A adaptação da história, que altera o suporte lingüístico utilizado para contá-la, é uma forma de recriar, transformar a expressão original. Como explica Comparato (1999), nem todas as histórias podem ser adaptadas, já que

A adaptação implica escolher uma obra adaptável, isto é, que possa ser transformada sem perder qualidade; e nem todas as obras se prestam para esse gênero de trabalho. [...] Uma adaptação implica certas limitações criativas, uma vez que o roteirista tem de levar em conta o conteúdo da obra, isto é, os ambientes, as personagens, as intenções, etc. mas, como vimos, mesmo tais limitações podem ser positivas e dar azo a uma obra substancialmente superior à original. (Comparato, 1999, p. 331).

Para esta fotonovela, o tipo de adaptação escolhida foi *baseado em*, uma vez que não se pretendia alterar o sentido da história e, segundo Comparato (1999), neste tipo de adaptação pode-se alterar nomes de personagens e situações, podendo ser reconhecida a história original. Outro detalhe observado pelos alunos na confecção da fotonovela foi o enquadramento das fotos já que a composição deve ser uma das preocupações constantes, juntamente com a sensibilidade.

A capacidade para selecionar e dispor os elementos de uma fotografia depende em grande parte do ponto de vista do fotógrafo. Na verdade, o lugar onde ele decide se colocar para bater uma foto constitui uma de suas decisões mais críticas. Muitas vezes uma alteração, mesmo mínima, do ponto de vista, pode alterar de forma drástica o equilíbrio e a estrutura da foto. Ao retratar uma paisagem ou mesmo uma pessoa, o fotógrafo - amador ou profissional - procura compor a cena de tal forma que o resultado seja harmônico e agradável para quem for ver a imagem. Para isso se usa as Regra dos Terços. É como olhar uma paisagem através de uma janela: mova-se um pouco para esquerda ou para direita, para



cima ou para baixo e observe como o enquadramento muda. Às vezes, uma pequena alteração no enquadramento pode dar um efeito surpreendente às fotos.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A apresentação da fotonovela é dada de maneira simples. Montou-se uma sequência de 11 *slides* com os registros adaptados da história “O Pedido”, retirado dos quadrinhos de Chico Bento. Para a impressão, foi escolhida a folha A3, de tamanho 42 cm x 29,7 cm, uma vez que supre a necessidade de encaixar as 11 fotos escolhidas para transmitir a ideia da adaptação. As fotos foram tiradas de maneira a diversificar os enquadramentos e com cores desatacáveis. Para a inserção dos quadrinhos para os textos e o diálogo das personagens, foram utilizados os programas PhotoShop CS4 e CorelDraw X4, bem como para os acabamentos e efeitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho acadêmico foi elaborado com o propósito de aprendizado dos acadêmicos de publicidade e propaganda, para que estes pudessem ter a experiência de participar, na prática, de todos os processos que envolvem a fotonovela.

Também foram desenvolvidos o trabalho em equipe, tanto na pré-produção, como produção e pós-produção, uma vez que o grupo se dividiu na atuação das fotos, direção e fotografia. Todos opinaram na escolha dos enquadramentos e iluminação, o que permitiu colocar em prática, da melhor forma possível, os ensinamentos aprendidos na teoria em sala de aula.

BIBLIOGRAFIA

BORDENAVE, Juan E Diaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. 4ª edição. Editora Rocco, 1999.

E-DICIONÁRIO DE TERMOS LITERÁRIOS. **Fotonovela**. Disponível em:<<http://www2.fesh.unl.pt/edtl/verbetes/F/fotonovela.htm>> Capturado em 10 de junho de 2009.

HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e indústria cultural**: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões. Petrópolis: Vozes, 1984. p.95.

TURMA DA MÔNICA. **História**. Disponível em:<<http://www.monica.com.br/mauricio/historic.htm>> Capturado em 10 de junho de 2009.