

## **Fotonovela: Manaus da flecha ao chip<sup>1</sup>**

Iara RODRIGUES<sup>2</sup>

Adália MARQUES<sup>3</sup>

Breno CABRAL<sup>4</sup>

Klinger FIGUEIREDO<sup>5</sup>

Lidiane CUNHA<sup>6</sup>

Marcela MORAES<sup>7</sup>

Francinézio AMARAL<sup>8</sup>

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

### **RESUMO**

O presente artigo pode ser considerado um tubo de ensaio que aborda a questão dos movimentos comunicacionais desencadeado 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 uma fotonovela com o tema “Manaus da flecha ao chip”, trazendo uma análise reflexiva acerca da visão mundial da realidade social da cidade de Manaus e o que ela é de fato, bem como seu processo de globalização e desenvolvimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** fotonovela; cultura de massa; Amazonas; globalização.

### **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 que visava estabelecer a publicação em revista, as narrativas de alguns filmes de sucesso que estrelavam 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.

---

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Prod. Trans. Em Comunicação, Modalidade Fotonovela.

<sup>2</sup> Aluna Líder do 3º. Semestre do Curso de jornalismo da FBN, email: iararpjornalista@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo da FBN, email: adália.cordeiro@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo da FBN, email: brenocabral@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo da FBN, email: figueiredo.klinger@yahoo.com.br

<sup>6</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo da FBN, email: lidianecunha@hotmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo da FBN, email: marcela\_my@yahoo.com.br

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor da Faculdade Boas Novas, e-mail: amaral.muff@gmail.com

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 público 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 até 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 [...]”.

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 influencia 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 “Manaus da flecha ao chip” trazendo uma reflexão acerca da visão mundial do processo de globalização, do contexto social e econômico da cidade de Manaus, bem como as transformações sofridas pelo estado com o passar dos anos.

## 2. OBJETIVO

Produzir uma fotonovela baseada nas questões da Amazônia, analisando a visão forasteira acerca da globalização dando enfoque ao cenário social e econômico da população local do imaginário ao real no contexto social da cidade de Manaus.

## 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 minisséries 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.

Essa interação e intercambio social não acontece apenas em questões culturais da população, mas também atinge um campo mais amplo, ou seja, as informações recebidas pelos meios de comunicação estreitam as relações entre os países e contribuem para o processo de globalização mundial.

A globalização pode ser definida como um processo de integração mundial com repercussão nos diversos setores de comunicação, finanças e economia, que se caracteriza através da queda das barreiras alfandegárias, da formação de blocos econômicos, velocidade das comunicações, mudanças tecnológicas e intenso fluxo de capitais internacionais. Bassi (1997).

Essa é uma temática bastante discutida atualmente, principalmente por setores ligados a questões econômicas mundiais, porém esse assunto parece ser mais antigo do que imaginamos, pois as relações econômicas entre as nações datam desde as civilizações antigas, através desse processo era possível estreitar as relações em todos os setores sociais, mas principalmente no setor de finanças, situação muito semelhante a dos dias atuais.

Santana (1999) o processo de integração entre os países parece ser irreversível: a globalização da economia forçará os negócios, em nível local e nacional, a competirem com outros mercados muitas vezes situados em outras partes do mundo. Por isso é importante que os países adotem medidas no sentido de poderem acompanhar as transformações trazidas pelo processo de globalização dos mercados. É preciso que conheçam sua realidade e que busquem reunir forças com potenciais aliados para não ficarem de fora da competição mundial, sob pena de terem suas economias esfaceladas.

Neste contexto, por se tratar de uma discussão bastante pertinente a fotonovela, “Manaus da flecha ao chip” traz uma reflexão sobre a visão forasteira sobre a realidade social e o processo de globalização da cidade de Manaus vista como uma cidade urbana com os mesmos problemas e necessidades das demais capitais mundiais, trazendo uma nova visão saindo do imaginário para o real contexto social e econômico local.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A fotonovela foi produzida no âmbito da disciplina *Questões da Amazônia* com o objetivo de analisar a visão forasteira da realidade social e processo de globalização de Manaus em comparação as outras localidades do Brasil e do mundo. A fotonovela “Manaus da flecha ao chip” conta a história de um industrialista amazonense de uma professora inglesa e que se conhecem através das redes sociais. A partir desse acontecimento se contata se desenvolve toda a e um processo de descobertas e quebra de paradigmas, acerca da realidade social e processo de globalização da cidade de Manaus.

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. A partir da pesquisa 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 sequência do roteiro pré-determinado, para a captação das fotos que comporiam as cenas foi usado uma câmera simples sem muitos recursos técnicos.

Quanto à composição das cenas utilizamos cenários externos como, pontos turísticos da cidade de Manaus e cenários internos produzidos pela equipe acadêmica simulando espaços das residências e locais de trabalho dos personagens. 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 “Manaus da flecha ao chip” teve sua criação baseada em acontecimentos fictícios acerca da visão forasteira sobre o Amazonas e principalmente da cidade de Manaus, produzida em seis capítulos nos quais contém um total de 25 cenas que descrevem os acontecimentos referentes à história. A fotonovela acontece nas cidades de Trinity Lane na Inglaterra e Manaus no Brasil.

Os capítulos contam a história de uma professora universitária inglesa e de um industrialista amazonense que se conhecem pela internet. Louyse (personagem interpretado pela acadêmica Lidiane Cunha) é uma jovem professora do curso de relações humanas da universidade de Cambridge na Inglaterra, neta de um biólogo inglês e uma amazonense, durante sua infância ouvia as histórias contadas por seus avós sobre o Brasil e a

capital Amazonense, tais histórias sempre despertam nela um grande interesse pelo lugar, mas durante muitos anos se tratou apenas de um sonho distante. No entanto, agora adulta conhecer Jorge Oliveira (personagem interpretado por Klínger Figueiredo) lhe pareceu uma ótima oportunidade de conferir as histórias ouvidas em sua infância.

Além dos personagens principais Louyse Manfred e Jorge Oliveira a fotonovela é conta com a participação de mais cinco personagens como, Arnald e Esteven Manfred (personagens interpretados pelo acadêmico Breno Cabral) avô e pai de Louyse, Norma Manfred (personagem interpretado pela acadêmica Iara Rodrigues) mãe de Louyse, Yngrid Stoff (personagem interpretado pela acadêmica Adália Marques) amiga de infância de Louyse, Raimunda Oliveira (personagem interpretado pela acadêmica Marcela Moraes) mãe de Jorge Oliveira.

A fotonovela tem como proposta abordar temas presentes em nosso contexto social e econômico, falta de conhecimento acerca do processo de globalização de Manaus não apenas pela população local quanto pelas pessoas que vem de outros estados do Brasil e até de outros países. Neste sentido, para facilitar a leitura, a história traz um texto simples, coloquial comumente usada pelas pessoas em seu cotidiano e de fácil compreensão com objetivo de alcançar o maior número de leitores, bem pretende propiciar uma reflexão acerca do contexto social e econômico da cidade de Manaus.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Vimos que a fotonovela é uma produção cultural voltada para a massa. A inquietação 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 contexto é necessário desenvolver mecanismos que impeçam essa alienação, ou seja, que as informações recebidas através dos meios de comunicação de massa se tornem verdades absolutas sem permitir ao receptor questionar ou ter posicionamento contrário.

Essa observação da realidade social em relação aos meios de comunicação nos leva a reflexão de que a sociedade não precisa ficar refém apenas das informações divulgadas por esses meios, mas sim procurar obter informações mais aprofundadas de determinados temas construindo dessa forma uma visão mais ampla dos fatos.

A visão do mundo acerca do Amazonas é um excelente exemplo dessa postura as pessoas de outras localidades do mundo estão acostumadas visualizar apenas as informações divulgadas pelos meios de comunicação e acabam obtendo uma visão equivocada da realidade da cidade de Manaus, do contexto social e econômico de sua população. No

entanto, a partir do aprofundamento de algumas questões referentes aos temas discutidos é possível perceber que na verdade a cidade de Manaus é uma cidade urbana com as mesmas dificuldades encontradas em qualquer outra cidade do Brasil e do mundo, em contar partida ela ainda possui uma diversidade cultural muito vasta pela a influência indígena herdada dos primeiros habitantes dessa terra.

Contudo, vale lembrar que seu valor não se resume apenas neste fogo cultural, pois se trata de uma capital que tem um desenvolvimento econômico satisfatório aos padrões nacionais e internacionais o processo de globalização tem se tornado mais evidente. Nesta perspectiva vimos que as discussões relacionadas ao Amazonas ainda podem ser mais aprofundadas basta que as pessoas não apenas de fora, mas também de dentro da cidade busquem informações que venham sanar suas dúvidas em relação ao estado e a região como um todo, pois o estado do Amazonas é muito mais a imagem que é divulgada por alguns meios de comunicação do Brasil e do mundo.

Partindo desse principio damos ênfase a relevância do nosso estudo, pois nós enquanto acadêmicos de comunicação temos o dever de levantar questões pertinentes com essas merecedoras de discussões sociais.

## 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.

BASSI, Eduardo. **Globalização de negócios**. São Paulo: Editores Associados, 1997.

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.

SANTANA, Cleuciliz Magalhães. **Como Funciona a Globalização**. Manaus: Valer, 1999.