

O Super-Herói da Aritmética¹

Sidiane KRETZSCHMAR²

João MURARA³

Ricardo Augusto KOWALSKI⁴

Najara Magali KREUSCH⁵

Bruna de Oliveira CARVALHO⁶

Anderson SACHETTI⁷

Larissa Daiana LACH⁸

Arlan Diego BONATTI⁹

Marcelo CRISTOFOLINI¹⁰

Denise Nones BISSIGO¹¹

Felipe Colvara TEIXEIRA¹²

Deivi Eduardo OLIARI¹³

Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI, Indaial, SC

RESUMO

As fotonovelas, hoje, quase esquecidas, já foram fenômenos de vendas no Brasil nos anos de 1970. Além de possibilitar diversas leituras, possuem inúmeras qualidades pedagógicas que podem ser exploradas dentro de sala de aula ou mesmo em ambientes não formais de ensino. Compreendendo uma narrativa mista de imagens fotográficas e texto verbal, em seu início, as fotonovelas eram geralmente publicadas em revistas, livretos ou pequenos trechos editados em jornais, entretanto suas raízes são muito anteriores.

PALAVRAS-CHAVE: Fenômeno; Fotográfica; Fotonovela; Produção; Super-Herói.

1 INTRODUÇÃO

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, Modalidade PT 05 Fotonovela.

² Aluno líder do grupo e estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: sidianekre@gmail.com.

³ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁴ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁵ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁶ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁷ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁸ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁹ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

¹⁰ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

¹¹ Estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

¹² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: felipecolvara@gmail.com.

¹³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: prof.deivi@yahoo.com.br.

Fotonovelas são novelas em quadrinhos que utilizam no lugar dos desenhos, fotografias, de forma a contar, sequencialmente, uma história.

O trabalho foi desenvolvido durante o período de aula, com observação do professor de fotografia, no qual nos sugeriu quais enquadramentos deveriam ser usados, deixando o tema livre. A partir desta orientação a história foi desenvolvida.

2 OBJETIVO

Utilizar de recursos fotográficos e aprendizados adquiridos em sala de aula para produzir a própria fotonovela, utilizando-se de uma tendência jovem e inspirados em um personagem conhecido dos quadrinhos – O Batman – incentivar de forma humorada a leitura e os estudos.

3 JUSTIFICATIVA

Na Idade Média, as iluminuras dos pergaminhos e livros serviram para complementar o entendimento da narrativa escrita. Alexandre Valença Alves Barbosa citando Christiansen e Magnussen em sua dissertação de mestrado, faz um histórico sobre os quadrinhos e nos remete a essas características também na cultura Maia:

“Essa mescla de texto e imagem não ficou restrita apenas na Europa e Ásia menor. Quando os espanhóis chegaram à América Central encontraram na cultura Maia um sistema de imagens que unia escrita e ilustração. Neste sistema podemos claramente identificar a imagem principal como foco da narrativa e dos pequenos símbolos que podem ser traduzidos como a escrita Maia.” (2006, p. 39-40)

Com relação ao desenvolvimento baseado na estruturação de uma HQ desenvolve-se a partir de uma narrativa fundamentada em cinco elementos principais: o enredo, os personagens, o tempo, o espaço e o narrador. Para maior fluência da história, além de imagens, os quadrinistas também usam o texto, cuja principal função é dar “visibilidade” aos pensamentos dos personagens, aos sons produzidos pelas ações desses e pelo ambiente, comunicar os diálogos e o discurso do narrador, além de outras informações pertinentes, visando à compreensão da narrativa. (SIMÕES, 2004, p. 76).

O elemento mais característico na fotonovela que marca o formato das HQs e, sobretudo, aquele que marca a linguagem dos quadrinhos, delimitando a diferença entre estes e qualquer outra forma de narrativa, é o balão. Os balões contêm textos ou imagens que correspondem às falas dos diálogos estabelecidos pelos personagens, bem como seus sonhos e pensamentos. São elementos marcantes ainda na linguagem dos quadrinhos, as legendas, as onomatopeias, os ângulos de visão, as metáforas visuais, as figuras cinéticas. Há outros elementos particulares que cada quadrinista incorpora em suas histórias e inclusive personagens específicos dentre esses, alguns ultrapassam os limites iniciais, sendo incorporados por outras HQs.

As HQs tiveram pouca importância durante toda a sua trajetória, porém é gradativa a mudança em relação a esse meio comunicacional. Desde os anos 90, houve uma grande valorização, com uso em várias instâncias culturais e educacionais. A publicidade, acompanhando e fazendo o mesmo movimento, é um dos gêneros que passa a empregar elementos da linguagem dos quadrinhos, e por vezes, seu formato na íntegra. Inclusive no uso de cartazes, revistas e fotonovelas.

“[...] As Histórias em Quadrinhos são uma forma de arte industrial e podem ser consideradas um meio de comunicação de massa, cuja leitura é capaz de gerar inúmeras interpretações. Por isso, podem transmitir o texto publicitário sem que este se limite à exibição/apresentação do produto, falando de outros assuntos além dele e extrapolando as limitações do meio impresso (revista). Para atingir esse objetivo, entretanto, as HQs publicitárias devem proporcionar uma leitura prazerosa e usufruir de todos os recursos gráficos e narrativos que o quadrinho oferece: ritmo, suspense, humor, entre outros. Falar, utilizando efeitos variados de narrativa, de outros assuntos além do produto. Afinal, se for simplesmente para descrever um produto ou serviço, exibindo-o quadro após quadro sem um enredo interessante, basta fazer um folder ilustrado. Não é necessário fazer em estilo HQ. O estilo HQ permite maior liberdade criativa e pode ser usada para impactar o seu público ou consumidor em um nível diferenciado...” - relata Danilo Aroeira diretor de Arte da agência Flammo Comunicação, professor da Universidade Fumec de Belo Horizonte.

No sentido dos valores que a sociedade esperava de suas leitoras quando se iniciou o uso do estilo, a revista de fotonovela tinha um impressionante realismo fotográfico, aliado a atraente linguagem dos quadrinhos e a tradição da foto-reportagem nas revistas brasileiras, incorporando-se com eficiência ao mercado existente das revistas femininas como uma

novidade atrativa de conteúdos leves em tom romanesco, permeados pelo forte sentido de domesticidade. Com o surgimento das primeiras revistas de fotonovelas brasileiras, como Grande Hotel (1947) e Encanto (1951), temos a materialização de uma mudança de formato pela eficiência da técnica de representação. Nos primeiros números publicados da revista Grande Hotel, podemos testemunhar essa transição de técnica rumo ao realismo fotográfico, observando histórias desenhadas que rapidamente foram substituídas pelas narrativas representadas pela fotografia nos números subsequentes.

A intensão foi contar uma história através de fotonovela, que é o formato do nosso trabalho.

“A fotonovela surgiu em 1940, denominada de *fotoromanzi* ou *fumetti*, era um subproduto do cinema daquela época no qual, devido questões financeiras, grande parte da população não tinha acesso. Logo após, Damiano Damiani, diretor de cinema, e Cino Del Duca, produtor de cinema, começaram a publicar resumos de filmes de grande sucesso, acompanhados por fotografias em revistas.” (SAMPAIO, 2008).

“Os quadrinhos ajudam a fixação, ensinam e divertem, despertam o interesse do aluno, desenvolvem o raciocínio e auxiliam a linguagem”. (ANSELMO: 1975, p. 158)

(...) [O] verdadeiro e bom quadrinho seduz pelo conhecimento que leva ao despertar, à alegria, ao prazer e à consciência. (...) A arte que não sabe seduzir não leva à paixão, não leva à reflexão (CIRNE, 2000. P. 19).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Utilizado uma câmera fotográfica Cannon, com lentes 50 mm e outra 18-55 mm, produziu-se as fotos em sala de aula dos alunos participantes. Uso do Adobe Photoshop para edição, e Adobe Illustrator para montagem da fotonovela.

Para fazer com que o nosso enredo simples se tornasse atrativo, resolvemos nos inspirar no famoso super herói de HQs Batman e utilizar características de suas primeiras HQs (Cores saturadas, e ricas em detalhes).

Baseado nessas inspirações, o tratamento dado nas imagens consistia em utilizar o Lightroom para definir as altas e baixas luzes, ajustar o alto contraste determinado, passar a foto pra P&B, usar o Clarity para aumentar o contraste das arestas (principalmente nas regiões dos tons médios), saturar cores específicas (no caso, o vermelho) e, com o auxílio

do Photoshop, criar os efeitos comic através das ferramentas Image> Adjustments> Levels com valores de 60, 1.00 e 220 para Input Levels, Filter> Artistic> Film Grain com valor de 4 para Grain, 0 para Highlight Area e 10 para Intensity, Filter> Pixelate> Color Halftone, com valor de 4 para Max Radius, em seguida Layer> Layer Style> Stroke com valor de 20 pixels para Width, Inside para Position, e #F5ECE1 para Color, após o tratamento de cada imagem foram inseridos os balões e o texto já pré-definido em roteiro.

5 MÍDIAS UTILIZADAS

Optamos por usar cartaz como meio de comunicação, pois apresentam muitas vantagens como a apresentação de formato prático, alegre, mostra personalidade vibrante, é jovial e bem definido.

Usamos como principal inspiração os cartazes audiovisuais. Onde se pegou a estrutura, o posicionamento dos elementos de forma harmônica baseando-se no estilo HQ. Em fotonovelas, é esperado que em seu desenvolvimento seja em imagens simples e claras para o rápido entendimento.

6 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Este produto define-se em uma fotonovela de apenas uma página. Utilizando o tema COMIC, leva o leitor a um mergulho à tendência do Universo Geek, incentivando a leitura e aos estudos de forma criativa e humorada.



Figura 01 - Fotonovela
Fonte: Os autores

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fotonovela apresenta uma narrativa que utiliza em conjunto a fotografia e o texto verbal. Como nas histórias em quadrinhos desenhadas, cada quadrinho da sequência corresponde a uma cena da história, no caso, corresponde a uma fotografia acompanhada da mensagem textual.

São, em geral, publicadas no formato de revistas, livretos ou de pequenos trechos editados em jornais e revistas, e algumas são divididas em capítulos que, geralmente, têm um desfecho próprio, uma espécie de cliffhanger, que cria suspense e curiosidade no leitor, levando-o a comprar a continuação.

A nossa criatividade muitas vezes nos levou para caminhos diferenciados e com o surgimento de vários personagens ficava cada vez mais difícil criar o roteiro, mas pensar em uma forma de resolver isso e torná-los executáveis exigiu ainda mais criatividade, imaginação e profissionalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CIRNE, Moacy. *Quadrinhos, Sedução e Paixão*. Petrópolis: Vozes, 2000

Fotonovela. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fotonovela>>. Acesso em 12 de abril 2015.

HABERT, A. B. *Fotonovela e Indústria Cultural: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões*. s.l: Editora Vozes, 1974.

MILLARCH, Aramis. *Fotonovelas*. Curitiba: Jornal Estado do Paraná, 15/03/75

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e Processos de Criação*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1977.