

Sorte no amor - Com Trident¹

Hugo César de Lima SALES²
Gabrielle PHILIPPI³
Lincoln dos Santos Tintel RAMOS⁴
Bruna Rodrigues do NASCIMENTO⁵
Raphael Nunes RIBEIRO⁶
Mariana Zick CORREIA⁷
Felipe Colvara TEIXEIRA⁸
Deivi Eduardo OLIARI⁹

Faculdade Metropolitana de Blumenau - UNIASSELVI, Blumenau, SC.

RESUMO

As fotonovelas, hoje, quase esquecidas, já foram fenômenos de vendas no Brasil nos anos de 1970. Um gênero de literatura de massa, de estilo romântico, veiculada por revistas especializadas. Ela utiliza em conjunto a fotografia e o texto verbal, em forma de quadinhos fotográficos, com textos sucintos em legendas ou balões. 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. Com base na interdisciplinaridade das matérias do curso de Publicidade e Propaganda, elaboramos um trabalho que visa mostrar, através da fotonovela, como o chiclete Trident está presente em nossas vidas e como ele pode nos ajudar e influenciar em decisões do nosso cotidiano.

PALAVRAS-CHAVES: Fotografia; Fotonovela; Trident; Amor;

1 INTRODUÇÃO

O foco principal da fotonovela é o que disse Will Eisner em Narrativa Gráfica “Uma descrição genérica de qualquer narração que usa imagens para transmitir ideias” (2008: p.10) e em Arte Sequencial “Uma série de imagens dispostas em sequência” (2008: p.10), ou seja,

¹ Trabalho submetido ao XXIII Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade PT 05 Fotonovela.

² Aluno líder do grupo, estudante do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Metropolitana de Blumenau - UNIASSELVI, e-mail: csarhugo3@gmail.com.

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

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

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

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

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

⁸ Orientador do Trabalho. Professor do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da da Faculdade Metropolitana de Blumenau – UNIASSELVI, email: felipecolvara@gmail.com.

⁹ Orientador do Trabalho. Professor do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da da Faculdade Metropolitana de Blumenau – UNIASSELVI, email: prof.deivi@yahoo.com.br.

contar uma história por meio de quadrinhos, que possui uma narrativa mista de imagens fotográficas e texto verbal em uma sequência verbo-visuais de ações. Essa forma de narrativa era utilizada de maneira similar desde tempos imemoriais em que, através das pinturas rupestres, sequências de atividades coletivas como a caça, por exemplo, eram retratadas nas paredes das cavernas.

“A inclusão de inscrições empregadas como enunciados das pessoas retratadas em pinturas medievais, foi abandonada, de modo geral, após o século XVI. desde então, os esforços dos artistas para expressar enunciados que fossem além da decoração ou da produção de retratos limitaram-se a expressões faciais, posturas e cenários simbólicos. O uso de inscrições reapareceu em panfletos e publicações populares no século XVIII. Então os artistas que lidavam com a arte de contar histórias, destinada ao público de massa, procuraram criar uma *Gestalt*, uma linguagem coesa que servisse como veículo para a expressão de uma complexidade de pensamentos, sons, ações e ideias numa disposição em sequencia, separadas por quadros. isso ampliou as possibilidades da imagem simples. No processo desenvolveu-se a moderna forma artística que chamamos de história em quadrinhos e a fotonovela.” (EISNER,1989 p.13)

Por meio de folhetins, do século XIX, surgiu a fotonovela. Conforme Camargo e Berezovsky (1978: p.45) que relataram sobre os folhetins no século XX “Buscam-se justificativas para o enorme sucesso do folhetim, a ele se atribuindo conseguir despertar no homem do povo os elementos de fantasia necessários para alimentar seus sonhos”.

Os folhetins também facilitou o surgimento das célebre tiras, com enfoque cômico e traços estilizados, que quando juntas formavam uma história em quadrinhos, mais tarde passou a serem veiculadas em um único exemplar, surgindo assim a revista de histórias em quadrinhos ou Comic Book.

Esses fatos presentes nos quadrinhos e também no cinema, antecederam a diagramação da fotonovela, mas o fator essencial para o surgimento da fotonovela, foi o advento da fotografia.

“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.” (SAMPALIO, 2008).

A definição de ‘fotonovela’ no E-dicionário de termos literários, editado e organizado por Carlos Ceia,² 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.”

O trabalho foi desenvolvido durante o período de aula, com observação do professor de fotografia, no qual nos aconselhou e ajudou a produzir a fotonovela, deixando o tema livre. A partir desta orientação a história foi desenvolvida.

2 OBJETIVO

A presente fotonovela foi um trabalho proposto pelo professor Felipe Colvara Teixeira da disciplina de Fotografia, do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e propaganda, da Faculdade Metropolitana de Blumenau. A fotonovela foi desenvolvida a partir de conhecimentos teóricos e práticos adquiridos nas matérias de Fotografia, Computação Gráfica, Produção Gráfica, Teoria e Técnica da Publicidade e Propaganda, Criação Publicitária e Estética e História da Arte.

Para o desenvolvimento do trabalho buscamos, manter uma linha de raciocínio já presente no produto, que era o fato do bom hálito e que encontraríamos o amor com a utilização do produto.

3 JUSTIFICATIVA

Apresentar uma história divertida, relatada através da fotonovela, buscando a utilização de diferentes formas e ambientações que chegassem o mais próximo possível do cotidiano, sendo associadas a um jogo de cores, luzes e enquadramentos para que pudesse ser enfatizado aspectos dramáticos presentes na transmissão da narrativa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

No primeiro encontro da equipe, decidimos e delimitamos o tema e o produto principal do trabalho, ainda a ser elaborado. Com o intuito de ser algo atual, do cotidiano, atrativo e de entendimento comum. A primeira ideia do tema foi a que permaneceu até o fechamento e finalização do trabalho.

Todo o processo de criação (ideia, produto e conceitos) e produção (fotografia, edição e montagem do trabalho), foi desenvolvido por todos integrantes da equipe sob a coordenação do professor de Fotografia, Felipe Colvara.

A produção da fotografia aconteceu no Campus I da UNIASSELVI de Blumenau (Fameblu), com os equipamentos fotográficos disponibilizados pela UNIASSELVI – Centro Universitário Leonardo Da Vinci: câmera Nikon D40, lente objetiva 18-55mm, a luz utilizada foi proveniente de lanternas, lâmpadas de postes e carros.

Os modelos foram Hugo César e Gabrielle Philippi. O processo fotográfico demorou cerca de 3(três) horas e a edição da imagem em torno do mesmo tempo. As edições foram feitas pela Gabrielle e Lincoln, utilizando as ferramentas de edição Adobe Photoshop e o Adobe Lightroom, que as utilizaram para fazer a montagem e dar mais qualidade à imagem, aumentando o impacto da mesma.

“As informações captadas pelos olhos são interpretadas pelo cérebro – e nisso reside a diferença decisiva entre os dois: as fotografias são tiradas pelos fotógrafos, e não por suas máquinas. Ao preparar-se para bater uma chapa, qualquer ser humano será influenciado por sons, odores e pelo ambiente, por seu próprio estado de espírito, sentimentos e experiência – e todos esses elementos determinam a interpretação que seu cérebro fará da imagem vista por seus olhos.” (BUSELLE, 1998, p.10)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto se constitui de uma fotonovela de 2 páginas, impressas em laser colorido no papel couché, nas dimensões 15 x 21 cm e disponibilizada, também, em arquivo digital no formato pdf. A história conta com dois personagens: Hugo César e Gabrielle Philippi.

A História se passa no lado externo da FAMEBLU - UNIASSELVI, no qual se encontra os dois personagens sentados e com problemas para interagir, por causa do medo e timidez.



Figura 01 - Fotonovela

Fonte: Os autores

As cores, assim como as formas, disposição e estilo, tem o objetivo de passar sensação de descontração, juventude e alegria. A estética de Pop Art da edição das fotografias foi escolhida para aproximar o trabalho da estética de revistas em quadrinho.

O texto se refere a uma situação comum de qualquer pessoa em sua juventude, com a qual a grande maioria se identifica. Principalmente os jovens, que estão sempre tão envolvidos em suas relações sociais, principalmente amorosas.

6 CONSIDERAÇÕES

A experiência na produção da fotonovela na disciplina de Fotografia, ministrada pelo professor Felipe Colvara, foi muito produtiva. Possibilitando o grupo perceber e utilizar todos os conceitos mostrados em aula em diversas disciplinas diferentes.

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.

O fato de ter que associar fotografias, textos e o produto em uma história foi a maior dificuldade do grupo, no qual a nossa criatividade muitas vezes nos levou para caminhos diferenciados, ficando 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

EISNER, Will. **Quadrinhos e a arte sequencial**. Trad. Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

EISNER, Will. **Narrativas Gráficas**. Trad. Leandro Luigi Del Manto. São Paulo: Devir, 2005.

GARCÍA, Santiago. **A novela gráfica**. Trad. Madga Lopes. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

JOANILHO, André Luiz. JOANILHO, Mariângela Peccioli Galli. **Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural**. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbh/v28n56/13.pdf>> Acesso em 16 de abril 2016.

Fotonovela. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fotonovela>>. Acesso em 16 de abril 2016.

Nascimento, Monique dos Santos. CASADEI, Eliza Bacheга. **Sob O Olhar Do Fotógrafo: Quadrinhos e Fotografia Na Narrativa Jornalística**, Bauru – SP, abr. 2015. Disponível em: <<https://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/ComunicacaoSocial/midiacidade/dt3-1.pdf>> Acesso em 16 de abril de 2016.