

## Fotonovela “Janela Indiscreta”<sup>1</sup>

Cíntia MOLETA<sup>2</sup>

Larissa Kiefer de SEQUEIRA<sup>3</sup>

Andressa RICKLI<sup>4</sup>

Francismar FORMENTÃO<sup>5</sup>

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

### RESUMO

A fotonovela *Janela Indiscreta* foi um trabalho realizado para a disciplina “Redação Publicitária”, do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), sob orientação dos professores Andressa Rickli e Francismar Formentão. O objetivo foi exercitar os conteúdos interdisciplinares ministrados na unidade curricular. A fotonovela foi construída a partir do interesse, do estudo e da análise de alguns filmes do cineasta Alfred Hitchcock e da rede social *Facebook*, tema extremamente discutido atualmente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotonovela; Fotografia; Alfred Hitchcock; *Facebook*.

### 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda como tema principal a representação de alguns filmes do cineasta Alfred Hitchcock ligada ao uso da rede social *Facebook*, ou seja, mostrando um roteiro parecido com o do filme “Janela Indiscreta”, porém, nos dias de hoje, por meio de ferramentas online. Dentro do gênero suspense, foram abordadas cenas de quatro filmes de Hitchcock e alguns pequenos detalhes de outros de seus filmes.

Para que se possa entender a proposta do trabalho, é necessário que se apresente alguns conceitos sobre fotonovela. De acordo com Habert (1974, p. 17) a fotonovela é uma forma de narrativa que utiliza foto e texto, sendo esse em forma de diálogos e legendas. Habert (1974, p. 17) afirma que a fotonovela é um processo de produção, seleção e montagem, fixado num texto publicado, colocado a desfrute do público.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à disciplina de Redação Publicitária, em novembro de 2013.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: cintiamoleta@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 4º Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: larissa.kiefers@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: andressarickli@gmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo email: fformentao@gmail.com.

Dessa maneira, abre uma série de novos processos: interpretação, integração e catarse. Este produto de cultura de massa une qualidade e quantidade. Assim,

Como qualquer outro produto da indústria cultural, a fotonovela é realizada ao longo de etapas sob a responsabilidade de técnicos. E mais do que qualquer outro produto, tem as suas fases de trabalho distanciadas, tanto no espaço, quanto no tempo. (...) O processo de produção propriamente dito é muito semelhante ao trabalho de realização de um filme. (HABERT, 1974, p. 66)

Na construção da narrativa de uma fotonovela existe um padrão, que de acordo com Habert,

Se compõe de três partes, que não são necessariamente estanques: a exposição, que trata da introdução e articulação dos elementos essenciais; o retardamento, um processo de nutrição da exposição, sustentada em pequenas situações de desequilíbrio; e finalmente a solução, que concluirá, construindo novo equilíbrio. (HABERT, 1974, p. 110)

Para Habert (1974, p. 93) a fotonovela desempenha o papel de um substitutivo da literatura. É uma forma acessível de imaginário para o homem urbano. Ao mesmo tempo divulga um conteúdo próprio e obras consagradas sob forma reduzida e simplificada. Ainda dentro do contexto de conteúdo, Habert (1974, p. 90) afirma que a fotonovela decompõe o movimento em imagens fixas, atemporais e eternizadas, estabelecendo uma ideia de existência completa, em que os fatos são expostos e a ação não se desenvolve.

Quando se fala em linguagem na fotonovela, faz-se ligação imediata com a montagem, uma vez que é sinônimo de diagramação, a qual é responsável pela disposição dos textos e fotos numa página.

A montagem da fotonovela, diferentemente do cinema, se assemelha mais a uma soma do que a um produto. A justaposição dos dois elementos (foto e texto) não abre ao leitor um grande número de combinações. Pelo fato de que na maioria das vezes, o texto explica a foto, ou a foto é mera ilustração do texto. A relação entre os dois elementos é redundante, dela se conclui sempre univocamente. Eles se desenvolvem lado a lado com a mesma função expositiva e explicativa, não se misturam nunca, não criam uma linguagem visual como os quadrinhos desenhados. (HABERT, 1974, p. 81)

Habert conclui afirmando que a fotonovela em si é um grande eufemismo. As imagens não mostram a realização de cenas de sexo nem de violência e, por isso, a ação

sofre cortes. As situações são expostas com clareza aos leitores, mas nunca acontecem ou se desenvolvem diante de seus olhos. (HABERT, 1974, p. 82)

Para a construção dos elementos explorados no enredo da fotonovela foram utilizados alguns ícones chave, que norteiam a produção em sua amplitude. São eles: o *Facebook*, a figura e representação do diretor Alfred Hitchcock e o suspense.

### **O *Facebook***

O *Facebook* é uma rede social de relacionamentos, fundada em 4 de fevereiro de 2004, pelo americano Mark Zuckerberg. É um site em que cada pessoa pode ter o seu perfil com dados pessoais, fotos, vídeos, links, etc. Os membros desta rede social interagem entre si, visitando os perfis, estabelecendo amizades, contatos, deixando comentários, enviando mensagens privadas e públicas entre si, etc. O *Facebook* é gratuito para seus usuários, além disso, possui banners de publicidade e links patrocinados.

Para melhor compreensão dessa rede de relacionamentos, é necessário que se entenda um pouco sobre Cultura de Convergência, termo criado por Henry Jenkins para designar uma evolução nas mídias, em que deixam de ser apenas interativas para se tornarem também participativas. Dentro do contexto de convergência, temos o meio digital, em que está inserido o *Facebook* e segundo Jenkins,

Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2008, p. 45)

Unindo esses novos consumidores, totalmente conectados e participativos, ao objetivo desta convergência, o qual é promover uma marca, personalidade ou qualquer tipo de conteúdo através de uma cultura interativa, participativa e coletiva, necessita-se de uma ferramenta que se encaixe nesse contexto, tendo assim, como maior exemplo deste tipo de convergência, a rede social *Facebook*.

Deve-se ressaltar, também, o outro lado das redes de relacionamentos: o contato com o desconhecido. De acordo com Schittine (2004, p. 96) nos meios digitais, os

internautas mantêm uma distância física, mas ao mesmo tempo estabelecem uma relação virtual próxima, e isso é uma das contribuições mais interessante da internet. Para ela,

Uma das mais interessantes questões geradas pelo advento da escrita íntima na internet é: para quem contar nossos segredos? A princípio, a maioria das pessoas que escrevem um diário íntimo virtual se sente mais apta a dividir suas inquietações com “estranhos”. A confiança no leitor desconhecido é estabelecida (...) pelos pontos em comum entre ele e o diarista e pela segurança de não conhecê-lo em “carne e osso”. Existe uma aproximação virtual que se dá pelas afinidades, mas também uma distância real que se dá pela falta de contato físico. É justificável que, na cultura atual, a internet venha a retomar a confiança no interlocutor desconhecido. (SCHITTINE, 2004, p. 97)

### **Alfred Hitchcock e o Suspense**

A afinidade, neste caso, se dá pela obra do cineasta Alfred Hitchcock, gerando uma aproximação entre as personagens.

Alfred Hitchcock, cineasta inglês, foi considerado o gênio do cinema e chamado até hoje de “Mestre do Suspense”. Possuía características únicas que, sem dúvida, o transformaram junto com seu talento em um dos diretores mais famosos de todos os tempos. Os suspenses de Hitchcock são marcados pelos movimentos das câmeras, efeitos especiais, além disso, o clima de suspense é acentuado pelo uso de música forte e dos efeitos de luz. Nos filmes de Hitchcock, geralmente a ansiedade do espectador aumenta pouco a pouco enquanto, o personagem não tem consciência do perigo.

Muitas das características de seus filmes estão presentes nesta fotonovela, por exemplo, o espectador como uma espécie de *voyeur*, ou seja, o personagem age como se soubesse que o telespectador está observando-o.

Segundo Araújo (1984, p. 27) o voyeurismo é atributo de todo cineasta, mas para Hitchcock é a essência de seu trabalho. Olhar, no seu caso, implica conservar o próprio corpo fora de ação. (ARAÚJO, 1984, p.27). O voyeurismo está presente no filme que leva o mesmo título da Fotonovela, “Janela Indiscreta”, em que o graças à curiosidade do protagonista, ele desvenda um crime realizado durante o longa-metragem. Hitchcock não apresenta apenas uma sequência de cenas, mas cria uma teoria de espetáculo, trazendo o telespectador para dentro da trama.

Outra característica de Hitchcock é a forma como ele retrata o medo. De acordo com Araújo (1984, p. 79) o diretor tem como principal desafio o público, que sempre pretende

saber o que vai acontecer. Por isso, Hitchcock precisa constantemente inovar seu modo de “assustar”. Ele não hesita em quebrar regras para causar um maior impacto no espectador e surpreendê-lo. Na hora de filmar, até o movimento da câmera e ponto de vista técnico são essenciais. Araújo (1894, p. 39) afirma que cada ângulo é escolhido, cada posição da câmera é determinada tendo em vista o sentido a ser criado. A câmera adquire, no suspense, plena autonomia.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo desta fotonovela é mostrar o uso das redes sociais atualmente, vinculada principalmente com um dos assuntos mais polêmicos desse meio: o desconhecido e o perigo. Ao mesmo tempo em que essas redes quebram barreiras fazendo com que as pessoas mantenham contato, mesmo que a distância, elas podem ser usadas como uma arma “diferenciada” para cometer crimes, raptos, etc. Pretende-se mostrar os dois lados: manter uma contato/amizade virtual, muitas vezes conhecendo apenas o perfil virtual dessa pessoa, e que é preciso ter muito cuidado, pois às vezes achamos que conhecemos quem está do outro lado e por isso muitas vezes somos enganados, ou ainda criamos uma má impressão nos baseando apenas na aparência do perfil da pessoa. Uma vez que se trata de um clima de suspense, decidimos mesclar cenas do grande Mestre de Suspense de todos os tempos: Hitchcock. E reservamos para o final uma cena em que o questionamento inicial é reforçado e há a manutenção do fator suspense.

## **3 JUSIFICATIVA**

A realização da fotonovela possibilitou utilizar elementos cinematográficos de Hitchcock em um mundo e com recursos totalmente diferentes dos utilizados pelo próprio diretor, se constituindo como uma espécie de versão atualizada. Isso já é visível no título *Janela Indiscreta*, nome de um filme de grande sucesso de Hitchcock, e nesta fotonovela, revela-se que o *Facebook* não passa de uma janela indiscreta dos dias atuais.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O roteiro foi desenvolvido pelas autoras e produtoras da fotonovela, Cintia e Larissa, em seguida foi feito um *Storyboard* para detalhar qual seria a sequência das fotografias e legendas que seriam necessárias para a construção da história. A seguir partiu-se para a parte prática: tirar as fotos. Como cenário foi usado o apartamento das autoras da fotonovela, e a câmera fotográfica foi cedida por Cintia Moleta. Os atores são alunos do 4º ano de Publicidade e Propaganda da UNICENTRO, convidados pelas alunas integrantes do grupo. As fotos receberam tratamento no programa *Adobe Photoshop*. Com as fotografias prontas começou o processo de diagramação, o qual foi montado no programa *Corel Draw*, com o arquivo pronto e finalizado, foi enviado para a impressão.

#### **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A primeira ação desenvolvida pelas autoras para o processo deste produto foi criar a história e colocá-la dentro de um roteiro. A trama da fotonovela foi desenvolvida a partir dos conhecimentos adquiridos e pesquisas realizadas pelas alunas sobre os assuntos citados anteriormente. Em seguida, partiu-se para a parte prática: seleção de figurantes e de cenários, sessão de fotos, edição e tratamento das mesmas, e por fim, a montagem das fotos e textos, através de diagramação. Após a revisão e finalização da fotonovela, a apresentação da peça ocorreu em novembro de 2013 durante a disciplina de Redação Publicitária. O produto se constitui de uma fotonovela de 16 páginas, colorida e disponibilizada em formato digital.

#### **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A realização deste trabalho possibilitou às integrantes do grupo uma maior compreensão da importância das redes sociais atualmente. Além disso, a elaborar um roteiro de forma prática, aliado às demais áreas de produção necessárias ao desenvolvimento de uma fotonovela e também de como trabalhar os planos de enquadramento e ângulos dentro da fotografia. O trabalho foi de extrema importância, uma vez que se trata de um assunto muito atual: *Facebook*, um pouco de cinema: Hitchcock, e

ainda, o conhecimento de programas de tratamento de fotos e diagramação, e a importância do tratamento textual em um roteiro.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e Indústria Cultural: Estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões**. Petrópolis: Vozes, 1974.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. (Edição e Português).

SCHITTINE, Denise. **Blog: comunicação e escrita íntima na internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

ARAÚJO, Inácio. **Alfred Hitchcock: O mestre do medo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.