

Folclore brasileiro e fotonovela: a história de Romãozinho a partir de uma perspectiva contemporânea¹

Lara Vitória de Oliveira Caetano Guimarães²
Ana Paula Silva Ladeira Costa³
Universidade Estadual de Goiás, UEG, GO

RESUMO

Este trabalho visa apresentar a fotonovela, um gênero pouco realizado no mercado comercial brasileiro na atualidade. Propomos uma abordagem contemporânea do gênero, a partir de uma fotonovela cujo tema faz parte do folclore em Goiás. Assim, pretende-se difundir mais o personagem principal da história, Romãozinho, para todos os leitores e usuários da internet. O projeto propõe uma apresentação e resgate histórico da fotonovela e suas vertentes que surgiram ao passar dos anos, assim como do personagem Romãozinho. Por fim, são apresentadas as fases da construção da fotonovela, desde da sua pré-produção, produção e pós produção.

PALAVRAS-CHAVE: Fotonovela; Romãozinho; Storyboards; Folclore; Fotografia, Folkcomunicação

Introdução

As fotonovelas surgiram em 1940 na Itália, mesmo período da conhecida "época de ouro"⁴ da rádio no Brasil. Tratadas como uma sublitteratura por críticos e estudiosos, teve sua popularização nos anos 1960, principalmente com temas relacionados a romances, e foi um instrumento de publicidade e entretenimento da época. A fotonovela se compõe basicamente de uma narrativa horizontal - semelhante às histórias em quadrinhos - que utiliza de textos e fotos, publicadas em revistas.

Angeluccia Bernardes Habert define a fotonovela como “uma forma de narrativa que utiliza foto e texto [...] A fotonovela é um processo de produção, seleção e montagem, fixado num texto publicado, colocado à fruição do público” (1974, p.17).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT18CO - Usos Sociais da Mídias, Imagens e Internet, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Bacharel em Cinema e Audiovisual pela Universidade Estadual de Goiás (UEG) email: laravitoria1707@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Cinema e Audiovisual da UEG. Pós-doutora em Comunicação Social pela UERJ; Doutora em Comunicação Social pela UFF. E-mail: ana.costa@ueg.br

⁴ A época de ouro da rádio ocorre a partir dos anos de 1940 no Brasil, trata-se do auge do rádio nacionalmente. Surgem nesse momento grandes nomes no cenário artístico, programas, novelas entre outros.

Com a ascensão de certas mídias, como a televisão, na década de 1980, as fotonovelas foram perdendo espaço e, assim, aconteceu o fim de sua circulação nas bancas. Atualmente, porém, nota-se o início de um novo movimento de criação de fotonovelas no Brasil, agora distribuídas através das novas plataformas de comunicação - internet e redes sociais - e eventualmente utilizadas como dispositivo educacional.

Este trabalho propôs a realização de uma obra contemporânea, com ênfase para a cultura popular brasileira. Pretendendo renovar o formato tradicional das fotonovelas consumidas nos tempos passados, mas mantendo suas principais características - uma narrativa que segue o estilo de Storyboard⁵, o mesmo dos quadrinhos.

Junto com a ideia de se utilizar um meio de comunicação até então despopularizado desde do final da década de 1970, a ideia foi também propagar personagens folclóricos brasileiros pouco populares, como é a situação do personagem principal desta fotonovela – Romãozinho, personagem folclórico pouco conhecido pela população brasileira. O conto apresenta uma significativa deficiência em materiais literários e escassez na sua representação nos meios audiovisuais.

Romãozinho é um personagem que gosta de pregar peças nos cidadãos ao redor. Sua história de origem se diverge bem pouco quando se observam as histórias contadas popularmente e por escritores: o garoto, após comer a carne do almoço do pai, joga a culpa na mãe, que é morta pelo marido. Assim, Romãozinho se transforma em um duende amaldiçoado, que vive por aí na eternidade pregando peças nas pessoas.

A partir dessa história folclórica, foi elaborada uma fotonovela que adaptou o antigo modelo narrativo das fotonovelas para a atualidade do digital e seus aspectos narrativos. A fotonovela *Romãozinho e o desafio na cidade* então se apresenta como uma obra ficcional folclórica, com objetivo de apresentar tanto a história de origem do personagem, como uma versão atualizada e presente no mundo contemporâneo.

Além do olhar sob uma perspectiva atual sobre o personagem, que já tem sua história de origem existente, trazer a fotonovela em uma plataforma nova que é a rede social Instagram, como as obras CASACAIXA (Ravel Cabral, 2018) e VUHAO (Ravel Cabral, 2019), traz um novo desafio para sua adaptação nesse meio de comunicação.

⁵ Storyboard's são organizadores gráficos, que consistem em uma série de ilustrações ou imagens arranjadas em sequência horizontal. São utilizados como esboços sequenciais das cenas - já que são desenhos quadro a quadro -, um visual muito semelhante ao de uma história em quadrinho.

A fotonovela *Romãozinho e o desafio da cidade*

A fotonovela *Romãozinho e o desafio na cidade* é uma obra ficcional folclórica, cujo enredo narra a história desse personagem no mundo contemporâneo. Além de oferecer uma perspectiva atual sobre o personagem, a proposta de realização desta fotonovela exigiu a experimentação de um novo formato, com novos recursos para publicação das fotografias e dos textos.

Na fotonovela, Romãozinho migra para a cidade grande, onde dedica seu tempo a provocar as pessoas que encontra em seu caminho. Ao conhecer a jovem artista Alamoá, ele percebe que a artista não se irrita com as tentativas de danificar suas telas e murais. Assim, Romãozinho estabelece um objetivo claro – irritar Alamoá. Essa personagem, por sua vez, sabe quem é o garoto e, para se livrar dele, oferece um prato de comida. Esta não é a história original de Romãozinho. A história, que originalmente acontecia no meio rural, é deslocada para um grande centro urbano. Na fotonovela também surge uma nova personagem, Alamoá, trazida de um folclore brasileiro narrado pela população de Fernando de Noronha. Mesmo com as adequações narrativas, a fotonovela oferece ao leitor a oportunidade de conhecer a história original, contada a partir de um *flashback*.



Figura 03 – Personagem Romãozinho apresentado no flashback e no presente

Fonte: acervo pessoal

A realização da fotonovela foi dividida em fases de pré-produção, produção, pós-produção e publicação. Na fase de pré-produção, ficou claro que não seria viável trabalhar com um formato de roteiro *master scenes* ou um roteiro de áudio e vídeo. Para

o desenvolvimento da fotonovela, foram escritos a *storyline*, que ofereceu uma descrição sucinta do enredo; o argumento; a escaleta, que trouxe a estrutura e sequência das cenas; e, por fim, realizou-se um *storyboard*, capaz de oferecer as imagens, de modo cronológico, e antever enquadramentos, ângulo de câmera e ações dos personagens dentro dos planos. O *storyboard* serviu como uma espécie de decupagem – documento que divide as cenas do roteiro em planos – e guia. Por se tratar de desenhos, além de ter os planos imaginados para as cenas, as poses dos atores também já estavam presentes no *storyboard*. Ainda na fase de pré-produção, definiram-se as locações: o parque, a casa da família de Romãozinho e um ateliê. A última tarefa da pré-produção foi encontrar fontes de apoio para o projeto.

A produção aconteceu em duas diárias, em dezembro de 2022. Para captação de imagens, foi formada uma equipe composta por assistente de foto, maquinaria, direção de arte, assistente de direção, produção e still/making of. Uma das dificuldades referiu-se à direção e à maneira de registrar fotonovelas. Por se tratar de fotos - algo estático - diferente da gravação de obras audiovisuais tradicionais, a direção se assemelhou à de um ensaio fotográfico.

Na pós-produção, foram utilizadas ferramentas de manipulação de imagens para se obter o efeito dos olhos brancos de Romãozinho, os raios da chuva e o fogo da cozinha. Ainda foi utilizado o programa Premiere e After Effects, para acrescentar efeitos sonoros em imagens específicas nos Stories, que ajudaram a criar a ambientação da cena, já que a plataforma escolhida para a distribuição permite o acréscimo deste recurso, que é o som – um elemento que muda o sentimento do espectador perante a obra.

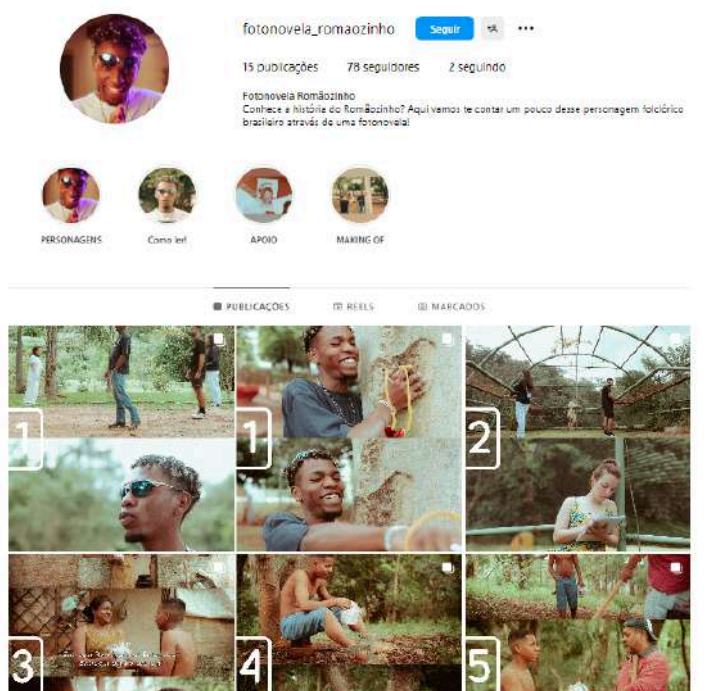
Figura 02 – Frame da Fotonovela



Fonte: acervo pessoal

A fotonovela foi publicada integralmente, em ordem sequencial., no perfil @fotonovela_romaozinho. Para facilitar a visualização, cada publicação no feed foi numerada. Os diálogos, por sua vez, foram apresentados em diferentes cores, para identificar o personagem. Os *Stories*, publicações temporárias no formato vertical, foram utilizados para oferecer aos leitores as instruções de leitura, para divulgação da fotonovela, das empresas que apoiaram o projeto e do *making of*. As legendas das fotos, em diferentes cores, demarcam os diálogos dos personagens.

Figura 04: Perfil



Fonte: @fotonovela_romaozinho

Considerações finais:

O presente trabalho propôs uma revisão histórica de dois objetos: a fotonovela e o personagem folclórico Romãozinho. O folclore brasileiro constitui uma das fontes mais fiéis da cultura popular brasileira, sendo necessária sua divulgação através dos meios de comunicação digitais, permitindo que tais manifestações populares cheguem às futuras gerações.

Partindo do objetivo de realizar uma fotonovela que contasse a história desse personagem, buscou-se uma forma de transcrever a essência do antigo modelo narrativo da fotonovela para uma forma que se adequasse aos meios de comunicação atuais.

Concluimos que as redes sociais se apresentam como uma interessante janela para adaptação e divulgação de fotonovelas. A publicação da fotonovela no Instagram preservou os elementos constituintes deste gênero, que continua se caracterizando enquanto uma narrativa por meio de fotos e textos. Ao mesmo tempo, chamamos a atenção para a oportunidade de a fotonovela incorporar novos elementos em sua estrutura quando publicada em ambiente digital: ruídos, músicas ou diálogos podem eventualmente pontuar cenas de mais destaque. O carrossel de publicações pode ofertar uma sequência de ações e a descrição de cada publicação pode oferecer uma comunicação direta ao usuário.

Desse modo, concluimos que a fotonovela constitui um eficaz meio de divulgação dos contos folclóricos, capaz de incorporar elementos visuais e textuais. Tais recursos são fundamentais para tornar a leitura mais interessante e atrativa a um público mais abrangente. Assim, acredita-se que a produção de fotonovelas sobre outras lendas ajudaria na propagação e preservação do folclore brasileiro entre um público mais jovem.

Referências bibliográficas:

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

MARTINS, Mônica. **A escrita do Folclore em Goiás:** Uma história de Intelectuais e Instituições (1940-1980). Tese (Pós- Graduação) - Instituto Ciências Humanas, História, Universidade de Brasília. Brasília, 2008.

NASCIMENTO, Luciana Santos do, et al. **Folclore brasileiro:** a identidade cultural do povo. Seminário PIBID UESB/Campus de Itapetinga-ISSN 2526-9275 1.1 (2017).

PEREIRA, Josias; VARGAS, Vagner. **Direção de atores:** Uma aproximação com o percurso gerativo de sentido e a análise ativa. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Universidade Federal de Pelotas. Santa Catarina, 2014.

SILVA, Emmanuelle Ferreira Requião et al. Construção de fotonovela com auxílio dos dispositivos móveis utilizado como estratégia de avaliação sobre estrutura e função das vitaminas no organismo. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, n. 11, p. 25972-25993, 2019.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste - Goiânia/GO - 05 a 07/06/2024

SILVA, Mônica Marins da. **A Escrita do Folclore em Goiás:** uma história de intelectuais e instituições (1940-1980). Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-graduação em História da Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

TEIXEIRA, José A. **Folclore Goiano.** São Paulo: Ed. Nacional/Brasília: INL. 1979.