



## **Propagandas sociais radiofônicas: uma experiência de produção nos cursos de Jornalismo e Radialismo da FAAC da Unesp de Bauru<sup>1</sup>**

Bernardo Marquez Alves<sup>2</sup>

Denise Businaro Aiello<sup>3</sup>

Lara Vendramini de Figueiredo Silva<sup>4</sup>

Lucilene dos Santos Gonzales<sup>5</sup>

Natasha Louise Bin de Campos<sup>6</sup>

### **Resumo**

Este trabalho visa relatar as atividades de um projeto experimental inédito nos cursos de Jornalismo e Rádio e TV: o **Minuto Consciente**, propagandas radiofônicas produzidas pela Agência PropagAção - também projeto de extensão experimental – veiculadas pela Rádio Unesp FM desde dezembro de 2007. Inédito porque todo o processo de produção do Minuto Consciente é feito por alunos de Comunicação Social da FAAC com habilitação em Jornalismo e Radialismo. O desafio é trabalhar com estudantes que não têm aparato teórico e prático em Publicidade e Propaganda, já que a FAAC não oferece essa habilitação. Este relato constitui-se, portanto, em uma descrição das atividades desses dois projetos e em uma reflexão sobre essa experiência inter-habilitações no curso de Comunicação Social.

**Palavras-chave:** propaganda social; rádio educativo-cultural; extensão; comunicação social; educação.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na NP Publicidade e Propaganda, do Intercom 2008, VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Bernardo Marquez Alves. Brasileiro. Estudante de graduação - terceiro ano do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Radialismo da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação – UNESP, Bauru. bmarquez\_9@hotmail.com

<sup>3</sup> Denise Businaro Aiello. Brasileira. Estudante do terceiro ano do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação – UNESP, Bauru. dediaielo@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Lara Vendramini Figueiredo Silva. Estudante do segundo ano do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação – UNESP, Bauru. laravfs@hotmail.com

<sup>5</sup> Lucilene dos Santos Gonzales. Orientadora do trabalho. Professora titular da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp de Bauru. lucilenegonzales@uol.com.br

<sup>6</sup> Natasha Louise Bin de Campos. Brasileira. Estudante do terceiro ano do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação – UNESP, Bauru. nah\_bin@yahoo.com.br



## 1. Introdução

O projeto de extensão “Minuto Consciente – Propagando ações sociais” tem como objetivo principal produzir *spots* e *jingles*<sup>7</sup> que divulguem valores sociais construtivos à comunidade em geral para levar os ouvintes da Rádio Unesp FM a refletirem sobre temas relevantes e pouco abordados quando se fala em propaganda<sup>8</sup>. Seu conteúdo difunde educação, conscientização para levar as pessoas a tomarem atitudes que melhorem a convivência social.

Já foram propagados os temas dos Direitos Humanos, Importância da leitura, Direitos da mulher, Integração do idoso na sociedade, Projeto Perspectiva – apresentações culturais na Unesp. Todos esses temas embasam-se em projetos de pesquisa e de extensão da Unesp ou em projetos de funcionários o que permite a criação de conteúdos inovadores para as propagandas, fugindo assim dos clichês dos anúncios veiculados em rádios comerciais.

Para a produção do Minuto Consciente, foi criada a Agência PropagAção, uma agência com estrutura semelhante às agências de publicidade e foi instaurado o Grupo de Estudos Publicitários – GEP -, todos coordenados pela profa. dra. Lucilene dos Santos Gonzales.

A seguir exporemos detalhadamente: como se estrutura e funciona a Agência PropagAção; b) as características do Minuto Consciente; c) as estratégias utilizadas pela professora coordenadora do GEP para oferecer subsídios teóricos e práticos aos discentes. Por último, refletiremos sobre os desafios encontrados nesses projetos pela coordenadora, pelos alunos e pelos profissionais da Rádio Unesp FM e também exporemos sobre os resultados que vêm surgindo desse trabalho.

O trabalho aqui exposto se propõe, portanto, a apresentar esses projetos e também a fornecer material metodológico para professores, alunos que tenham interesse em implantar esses projetos em seus cursos ou emissoras de rádio – educativo-culturais ou não – que se interessem pela idéia.

---

<sup>7</sup> *Spot*: mensagem publicitária de rádio, feita por uma locução simples ou mista - duas ou mais vozes-, com ou sem efeitos sonoros, e uma música de fundo. *Jingle*: mensagem publicitária para rádio na forma de música em que se cantam os benefícios da marca.

<sup>8</sup> Faz-se necessário, nesse momento, diferenciar os termos *propaganda* de *publicidade*, para que fique claro o termo “Propaganda Social”. Propaganda tem origem no latim *propagare*, que quer dizer propagar, difundir, multiplicar. Fazer propagandas é, portanto, difundir idéias, crenças, princípios e doutrinas. Propaganda significa divulgação de idéias. Já a publicidade deriva do latim *publicus*, significando tornar público e modernamente pode ser definida como qualquer forma de divulgação de produtos e serviços, por meio de anúncios pagos e veiculados por um anunciante, com fins comerciais (GONZALES, 2003, p. 25-6).



## 2. A Agência PropagAção: estrutura e funcionamento

Para a produção do Minuto Consciente e com a crescente procura dos alunos de Jornalismo e de outros cursos da área de Comunicação Social da FAAC pelo projeto, sentimos a necessidade de criar uma agência de propaganda para gerar um produto com mais qualidade e propiciar aos estagiários a vivência de uma estrutura similar à encontrada no mercado.

Surgiu, então, em março de 2008, a Agência PropagAção, que atualmente conta com a participação de jornalistas, radialistas – e a partir de agosto, também de relações-públicas e designers – da FAAC. A agência compõe-se das seguintes áreas:

**1 - Coordenação geral:** área que responde pela Agência, bem como pelos seus relacionamentos internos e externos, coordenando todas as atividades desenvolvidas. É responsável pela administração dos recursos humanos, técnicos e materiais da agência. A responsabilidade dessa área é da professora que criou os projetos.

**2 – Consultoria de Atendimento e Planejamento:** essa área estuda, seleciona e capta para a Agência PropagAção os serviços ou contatos nas diversas unidades da Unesp, respondendo pelo briefing das propagandas e, de forma integrada com a coordenação geral, elabora trabalhos de planejamento e execução dos serviços. Essa área é peça chave na agência, pois são esses estagiários que elaboram o conceito da comunicação a ser veiculado nas propagandas. Todos os projetos são iniciados e finalizados nesse setor. Atualmente conta com dois estagiários de Jornalismo, mas a partir de agosto, serão mais dois de Relações Públicas.

**3 – Consultoria de criação:** Setor responsável pela execução de todos os serviços de criação das propagandas ou campanhas de propaganda. É subdividido em três áreas, que funcionam de forma integrada: **a) área de produção de textos:** responsável pela elaboração dos roteiros das propagandas e de todos os textos elaborados pela Agência. Conta com cinco estagiários de Jornalismo; **b) área de produção sonora/finalização:** responsável pela sonorização das propagandas, pela criação e musicalização dos *jingles*, enfim pela finalização de cada Minuto Consciente. Conta com dois estagiários de Radialismo; **c) Área de webdesign:** responsável pela criação da logomarca da agência e do seu site, além da manutenção dessas informações sobre os nossos projetos. Essa área está em formação na agência.

**4 – Consultoria em locução:** responsável pela locução das propagandas radiofônicas. São cinco estagiários do curso de Jornalismo.



**3.5 – Consultoria em assessoria em comunicação:** responsável pela divulgação dos projetos da agência nas diferentes mídias, incluindo o site da agência. São atualmente dois estagiários de Jornalismo, mas essa área também contará com estagiários de Relações Públicas para traçar uma estratégia de comunicação para a Agência PropagAção com seus diversos públicos.

Cada uma dessas consultorias tem um estagiário responsável pelas atividades e prazos estipulados pela coordenação geral.

Atualmente, o Minuto Consciente é o único produto da Agência PropagAção que tem reuniões semanais para gerar as propagandas que serão veiculadas durante um mês; cada mês as propagandas do minuto Consciente divulgam um tema social relacionado a um projeto da Unesp.

A dinâmica da agência envolve as seguintes etapas: elaboração do *briefing* pelo atendimento, cronograma de atividades, *brainstorming*, criação e seleção de roteiros, definição dos locutores, ensaio com os locutores, gravação da locução no estúdio da Rádio Unesp FM, sonorização e finalização das propagandas.

Para o ano de 2008, a Agência PropagAção já tem serviços solicitados até dezembro advindos da comunidade unespiana de Bauru.

### **3. Grupo de Estudos Publicitários - GEP: embasamento teórico para as propagandas sociais**

Paralelamente à criação do Minuto Consciente e da Agência PropagAção, instauramos o Grupo de Estudos Publicitários- GEP – para cobrir a defasagem do curso de Comunicação Social da FAAC que não oferece a habilitação em Publicidade e Propaganda.

O GEP tem como objetivo embasar teoricamente os trabalhos dos nossos dois projetos de extensão, e a frequência a esse grupo de estudos é condição indispensável para o aluno ser estagiário na Agência e no Minuto Consciente.

As reuniões do GEP são semanais, com uma hora e meia de duração. Para a discussão teórica dos textos, os alunos lêem previamente um texto, um deles faz o resumo e traz para debater com o grupo. Essa estratégia do grupo de estudos permite aos estudantes assimilar conceitos publicitários que ora divergem ora convergem com a linguagem jornalística com que eles já têm contato teórico e prático.



#### **4. Minuto Consciente: produto da Agência PropagAção**

O projeto “Minuto Consciente” surgiu a partir da iniciativa da Professora Doutora Lucilene dos Santos Gonzales que percebeu em alguns de seus alunos da graduação de Jornalismo o interesse pela área de Publicidade e Propaganda; além disso, a professora detectou uma lacuna na formação de seus alunos de Jornalismo quanto à relação dessa área com a Publicidade. Assim, o Minuto Consciente nasceu para ampliar o conhecimento teórico e prático dos discentes de Comunicação Social da FAAC.

Aliada a esses objetivos, a produção de propagandas sociais, objeto do Minuto Consciente, vem ao encontro da responsabilidade social inerente à formação do comunicador social, quer seja ele jornalista, radialista, relações-públicas ou publicitário. A questão social está sempre alicerçando a produção do Minuto Consciente, juntamente com a missão de educação dos ouvintes que recebem a informação para conseqüente reflexão e tomada de atitudes socialmente positivas.

Outro fator que convergiu para a criação dos nossos dois projetos de extensão foi a necessidade percebida pela professora de seus alunos atuarem em um meio de comunicação, no caso, o rádio, que a Unesp de Bauru disponibiliza com a Rádio Unesp FM.

O projeto do Minuto Consciente foi apresentado à Rádio Unesp FM e prontamente foi aceito pela emissora não conter em sua programação essa forma de comunicação praticada pelos alunos da FAAC e por convergir com seu caráter educativo e cultural; estaria assim criada uma nova linguagem para divulgação de valores sociais por meio de nossas propagandas.

O Minuto Consciente tem duração de 30 segundos a um minuto, dependendo do tema abordado. Por dia, são veiculadas cinco propagandas durante a programação da emissora, em horários adequados aos assuntos dos programas e de acordo com o público ouvinte.

O Minuto Consciente tem prestado duplo serviço à comunidade: divulga aos ouvintes de Bauru e região por meio da Rádio Unesp FM os resultados das pesquisas desenvolvidas no campus e os serviços prestados à comunidade pela Unesp de Bauru ao mesmo tempo que informa esse público sobre os valores resultantes desses trabalhos da universidade para que possam refletir sobre essas informações e, conseqüentemente, rever conceitos, reivindicar seus direitos, participar de atividades sociais, culturais, enfim, praticar cidadania de forma consciente.



## **5. A escolha da Rádio Unesp FM: informação, educação, conscientização**

Escolhemos para divulgar nossas propagandas o meio rádio, mídia que é a mais democrática de todas por seu fácil acesso ao público. “Por sua natureza, o rádio é um veículo que fala mais íntima e diretamente com a pessoa. (...) A mensagem se apóia fundamentalmente na voz humana, devendo ser adotada de uma linguagem coloquial” (PINHO, 1990, p.148). A locução das propagandas radiofônicas, porém, requerem mais expressividade do que a locução dos programas de caráter jornalístico, que compõem grande parte da programação da Rádio Unesp FM, parceira do projeto.

Outro fator para a escolha da Rádio Unesp FM foi a compatibilidade da missão dessa mídia com os objetivos do Minuto Consciente: uma emissora universitária educativo-cultural cuja finalidade é divulgar e apoiar os projetos da universidade, além de contribuir com a educação e reflexão de seus ouvintes. “No sentido lato, a programação educativa objetiva uma mudança de atitude por parte da audiência (...) Tal programação deve ser dirigida a grandes audiências” (RIBEIRO, 2003, p. 64).

Localizada na cidade de Bauru, interior do Estado de São Paulo, a Rádio Unesp FM atinge um raio de 100 km e atende a cidade de Bauru e região. A emissora é uma Unidade Complementar da Reitoria da Unesp, e funciona desde 1991. Tem como perfil ser uma rádio educativa e cultural, com uma programação variada. “A Unesp FM optou por promover uma segmentação de sua própria programação, com vistas a atender os gostos de diversas audiências” (RIBEIRO, 2003, p.19).

Os tópicos do regimento interno da Rádio Unesp FM, relacionados abaixo, evidenciam a importância da parceria dessa mídia com o projeto Minuto Consciente. São eles:

1. Cooperar com as pesquisas na área do rádio;
2. Cooperar com as atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária;
3. Divulgar as atividades da Unesp;
4. Transmitir programas que visem ao aprimoramento dos conhecimentos científicos, artísticos e culturais da comunidade.

Por ser a Rádio Unesp uma rádio educativo-cultural, de frequência modulada – FM - e com um público já conquistado, a divulgação do Minuto Consciente na sua programação já tem um público ouvinte também assegurado. Por não se prender a formatos e padrões - como a linguagem jornalística -, as propagandas sociais acabam



“arejando” a programação da Rádio com suas mensagens originais e sua linguagem diferenciada.

Também para a Rádio Unesp FM essa parceria é inédita, pois a emissora não havia aberto espaço até este momento de sua existência para propagandas sociais produzidas por alunos da FAAC.

Há apenas sete meses em atividade, o Minuto Consciente também ganhou mais uma parceira: a Web Rádio Unesp Virtual, que funciona pela internet. Essa parceria ocorreu por ser essa mídia de acesso universal e não ter também em sua programação propagandas sociais. Veiculada pela internet, a Unesp Virtual pode ser ouvida de qualquer computador. Além disso, é na Webrádio que os estudantes da Unesp divulgam seus projetos e experimentações. É uma rádio feita por estudantes, com uma programação eclética e um público heterogêneo.

## **6. Produção de propagandas sociais radiofônicas: desafios, resultados e perspectivas**

Um dos principais desafios com que nos deparamos com as atividades da Agência Propagação e do Minuto Consciente é esclarecer a alguns alunos e docentes da área de Jornalismo sobre o porquê de trabalhar com a Publicidade, principalmente no curso de Jornalismo. Argumentamos que:

a) Jornalismo e Publicidade são interdependentes; o Jornalismo só existe, desde o seu nascimento, pelo patrocínio da Publicidade, e a Publicidade encontra nos meios de comunicação de massa, em produtos jornalísticos principalmete, sua forma de divulgação;

b) Ambas as áreas informam o público: o Jornalismo sobre fatos, acontecimentos, assuntos, e a Publicidade sobre produtos, serviços e idéias, variando apenas o grau de persuasão na mensagem jornalística e publicitária;

c) Jornalistas, radialistas, relações-públicas vão atuar com Comunicação Social num sistema capitalista em que deve haver equilíbrio de informação, ética, responsabilidade social e lucro.

Outro desafio encontrado nesses dois nossos projetos é inserir jornalistas e radialistas no universo da propaganda. A linguagem da propaganda não se prende a formatos e padrões como os programas jornalísticos que sempre têm uma estrutura, um formato fixo que os identifique perante o público. Na propaganda, cada tema ou assunto abordado exige um formato, uma linguagem diferente; a originalidade e a criatividade



são seus pontos principais; conceitos que foram sendo assimilados aos poucos, principalmente pelos alunos de Jornalismo.

Outra dificuldade para os futuros jornalistas foi fugir ao formato predominantemente informativo do roteiro das propagandas e aliar emoção às mensagens para chamar a atenção e despertar o interesse do ouvinte pelo tema propagado. As primeiras versões do Minuto Consciente tem um texto bem informativo, mas com o entendimento de que os textos mistos – com argumentos racionais e emocionais – surtem mais efeito sobre a percepção do ouvinte, os estagiários estão inovando em suas criações. Sem fugir à simplicidade e objetividade do texto radiofônico, os estagiários criaram roteiros dramatizados, poéticos, com depoimentos, em formato de “receita culinária” e até *jingles*, cantados pelos próprios locutores.

Em contrapartida, assimilados os conceitos da propaganda, os jornalistas passam a redigir roteiros radiofônicos com muita rapidez e facilidade, pois têm conhecimento sobre assuntos gerais e habilidade para escrever - o que é inerente à sua profissão -, aptidões nem sempre encontradas nos publicitários, que podem optar por outras áreas como atendimento, planejamento, pesquisa de mercado, marketing, mídia, design. Em outras palavras, nesses dois projetos estamos descobrindo que os estagiários de Jornalismo estão desenvolvendo habilidades para redator de publicidades e, no mercado de trabalho, poderão inserir-se na área de criação de textos publicitários em agências de comunicação ou publicidade, departamentos de comunicação e outros segmentos que necessitam de profissional com esse perfil.

Quanto aos profissionais da Rádio Unesp FM, a princípio, houve um estranhamento com a proposta, principalmente com o entendimento da diferença entre publicidade e propaganda. Explicamos então que as propagandas sociais não divulgariam serviços e produtos com fins comerciais, mas valores sociais, pois até então a emissora não tinha na sua programação propagandas produzidas por alunos da FAAC. Houve também estranhamento pela linguagem diferente do Jornalismo, sem formatação e estruturação fixa, e com a locução dos estudantes muito mais expressiva, mais coloquial, divergindo da locução mais formal, profissional e adulta da emissora.

Resultados positivos já podem ser constatados nesses dois projetos: os estagiários estão tendo um contato real com uma emissora de rádio e suas exigências, como a avaliação do seu trabalho, a resposta dos ouvintes que ora elogiam ora polemizam com as mensagens propagadas. Tem sido uma experiência prática para os estagiários que têm seu produto transmitido na programação da emissora.





Os estagiários também estão ampliando sua visão de Comunicação Social ao vivenciarem a estrutura de uma agência de propaganda atendendo clientes, planejando ações, encontrando fórmulas de comunicação e conceitos a serem comunicados aos ouvintes, criando textos inovadores, treinando locuções mais expressivas, cantando *jingles*, fazendo contatos com produtores de programação da Rádio Unesp FM, exercitando locução em estúdio de uma emissora radiofônica. Essa experiência tem permitido aos alunos das três habilitações perceberem que, antes de serem jornalistas, radialistas e relações-públicas, eles são comunicadores sociais e estão aptos a atuar em variados setores fazendo Comunicação não só em veículos comunicação de massa, mas em qualquer organização pública ou privada que necessite de comunicação.

Tem sido muito gratificante também a Agência PropagAção já ter adquirido credibilidade perante a comunidade unespiana, pois já temos vários pedidos de professores das três faculdades da Unesp – Artes, Arquitetura e Comunicação (FAAC), Engenharia (FEB) e de Ciências (FC) - que sejam tema do Minuto Consciente.

A Agência PropagAção e seu produto Minuto Consciente têm seus pressupostos e suas ações calcados na inter-habilitação dos cursos de Comunicação Social para ampliar no âmbito teórico e prático os conhecimentos dos estudantes de Jornalismo, Radialismo e Relações Públicas com o objetivo de expandir sua atuação no mercado de trabalho, prestar serviços à comunidade e praticar cidadania.

Outra expectativa da Agência PropagAção e do Minuto Consciente é ampliar a atuação do projeto, fixando a marca Minuto Consciente, a qual pretendemos tornar sinônimo de qualidade e eficácia em propaganda com perspectiva de veicular essas propagandas sociais também em outras emissoras para clientes fora da Unesp, divulgando informações, valores para os diversos setores da comunidade bauruense.

Enfim, a Agência PropagAção com seu produto radiofônico Minuto Consciente tem buscado alcançar exatamente o que diz o seu slogan “Propagando ações sociais”, ou seja, atingir a sociedade por meio da informação, conscientização e educação para tomada de atitudes socialmente construtivas.

## **Referências**

- CARRASCOZA, J. A. *A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade*. São Paulo: Futura, 1999.  
CARVALHO, N. *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 1996.  
CHANTLER, P. & HARRIS, S. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.



- DEL BIANCO, N. R. & MOREIRA, S. V. (org). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1999.
- FERRARETO, L. A. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra-Luzzatto, 2000.
- FONTES JUNIOR, J. B. A. *Liberdades e limites na atividade de rádio e televisão*. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.
- FOX, K. F. A., KOTLER, P. *Marketing estratégico para instituições educacionais*. São Paulo: Atlas, 1994.
- GONZALES, L. *Linguagem publicitária: análise e produção*. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.
- MATTAR, F. N. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas, 1997.
- MCLEISH, R. *Produção de rádio*. São Paulo: Summus, 2001.
- MEDITSCH, E. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001.
- MORIN, E. *Culturas de massa no século XX: neurose*. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- OTRIWANO, G. S. *A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.
- \_\_\_\_\_. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.
- PARADA, M. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda, 2000.
- PINHO, J. B. *Propaganda Institucional*. São Paulo: Summus, 1990.
- PORCHAT, M. E. *Manual de radiojornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PRADO, E. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.
- PRINGLE, H. & THOMPSON, M. *Marketing Social: marketing para causas sociais e a construção das marcas*. São Paulo: Makron Books, 2000.
- RIBEIRO, H. L. *Unesp Fm e concepções de rádio universitário*. Bauru. Trabalho de Conclusão de Curso. FAAC, Unesp, 2003.
- SAMPAIO, R. *Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- SANDMANN, A. J. *A linguagem da propaganda*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 1997.
- VESTERGAARD, T. & SCHRØDER, K. *A linguagem da propaganda*. Trad, J. A. dos Santos. São Paulo: Martins Fontes, 1998.