

Parada do Amor: uma radionovela em dez capítulos de paixão¹

Simone Évans Barbosa MESQUITA²
Alessandra Oliveira ARAÚJO³
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

Baseado em estudos sobre a história do rádio no Brasil e no Ceará, foi desenvolvida, como trabalho de conclusão de curso, uma radionovela educativa, que tem por objetivo trabalhar com o gênero dramático no rádio por meio do entretenimento, unindo arte, publicidade e educação. Junto a este produto, foi criada sua embalagem, que faz uma releitura de imagens e publicidade da década de 1950, época de ouro do rádio. Por tratar do cotidiano, a atuação dramática usa diálogos rápidos e leves, mas sem esquecer o romance entre os protagonistas. Vigil (2004), Comparato (2009), César, (2005) e Calabre (2004) foram os principais autores utilizados.

PALAVRAS-CHAVE: radionovela; criação publicitária; rádio; roteiro; publicidade.

1. INTRODUÇÃO

O gênero dramático no rádio é trabalhado atualmente principalmente na forma de spots⁴ que são produzidos no próprio estúdio e lidos pelos locutores das emissoras que irão veicular a campanha, ou, na falta de atenção maior, são apenas a migração do áudio utilizado nas peças criadas da televisão para o rádio.

Baseado na especificidade da linguagem escrita para o rádio, e no grande desafio que é criar de forma interessante novas maneiras de interagir com o público ouvinte, surgiu a idéia de produzir, como trabalho de conclusão de curso, uma radionovela educativa que tem como provocação o resgate da escrita, leitura e interpretação dramática de temas cotidianos, com situações cômicas, mas de cunho cidadão para ser apresentado ao espectador.

Observa-se que a novela faz parte do cotidiano da família brasileira, portanto este tipo de entretenimento no rádio tem um grande potencial de público consumidor e, seguindo as características das antigas radionovelas que sempre tinham uma “moral da

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria ‘Rádio, Tv e Internet’, modalidade radionovela ‘(seriado)’

² Estudante Graduada do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR em 2012, email: sebmescquita@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, email: aleoliver27@gmail.com

⁴ Peças publicitárias criadas especialmente para o meio, e que podem conter, ou não, diálogos

história” para as suas tramas, foi escolhido o tema de educação no trânsito, tendo em vista a importância do tema para as cidades pós-modernas.

2. OBJETIVO

Este projeto tem por objetivo geral promover a cidadania por meio da radionovela. Para alcançar este ponto, resgatamos o gênero dramático no rádio e desenvolvemos temas educativos que cabem dentro deste tipo específico de dramaturgia, com atenção especial ao modo de falar local do nosso estado, para causar identificação rápida e eficaz com a mensagem do produto.

3. JUSTIFICATIVA

O gênero dramático no rádio é trabalhado atualmente na forma de spots (peças publicitárias criadas especialmente para o meio, e que podem conter, ou não, diálogos), que são produzidos no próprio estúdio e lidos pelos locutores das emissoras que irão veicular a campanha, ou, na falta de atenção maior, são apenas a migração do áudio utilizado nas peças criadas da televisão para o rádio.

Baseado na especificidade da linguagem escrita para o rádio, e no grande desafio que é criar de forma interessante novas maneiras de interagir com o público ouvinte, surgiu a idéia de produzir uma radionovela educativa que tem como provocação o resgate da escrita, leitura e interpretação dramática de temas cotidianos, com situações cômicas, mas de cunho cidadão para ser apresentado ao espectador.

Observa-se que a novela faz parte do cotidiano da família brasileira, portanto este tipo de entretenimento dentro do rádio tem um grande potencial de público consumidor, pois, apesar da releitura, é uma novidade dentro da programação musical das emissoras. E, seguindo as características das antigas radionovelas que sempre tinham uma “moral da história” para as suas tramas, escolhemos o tema de educação no trânsito que é de suma importância na atualidade porque estamos sempre nos deslocando pela cidade, observando e reclamando da conduta do próximo, mas não corrigimos a nossa.

A execução do produto radionovela educativa é importante para o meio acadêmico por se tratar de um trabalho inédito dentro da Universidade de Fortaleza, pois, de acordo com pesquisa realizada anteriormente, os trabalhos relacionados ao meio rádio estão sempre direcionados à análise deste meio ou às peças publicitárias veiculadas por ele.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A criação do roteiro da radionovela educativa conta com o uso de técnicas de redação encontradas no livro: A evolução do texto publicitário (CARRASCOZA, 1999), que serve de base principalmente na rede semântica voltada para o discurso do cotidiano do espectador, e dos temas a serem abordados pelos episódios. Para o design da embalagem do produto, o livro Design Retrô (RAIMES, 2007) auxilia o planejamento e a execução do *box* e etiqueta para CD.

O roteiro radiofônico tem como base as lições encontradas nos livros Manual urgente para radialistas apaixonados (VIGIL, 2004), e Da criação ao roteiro: teoria e prática (COMPARATO, 2009); publicações estas que abordam a criação do roteiro, das suas estruturas formais e acabamento das cenas; a criação dos personagens e suas formas de diálogo; a criação, apresentação, enredo e desfecho dos conflitos para a história, etc.

Para a gravação, edição e finalização da radionovela, foi utilizado o estúdio de rádio da Universidade de Fortaleza. A seleção de atores para a dramatização dos episódios está de acordo com a adequação da voz ao personagem a ser interpretado, e a eles serão entregues certificados com o papel timbrado da Universidade, atestando suas participações na realização deste trabalho, além de cópia da radionovela. A pesquisa de efeitos sonoros e trilhas de fundo do produto foi feita online pela internet, além de captação de sons, por meio de gravador digital adquirido pela aluna, *in loco* nos ambientes.

Foram coletados quatro depoimentos, por meio de visitas para entrevista, dos seguintes radioatores: Haroldo Serra (rádio Iracema e Dragão do Mar), Hiramisa Serra (rádio Iracema), Djacir Oliveira (PRE-9 Ceará Rádio Clube) e Eri Soares (Rádio Verdes Mares).

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A elaboração da radionovela como trabalho de conclusão de curso teve como objetivo aproximar a teoria da prática e fortalecer o gênero dramático no rádio. Como é possível ver a seguir, todo o processo de elaboração da radionovela foi pautado pela reflexão teórica e empírica.

Através da metodologia da construção de constelações semânticas, foi possível chegar ao nome da radionovela: Parada do Amor: uma radionovela em dez capítulos de paixão. A palavra “parada” tanto faz referência ao ponto de espera deste transporte, quanto às paradas de sucesso dos programas de rádio atuais; e este grande enunciado nos remete também ao sentido melodramático das radionovelas antigas, e os títulos dos capítulos que

serviam de referência para a criação do roteiro dos mesmos, mais tarde transformaram-se nas chamadas das vinhetas de abertura.

Ainda nos utilizando da rede semântica pesquisamos pôsteres de filmes e imagens de publicidade da década de 1950, e a partir da releitura deste material, foi criada a comunicação visual que acompanha a radionovela: o *box* se assemelha às capas de disco, e conversando com a embalagem, a etiqueta do CD remete ao disco de vinil, o CD que contém a história está intitulado de “lado A” e o que contém o material extra “lado B”. Abaixo, algumas imagens usadas para referência. Fotos retiradas do Google.



Para o roteiro, foram elaborados dez capítulos que também bebem da rede semântica de trânsito, leis e comportamentos. As primeiras situações foram escritas num processo lento, pois, primeiramente as personagens deveriam ser criadas para finalmente a



história começar a ser contada. Após cada capítulo escrito, foi realizada uma leitura branca para fins de experimentar o tempo médio de duração das cenas, e sempre foram alcançados os cinco minutos mínimos de história desejados. Foram escritas em média, quatro páginas de diálogos por capítulo, ainda sem acrescentar as rubricas técnicas de

efeitos sonoros, além das vinhetas de abertura e encerramento que deixariam os episódios com duração entre cinco e dez minutos; assim haveria maior liberdade criativa para a

narração fluir até o final. Matérias de jornais locais, vídeos e publicidade foram pesquisados para utilizar alguns dados falados pelas personagens, e em situações a serem vivenciadas por elas. O maior desafio foi dar continuidade aos capítulos e cortá-los no ápice para gerar mais curiosidade pelo próximo. Na foto, roteiros impressos que foram entregues aos atores no dia da gravação.

O *cast* dos radioatores foi escolhido de acordo com a personalidade das personagens. O Narrador precisa ser muito flexível com a voz, pois ele entra em momentos cruciais das cenas e, em algumas vezes, é o próprio pensamento e sentimento das figuras da trama; Roberval precisa de uma voz forte, mas amável; Cláudia Emanuelle deveria ter uma voz suave apesar do seu temperamento forte; Sinforosa tinha que possuir uma voz levemente mais grave, para passar a sensação de ser mais velha que a outra personagem feminina; Josemar precisa de uma voz popular e aparentemente mais jovem que a de Roberval; e Astolfo, deve ter uma voz forte e impactante. Por estes motivos Walmick Campos, Caio Benevides, Simone Évans, Solange Teixeira, Bio Falcão e Gyl Giffony, respectivamente, foram escolhidos para as personagens supracitadas. Destaca-se aqui, a preocupação em chamar **atores** para interpretar o texto, tanto pela melhor desenvoltura da história, quanto pela capacidade de convencimento que uma boa leitura dramática pode trazer para o ouvinte e para o colega de cena:

A boa interpretação está arriscada no momento do *casting*, na seleção dos atores. No momento de formar o elenco, o diretor deve proceder com muita perspicácia, como quem monta um quebra-cabeças. A gravação pode levantar ou afundar, conforme a distribuição dos papéis. [...] Não se deve levar em consideração apenas o timbre de voz. É preciso relacionar também o caráter do ator com o do personagem. (VIGIL, 2004, p.165)

Para a gravação da radionovela foram utilizadas dezesseis horas/aula. Para a edição e finalização foram necessárias por volta de cinquenta e seis aulas/aula. Os efeitos sonoros foram selecionados, em sua grande maioria, dentro do acervo disponível no computador do estúdio de rádio da universidade; as músicas-tema das personagens foram baixadas através da internet e cedidas pelo técnico que acompanhou a edição até o fim. Utilizamos os programas *Sound Forge* e *Samplitude* para editar e finalizar a radionovela. Os efeitos de ambientação no terminal e dentro do ônibus foram captados *in loco* utilizando um gravador digital: uma oportunidade, uma viagem de ônibus urbano, uma conversa entre fiscais, entre os guardinhas do terminal, e lá estava o gravador ligado, captando tudo.

5.2. TENTATIVAS E ACERTOS

Comparato (2009, p.37) aconselha ao aspirante a roteirista que leia peças teatrais, além de vários outros tipos de roteiro para inspiração: “O essencial para o roteirista é ler dramaturgia”. Graças à formação anterior em Artes Cênicas, e talvez por intuição, os primeiros textos apresentados para orientação eram textos teatrais, referências de novelas ou de filmes.

Uma das grandes dificuldades para a execução desta radionovela foi a de fechar o elenco para a gravação. Devido ao fato de não contar com recursos financeiros para pagamento de cachê, ficou complicado conseguir colegas com tempo livre disponível para este tipo de favor. Pensando nisso, os contatos foram realizados com pelo menos duas semanas de antecedência do dia da gravação. Caso ocorresse algum imprevisto durante este hiato entre o “sim” e a execução, haveria tempo hábil para uma substituição. Os roteiros foram enviados antecipadamente, para que os atores pudessem se familiarizar com a história e as personagens, como aconselha Vigil (2004, p.168): “O (A) diretor(a) deve certificar-se de que os atores conheçam bem seu papel. Embora muitos atores não leiam antes do primeiro ensaio, ele(a) entregará com tempo os roteiros e insistirá com eles para fazerem uma primeira leitura”. Mesmo assim, como o próprio Vigil previra, parte do elenco não leu a cópia digital enviada para ele. Nas fotos, o elenco. Da esquerda para a direita: Simone Évans, Walmick Campos, Gyl Giffony, Caio Benevides, Solange Teixeira e Bio Falcão.



Primeiro o Narrador gravou suas falas, depois o grupo incompleto gravou sua parte e, por último, o ator que interpretou o personagem Josemar. Este desencontro se deu porque o primeiro teria que viajar a trabalho (apresentação teatral no interior do estado), e o último ficou doente no fim de semana que antecedia o dia da gravação. O clima entre os

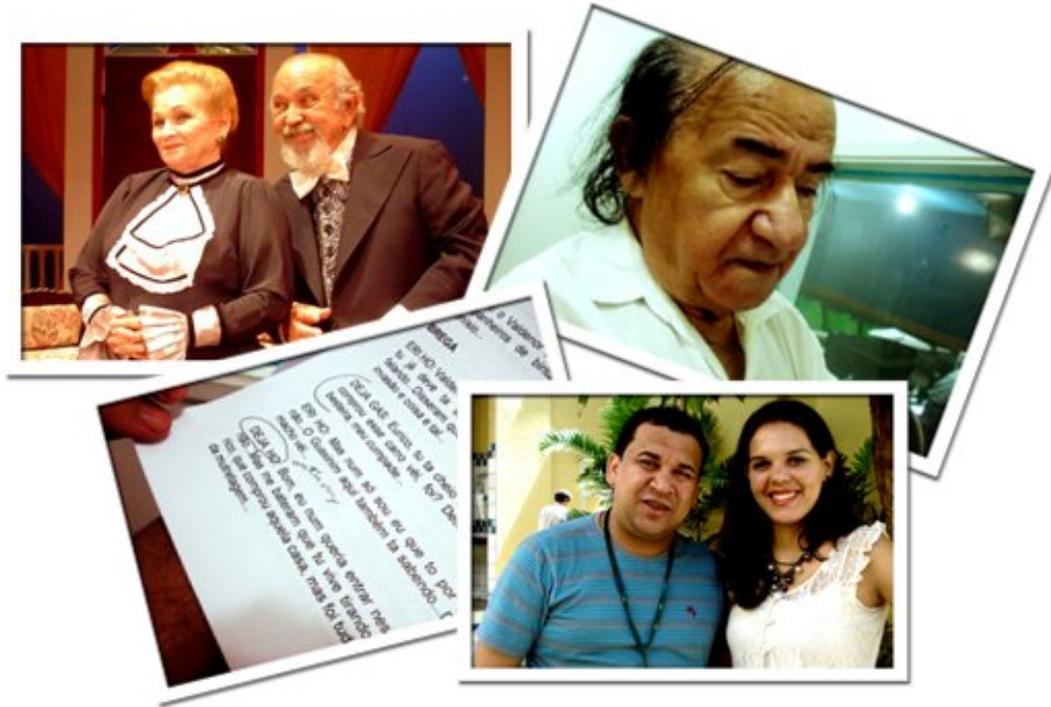
participantes foi leve e descontraído, e conforme a trama ia sendo descoberta por parte do elenco, percebeu-se o tom de diversão com a história que agora eles animavam com suas vozes. Animar, dar vida ao drama. O sopro de voz do ator que levanta as palavras daquelas páginas, e as faz caminhar pelo imaginário dos futuros ouvintes desta radionovela:

Façam uma pintura com a palavra, de modo que o indivíduo que vocês estão desenhando, que vocês têm na visão mental, e estão descrevendo para a personagem com quem contracenam, se torne claro para ela. Ela poderá sentir se a pessoa por trás da palavra é bela ou disforme, alta ou baixa, agradável ou repelente, bondosa ou cruel. (STANISLAVSKI, 2009, p.209)

À medida que os atores interpretavam e se apoderavam do palavreado de seus personagens, o texto do roteiro foi modificado no momento da gravação, estas alterações foram sugeridas pelos próprios atores para que ficassem mais confortáveis e naturais durante suas falas.

Por suprir as características de Cláudia Emanuelle, a direção também atuou na trama, e esta diluição de tarefas engana os sentidos de quem está dirigindo as cenas. No momento da edição é que dá para notar os pequenos deslizes que passaram despercebidos no dia da captação do áudio das personagens. Os diálogos fluíram muito melhor em grupo, e uma das atrizes, que é muito experiente, conseguiu encaixar alguns “cacos” durante as falas dos colegas, tornando os diálogos mais naturais e dando profundidade sonora para a cena. Mas gravar aquelas vozes separadas aumentou consideravelmente o tempo de edição e finalização do trabalho.

Quanto às entrevistas conseguidas, vale salientar que o conhecimento prévio a respeito da história do rádio no Ceará, foi de suma importância para a melhor condução do diálogo com os entrevistados. O livro *Coisas que o Tempo Levou* estava sempre em mãos durante a conversação e isso possibilitou uma viagem às memórias dos entrevistados, que falaram a respeito dos colegas com grandes saudades.



(da esquerda para a direita – cima: Hiramisa e Haroldo Serra; Djacir Oliveira
da esquerda para a direita – baixo: roteiro do programa *Nas Garras da Patrulha*; Eri Soares e Simone Évens)

Foram momentos muito especiais. Haroldo e Hiramisa Serra foram entrevistados em casa. Os radioatores Djacir Oliveira e Eri Soares foram entrevistados em seu local de trabalho, a Rádio Verdes Mares.

O material gráfico une o áudio da radionovela a uma releitura visual da década de 1950. Para obter maior semelhança com as capas de discos de vinil, unimos ao CD uma película plástica, imitando a proteção que vinha com o LP. O efeito de vinil na etiqueta foi obtido por meio de tutorial no programa *Photoshop*, a ilustração foi encomendada a Rafael Vieira (sem custos). A coloração também utilizou o programa antes citado e foi executada por Simone Évens. As fontes escolhidas foram retiradas do site Dafont, que fornece os tipos gratuitamente na internet, a finalização da arte e o design da embalagem utilizou o programa *Illustrator*.



Visões da embalagem: frente, verso e aberta com os dois discos (Lado A contendo a radionovela, e Lado B contendo os extras).

6. CONSIDERAÇÕES

Avaliando o que foi proposto e o que foi executado, creio que consegui atingir os objetivos de escrever e produzir uma radionovela educativa, que ao mesmo tempo em que deve passar uma lição de moral, diverte o espectador. A cada capítulo finalizado, procurava alguém para que pudesse ouvir e eu pudesse observar suas reações durante o desenrolar da história, e pelo que percebi, os espectadores entenderam a história e as lições.

Posso dizer que este trabalho engrandeceu não apenas minha vida acadêmica, mas minha vida pessoal também, porque graças à história do rádio e a sua trajetória no Ceará, tive oportunidade de conhecer e conversar com as pessoas que trabalhavam em radionovela. Passear por suas lembranças, ouvir as curiosidades dos bastidores, presenciar o carisma e a humildade deles me fizeram chegar à conclusão de que o egoísta não é melhor porque guarda os conhecimentos pra si. Os mestres dividem. E conhecer Djarcir Oliveira, Haroldo e Hiramisa Serra são estes exemplos tão especiais.

O material gráfico me fez estudar um pouco mais a história do design, além de causar grandes questionamentos quanto à execução da imagem a ser veiculada junto ao produto. Acredito que a embalagem responda ao objetivo de fazer uma releitura das referências imagéticas da década de 1950 e sua contribuição em áudio com os LP's. Os dois materiais (radionovela e embalagem) conversam com o contemporâneo e o antigo, sem exageros.

E principalmente, consegui reunir no mesmo trabalho as disciplinas que mais gostei dentro do meu período na Universidade: rádio, comunicação visual, produção gráfica e criação publicitária. A execução deste produto foi muito trabalhosa, mas estou satisfeita com o resultado final.

O próximo passo seria colocar a radionovela no ar, fazer uma pesquisa de audiência e opinião dos ouvintes e das próprias emissoras. Resgatar o gênero dramático no rádio é uma tarefa árdua, mas apaixonante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. 59p.
- CAMPOS, Eduardo. **50 anos de Ceará Rádio Clube (1934-1984)**. Ceará: Edições IOCE. 45p.
- CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**. A associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 1999. 185p.
- CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005. 229p.
- COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2009. 494p.
- FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra**. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 138p.
- MEDEIROS, Ricardo. **Dramas no Rádio**. A radionovela em Florianópolis nas décadas de 50 e 60. Florianópolis: Insular: Fundação Franklin Cascaes, 1998. 112p.: il.
- VIGIL, José Ignácio Lopez. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. 2.ed. São Paulo: Paulinas, 2004. 525p.
- WANDELLI, Raquel. Ao Pé do Rádio IN: **História dos Meios de Comunicação em Santa Catarina**. mimeo. Florianópolis, 1988. p.21