



Jingle A Estácio Esta Perto de Você¹

Valeria Cibelli GIOLO²

Carlos Rodrigo DIEHL³

Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande, Campo Grande, MS

RESUMO

Todos os anos milhares de estudantes ingressam na faculdade, geralmente são recepcionados com o trote, como os cursos de comunicação têm uma característica mais leve e cultural, foi proposto neste projeto a criação de um Jingle para recepção dos calouros ao invés da recepção tradicional, uma música alto astral que ao mesmo tempo em que desse as boas-vindas, servisse para apresentar a Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande e funcionasse como uma propaganda institucional. O resultado deste processo é *Jingle A Estácio Esta Perto de Você*

PALAVRAS-CHAVE: jingle; institucional; rádio.

INTRODUÇÃO

Estagiando na agência experimental da Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande, chegou ao nosso conhecimento que os calouros reclamavam que sentiam falta de uma recepção mais calorosa, pois em Mato Grosso do Sul o trote sendo proibido por lei, a faculdade costumava fazer apenas as apresentações tradicionais em seu auditório ou nas salas de aula, e mesmo com todas as conotações negativas daquele tipo de recepção, os alunos sentiam que era um ato que favorecia a integração.

Diante dessa necessidade começou-se a ser pensado em mudar a forma como os calouros são recebidos e apresentados à faculdade. Uma das formas pensadas inicialmente foi a utilização da rádio interna, divulgando informações sobre a faculdade e o curso, como uma das estratégias de recepção. Desenvolvendo essa idéia, foi sugerido que criássemos um jingle de boas-vindas à Faculdade. Um jingle seria uma peça que ficaria na memória dos alunos e traria uma resposta positiva.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Jingle.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande, email: cibelligiolo@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande, email: carlosrodrigodiehl@fes.br.



(...) *Jingle*. Esse é um gênero sincrético composto pelos planos de expressão verbal e sonoro, geralmente de curta duração e de fácil assimilação. Sua finalidade é levar o consumidor a identificar uma marca, memorizar a mensagem do fabricante e conseqüentemente comprar o produto anunciado. (BRUNING, 2007, p.96).

Mas como conseguir criar esse efeito? Petit (1997) afirma que são raros os publicitários que sabem trabalhar com o meio radiofônico, ainda mais para criar um jingle, rádio é só som, não se tem o recurso da imagem, por isso a palavra tem uma força muito maior, porém é comum recorrerem a fórmulas prontas, pois acostumados a lidar com o estético, principalmente o visual, os publicitários acabam não explorando ao máximo a potencialidade deste meio.

2 OBJETIVO

O Objetivos deste projeto era criar um jingle que desse boas vindas aos calouros e ao mesmo tempo apresentasse a Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande, reforçando a imagem da instituição nos veteranos.

3 JUSTIFICATIVA

Esse projeto se fez necessário para atender a necessidade da Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande em recepcionar os calouros e apresentar a faculdade, criando um clima de confiança e empatia. Por este motivo uma das peças escolhidas foi o jingle, pois a texto poético musicado é capaz de mexer com os sentimentos do receptor.

Nas manifestações sincréticas como o *Jingle*, formado pela união melódica e poética, tem-se um plano sobreposto a outro, ou seja, geralmente a letra contém a mensagem principal, já que essa é mais facilmente compreendida pelo público alvo. A melodia serve para reforçar a idéia lingüística, pois contempla outros recursos argumentativos, tais como: os estímulos psíquicos e somáticos produzidos pelas ondas sonoras. Esses elementos alteram os estados emocionais (alegria, ansiedade, frustração êxtase etc...) e colaboram para a fixação do nome do produto anunciado no subconsciente humano, isso leva a uma rápida e eficaz indução do ouvinte. (BRUNING, 2007, p.97).

Partindo-se dessa premissa de que estaríamos mexendo não são com o consciente, mas também com o emocional, fixando a mensagem num nível inconsciente, deveríamos buscar a forma como a mensagem seria passada.



Armando Mihanovich (PETIT, 1997) ressalta que para se criar uma boa peça radiofônica deve-se trabalhar tanto criação quanto a produção, definindo-se a linguagem apropriada, deixando claro o estilo; trabalhando-se no tempo certo, evitando-se correria ou atropelos; utilizando-se vozes profissionais e autênticas; mostrando-se e criando-se ambientes sonoros e musicais; e trabalhando os planos dos artistas mais importantes além dos sons mais importantes; e por último confiar o trabalho a produtores profissionais.

Como esse jingle seria veiculado através de nossa rádio interna, não gerando custo de veiculação, em concordância com o orientador da disciplina de rádio e o produtor de áudio da disciplina, decidimos compor uma canção completa, num ritmo caloroso e com bastante suíngue, sendo escolhido uma levada entre o pop e o acid jazz, com vocais puxando para o *soul music*.

Para compor a letra procurou-se ressaltar a questão das boas vindas, da excelência e da Estácio de Campo Grande ser o lugar onde o calouro estaria se preparando para as conquistas futuras. Também não poderíamos esquecer de lincar com a campanha veiculada pelo grupo estácio em nível nacional, que o mote era: *conte com a Estácio e escreva sua história*. Desta forma a letra proposta, e aceita pela direção, foi:

Jingle A Estácio Esta Perto de Você

(letra: Valéria Giolo; Música: Ricardo Félix)

Seja bem vindo à Estacio de Sá

Com a gente você pode contar

Vêm pra estrutura,

Excelência

Aqui é o que há

Tudo o que você sonhou

Aqui vai realizar

Tudo o que você sonhou

Aqui vai conquistar

Seja bem vindo à Estacio de Sá

Com a gente você pode contar

Vêm pra estrutura,



Excelência

Aqui é o lugar

Seja bem vindo à Estácio de Sá

Com a gente você pode contar

Vêm pra estrutura,

Excelência

Aqui é o que há

Seja bem vindo

Aqui é o lugar

Seja bem vindo

Aqui é o lugar

Estácio de Sá

Seja bem vindo

Aqui é o lugar

Estácio de Sá

Seja bem vindo

Aqui é o lugar

Estácio de Sá

Seja bem vindo

Aqui é o lugar

Conte com a gente

Escreva sua história

Aqui é o lugar

Tudo o que você sonhou

Aqui vai realizar

Tudo o que você sonhou

Aqui vai conquistar



Seja bem vindo à Estácio de Sá

Com a gente você pode contar

Seja bem vindo à Estácio de Sá

Vem pra estrutura,

Excelência

Aqui é o que há

Vem pra estrutura,

Excelência

Aqui é o lugar

Conte com a Estácio, escreva sua história

Conte com a Estácio, aqui é o lugar.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O conceito básico deste Jingle foi gerar uma Base melódica pentatônica e fácil que pudesse criar um loop com uma levada bem pop e com acordes harmônicos fáceis de serem lembrados, não levando o público a ambientes escuros ou melancólicos com acordes menores, e com isso gerar um loop destacando as qualidades da Estácio de Sá – dentro das idéias de boas vindas e de que a Estácio é o lugar.

O método utilizado foi primeiramente gerar loops de uma batida bem Pop Dancante, com uma levada acid jazz, gostosa de ouvir e que as pessoas pudessem ter em mente que poderiam ter ouvido isso já em algum lugar, já que se trata de uma balada bem folk, o que não é difícil de encontrar em qualquer estilo musical, Utilizou-se uma pitada de uma batida drums bass no meio pra dar uma quebrada no ritmo, voltando para o loop balada e o vocal com características soul music.

Os mids e loops foram gerados no Sonar 8 e gravados e mixados no Nuendo 4 masterizados no t-racks, pelo compositor e produtor musical responsável pelo laboratório de rádio Ricardo Felix. Os vocais também foram gravados pelo Ricardo Felix com a participação do músico Lucas Cruz, sob supervisão do orientador deste trabalho.



Foram utilizados teclado XP-60; Sax Weril Master; Bass Sampler Super Quartert; Microphone B2 pro.

5 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Como produto final obteve-se um jingle de dois minutos e cinquenta segundos de duração, que foi tocado por uma semana nos corredores e praça de alimentação da faculdade, nos períodos livres em que precediam às aulas e na saída, bem como nos intervalos, gerando uma recepção positiva por parte da comunidade acadêmica.

6 CONSIDERAÇÕES

Esse trabalho foi muito pertinente pois permitiu o exercício prático da teoria aprendida em sala de aula e a prática da agência. Com a orientação e profissionais capazes foi possível produzir um trabalho que inicialmente era para atender uma necessidade interna da agência experimental, mas por força do exercício da práxis atingiu um resultado profissional, que levou a direção nacional do núcleo de comunicação da Estácio de Sá a solicitar a peça para ser utilizada em todas as instituições do grupo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNING, K. S. **A reconstituição dos sentidos dos Jingles políticos por meio da semiótica.** Entretexos (UEL), v. 6, p. 5, 2007.

PETIT, F. **Propaganda Ilimitada.** São Paulo: Siciliano, 1997.

MCLEISH, R. **Produção de rádio:** um guia abrangente de produção radiofônica. 2. ed. São Paulo: Summus, 2001.