



Spot Deixa que eu te Conto¹

Diego BRAGA²

Bruno SCHUCH³

Rossane VARGAS⁴

Cristina PORCIUNCULA⁵

Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, RS.

RESUMO

A técnica publicitária adaptada ao rádio tenta absorver a imaginação do ouvinte para despertar uma atitude favorável para o que é divulgado. A construção de uma imagem mental sobre que se escuta pode completar todo o sentido da mensagem transmitida e ampliar as possibilidades de persuasão como ocorre no spot Deixa que eu te conto, peça de comunicação avulsa pensada para a divulgação do evento de entrega do audiolivro homônimo. O seguinte trabalho expõe os aspectos criativos e técnicos, diferenciais para esta produção, e a forma como utiliza os recursos radiofônicos para criar uma peça publicitária coerente e eficiente frente a necessidade de comunicação do evento.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Imaginário; Cultura; Publicidade; Evento.

INTRODUÇÃO

Destinada a ser apenas ouvida, a mensagem radiofônica precisa respeitar as características do meio, mas pode e deve explorar estas condições para completar e ampliar o sentido do que é recebido pelo ouvinte.

Na produção de peças publicitárias veiculadas no rádio, essas características ganham expressividade alusiva ao que se deseja divulgar/promover. Segundo Balsebre (1994) o rádio é meio de expressão, comunicação e difusão, ao que ele também define a linguagem radiofônica como:

“[...] o conjunto de formas sonoras e não-sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, cuja significação é determinada pelo conjunto dos recursos técnico-expressivos da reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes”. (BALSEBRE, 1994, p.27).

¹ Trabalho submetido ao XVII Premio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Spot (avulso)

² Aluno líder do grupo. Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda da UCPEL, email: diegovbraga@yahoo.com.br.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: bruno__schuch@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, e-mailsany_msp@yahoo.com.br.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, e-mail: cristinacm@brturbo.com.br.



Ainda falando sobre uma definição sobre o rádio, Faus Belau (1973) adota a seguinte posição:

“[...] um meio de comunicação de idéias-realidades (ambientes, fatos e acontecimentos), campos sonoros (reconstruções em sentido amplo) e criações culturais, cuja finalidade é permitir ao ouvinte um contato pessoal e permanente com a realidade circundante por meio da sua recriação verossímil”. (FAUS BELAU, 1973, p.176).

Conforme estas duas visões, apesar das características intrínsecas, em sua origem, o rádio adquire outras funções/finalidades, como informar, educar e entreter.

No entanto, as características que em geral se atribuem ao rádio o denotam sob aspectos meramente funcionais. A mobilidade, o imediatismo, a simultaneidade, a amplitude da cobertura, a proximidade ao ouvinte, a autonomia e presença social e o baixo custo são os traços mais recorrentes em estudos sobre o meio.

Sabendo que a peça concorre com inúmeras informações pela atenção, uma possibilidade de se diferenciar e alcançar os objetivos está em recorrer ao próprio público, considerando o poder de sugestão, a fim de retirar o potencial ouvinte do estado de ouvir para o de escuta atenta, fazê-lo adentrar o universo dos elementos da mensagem.

O spot de rádio de 30 segundos criado para o projeto “Literatura em Áudio - Deixa que eu te conto” conta com esta proposta, e o presente trabalho apresenta como a peça foi desenvolvida.

Desenvolvido na disciplina de Comunicação Comunitária e Cidadania, o projeto “Literatura em Áudio - Deixa que eu te conto” teve o intuito, conforme os requisitos da disciplina, de entregar à comunidade uma versão em áudio do livro “Casos do Romualdo” do escritor pelotense João Simoes Lopes Neto.

O grupo trabalhou com duas instituições de renome e reconhecimento em Pelotas, o Instituto João Simões Lopes Neto, entidade responsável por perpetuar e divulgar a obra e o nome do autor, expoente da literatura regional, e a Escola Louis Braille, que atende crianças e adultos com deficiência visual, realizando trabalho social de integração e aprendizado.

Observando o acesso limitado dos portadores de deficiência visual a conteúdos próprios da sua cultura, que fossem adaptados as suas necessidades, o grupo concebeu e executou a gravação na íntegra dos contos narrados pelo personagem Romualdo, célebre criação de Simões Lopes, que representa o típico gaúcho do interior.

O marco deste projeto foi o ato de entrega do material, cerimônia realizada na Escola Louis Braille, que contou com o depoimento dos envolvidos, apresentações dos



estudantes e cobertura da imprensa. A produção da peça radiofônica integrou os conhecimentos obtidos nas disciplinas anteriores de Rádio e Redação Publicitária do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UCPel, Universidade Católica de Pelotas.

2. OBJETIVOS

A produção do spot de rádio para o projeto “Literatura em Áudio - Deixa que eu te conto” teve o objetivo de informar a comunidade pelotense sobre o evento que marcou a entrega do áudio-livro. A peça apresenta a iniciativa e convida a população para prestigiar o ato. Convém notar que o spot é um dos canais de divulgação do evento que incluiu banners, e releases para jornais impressos e internet.

3. JUSTIFICATIVA

Ainda que a palavra ocupe uma função de grande relevância, não se pode afirmar que seja, exclusivamente, a parte mais importante da linguagem radiofônica. Palavras, músicas, efeitos e silêncios, elementos que formam parte da linguagem radiofônica, resultam igualmente significativos. Cabe a estratégia criativa adotada potencializar as possibilidades expressivas do meio.

Conforme Martínez-Costa (2002) conceitos e idéias devem ser expressadas com a maior brevidade e precisão, com clareza técnica e semântica, numa construção que reforce a apresentação da informação e num estilo redundante que se contraponha à fugacidade da mensagem no rádio. Para Silva (1999) o spot é a mensagem publicitária atual mais intensa no rádio e aproveitando-se da imaginação do ouvinte podem ser criados diferentes estilos de se passar o conteúdo.

Das características intrínsecas do rádio por citadas por Ortriwano (1985), destaca-se neste spot: a) a *penetração*, entendida em termos geográficos como a abrangência do meio. A autora reforça nesta característica a presença do regionalismo, pois, sendo o rádio um meio de menor complexidade tecnológica, permite a existência de emissoras locais, que podem emitir mensagens mais próximas ao campo de experiência do ouvinte; b) a *sensorialidade*, descrita como o envolvimento do ouvinte, fazendo-o participar por meio de um diálogo mental com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Quanto à linguagem, a produção do spot para o projeto “Literatura em Áudio – “Deixa Que Eu Te Conto” empregou os elementos palavra e fundo musical. A peça tem duração de 30 segundos. O spot utilizou técnica narrativa de dramatização, modelo habitual na apresentação de spots, e locução. Com a dramatização inicial explora-se a o humor para apresentar um significado latente da peça e gerar uma atitude favorável do ouvinte frente ao que será divulgado a seguir. A dramatização também abre um canal até a imaginação do ouvinte, captando a sua atenção para que se complete a recepção.

A peça tem a participação de dois locutores-atores e um locutor-narrador, os primeiros envolvidos na pequena dramatização e o segundo na apresentação da mensagem principal, informando as características do evento. Como fundo musical, emprega-se uma composição do gênero tradicionalista, instrumental, referente à dança sulina denominada “Chula”. A escolha desta trilha sonora deve-se a esta possuir acordes facilmente reconhecidos como representação da cultura gaúcha, sendo a dança de grande importância cultural a ponto de representar o homem do sul no imaginário popular. Assim, traz associação com a força e virilidade da figura do homem gaúcho dos pampas que, no presente caso, tem em vista configurar o próprio Romualdo. Funciona também como um elemento que auxilia na estruturação, encadeamento e nas transições da peça radiofônica.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A pré-produção do spot envolveu a discussão dos objetivos de comunicação para o evento o que levou a elaboração de um briefing próprio. Os dados relacionados indicavam a criação uma peça publicitária radiofônica em cujo conteúdo informativo deveria constar primariamente: nome e descrição do evento, data e horário, local e conceito do projeto. Além disso, chegou-se à conclusão que a peça deveria incluir um diferencial em sua composição para representar o próprio diferencial do projeto, ou seja, a passagem do livro “Casos do Romualdo” para formato audiofônico. Assim, o spot se tornaria o primeiro contato do público com o conteúdo do material, de modo a despertar seu interesse sobre o projeto e conhecer mais, prestigiando o evento de entrega do mesmo

Para esse diferencial, optou-se pela “presença” do Romualdo do livro. Dessa forma já ficaria indicado ao público a forma como se desenvolveria a narrativa do áudio-livro, com a materialização da personagem, o mais próximo possível ao que se descreve as atitudes e o perfil da personagem por Simões Lopes. O conceito “A comunicação



cumprindo seu papel na comunidade”, defende a importância da iniciativa e dos valores sociais de um profissional de comunicação.

A empatia e a proximidade desejadas, ainda que imaginárias, são estabelecidas graças à linguagem por intermédio, primeiro da voz performática, segundo da clareza e objetividade, e completando o sentido a música símbolo regional.

O spot teve veiculação em duas rádios de abrangência regional. A rádio Alpha FM, frequência 94.5, caracteriza-se por uma programação diversificada, capaz de atender a uma multiplicidade de ouvintes e anunciantes, face aos espaços específicos - mídia dirigida - que possibilita a realização do "marketing in": o produto inserido no contexto em que ele é, muitas vezes, a própria notícia e chamando maior atenção. Seu posicionamento atual é de ser “uma emissora da nossa terra, feita por gente da nossa terra”, o que vai de encontro ao estilo incorporado à produção. A Rádio Universidade AM, 1160 kHz, mantém uma programação basicamente jornalística, cobrindo fatos de relevância local e nacional. O público da rádio Alpha assim como da Rádio Universidade contempla a multiplicidade de gêneros e perfis pensada para a divulgação e expectativas sobre o evento.

A partir das informações disponíveis, partiu-se para o brainstorming e a criação coletiva da peça. Com tal fim, utilizou-se técnicas criativas de associação de idéias e redação informativa e teatral, apoiando a notícia a uma pequena dramatização em estrutura linear. Com isso, as informações da peça ficam fortemente relacionadas entre si. Como referido, houve preocupação de acentuar a identificação cultural.

Concretamente, o texto é o seguinte:

Personagem 1: *Era uma vez um gaudério...*

Personagem 2 (Romualdo): *Que era uma vez o quê, guria? Deixa que eu te conto!*

Locutor: *Projeto Literatura em Áudio Deixa que eu te conto. A obra de João Simões Lopes Neto ao alcance de todos. Prestígio a entrega da versão em áudio dos Casos do Romualdo. Dia 30 de novembro, a partir das quatro e meia da tarde, na Escola Louis Braille. Projeto Literatura em Áudio Deixa que eu te conto. A comunicação cumprindo seu papel na comunidade.*

Finalmente, o grupo fez a seleção do fundo musical e das vozes complementares para a produção do spot, uma vez que seria usada a voz do ator que personifica o personagem Romualdo no áudio-livro.

No processo de gravação do trabalho, utilizou-se a estrutura do Laboratório de Rádio do Centro de Educação e Comunicação, com equipamentos adequados como microfone, mesa de áudio, microcomputador com placa de som softwares para tratamento



sonoro da peça, edição e montagem, atentando-se à clareza técnica, para uma melhor compreensão da mensagem.

Após a edição, as gravações foram masterizadas para execução em softwares de reprodução de áudio.

A partir do dia 23 de novembro até o dia 30, o spot produzido começou a ser veiculado nas rádios selecionadas, convidando toda a comunidade para o ato de entrega. Foi ao ar seis vezes por dia, nos três turnos, manhã, tarde e noite. Foram ao todo 46 inserções diárias durante o período, o que retornou em um impacto de milhares de ouvintes e um total concreto de 72 pessoas presentes no ato de entrega, excluindo-se autoridades, alunos e discentes e convidados. Este número lotou as dependências onde foi realizada a cerimônia, estando dentro das expectativas do grupo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lançando mão e voz a uma variedade de elementos, valendo da plasticidade do estilo e da imaginação permitida pelo meio, o spot convidou, informando e divertindo. Foi o meio mais popular de levar a iniciativa, totalmente inédita na região, ao conhecimento da comunidade, parte interessada devido ao propósito da disciplina: estimular a uso dos recursos e conhecimentos em comunicação em benefício dos cidadãos.

A peça contribuiu não apenas para a divulgação como para a aceitação e a ideia foi bem recebida por toda a comunidade. Pode-se constatar isso em conversas informais, com a concordância e a satisfação dos presentes no ato de entrega.

A realização do presente trabalho constituiu uma valiosa experiência prática, especialmente no que tange o planejamento, como que levou a incorporar elementos da cultura regional à peça, reforçando seu impacto.

A avaliação do resultado do trabalho comprovou o acerto das decisões. O spot ficou leve e dinâmico, realizando de forma clara e descontraída o convite à comunidade.

REFERÊNCIAS

BALSEBRE, A. **El lenguaje radiofónico**. Madri: Cátedra, 1994.

FAUS BELAU, A. **La radio: Introducción al estudio de un medio desconocido**. Madri: Guadiana, 1973.



MARTÍNEZ-COSTA, M. P. El proceso de escritura de la información radiofónica.
In: MARTÍNEZ-COSTA, M. P. (coord.). Información radiofónica. Barcelona: Ariel, 2002,
p. 97-119.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, J. L. **Rádio**: oralidade midiaticizada. São Paulo: AnnaBlume, 1999.

SIMÕES, J. L. N. **Casos do Romualdo**. Porto Alegre: Globo, 1952.