

A Magia da Cultura Afro-Brasileira¹

Natália dos SANTOS²

Luiza Almeida RODRIGUES³

Carolina Valesca Reis Pereira Andrade OLIVEIRA⁴

Damarys Raiane Vasconcelos SANTOS⁵

Yuri Nascimento COSTA⁶

Luan Felipe Ferreira COSTA⁷

Fellipe Douglas Gois MALTA⁸

Renata Barreto MALTA⁹

Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, SE

RESUMO

Apresentar a cultura negra no Brasil, essa é a proposta do Museu Afro-brasileiro em Laranjeiras, um dos patrimônios mais importantes em representação cultural do país. Como a maioria dos espaços culturais do Estado de Sergipe, o museu não possui o investimento necessário para comunicação e divulgação do mesmo. O presente trabalho foi desenvolvido através de pesquisa para elaboração do spot radiofônico na tentativa de melhorar a comunicação do Museu, evidenciando a magia e a riqueza cultural ali ofertada ao público, desmistificando preconceitos socialmente enraizados e buscando dar maior visibilidade a esse espaço.

PALAVRAS-CHAVE: Museu; Cultura afro-brasileira; Magia.

1 INTRODUÇÃO

O conteúdo aqui apresentado foi desenvolvido para fins acadêmicos, como parte de um trabalho interdisciplinar que teve como proposta a criação de uma campanha publicitária para o Museu Afro Brasileiro de Sergipe.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade spot.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: nathy_pubprop@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: luizaal14@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: carolinavalesca23@yahoo.com.br.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: damraianee@gmail.com.

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: yuriestudante@yahoo.com.br.

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: luan.f.f.costa@gmail.com.

⁸ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: fdgmalta@gmail.com.

⁹ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social Habilitada em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, email: renatamalta@hotmail.com.

O Museu Afro Brasileiro de Sergipe foi criado em Janeiro de 1976 e oficializado em Fevereiro do mesmo ano, pelo decreto de N° 3.339. Seu prédio está situado na Cidade de Laranjeiras, Interior de Sergipe, na Rua José do Prado Franco, n° 70.

Trata-se do único museu montado especialmente para o estudo da presença negra na formação do povo brasileiro em Sergipe. Apesar da grande importância que o museu possui para a cultura, não só da cidade de Laranjeiras, mas para o Estado como um todo, nem toda a população que reside na cidade onde está situado frequenta o local.

Isso se dá devido aos vários problemas enfrentados pela instituição em sua estrutura física e funcional, ocasionadas pela falta de investimentos para a sua manutenção. Além desses problemas, o museu também possui grande deficiência em sua comunicação.

Suas estratégias de Marketing e divulgação são escassas e sem continuidade, concentrando-se apenas na Semana Cultural de Laranjeiras, que acontece apenas em Janeiro, e não é voltada diretamente para o museu, mas sim para a cidade como um todo.

Sua divulgação é feita basicamente por visitantes e críticos que postam suas opiniões sobre o local em suas redes sociais, o que não tem surtido grande efeito, já que segundo os próprios funcionários da instituição as datas em que o Museu apresenta um aumento no fluxo de visitantes, são basicamente as datas comemorativas e voltadas a cultura e historia dos negros.

2 OBJETIVO

Frente a esse cenário, a campanha tem como objetivo a construção da imagem do Museu como patrimônio cultural sergipano e a propagação da sua importância na valorização e preservação da Cultura Afro Brasileira para a população da Cidade de Laranjeiras e demais visitantes, resultando, assim, no aumento do fluxo de visitação durante todo o ano para o Museu, e na ampliação das verbas destinadas para a instituição, tornando possível a resolução dos demais problemas existentes no museu.

3 JUSTIFICATIVA

Ainda que a campanha desenvolvida para fins acadêmicos tenha um caráter interdisciplinar e multimidiático, selecionamos para o presente artigo um de seus produtos, um spot radiofônico. O rádio é um dos meios de comunicação de massa mais abrangentes que existe, além de ser considerado democrático, pois é capaz de atingir os mais diversos grupos

de pessoas, independente de suas crenças, cultura, cor, ou região onde vivem. Apesar da grande popularidade da TV, a maioria das pessoas ainda possui e ouve o rádio, seja de qual forma for: rádio de pilha, domiciliar, automotivo, aparelho celular entre outros meios aos quais ele se apresenta. Assim, a oralidade é parte fundamental da comunicação brasileira. Nas palavras de Barbosa,

...as práticas comunicacionais desse território que hoje denominamos Brasil sempre foram relacionadas a um mundo de ouvir dizer e de sons que corriam de boca em boca. Hoje, diante de novos universos tecnológicos, continuamos escutando os sons longínquos dessa história que se fez pelas práticas da oralidade e pelos sentidos construídos em trocas que colocavam sempre em cena a sonoridade do mundo (BARBOSA, 2009, págs. 12,13).

Necessitando de recurso tecnológico menos complexo, custos de produção e veiculação mais baixos do que outras mídias eletrônicas, o rádio tem a capacidade de atingir as pessoas a qualquer hora do dia e em qualquer lugar, sendo assim bastante eficiente para a comunicação de muitas empresas, serviços ou instituições.

Mais além, a eficácia da mensagem exclusivamente sonora se associa a sua capacidade de evocar percepções sensoriais. Para Ricardo Haye (2004), todo o processo de significação que permeia a linguagem sonora constrói uma relação de intercâmbio e negociação de sentidos entre sujeitos. Podemos afirmar, portanto, que essa linguagem “unisensorial” convida o ouvinte a recriar de forma imaginativa “imagens acústicas”, as quais possuem características próprias e individuais construídas pelo sujeito, dando gosto, forma, cheiro, sabor aos sons que advém do aparelho transmissor.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O spot produzido segue a proposta do *briefing* referente à disciplina Laboratório de Criação Publicitária em RTVI, que tinha como objetivo incentivar a valorização de espaços culturais do Estado de Sergipe, reforçando seus significados para a população e aumentando também o número de visitantes referente ao local a ser trabalhado. O cliente optado pelo grupo foi o Museu Afro-Brasileiro de Sergipe, localizado na cidade de Laranjeiras.

Nas primeiras visitas realizadas ao Museu foi possível perceber sua identidade, de estrutura colonial e com o acervo distribuído em dois andares, permitindo que o público conheça a história dos africanos que foram trazidos ao Brasil como escravos dos

colonizadores europeus, uma história de muito sofrimento, mas também de grandes vitórias como a abolição da escravatura e de total apreço por sua religião e costumes, os quais fazem parte da miscigenada cultura brasileira.

Assim, para poder trabalhar aspectos culturais afro-brasileiros, e valorizar o espaço cultural que o museu representa para o Estado, foi produzido um spot de 45 segundos. O roteiro do spot foi construído a partir de uma linha associativa de continuidade e semelhança chegando às palavras: cultura e magia, gerando o conceito “A magia da cultura afro-brasileira” e com o slogan “Levando você do presente ao passado”. Pois só ao apreciar o acervo exposto é possível despertar o visitante para a magia da cultura afro, fazendo com que este seja levado a uma viagem ao passado. O spot também possui as estruturas da linguagem radiofônica e publicitária: um texto verbal, de forma clara e persuasiva, narrado por duas vozes e com uma trilha sonora instrumental relacionada ao conceito.

Já para a etapa de execução do produto, o spot foi gravado na Rádio da Universidade Federal de Sergipe e editado com o programa SONY VEGAS (programa destinado para edição de áudios e vídeos). O produto final tem a intenção de ser um spot esclarecedor, acessível e compreensível, tocando de forma emotiva e sensorial a população Sergipana e incentivando a valorização da sua própria cultura.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para desenvolvimento do spot, o grupo trabalhou conceitos estudados durante a disciplina de Criação publicitária em RTVI, os quais se relacionam ao entendimento da linguagem radiofônica como a combinação de signos orais, verbais, musicais, sonoros e silenciosos. Assim, buscamos construir uma mensagem sonora capaz de valorizar a cultura afro-brasileira e incentivar a população sergipana a visitar o museu Afro-Brasileiro de Sergipe, em simetria com o objetivo de comunicação identificado na fase de pesquisa.

O rádio é um meio que propõe entretenimento e possui um forte apelo popular. A publicidade faz uso deste meio através de jingles, spots, vinhetas, testemunhais, entre outras possibilidades, os quais funcionam como uma ponte entre anunciante e ouvinte. Entendemos, ainda, a importância social da publicidade como produção cultural. Assim, ela pode ir muito além de informar e persuadir, possuindo o poder de desmistificar estereótipos e formar opiniões, em prol de uma sociedade mais igualitária.

A narrativa se inicia com uma chamada ao ouvinte para fazer uma viagem no tempo, acompanhado pelo som do berimbau, trazendo aspectos da música tipicamente africana, reforçando a importância do negro e sua relevância na história do Brasil, buscando demonstrar a força de um povo que sempre lutou por sua liberdade e que é responsável por grande parte da cultura brasileira. O spot é finalizado com um convite ao receptor, para conhecer mais que um museu, conhecer a suas raízes e sua história.

Os efeitos sonoros escolhidos para compor o enredo busca constantemente trazer o ouvinte para a narrativa, para um encontro com a “magia Afro-brasileira”, possuindo um formato circular de forma que o ouvinte seja potencialmente induzido a ouvir à história até o final, onde é trazida a assinatura da campanha, (Museu Afro-Brasileiro de Sergipe, levando você do presente ao passado) a qual consiste em uma chamada simples e objetiva para assegurar a clareza da mensagem.

A veiculação foi idealizada para ter seu início dia 13 de maio, quando se comemora o dia da abolição da escravatura, tendo três inserções diárias pelo período de trinta dias, sendo veiculado nas rádios 88.7 (Jovem Pan), 92,1 (rádio UFS) e 95.9 (FM Sergipe).

ROTEIRO

Áudio	Efeitos Sonoros
<p>Y- voz masculina 1, L- voz de masculina 2</p> <p>A1: Y-A porta se abriu e a viagem começou</p> <p>L- E então se ouviu um barulho encantador</p> <p>A2: Y-Era a mistura do berimbau, atabaque e agô.</p> <p>L- Som que conta a história do negro que tem fé no candomblé e no nagô</p> <p>A3: Y- Que merece destaque pois da história do Brasil fez parte</p> <p>L- E sempre sua cultura levando como</p>	<p>Trilha Sonora: Som de Berimbau</p> <p>Sobe BG</p> <p>Desce BG, LOCUÇÃO OFF</p> <p>E1- Reverberação</p> <p>E2- Reverberação</p> <p>E3- Reverberação</p>

<p>estandarte</p> <p>A4: Y- Mostrava sua força no combate L- E a porta então se fecha, mas fica entre aberta</p> <p>A5: Y-Para você que quer conhecer... L-Vamos juntos nessa descoberta.</p> <p>A6: Museu afro brasileiro de Sergipe, levando você do presente ao passado.</p>	<p>E4- Reverberação</p> <p>E5- Vozes se misturam a partir da palavra "vamos", com reverberação</p> <p>Sobe BG</p> <p>Dissolve BG</p> <p>E6- Reverberação e Finalização, assinatura, LOCUÇÃO OFF</p>
---	---

6 CONSIDERAÇÕES

A constatação de uma deficiência no que se refere à comunicação do museu Afro-Brasileiro de Sergipe, localizado na cidade de Laranjeiras, foi o ponto de partida da pesquisa acadêmica desenvolvida de forma interdisciplinar, a qual resultou em uma campanha que colocasse o museu em evidência e desse ao mesmo seu real valor, não apenas para a perpetuação da história da raça negra no estado, mas também como um rico berço de divulgação da cultura e da história dos negros no país. Uma série de produtos midiáticos foi elaborada, no entanto, selecionamos para o presente trabalho, a apresentação de um spot de rádio. Entendemos que o rádio é um meio democrático e de largo alcance, capaz de estimular o ouvinte a um envolvimento sensorial singular. Mais além, consideramos que o spot foi uma ferramenta de grande relevância para a campanha, satisfazendo parte das necessidades de comunicação do cliente.

Procuramos trabalhar a linguagem radiofônica, trazendo elementos os quais facilitassem a compreensão e lisura da mensagem, provocassem sensações as quais remetesse à cultura afro-brasileira, como o uso de instrumentos tipicamente africanos, e um texto verbal, narrado em duas vozes, que contivesse elementos da cultura afro-brasileira, desmistificando estereótipos e quebrando tabus. Nosso intuito final foi, assim, apresentar a cultura afro-brasileira em sua plenitude, valorizando-a e atraindo a atenção de potenciais visitantes para o Museu Afro-Brasileiro de Sergipe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Marialva Carlos. Mídia Sonora e sua Inscrição da na história Cultural da Mídia Brasileira. In: KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (Orgs). **História da Mídia Sonora: Experiências, Memórias e Afetos de Norte a Sul do Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história, a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

HAYE, Ricardo. **El arte radiofônico**. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

LEISH, Robert Mc. **Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. SP: Summus, 2001.

NUNES, Monica Rebecca Ferrari. **O mito no radio: a voz e os signos de renovação periódica**. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2004.