

Jingle Institucional Royale Ballet: Arte e Dança¹

Gabriela Lins de SIQUEIRA²

Alanna da Cunha Maltez e SOUZA³

Centro Universitário Vale do Ipojuca – UNIFAVIP / DeVry, Caruaru, PE

RESUMO

Este trabalho relata o desenvolvimento de um jingle para o cliente fictício Royale Ballet na disciplina de Redação Publicitária como parte da atividade interdisciplinar do 3º período (2015.1) do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFAVIP - DeVry. O objetivo da peça criada foi inserir o cliente em questão no mercado de Caruaru-PE e divulgar as suas aulas de balé para o público feminino adulto entre 20 e 30 anos. Para tanto, buscou-se analisar a relevância do jingle como um recurso de comunicação mercadológica, evidenciando-se o processo de criação da peça baseada numa abordagem emocional.

PALAVRAS-CHAVE: publicidade; rádio; jingle; dança; ballet.

1. INTRODUÇÃO

O curso de Publicidade e Propaganda do UNIFAVIP / DeVry empenha-se em estimular seus alunos a colocar em prática os conteúdos trabalhados em sala de aula. Para tanto, realiza atividades que se assemelhem à realidade do mercado, proporcionando, assim, o desenvolvimento das bases necessárias para a atuação profissional publicitária. Dessa maneira, o presente trabalho contempla um jingle para o anunciante Royale Ballet, resultado da atividade interdisciplinar do 3º período (2015.1) do curso, que envolveu as disciplinas de: Computação Gráfica, Comunicação Audiovisual, Direção de Arte, Redação Publicitária e Metodologia Científica.

Tal iniciativa abrangeu o desenvolvimento de uma campanha publicitária para a empresa fictícia Royale Ballet, criada pelos alunos Gabriela Siqueira, Joyce Santos, Artur Moraes e Paulo Ricardo Lopes. Diante disso, o jingle “Ballet para você”, discutido nesse trabalho, foi elaborado para disciplina de Redação Publicitária como parte da referida atividade interdisciplinar.

O Royale Ballet é uma academia de dança nova, voltada para o público feminino jovem adulto entre 20 e 30 anos. Recém-chegada ao mercado de Caruaru-PE, o empreendimento

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade PP05 Jingle (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do UNIFAVIP/DeVry, email: gabrielalins19@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do UNIFAVIP/DeVry, email: asouza15@unifavip.edu.br.

traz como principal serviço a oferta de aulas de balé e o encaminhamento de suas alunas para um desenvolvimento profissional, que é o seu principal diferencial. Além disso, o Royale Ballet tem como objetivo comunicar a dança através da arte do balé.

Considerando as características do meio rádio, sua estrutura, formatos e os propósitos que a mensagem publicitária radiofônica deve conter, o jingle desenvolvido para o cliente em questão busca conquistar o seu público-alvo de uma forma mais leve e sutil, remetendo aos movimentos suaves do balé em cada trecho da peça.

Para tanto, buscou-se criar um clima mais intimista e delicado. A partir disso, desenvolveu-se um jingle paródico baseado na música “Ciranda da Bailarina” de Chico Buarque e Edu Lobo. A letra do jingle segue uma abordagem emocional, destacando também os benefícios que a prática do balé no Royale Ballet proporciona.

2. OBJETIVO

O jingle “Ballet para você”, objeto desse trabalho, teve como principal objetivo divulgar a empresa fictícia Royale Ballet, posicionando-a no mercado de Caruaru-PE, e promover a prática do balé. De tal forma, buscou-se fomentar a arte através da dança e introduzir o balé no universo da mulher, com diretrizes artísticas e profissionais.

O Royale Ballet tratava-se de um empreendimento novo, portanto pouco conhecido no mercado, e que trabalha com um nicho específico de serviço, ofertando apenas aulas de balé. Diante disso, a criação da peça adotou um apelo emocional como forma de garantir maior impacto à mensagem.

Logo, o conceito do jingle está voltado para a realização e vivência de um sonho, o de ser uma bailarina profissional, que muitas meninas acalentam. Tal solução permite que se trabalhe o slogan da empresa “Viva o seu sonho de menina”. Contudo, a letra da peça reforça não só esse aspecto, mas também benefícios, como felicidade e leveza que a atividade física causa na vida de quem a pratica.

3. JUSTIFICATIVA

O rádio é um meio popular, de ação local e de ágil transmissão de informação. No caso de veiculação com abrangência geográfica pequena, como é o caso da prevista para a comunicação do Royale Ballet, esse meio mostra-se uma ferramenta extremamente útil para divulgação da mensagem do anunciante.

Outro aspecto importante da utilização do rádio são as vantagens que ele oferece devido ao impacto causado pelo uso da música e da sonoplastia, uma vez que ambos têm a função de reforçar a finalidade das palavras utilizadas, causando, assim, um maior efeito aos textos (SANT'ANNA; ROCHA JÚNIOR, 2009). Nesse, caso ao jingle.

O termo jingle é definido como retinir, soar. Trata-se do som que é emitido com o intuito de chamar a atenção para algo e, na propaganda, é um artefato integrante para divulgar características e ofertas apresentadas pelos produtos e serviços (MANHANELLI, 2011). De forma mais objetiva, pode-se dizer que “jingles são peças musicais cantadas, compostas especialmente para a marca anunciante. Sua melodia costuma ser simples e cativante” (FIGUEIREDO, 2014, p.115).

Para Barbosa (2003 apud REIS, 2008), o formato jingle propicia a propagação da informação veiculada, uma vez que o ser humano tem por hábito acompanhar e replicar a locução que vem acompanhada de uma melodia, seja por meio de um assobio ou até mesmo cantando. Dessa forma, uma letra de fácil compreensão, associada a um ritmo interessante, permitem que o consumidor se envolva com a mensagem e a fixe mais facilmente na memória.

No que diz respeito a sua criação, os jingles podem ser paródicos ou originais. Entende-se por paródico o jingle elaborado tendo como base melodia de músicas de sucesso, cujas letras foram transformadas de forma a atender aos objetivos de comunicação do anunciante. Por outro lado, o jingle original é aquele que possui letra e música desenvolvida exclusivamente para o anunciante (FIGUEIREDO, 2014).

Considerando todos esses aspectos, a comunicação do Royale Ballet se baseia na utilização de um jingle paródico, focado em suas necessidades comunicacionais. Buscou-se recriar na peça um universo feminino, ancorado no sonho infantil de ser uma bailarina, desenvolvendo-se a ideia do slogan da marca “Viva seu sonho de menina”. Igualmente, ressaltam-se os benefícios ocasionados pela atividade ofertada pelo anunciante, associando-a a emoção da prática do balé.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Anunciar trata-se de tornar relevante e desejável um determinado produto, criando, assim um significado, tanto objetivo quanto psicológico, fazendo com que se sobressaia do produto um valor excedente do real (SANT'ANNA; ROCHA JÚNIOR, 2009). Para o desenvolvimento do jingle “Ballet para você” para o anunciante Royale Ballet, abordou-se

a criação desse valor, uma vez que o serviço ofertado não é de uma necessidade imprescindível, direta. A partir disso, o jingle faz uso de um texto emocional, justamente para criar essas relações com valor emotivo.

Por consequência, adota-se uma linguagem emotiva, onde o emissor, no caso, o estúdio de balé, trata de si, relacionando a prática do balé hoje como uma forma das consumidoras realizarem seu desejo infantil de serem bailarinas. Igualmente, a peça salienta os efeitos da atividade oferecida, construindo-se uma motivação emocional, mas com apoio racional, para o consumo de seus serviços.

A propaganda não pode deixar nenhum tipo de dúvida no receptor, de modo que a sua finalidade é persuadir o consumidor e conseguir que ele faça uso do produto, serviço, portanto o uso de frases imperativas e afirmativas faz-se necessário (CARRASCOZA, 2004). Levando isso em consideração, trabalhou-se no jingle a associação do sonho infantil feminino aos benefícios da prática do balé para compor o jingle. Foram escolhidas palavras que compusessem um sistema de valor capaz de agregar ao jingle uma intimidade com o receptor da mensagem através do uso do imperativo, mas em tom de sugestões. Igualmente, optou-se pela escolha de uma melodia que criasse um tema sonoro para marca capaz de, além de chamar a atenção, ser mais um elemento facilitador da difusão e da lembrança da mensagem do anunciante.

O uso de combinações sonoras e rítmicas também se fez necessário para suplementar o sentido da mensagem. Desse modo, buscou-se despertar e prender a atenção do ouvinte além de facilitar sua compreensão e a memorização da mensagem, através do emprego do ritmo e da rima. O ritmo se dá através da associação de palavras para uma maior sedução do cliente e a rima o complementa trazendo uma facilidade de memorização. A utilização da rima torna o anúncio mais agradável e dá um ritmo natural às palavras rimadas, criando naturalmente uma musicalidade.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O jingle “Ballet para você” foi gravado e mixado em estúdio, sendo utilizados em sua produção softwares de captação e edição de áudio. Todo processo de edição do jingle foi feita no próprio estúdio.

A música é uma das maiores vantagens da propaganda no rádio, e é justamente por ela que o público consome esse meio. Nesse caso, a música supre a necessidade da imagem e assume o seu papel, influenciando uma pessoa que nunca ouviu conscientemente o jingle a

começar a cantá-lo sem querer (AITCHISON, 2009). Desse modo, na criação do jingle “Ballet para você” para o Royale Ballet procurou-se empregar uma música que atendessem às principais necessidades da peça, trazendo o conceito de realização e vivência de um sonho.

Diante disso, foi feito o uso paródico da música “Ciranda da Bailarina”, de Chico Buarque e Edu Lobo, onde já é abordado o tema da bailarina, e por ela trazer consigo uma sofisticação própria da arte do balé. Partindo dessa associação positiva da bailarina já feita pela música, elaborou-se uma nova letra, abordando pontos peculiares do Royale Ballet de uma forma sutil, passando a mensagem do anunciante sem perder a conexão com a associação poética da música original.

Seguindo essa linha criativa, chegou-se a uma peça agradável, suave e íntima. A intenção foi lembrar à consumidora que ainda havia tempo para a mulher que ela se tornou hoje, realizar um sonho ou desejo de quando criança: o de ser uma bailarina. Com essa solução buscou-se trabalhar o slogan do Royale Ballet: “Viva o seu sonho de menina”. O slogan é a explicação em poucas e precisas palavras de sensações e conceitos profundos que a marca transmite para seduzir o consumidor (CARRASCOZA, 2003). Por outro lado, também pela simplicidade e suavidade da música, encontrou-se um bom meio para transmitir ao receptor da mensagem a leveza que o balé traz consigo.

Para manter a peça coesa, optou-se por usar uma locução ao fim do jingle de forma a reforçar o argumento da peça e impactar o público-alvo. De tal maneira, manteve-se a estrutura da mensagem fechada e objetiva. Tal locução é falada por uma mulher, supostamente na idade do público-alvo, como forma de gerar identificação, reforçando o convite de vivenciar um sonho do passado, remetendo ao slogan da marca.

CLIENTE: Royale Ballet
PEÇA: Jingle
TEMPO: 60'
TÍTULO: Ballet para você
MUSICA: Ciranda da Bailarina (Chico Buarque e Edu Lobo)

Tabela 1. Jingle “Ballet para você” - Royale Ballet

| LOCUÇÃO | EFEITO |
|--|--|
| <p>Loc 1. OFF Venha dançar conosco! O Royale Ballet realiza esse sonho pra você!</p> | <p>Sobe BG (Jingle “Ballet para você” - Royale Ballet)</p> <p><i>Dance, dance bem</i> <i>Dance pra alegrar a vida</i> <i>Pois a dança nossa vida anima</i></p> <p><i>Venha pro Royale</i> <i>Ballet que te ensina</i> <i>A dançar tão bem como ninguém</i></p> <p><i>Saúde e qualidade</i> <i>De vida pra você</i> <i>Tudo isso aqui a gente tem</i></p> <p><i>Venha pro Royale</i> <i>Dance sem ter medo</i> <i>Viva o seu sonho de menina</i></p> <p><i>Pois se você sonha</i> <i>Ser uma bailarina</i> <i>Um lugar melhor você não tem</i></p> <p>Desce BG</p> <p>Sobe BG</p> <p><i>Um lugar melhor você não tem</i></p> <p>Dissolve BG</p> |

Fonte: autoria própria.

6. CONSIDERAÇÕES

O desenvolvimento do presente trabalho foi de grande importância, visto que através do mesmo tornou-se possível entender e aplicar aspectos teóricos, vistos em sala de aula, num exercício prático de caráter mercadológico. Pensar em soluções comunicacionais para o

cliente Royale Ballet proporcionou um melhor conhecimento do meio rádio e, mais especificamente, do formato jingle.

Dessa maneira, foi possível explorar as características desse tipo de peça, entendendo os meandros de sua criação e produção. Finalmente, com o desdobramento e conclusão do jingle, tornou-se possível a realização da proposta inicial de inserir o estúdio Royale Ballet no mercado e sustentar a imagem da marca, além de comunicar o novo serviço. De tal forma, buscou-se criar uma lembrança maior da marca Royale Ballet na mente do consumidor através dos recursos próprios e estratégicos do formato jingle.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AITCHISON, Jim. **A propaganda de rádio no século XXI**. São Paulo: Bossa Nova, 2009.
- CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 2004.
- _____. **Redação publicitária**: estudo sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.
- FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária**: sedução pela palavra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- MANHANELLI, Carlos Augusto. **Jingles eleitorais e marketing político**. São Paulo: Summus, 2011.
- REIS, Clóvis. **Propaganda no rádio**: os formatos de anúncio. São Paulo: Edifurb, 2008.
- SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. São Paulo: Cengage, 2009.