

Spot do Festival Universitário de Criação Audiovisual¹

Rebecca Lyzandra Vilella dos REIS²
Fabrício dos Santos MATTOS³

Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

RESUMO

Esse spot faz parte de uma campanha publicitária criada pelos alunos de comunicação Social da Faculdade Estácio do Pará, para fazer uma chamada aos alunos para seu Festival de Criação Audiovisual (FUSCA). Onde tem como objetivo principal: revelar, estimular e divulgar as obras audiovisuais inéditas produzidas por estudantes universitários do Estado do Pará. A criação dessa peça radiofônica foi importante para despertar o interesse e a curiosidade dos alunos da Estácio FAP para participar do festival com suas produções audiovisuais que enriqueceriam seus conhecimentos e abrihantariam o evento no dia 09 de novembro de 2013 no Espaço Municipal Cine Olympia.

PALAVRAS-CHAVE: Spot; Publicidade; Comunicação; Audiovisual; FUSCA.

1 INTRODUÇÃO

O referente Spot representa uma locução, criada a partir de uma solicitação da coordenação de estágio na área de produção, do Festival Universitário de Criação Audiovisual, no segundo semestre de 2013, com intuito de desenvolver uma chamada que estimulasse a participação dos alunos por meio da efetivação de suas inscrições, onde posteriormente seria divulgada a sua terceira edição do evento universitário experimental de criação audiovisual. Foram utilizadas como receptor de mensagem as caixas amplificadoras de som (situadas nos corredores da faculdade) e nos intervalos comerciais da rádio 93.7 FM: Cultura rede de comunicação.

O FUSCA 2013: Festival Universitário de Criação Audiovisual teve como atração a exibição de curtas divididos em oito categorias: documentário, vídeo publicitário, videoclipe, vídeo minuto, curta de ficção, animação, Fusca comunidade e cartaz, o evento contou com uma performance de profissionais da área policial onde foi feita uma simulação de uma operação de desativação de um homem bomba . Teve também a participação de

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014 – na Categoria Publicidade e Propaganda , modalidade spot (avulso)

² Aluna líder do trabalho. Estudante do 3ºSemestre do Curso Publicidade e Propaganda da Estácio FAP, e-mail: lyzandr4reis@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do curso Publicidade e Propaganda da Estácio FAP email: fsdemattos@gmail.com

Amanda Pereira, jornalista e apresentadora da TV O Liberal uma das filiadas da Rede Globo, que apresentou o festival nesta edição e a premiação dos melhores em suas categorias anunciada pela comissão organizadora julgada pela banca examinadora composta por profissionais da área e através do jure popular por votação via internet.

2 OBJETIVO

O objetivo do spot era despertar o interesse dos alunos de comunicação social que transitavam pelos corredores e os ouvintes da rádio, com intuito que os mesmos chamassem e convidassem seus familiares e amigos para prestigiar e se fazerem presentes no dia do evento, através da curiosidade montada em cima do roteiro inicial onde existia um anúncio de um aparecimento de uma bomba na cidade, denominado como um fato inédito na capital paraense.

3 JUSTIFICATIVA

O fonograma experimental de 50 segundos da Chamada Bomba impactante tem como direcionamento o FUSCA 2013 (Festival Universitário de Criação Audiovisual), evento relevante para o curso de comunicação social, realizado a cada segundo semestre permanentemente pela Estácio FAP - O propósito era atrair os alunos do curso, seus familiares, amigos e ouvintes da rádio Cultura, no dia 09 de novembro de 2013 (que era um sábado). E seria realizado em um dos cinemas mais tradicionais de Belém. Usufruímos de um veículo midiático de maior acessibilidade e considerado uma das mais antigas peças publicitárias:

o texto radiofônico apresenta na organização sintática de seu texto verbal-escrito características que nos remetem às do texto oral, abrindo possibilidades de exploração singulares em relação aos demais veículos, ao mesmo tempo que convive com o sistema da escrita, principalmente quando se trata do spot publicitário. Isto revela que o rádio é resultado de inúmeras oralidades (SILVA, 1999, p. 36).

A peça foi escolhida porque todos os corredores da faculdade são equipados com caixa de som e também porque dispúnhamos do apoio da Rede Cultura de Comunicação, e

através destes meios atingiríamos o principal público-alvo, estudantes e jovens interessados em cinema e audiovisual. O spot foi veiculado durante o período de duas semanas antes da realização do FUSCA, na Rádio Cultura FM e na Faculdade Estácio do Pará.

O spot tinha como foco alunos e ouvintes que se surpreendiam com a chamada da “bomba” e os efeitos sonoros de helicóptero e sirene policial que anunciava o início da locução no intervalo de suas programações institucionais. O ritmo, a música e os efeitos sonoros foram fundamentais para a elaboração do spot, assim como para chamar a atenção do público. Portanto,

as mensagens radiofônicas, assim como toda a sua programação, têm no ritmo um significativo recurso para estabelecer a identificação com o seu público-alvo e seu contexto cultural e econômico. Embora todos os elementos que compõem e conformam a obra radiofônica, inclusive o seu texto, devam estar no mesmo ritmo, é no momento da comunicação mediada pela voz que este texto passa a existir e adquirir dimensões, muitas vezes além das previstas; portanto, é na locução que a palavra torna-se acontecimento, o trânsito contínuo entre escrita e oralidade (SILVA, 1999, p. 50).

Para a produção do fonograma usamos efeitos sonoros de alerta em background no início, com barulho de hélices de helicópteros, alarme de sirene policial, som de explosão e buzina de um fusca fazendo uma relação icônica com o nome do festival: FUSCA. Procuramos também estabelecer um contraste sonoro tornando a vocalização do spot harmônica com a mistura de duas vozes masculina e uma feminina. Sendo que a locução foi feita por dois alunos voluntários e pelo professor orientador da área de produção do Festival de Criação Audiovisual, Estácio FAP.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Primeiramente, elaboramos um *briefing* onde tínhamos como cliente a organização do evento, a partir daí sentamos com o orientador em uma mesa redonda e juntamente utilizando o *teaser* audiovisual do FUSCA como base elaboramos o roteiro, em seguida listamos algumas palavras chave que deram vida à sinopse. Quando estávamos com o roteiro em mãos nos dirigimos para o estúdio de produção rádio da Estácio FAP, onde recebemos o auxílio e algumas instruções do técnico de áudio.

Como atualmente desfrutamos de inúmeras opções de efeitos sonoros prontos na internet ou que já estão contidos nos próprios programas de edição. O programa utilizado para gravação foi o *SoundForge*, versão 7 e o programa utilizado para a edição foi o *Sony Vegas*, versão 7.

Achamos por bem assim escolher sonoros de alerta como: sirene policial, som da hélice de um helicóptero, buzina de um fusca e a trilha de um novo clássico dos cinemas de ação: o tema de “Missão Impossível”, fazendo a ligação com a proposta de suspense e ação que o evento (um Festival de Audiovisual) tinha, atraindo também o principal público-alvo (estudantes de comunicação) e fortalecendo e mantendo a identidade do conceito do Festival de Criação Audiovisual (FUSCA 2013).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Usando o *teaser* do festival que mostrava uma operação policial para o desarmamento de uma possível bomba que teria sido deixada dentro de um Fusca nas ruas de Belém, criamos um spot com base nesse clima de ação e suspense.

Para esse spot fomos direcionados a escolha dos efeitos sonoros e da trilha final de tensão. A trilha por se tratar de um clássico dos cinemas traria toda a credibilidade que o FUSCA possuía na cidade.

O spot foi criado como segue:

SPOT FUSCA 2013**MARCA:** FUSCA 2013**CLIENTE:** ESTÁCIO FAP**MÍDIA:** RÁDIO **DURAÇÃO:** 50''**LOCUÇÃO:** REBECCA LIZANDRA, TOMAZ BRANDÃO E FABRÍCIO MATTOS

TEC. FX SIRENE POLICIAL , FX SOM DAS HÉLICES DE UM HELICOPTERO EM BG QUE VAI PERMANECER ATÉ A SEGUNDA LOCUÇÃO.

LOC.1: UM EVENTO NUNCA VISTO NA CAPITAL PARAENSE ESTÁ PARA ACONTECER!

TÉC.: FX ECO

LOC.2: AS AUTORIDADES JÁ ALERTARAM A POPULAÇÃO DE TODA A CIDADE.

LOC. 3: VÁRIOS RELATOS CONFIRMAM QUE UMA BOMA VAI EXPLODIR EM BELÉM!

TÉC.: FX EXPLOÇÃO

LOC. 2: O FUSCA VAI BOMBAR!

TÉC.: FX BUZINA DE UM FUSCA

LOC. 2: É O FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DE CRIAÇÃO AUDIOVISUAL.

TEC.: RODA BG SUSPENSE (MISSÃO IMPOSSÍVEL)

LOC. 2: VENHA CONFERIR: VÍDEOS PUBLICITÁRIOS, DOCUMENTÁRIOS, CURTAS DE FICÇÃO E O MELHOR DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARAENSE.

LOC. 1: SÁBADO NOVE DE NOVEMBRO, ÀS SEIS DA TARDE NO CINE OLYMPIA, ENTRADA GRATUITA!

LOC. 2: FUSCA , FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DE CRIAÇÃO ADIOVISUAL.

LOC.2: REALIZAÇÃO : ESTÁCIO FAP! APOIO... MÍDIA NEWS, FOX VÍDEO, SARAIVA, OFICINA DA IMAGEM, INOVA COMUNICAÇÃO ,FUMBEL E CULTURA REDE DE COMUNICAÇÃO...

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realmente trabalhar no processo de produção de rádio é extremamente desafiador e apaixonante. Conseguindo estimular a construção de uma imagem na mente do ouvinte fazendo com que a mensagem chegue com uma velocidade e precisão incrível. Sabendo que só a utilização das vozes não seriam o suficiente persuasivo e não causariam o mesmo impacto, pois foram todos os elementos selecionados que facilitaram a criação do ambiente propício para que a semiose acontecesse.

Encontramos no spot Bomba FUSCA2013, clareza dos fatos do início ao fim e conseguimos atingir o objetivo inicial e elaborar de forma estratégica os elementos que o constroem: texto, efeitos sonoros e locuções. Podemos dizer também que desde o rascunho , até a gravação no estúdio foi totalmente enriquecedor para a construção do nosso conhecimento sobre produção de rádio no olhar do cenário publicitário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOMINGOS, Carlos. **Criação Sem Pistolão**. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2002.

HOFF, Tania, LOURDES, Gabrielle. **Redação Publicitária**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1977.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SILVA, Júlia Lúcia de O. Albano da. **Rádio: Oralidade Mediatizada: O Spot e Os Elementos da Linguagem Radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999