

Radionovela “O Silêncio do Amor”¹

Danielle LOSCHIAVO²

Bianca SALIM³

Diogo KFOURY⁴

Dione PETERSON⁵

Lorran FARIA⁶

Mairy Luiza ALVES⁷

Markellen BONATO⁸

Paloma LEITE⁹

Pedro GODOY¹⁰

Thais MARCELINO¹¹

Lamounier LUCAS¹²

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O desafio de produzir uma radionovela se torna evidente desde o início, na produção do roteiro: como fazer com que os ouvintes imaginem com a maior precisão possível tudo o que está sendo narrado? “O Silêncio do Amor” foi produzida pelos alunos do sétimo período de Publicidade e Propaganda com o intuito de adquirir ainda mais conhecimentos sobre os métodos e técnicas radiofônicas. Com um roteiro típico das radionovelas da era de ouro do rádio, “O Silêncio do Amor” busca encantar o ouvinte e mantê-lo curioso até o desfecho da história.

PALAVRAS-CHAVE: radionovela; ficção; comunicação.

1 INTRODUÇÃO

A radionovela “O Silêncio do Amor” foi desenvolvida pelos alunos do sétimo período para a disciplina de Produção de Mídia Eletrônica do curso de Publicidade e Propaganda do Centro

¹Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Radionovela.

² Aluno líder do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: danyloschi@hotmail.com

³ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: bianca.salim@hotmail.com

⁴ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: diogokfoury@hotmail.com

⁵ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: dione_ptm@hotmail.com

⁶ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: lorrancoelho@hotmail.com

⁷ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: mairyluiza@gmail.com

⁸ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: kellenbonato@hotmail.com

⁹ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: lomaleite@gmail.com

¹⁰ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: pedromgodoy@yahoo.com.br

¹¹ Integrante do grupo e recém-graduado no Curso Publicidade e Propaganda, email: thamarcelino@gmail.com

¹² Orientador e professor do curso de Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, do Centro Universitário Newton Paiva, email: raoult@bol.com.br

Universitário Newton Paiva, de Belo Horizonte, MG. Por se tratar de Produção de Mídia Eletrônica, os alunos tiveram a oportunidade de criar roteiros e produzir jingles, spots e vídeos durante todo o semestre. Com a intenção de desafiar os alunos, foi proposta pelo professor a criação de um roteiro e produção de uma forma de entretenimento do rádio que fora de grande sucesso antes do surgimento das telenovelas: a radionovela.

A radionovela surgiu com a fase de ouro do rádio, na década de 40. De acordo com Calabre (2003), as primeiras produções radiofônicas de novelas surgiram no Rio de Janeiro, sendo que a que marcou a história das radionovelas foi a de nome “Balança, mas não cai”. As produções eram realizadas completamente ao vivo, inclusive os efeitos sonoros que criavam as ambientações e cenários das tramas, com o objetivo de fazer o ouvinte visualizar em sua mente a forma com que a história é contada, como se estivesse acontecendo na sua frente.

O rádio, dentre os meios de comunicação de massa, pode ser considerado como o mais popular e o de maior alcance. Este meio radiofônico tem histórico de transformar pensamentos e ações em imagens na mente do ouvinte, utilizando técnicas de dramatização.

Partindo da ideia de criar uma produção nos moldes das antigas radionovelas, foi necessária a criação de um roteiro, tratando-se de uma história de três capítulos, ambientada em uma cidade fictícia e que aborda situações do cotidiano, como a fofoca, um casamento e até mortes trágicas. Além disso, o intuito era desafiar os alunos, fazendo obrigatória a participação de um personagem mudo e que esse personagem conseguisse se comunicar com os demais.

2 OBJETIVO

A radionovela “O Silêncio do Amor” foi desenvolvida com o objetivo de fazer os alunos entrarem em contato com uma forma de entretenimento diferenciada e que, atualmente, é pouco utilizada, a fim de fugir das criações mais comuns para rádio, como jingles e spots. Além disso, procurou desafiar os alunos a se inserir na história um personagem mudo, sendo que ele precisava se comunicar de alguma forma com os demais personagens. Outro desafio proposto foi da produção e transmissão ao vivo, já que os atores, técnicos de som e diretores deveriam estar bem entrosados para que os efeitos não entrassem nos momentos errados e tudo saísse perfeito.

3 JUSTIFICATIVA

Relembrar os costumes é uma forma de cultura, pois, para compreender o futuro, é preciso entender o passado. A era da reprodutibilidade técnica da obra de arte possibilitou o surgimento de novas formas e conteúdos artísticos e culturais, substituindo formas técnicas ou conteúdos artísticos tradicionais por outros, modernos e alternativos. Assim acontece com a radionovela, um meio muito utilizado antigamente para entretenimento.

As radionovelas não são peças comuns por serem ambientadas no rádio, um meio “cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz” (MCLEISH, 2001, p. 11). Isso, devido ao fato de que, atualmente, as produções do tipo novela são feitas para a TV ou internet, uma vez que a presença de recursos visuais elimina a dificuldade de se criar as imagens somente a partir de efeitos sonoros.

Apesar de toda essa dificuldade, a produção da radionovela foi proposta para que o aprendizado fosse completo e ainda mais abrangente, possibilitando aos alunos contornar dificuldades comuns ao meio e instigando-os a encontrar soluções criativas para que a atenção do público seja atraída e, principalmente, mantida. A ideia era colocar em prática todas as técnicas da radiodramaturgia aprendidas nas aulas teóricas, principalmente os elementos sonoros, desde a personificação da voz, a trilha musical, os efeitos sonoros e até mesmo o silêncio (que precisa ter sua técnica e *timing* dominados para se causar um efeito satisfatório). Foi escolhida a radionovela, pois é uma produção mais extensa, onde se tem a possibilidade de utilizar o conteúdo adquirido durante o semestre com mais eficácia, profundidade e até mesmo muita repetição.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A realização do trabalho se deu, primeiramente, pela divisão dos alunos em três grupos. Cada grupo ficou responsável pela criação de uma parte do roteiro da radionovela, sendo que, apenas depois de o primeiro grupo finalizar o seu roteiro, o segundo teria acesso a ele, continuando a história da maneira que achasse melhor e assim sucessivamente. Ou seja, não haveria controle do rumo o qual a trama tomaria. Obrigatoriamente, cada grupo deveria

escolher e organizar todas as trilhas sonoras e efeitos necessários para a produção completa da história. Figueredo (2005) descreve a importância da escolha de bons efeitos e de trilha sonora, por suas capacidades de criarem clima, de ajudar na locução e de interpretarem o texto, criando ou a tensão ou humor necessários, fator essencial para uma peça de radiodramaturgia.

O roteiro foi a base e o guia de toda a produção. Procurou-se criar um roteiro completo e detalhado para que durante a produção, todos pudessem acompanhar de forma clara e a minimizar os possíveis problemas. O roteiro também foi o responsável por indicar e orientar os efeitos sonoros, as músicas de fundo, intervalos e locuções. Foi a partir do roteiro que se obteve o tom de toda a produção. Dessa forma, ele contava com o nome de cada personagem antes das falas, descrição e posicionamento dos efeitos o que orientou os alunos durante as transmissões ao vivo.

A busca por efeitos verossímeis possibilitou que a imagem da cena no imaginário do ouvinte fosse concebida de maneira mais fácil, homogênea e fiel. A cada capítulo, construiu-se uma paisagem sonora, por meio da qual o ouvinte consegue construir a imagem auditiva. Vigil (2004) afirma que o rádio é somente som e voz, mas uma voz tripla. São elas: a voz humana expressa em palavras, a da natureza ou ambiente que são conhecidas como efeitos sonoros e a voz do coração, relacionada aos sentimentos que são representados por meio da música.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O desafio proposto pelo professor foi a criação e produção de uma radionovela que envolvesse toda a turma, a qual o rumo da trama não poderia ser controlado e que tivesse sua transmissão ao vivo para toda a faculdade durante os intervalos das aulas. Um total de 53 minutos de duração foi dividido em três capítulos que foram transmitidos em dias diferentes. Cada um dos capítulos foi dividido em partes e, nos intervalos, foram transmitidos jingles e spots, também produzidos pelos alunos durante as aulas de Produção de Mídia Eletrônica. Por conta da impossibilidade de controle do rumo da história, o terceiro capítulo acabou por concentrar todo o desfecho e, por isso, tem quase o triplo de duração dos dois primeiros.

Os capítulos, na maioria das vezes, se encerravam no clímax da ação, além de serem carregados de muito suspense e humor, gerando, assim, a curiosidade e a ansiedade do ouvinte pela continuação da trama.

Todo o processo foi concebido, organizado e produzido pelos alunos com a orientação do professor e o acompanhamento de um técnico de som. O estúdio utilizado para a produção da radionovela foi o próprio da faculdade e a transmissão contou com a ajuda de alguns programas digitais para obter-se maior qualidade e abrangência na difusão.

6 CONSIDERAÇÕES

Durante todo o processo de desenvolvimento e produção da radionovela, algumas dificuldades iniciais foram encontradas para a adequação e encaixe dos roteiros. O tempo demandado para a criação da radionovela possibilitou a percepção do quanto é trabalhoso e delicado produzir uma radionovela, já que são muitos os detalhes a serem observados.

O rádio, desde a sua criação, pode e deve ser analisado como o meio de comunicação mais próximo da sociedade, devido o seu baixo custo e por ser um meio formador de opinião. Seguindo este ponto de vista, criou-se uma radionovela com tendência e formato baseados nos modelos convencionais e um roteiro criativo, dramático, bem-humorado e dinâmico, objetivando com isso a empatia do público.

A imagem, inexistente no rádio, é substituída por sons que representam a ação, o que leva o ouvinte a imaginar a cena, e criar uma forma individual e única de entendimento da trama. Além disso, a turma esteve em contato direto com vários procedimentos técnicos de produção de rádio, desde a criação do roteiro, passando pela locução e transmissão de áudio da radionovela, possibilitando um entendimento maior em relação ao procedimento de produção.

A grande vantagem do imaginar é que no rádio cada pessoa pode fantasiar à sua vontade e cada pessoa terá as suas próprias imagens diante das situações e histórias apresentadas. Com a divisão dos grupos para a criação dos roteiros, foi possível explorar e instigar os alunos a buscar o desafio de criar sem antes mesmo saber o resultado, estabelecendo relação entre um texto escrito com diversas opiniões e demais formas de manifestação da linguagem. Por meio

disso, foi possível perceber o quanto é importante estar atento à situação tendo apenas o áudio como referência.

Com esse trabalho, foi possível unir vários conteúdos, como a diferença do texto para ser lido e o texto para ser ouvido, e até mesmo técnicas necessárias para o rádio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CALABRE, Lia. **Era do Rádio**. São Paulo: Jorge Zahar, 2002.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: Sedução pela palavra**. São Paulo: Thomson, 2005.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. 3ed. São Paulo: Summus, 2001.

VIGIL, J.I. L. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2004
2ª edição.