

Áudio-fábula Branca de Neve e o LobisOMEM¹

Luis David PADILHA²

Lucas Silva da COSTA³

Gabriella CARGNELUTTI⁴

Laíse LOY⁵

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

RESUMO

As radionovelas são formas criativas e artísticas de exercitar as tarefas laboratoriais de áudio em diversos cursos como Publicidade e Propaganda Jornalismo e cinema, utilizando conhecimento de áreas como história, música, literatura, e inclusive política.

Uma adaptação desse formato foi proposta na disciplina de Redação Publicitária para Áudio do Curso de publicidade do Centro Universitário Franciscano com o objetivo de experimentar os recursos sonoros presentes no campo de produções publicitárias. Para isso, foi proposta uma série de Áudio-fábulas baseada na história da Branca de Neve e os Sete Anões dos Irmãos Grimm, seguindo a lógica das radionovelas. O principal resultado deste trabalho foi o crescimento do interesse dos alunos na área de áudio, o que resultou em um exercício de criatividade e na aproximação com a linguagem radiofônica.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; ficção; arte; radionovela; comunicação.

1 INTRODUÇÃO

O Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano possui diversas atividades relacionadas à produção de peças e materiais publicitários.

Dentre os projetos existentes, há exercícios envolvendo criação de roteiros, produções de VTs, curtas metragens e peças radiofônicas.

Para suprir as necessidades dos alunos, o laboratório de áudio da Instituição, disponibiliza um ambiente propício para a composição de projetos e trabalhos em diversas mídias.

A partir desse contexto, foi proposta a criação e produção de uma série de Áudio-fábulas sem limite de tempo e com a motivação de experimentar diversos recursos sonoros como trilhas, locuções, efeitos e ambientações.

¹ Trabalho submetido ao XIV Prêmio Expocom 2013, na Categoria RT 03Radionovela.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: luisdavidpadilha@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: lucascostafalou@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: gabriellacarg@hotmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email:laiseloy@gmail.com.

Para a realização desse trabalho, contou-se com a técnica das radionovelas sabendo-se que, conforme Calabre (2003, p.2) “as radionovelas eram histórias seriadas irradiadas, inicialmente, às segundas e quartas e sextas-feiras, ou às terças, quintas e sábados. As durações eram variadas, iam de 2 meses até 2 anos”.

De modo a viabilizar a atividade dentro da academia, optou-se pela realização de 7 Áudio-fábulas, com duração máxima de 10 minutos e com narrativas independentes umas das outras. Cada história apresentaria início, meio e fim. O que configurou uma série foi o uso de 7 finais diferentes, criados a partir de uma narração comum a todos de 42s. Essa narração foi baseada no conto “A Branca de Neve e os 7 anões”, dos irmãos Grimm (1812). A escolha desse clássico literário deu-se pelo conhecimento prévio a respeito da história original, o que possibilitou versões diferenciadas na busca pela criatividade.

“Criar é, basicamente, formar. É poder dar uma forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, nesse “novo”, de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar.” (OSTROWER, 1987, p.9)

Além de se configurar como exercícios de criatividade, ao transformarmos as matérias somos agentes, fazemos. São experiências existenciais que nos envolvem no nosso ser sensível e no ser atuante, fazem parte de um processo de criação (OSTROWER, 1977).

A experiência envolveu a reunião de informações, um tempo de maturação, a definição de vários caminhos alternativos e a escolha de um deles para o desenvolvimento do roteiro a ser produzido.

As 7 Áudio-fábulas produzidas reuniram diversos elementos sonoros além da intertextualidade presente no resgate da figura folclórica do Lobisomem. Seguindo este conceito, afirma-se que, em todos os meios do saber, os artefatos culturais criados são reproduzíveis e difundidos. Essa repercussão manifestada de inúmeras formas é considerada um fenômeno intertextual (CAVALCANTE, 2009).

Este trabalho apresenta um dos produtos resultante do exercício criativo da Áudio-fábula A Branca de Neve e o Lobisomem e as produções de sentido que, segundo Sá (1991, p. 131) “As imagens acústicas formantes do imaginário de uma cultura decorrem, inexoravelmente, das relações que esta cultura estabelece com os sons, com as formas de

emissão e de elaboração dos sons”, pois o imaginário nela construído segue os processos sonoros que consistem em uma rede de sensações emitidas por meio de ambientações sonoras situando o ouvinte no mundo da fábula¹.

2 OBJETIVO

Desenvolver exercícios e o conhecimento das áreas que envolvem as produções radiofônicas, assim como aproximar o aluno do ambiente de criação e edição das peças de áudio.

3 JUSTIFICATIVA

O projeto aplicado teve seu principal motivo focado na aproximação do aluno com o ambiente de produção, unindo o conhecimento teórico adquirido em aula em um plano e a aplicação efetiva do projeto em laboratório para a assimilação dos diversos processos criativos que envolvem as áreas radiofônicas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O desenvolvimento do projeto teve início pela criação do roteiro no qual seriam apresentados os elementos da história como, por exemplo, o tom da narrativa, os personagens principais e a localidade da história, pois um dos elementos fundamentais de um conto narrado é localizar o ouvinte por meio de um lugar ou período¹.

Após a etapa da roteirização, foi gravada uma locução de 42s comum a todas as sete Áudio-fábulas e a partir desta locução cada grupo desenvolveu a sua história.

Assim, a história “A Branca de Neve e o Lobisomem” foi produzida com a narração de 3 personagens: o narrador principal da história, a Branca de Neve e o Lobisomem.

Para demonstrar os sentimentos do personagem Lobisomem todos os elementos utilizados foram ligados nos conceitos de fatores perceptivos e padrões auditivos, o “processo de continuidade, onde o componente de uma fonte deve variar de maneira coerente, como, por exemplo, mudar de tom e intensidade para exemplificar mudanças” (FILHO,2003, p.18).

¹ Segundo material didático utilizado na disciplina de Redação de Áudio

O roteiro utilizado e a produção da Áudio-fábula foram elaborados em conjunto com o Monitor da disciplina, que narrou a história com as indicações dos integrantes do grupo.

A escolha dela para a apresentação na XX Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, Prêmio Expocom2013, dentre os 7 roteiros, foi pelo fato de que esta Áudio-fábula conquistou a classificação Prata no VI Prêmio Universitário de Publicidade da Unifra².

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano gera ao longo do seu currículo, a criação de inúmeras peças Audiovisuais. Dentre as categorias e cadeiras dispostas na matriz, a matéria de Redação Publicitária para Áudio contempla uma gama de produções de materiais.

A Áudio-fábula foi uma peça narrativa onde o locutor situa o ouvinte no conto da A Branca de Neve, com o intuito de modificar a história de acordo com o roteiro idealizado por cada grupo.

6 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho foi idealizado e desenvolvido com o intuito de aperfeiçoar os aspectos produtivos tanto dos alunos quanto do monitor e do professor desta atividade, incentivando os acadêmicos a atenuarem os laços com os laboratórios e aumentarem o nível de produção de materiais que levassem os estudantes a se aproximar de uma realidade importante no meio publicitário.

Foi constatado que no início das etapas criativas os alunos presentes na disciplina desenvolveram uma série de percepções e desenvolvimentos pessoais de seus conhecimentos e também o aumento da vocação para a leitura de contos, poemas, e outros meios literários.

Foi analisado também o uso de formatos não convencionais em relação ao mercado publicitário, como locuções sem os padrões de 15 e 30 segundos comumente utilizados nas rádios, a não padronização dos roteiros de locução, a composição de efeitos e trilha, e a produção sem se vincular a um cliente ou produto.

² Curso estadual de premiação de peças publicitárias, realizado e produzido pelo curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano.

Notou-se o desenvolvimento da criatividade dos grupos e a ampliação de possibilidades para a realização de Spots e Jingles, abrangendo uma maior liberdade criativa para a realização de materiais com referências de diversas áreas como a literatura, cinema e música.

Notou-se também a flexibilidade que a mídia rádio fornece para a criação no imaginário do ouvinte, onde foi revelado que os recursos proporcionam um maior poder expressivo para a imaginação sobre uma peça publicitária.

Foi defendida a ideia de uma nova formulação de formatos e inserções de anúncios publicitários nas rádios e rádios-web, onde a propaganda poderia se tornar uma ferramenta que, além de motivar o imaginário do ouvinte, pudesse passar a manifestar um diálogo diferenciado, onde a aproximação com o cliente pudesse ser maior que a de um Jingle ou Spot nos formatos tradicionais, causando maior apreço com o rádio e com as peças publicitárias e que tais aberturas existem, porém não são bem exploradas no mercado e pela publicidade atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CALABRE, L. Rádio e Imaginação: No tempo da Radionovela. In: Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte – MG. **Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação**. Belo Horizonte, 2003, p.1-14. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_calabre.pdf>. Acessado em: 17 de abril de 2013.

CAVALCANTE, S. M. S. **O fenômeno da intertextualidade em uma perspectiva cognitiva**. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos)– Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais. 2009.

FILHO, A. B. **Rádio sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

OSTROWER, F. **O processo de criação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1977.

SÁ, L. O Sentido do Som. In: NOVAES, A. **Rede Imaginária: Televisão e Democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.