



## Atravesse na faixa para atravessar sempre

Ana Paula Costa SILVA<sup>1</sup>

Marcos André SANCHEZ<sup>2</sup>

Evelyn Iris Leite MORALES<sup>3</sup>

Faculdade Interamericana de Porto Velho – UNIRON/IUNI, Porto Velho, RO

### RESUMO

Os acadêmicos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo da Uniron/Iuni têm espaço programa de rádio Sinapse Áudio Uniron, como forma de promover o desenvolvimento prático das aulas de produção de áudio. Foram produzidos pelos alunos *spots* para serem veiculados no Sinapse Áudio, utilizando as técnicas de performance, ritmo, plasticidade, drama e conflito, para atrair os ouvintes e fixar as marcas das peças desenvolvidas através da conotação das palavras e utilização de trilhas e efeitos.

**PALAVRAS-CHAVE:** rádio; spot; publicidade.

### INTRODUÇÃO

O rádio é um meio de comunicação que dispõe somente da oralidade. Para chamar a atenção do ouvinte, é necessária a utilização de artifícios na produção de peças publicitárias para que elas não se igualem à programação.

A partir do momento em que se começa a analisar peças publicitárias para rádio, vê-se há deficiência quanto ao conhecimento teórico de produção de áudio. Inúmeras são as peças que não obedecem aos conceitos de criação para este veículo. Muitas vezes ouve-se trechos de peças criadas para TV que migram para o rádio sem cuidado algum; veiculam *spots* – peças publicitárias criadas para rádio, um meio de comunicação descrito como “cego” - em que se ouvem verbos inadequados como “veja”, “repare”, “olhe”, “observe”. Neste artigo são abordados os conceitos empregados em uma peça publicitária para a criação e construção de um *spot* publicitário, a fim de chamar a atenção do público-alvo.

### 1. OBJETIVOS

---

<sup>1</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda com ênfase em Marketing da Uniron/Iuni, email: debilitate@gmail.com.

<sup>2</sup> Estudante do 5º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda com ênfase em Marketing da Uniron/Iuni, email: marcosoriginal@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho, professora da disciplina de Produção em Rádio do curso de Comunicação Social – Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Uniron/Iuni, e-mail: jornalista1206@hotmail.com.



- 1.1 Compreender o processo de criação de um *spot* desde a redação publicitária até a importância de uma edição sincronizada com o roteiro;
- 1.2 Através do *spot*, conscientizar os ouvintes do programa Sinapse Áudio sobre a importância do respeito à sinalização de trânsito e as consequências de ignorá-las, de acordo com o *briefing* - conjunto de informações passadas em uma reunião para o desenvolvimento de um trabalho.

## 2. CONCEITOS DE CRIAÇÃO

Segundo Júlia Lúcia da Silva (1999), o rádio teve que desenvolver "técnicas" que assegurassem a assimilação e a memorização de sua mensagem, principalmente quando se trata da mensagem publicitária:

O texto do spot torna-se a melhor expressão da linguagem radiofônica por ter que, a partir de poucas palavras, articular conceitos e idéias sobre um produto, serviço ou instituição. Por ser um texto elaborado para ser veiculado em um canal essencialmente acústico, a imagem sonora do que se pretende apresentar não pode ser obtida em uma combinação de signos — letras e palavras — que se dá alheia ao tempo, pois, se por um lado, a inscrição temporal confere efemeridade à palavra radiofônica, por outro, lhe fornece uma das mais significantes matérias. O tempo lhe fornece a possibilidade de ser explorada através do ritmo, que no caso do texto verbal-escrito pode ser obtido também através de repetições, interações, assonâncias e rimas, mas, principalmente, a partir da exploração da palavra como um signo não-arbitrário que pode revelar/apresentar no seu corpo sonoro qualidade do objeto que deixa de ser representado para tornar-se presente sonoramente.

### 2.1 Ritmo

Para que uma pessoa possa compreender e memorizar mais facilmente o que está ouvindo, é necessário que o texto possua ritmo. Para isso observa-se que cada idéia deve ser construída em uma sentença ordenada equilibradamente, garantindo assim fluidez ao texto.

### 2.2 Plasticidade

A plasticidade é o que vai fazer com que o texto, ao ser oralizado, tenha aspectos reais e passe toda atmosfera que deve ser transmitida.

### 2.3 Performance



É necessário que o locutor tente atuar segundo o texto, não fazendo apenas a voz, mas com expressões corporais. Assim ele transmite de forma mais fidedigna o conteúdo do texto, não apenas através da voz, mas das ações que o texto exige transmitir.

#### 2.4 Efeito Sonoro

Geralmente explorado como elemento referencial do objeto que se pretende apresentar verbalmente, seja através do aspecto narrativo ou descritivo.

### 3. PROCESSO CRIATIVO

O grupo teve que criar uma peça publicitária *spot* para o Detran estadual, contendo os elementos principais de um áudio. Durante o processo criativo, decidiu-se abordar o lado dos que cometem infrações de trânsito por omissão de conduta, escolhendo assim o pedestre que não obedece sinalizações de trânsito por desleixo ou por se considerar alheio ao trânsito.

Utilizando a técnica do **conflito**, foram criados dois personagens, um anjo e um demônio, que tentariam a todo o custo persuadir o pedestre atrasado de quem eram a consciência. O anjo propunha ao homem perder alguns minutos de seu já escasso tempo para fazer a coisa certa e evitar acidentes, enquanto o demônio tentava convencê-lo de que ser correto somente o atrasaria ainda mais. Os locutores desses dois personagens utilizam a **performance** para diferenciar um do outro. Enquanto o anjo tem voz doce e suave, o demônio fala gírias, ri maleficamente e tem voz áspera.

O *spot* chega ao clímax quando o pedestre opta por não perder tempo e acaba atravessando a rua em local indevido e sofre um acidente por uma forte batida.

A **plasticidade** é adicionada à produção na hora da edição, com a inclusão do *background* – música de fundo do *spot* -, efeitos (sirene da ambulância, som pesado para o demônio, som clássico para o anjo, sons de carros e buzinas para evidenciar o trânsito caótico).

### 4. LAUDA TÉCNICA

<b>Cliente:</b> DETRAN/RO	<b>Duração:</b> 60''
<b>Peça:</b> SPOT	<b>Veículo:</b> SINAPSE / CULTURA FM
<b>Tema:</b> Atravesse na faixa para atravessar sempre	<b>Data:</b> 14/11/2008 a 30/11/2008



<b>TÉCNICA</b>	<b>ÁUDIO</b>
<p>BACKGROUND - música pesada, Rock, caracterizando o demônio</p> <p>LOC 1 – DEMÔNIO - Voz Masculina, firme e debochada, finalizando com risada macabra.</p> <p>CONFLITO</p> <p>Nova trilha de fundo (transição com efeito de igreja, música suave)</p> <p>LOC 2 – ANJO - Voz suave, preocupada</p> <p>Transição de Trilha / Trilha Rock</p> <p>LOC 1 – DEMÔNIO - Voz Masculina, firme e debochada,</p> <p>Trilha de fundo (transição com efeito de igreja, música suave)</p> <p>LOC 2 – ANJO - Voz suave, preocupada</p> <p>(CLÍMAX)</p> <p>Efeito: Freio, barulho de carro batendo.</p> <p>Efeito: Sirene de ambulância.</p> <p>LOC 3 – OFF</p> <p>PERFORMANCE: Informativo.</p> <p>BACKGROUND SUAVE</p> <p>ASSINATURA (SLOGAN)</p>	<p>VOCÊ TA ATRASADÃO / “CARA”//////// PRA QUÊ ATRAVESSAR NESSA FAIXA? ///// TÁ MUITO LONGE “CARA”! ///// CORTA O CAMINHO POR AQUI, PORQUE ASSIM VOCÊ VAI ME DEIXAR MUITO FELIZ / HAHahaha</p> <p>POR FAVOR / NÃO FAÇA ISSO! ///// MUITOS DOS ACIDENTES COM PEDESTRES OCORREM POR ELES NÃO ATRAVESSAREM NA FAIXA! ///</p> <p>HAHAHA LIGA PRA ESSE “CARA” NÃO, ELE TÁ ERRADO! ///// VOCÊ TA MUITO ATRASADO “CARA”. ///// ATRAVESSA LOGO, / A FAIXA TA LONGE HAHahaha /////</p> <p>Ó NÃO, / NÃO OUÇA ELE! ///// É UM SIMPLES ESFORÇO PRA VOCÊ, / ANDA SÓ MAIS UM POUQUINHO! /////</p> <p>Pedestre: // atravessar na faixa é contribuir para um trânsito mais seguro e fazer valer a sua cidadania. ///// Atravesse na faixa para atravessar sempre.</p>

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS



O rádio é um veículo com um leque de possibilidades muito amplo. Tem o diferencial de não impor nada visual ao público, apenas insinuar e fazer com que a imaginação comece a trabalhar para compor as cenas do que é ouvido. O áudio deve fazer com que o ouvinte seja transportado a um mundo que ele mesmo cria, mas isso somente é possível quando há dedicação aos componentes do processo criativo de áudio, para que a mensagem destaque-se de todas as informações auditivas que passam a todo momento, além de ser compreensível e se fixar na mente do ouvinte. O *spot* “Atravesse na faixa para atravessar sempre” é composto por conflito, drama, ritmo, performance e plasticidade, englobando assim os elementos básicos para fazer com que o mesmo se destoe do restante das informações transmitidas a um público que não pode ver nesse meio de comunicação, e na maioria das vezes está em constante movimento. A produção de *spot* deve fazer com que seja criada uma imagem do produto ou serviço através da sonoplastia, redação do texto publicitário e locução. Utilizando estes três itens básicos é possível fazer uma peça de qualidade e destaque.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ORTRIWANO, Gisele Swetlana. **A informação no rádio**. Summus editorial ano 1985.  
SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira. **Rádio: a oralidade mediatizada – o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. 2 ed. São Paulo: Anna Blume, 1999.  
FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária – sedução pela palavra**. São Paulo. Thonson Leaning, 2005.