

Compartilhando experiências: práticas de Ensino-Aprendizagem na disciplina Produção Publicitária em Rádio na FAC e na UFC¹

Paula Marques de CARVALHO²
Andrea Pinheiro Paiva CAVALCANTE³

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC -SP
Faculdade Cearense, FAC
Universidade Federal do Ceará, UFC

Resumo

O presente texto tem como objetivo compartilhar estratégias de ensino e aprendizagem da disciplina Produção Publicitária em Rádio nos cursos de Publicidade e Propaganda da Faculdade Cearense e da Universidade Federal do Ceará, valorizando a imersão do estudante no contexto da vivência. As experiências estão ancoradas no princípio de que a "educação é um ato político", como postulado por Freire (1982), bem como na compreensão de que incentivando a "participação ativa" dos alunos (Imbernón, 2012), se aprende melhor.

Palavras-chave: rádio; aprendizagem; publicidade e propaganda;

Introdução

Consulta rápida aos anais do GP Rádio e Mídia Sonora mostra que os artigos sobre Publicidade Radiofônica são escassos. Se o objetivo então é identificar textos com relatos de experiências de ensino no contexto do curso de Publicidade e Propaganda, a produção é praticamente inexistente. Essa constatação nos provocou a escrever sobre algumas experiências que vem sendo realizadas há alguns anos em duas instituições de ensino superior em Fortaleza e que tem em comum a estratégia de, a partir das vivências práticas, apresentar o rádio em toda sua complexidade aos estudantes de Publicidade e Propaganda.

Também nos instigaram a fazer esse registro as leituras do livro “Leitura de Imagens”, de Lúcia Santaella, da Coleção “Como eu ensino”, publicado pela Editora Melhoramentos em 2012, bem como dos artigos “Metaprogramas como estratégia para o ensino de rádio e o resgate da memória do veículo”, de Thays Renata Poletto e “Modos de Ouvir: sons de Uberlândia – a inserção do experimental como introdução à disciplina de Radiojornalismo da UFU”, de Sandra Sueli Garcia de Sousa.

As nossas trajetórias como docentes estão intimamente relacionadas com as experiências que apresentamos nesse texto, por isso optamos por, além de registrar as vivências em sala de aula, refletir sobre os desafios da docência no ensino superior. Para

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora da Faculdade Cearense – FAC. Mestranda pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. E-mail: paulamarques@yahoo.com.br

³ Professora da Universidade Federal do Ceará. E-mail: andreapinheiro@fortalnet.com.br

tanto, trabalhamos com as reflexões de Paulo Freire (1982), Francisco Imbernón (2010, 2012) e Boaventura de Sousa Santos (2011).

O contexto de aprendizagem

O ensino superior, seja ele público ou privado, tem passado por momentos críticos nos últimos anos no Brasil, sejam de ordem financeira ou mesmo institucionais. Boaventura de Sousa Santos identifica que são pelos menos três crises vividas pelas universidades, uma de hegemonia, já que deixou de ser a única instituição no domínio do ensino superior e da produção da pesquisa científica; a de legitimidade, considerando que a universidade não é mais uma instituição do consenso; e a crise institucional resultante entre a pressão para atender às demandas do mercado seguindo critérios de produtividade da ordem do mundo empresarial e ser autônoma na definição dos seus objetivos e valores (2011, p.10).

É neste contexto de tensão que se dá a atuação docente, mas em meio a tudo isso, como atuar de forma a promover uma educação de qualidade, com participação ativa do aprendente?

São muitas as possibilidades de responder adequadamente ao questionamento, mas nosso propósito neste momento não é elencar as várias respostas, mas responder à essa pergunta, discutindo as estratégias que têm fundamentado a nossa atuação docente no ensino de rádio nos cursos de Publicidade e Propaganda, cuja ênfase está na "aprendizagem ativa", como proposto por Imbernón (2012).

Tudo isso não pode ser feito sem o aluno. Este deve ser um sujeito de aprendizagem. E isso faz com que a sala de aula se converta em um espaço diferente (IMBERNÓN, 2012, p.79)

Em primeiro lugar é necessário reconhecermo-nos nesse lugar que é ser docente, que é atuar em sala de aula.

A identidade profissional resulta de um feixe de memórias de sentidos diversos, de encontros e de oportunidades ao longo da jornada. A identidade profissional resulta, portanto, do diálogo com o outro que nos constitui. É coletiva, não solitária. (NÓBREGA e PRADO, 2012, p.01).

Ao assumir essa identidade significa que embora não tenhamos tido uma formação específica para exercer a docência, entendemos que apenas o domínio do conteúdo teórico não seja suficiente para oferecer uma formação adequada, porque entendendo que a educação é um ato político (FREIRE, 1982), é necessário ir além do conhecimento meramente técnico.

Com Imbernón (2010, p.34):

É necessário possuir diversas habilidades profissionais que se interiorizem no pensamento teórico e prático do professor mediante diversos componentes, entre os quais a formação como desenvolvimento profissional a partir da própria experiência (o que implicaria, segundo Berlinder (1987), desenvolver habilidades metacognitivas).

A possibilidade de vivenciar práticas dialógicas de produção no contexto do rádio, quando estudantes, incentivou-nos a realização de metodologias que favorecessem a participação do aprendente no seu processo de formação em oposição ao modelo de transmissão vertical do conhecimento.

Formação para além do mercado?

Durante uma aula da Pós-Graduação em Comunicação discutindo gêneros e formatos radiofônicos, a provocação de José Ignacio López Vigil veio à tona. Em seu livro *“Manual Urgente para Radialistas Apaixonados”* o autor instiga o produtor de rádio a não se prender aos formatos existentes, a quebrar certas regras para inovar arriscando formas diferenciadas para apresentar os conteúdos:

Uma vez realizado o aprendizado, uma vez apoiado o gênio sobre a experiência, o produtor pode soltar-se, desinibir-se, arriscar-se a inventar. Por isso, dizem que formato *é aquele que pode ser quebrado*. E que a única regra segura para um radialista é a criatividade. (VIGIL, 2003, p. 127)

Como o contexto da discussão era o do mercado radiofônico, referindo-se a programas veiculados nas rádios comerciais, a referência ao pensamento de Vigil foi veementemente criticada. O professor que conduzia a discussão afirmou que no âmbito profissional os formatos são definidos e obedecem a gêneros estabelecidos que por sua vez tem suas normas aceitas pelo público, não havendo espaço para esse tipo de colocação. No entanto ainda de acordo com Vigil:

Os modos de relação que os diferentes gêneros estabelecem não são esquemas rígidos. Podem ser trocados, devem ser aperfeiçoados. Muitas vezes chamamos de hábito do ouvinte o que nada mais é que rotina do produtor. (VIGIL, 2003, p. 122)

O exemplo citado, embora não deva ser tomado como única prática, ainda permanece com muita força nos cursos de Comunicação Social, o que demonstra o quanto a universidade está refém da pressão do mercado e revela o que Santos nomeou como crise institucional (2011, p.10). Essa forma de pensar muitas vezes não permite valorizar a capacidade inventiva dos alunos no sentido de propor novas possibilidades de apresentar formatos inovadores. Não acreditamos que a prática na sala de aula deve apenas abordar

modelos para que se repitam os formatos instituídos, mas gerar possibilidades para a criação do inusitado. Defendemos ainda que o papel da universidade é preparar os estudantes para serem inovadores, tanto na forma quanto no conteúdo.

Visto isso apresentaremos a seguir algumas atividades desenvolvidas e aplicadas no âmbito da disciplina de Produção Publicitária em Rádio na Faculdade Cearense e na Universidade Federal do Ceará, como propostas simples para despertar o interesse dos futuros publicitários e dinamizar o processo de ensino-aprendizagem. As estratégias aqui citadas são frutos de reflexões tanto na área do ensino e do processo de aprendizagem como da observação das peças veiculadas no meio radiofônico e análise do mercado.

Experiências na Universidade Federal do Ceará

a) “Aprendendo a ouvir” os sons do cotidiano

A disciplina Produção Publicitária em Rádio é ofertada no 6º semestre⁴ aos estudantes de Publicidade e Propaganda da UFC quando eles estão praticamente em fase de conclusão do curso e junto com outras quatro disciplinas, uma das quais com carga horária de dez créditos. As aulas acontecem às sextas-feiras, pela manhã, de 7h30 às 11h30.

Esse é o primeiro contato dos estudantes com o universo sonoro e com o veículo rádio. Na primeira unidade didática, antes de serem apresentados aos conteúdos sobre a História do Rádio no Brasil e no Ceará, duas aulas (totalizando 08h/a) são destinadas aos exercícios sonoros, algo próximo ao “Modos de Ouvir”, realizado por Sandra S. Garcia de Sousa, da Universidade Federal de Uberlândia, cuja experiência foi apresentada no GP Rádio e Mídia Sonora, em 2012. Embora realizadas de maneiras diferentes, com públicos distintos, “Modos de Ouvir” é uma ação desenvolvida com estudantes de Jornalismo e “Aprendendo a ouvir” é realizada com estudantes de Publicidade e Propaganda, as experiências se aproximam porque têm em comum a intenção de preparar o estudante para as demais atividades que envolvem a produção sonora no decorrer das atividades da disciplina.

Acredito que o caminho para melhorar a paisagem sonora mundial é muito simples. Precisamos aprender a ouvir. Parece que esquecemos esse hábito. Precisamos sensibilizar o ouvido para o mundo miraculoso de sons à nossa volta (SCHAFER, 2009, p. 17).

⁴ Foi aprovada uma reforma curricular e a disciplina será ofertada no 5º semestre a partir de 2014.

O exercício de aprender a ouvir, como defendido por Schafer (2009) é condição para ser e estar no mundo, embora no processo de individuação a que estamos submetidos, vamos criando o que Obici (2008) apud Sousa (2012), denomina de “territórios sonoros”.

No ambiente urbano, o som está em toda parte e vem de todos os lados e em várias alturas. Não é à toa que tratamos de nos refugiar em uma sonoridade própria, escolhida a dedo e armazenada em celulares e/ou outros aparatos tecnológicos. Andamos com fones de ouvido e escolhemos o que ouvir. Tornamo-nos assim alheios aos sons e às conversas dos outros ao redor (embora haja muito som e conversa ao redor) (SOUSA, 2012, p.02)

A atividade “Aprendendo a ouvir” é realizada no estúdio de rádio do Curso de Comunicação Social cuja intenção é sensibilizá-los para o processo de escuta, seja ela periférica ou focalizada (Schafer, 2009, p.13). Como é uma atividade que exige tempo, ela é realizada durante duas aulas, totalizando 08 horas/a e é dividida em quatro momentos.

No primeiro momento, eles são convidados a perceber os sons do ambiente e individualmente, em silêncio e de olhos fechados, durante cinco minutos, eles se concentram nessa observação. Depois fazem as anotações em uma folha de papel e comentam com o grupo como foi a experiência.

Os relatos precisam ser organizados porque todos querem falar ao mesmo tempo sobre o que ouviram: barulho do ar condicionado, passos, cadeiras arrastadas no andar de cima, buzinas, barulhos de carros de passeio, ônibus, vozes, teclados de computador, toque de celular, sons do próprio corpo, tais como barriga roncando, estalos de pescoço, respiração...

Na segunda fase, é apresentada ao grupo uma seleção musical variada: músicas japonesas, africanas, celtas, brasileiras, instrumentais, canções de *games*, das séries de televisão, canto coral, com uma diversidade de ritmos e de sonoridades com a intenção de exercitar a escuta focalizada. A cada trecho de música tocada, eles anotam os sons que identificaram: os instrumentos que estão presentes se são instrumentos de sopro, corda, metais, se é a voz humana recriando um instrumento, se é um intérprete masculino ou feminino, se há coro de vozes, se há sons produzidos eletronicamente...

Nessa etapa é comum que solicitem a repetição do trecho para que escutem melhor e possam responder às perguntas com mais segurança. Esse exercício “Aprendendo a ouvir”, nos moldes propostos por Schafer (2009), é muito estimulante porque eles se sentem desafiados a perceber as sonoridades, a aguçar os sentidos e sentir as vibrações sonoras presentes na música e se surpreendem com os sons que estão descobrindo.

Tal atividade é concluída com um exercício corporal, usando a dinâmica “Floresta dos sons”, do Teatro do Oprimido, de Augusto Boal. O grupo muda de sala, pois é necessário espaço físico amplo para a dinâmica. O grupo é convidado a ficar em círculo e após alguns exercícios de alongamento corporal, se dividem em duplas. Cada dupla define um som. Pode ser assobio, palmas, gorjeio de pássaros, de modo que seja facilmente identificável, já que o objetivo da “Floresta de sons” é a orientação através do som, isto é, um dos membros da dupla deve guiar o outro, que estará se movimentado pela sala e de olhos fechados, fazendo somente o som combinado de forma ininterrupta.

É um exercício difícil porque todo o grupo está se movimentando e também fazendo o som, de modo que fica tudo muito confuso, com muito barulho e mesmo assim, quem está guiando deve ser muito eficiente para orientar o colega. Por sua vez, quem está sendo guiado, tem que exercitar a escuta focalizada de modo a ir em busca do seu guia.

A dinâmica é concluída com uma conversa sobre a experiência de guiar e de ser guiado, sobre a necessidade de focalizar a escuta para identificar o som combinado pela dupla, bem como sobre a variedade de sons do ambiente, sobre poluição sonora e também motiva uma reflexão inicial sobre o rádio em si, já que a partir da “Floresta dos sons”, podemos comentar sobre as várias emissoras que estão disponíveis no *dial*, tanto em AM e em FM e sobre a diversidade de sonoridades emitidas por cada uma delas.

Depois da sensibilização para o universo sonoro através de várias experimentações, para a aula seguinte, os alunos devem fazer a leitura do texto “A Cultura do Ouvir”, de Norval Baitello Jr e são orientados, a individualmente, fazer o registro sonoro de um dia do cotidiano deles, seja por meio de gravador digital ou dos gravadores dos telefones celulares, sem a intervenção da voz humana, na perspectiva da paisagem sonora proposta por Schafer (2009). “Chamo o ambiente acústico de paisagem sonora. Por esse termo, quero designar o campo sonoro completo onde quer que estejamos” (p.14).

Nesse exercício devem ser registrados os sons que acompanham cada estudante ao longo do dia, de modo a compor uma espécie de “diário sonoro”, que deve ter até 03 minutos de duração e que será apresentado ao grupo. Ao fazer o registro sonoro do seu cotidiano, o estudante amplia a sua capacidade de percepção de si, do outro e do som que produz, constituindo de forma mais consciente sua própria narrativa sonora.

A apresentação compartilhada dos “diários sonoros” também tem efeitos muito benéficos para o trabalho do grupo ao longo do semestre, visto que ao revelar as

subjetividades que estão envolvidas em cada diário, o grupo passa se conhecer melhor e pode estabelecer relações de convivência mais respeitadas.

A experiência do “Aprendendo a ouvir” foi tão bem sucedida em 2012.2 que suscitou no grupo, 31 pessoas ao todo, o desejo de realizar uma produção coletiva no estudo da unidade que trata da Linguagem Radiofônica.

Essa unidade da disciplina normalmente é marcada pela produção em grupo, de vários gêneros e formatos, de modos que cada equipe exercite a criação de um roteiro radiofônico, dosando os elementos da linguagem radiofônica, através do uso da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio.

Assim, ao invés da produção em pequenos grupos, optou-se pela produção coletiva envolvendo toda a turma e depois de muitas discussões sobre o que fazer coletivamente, a escolha recaiu sobre a dramaturgia. A turma se organizou para escrever, produzir e gravar a radionovela “Maré de Mentiras”, sobre a qual comentaremos a seguir.

b) Maré de Mentiras: experimentando a dramaturgia em sala de aula

Motivados pela possibilidade de atuação coletiva, a turma se organizou para realizar o desafio de escrever, produzir, gravar e editar quatro capítulos de uma radionovela.

Espontaneamente um grupo de cinco estudantes se propôs a elaborar o argumento da trama, bem como escrever o primeiro capítulo de modo a na aula seguinte, ter uma primeira definição do elenco e também definir que outras funções, além de atores e atrizes, seriam necessárias para a produção da radionovela. O grupo foi orientado a pesquisar sobre as características das radionovelas, como eram produzidas no passado, como a dramaturgia se desenvolveu no rádio, etc.

Na aula seguinte, como combinado, a equipe apresentou o primeiro capítulo com a definição de quais personagens seriam necessários para a trama e também foram organizadas outras equipes de trabalho: sonoplastia, publicidade, roteiro, coordenação, elenco e edição.

A turma foi se organizando por afinidade com as funções e embora muitos desejassem ter a experiência como radioatores e radioatrizes, devido ao número limitado de papéis, foram encontrando outras possibilidades de participação nos grupos de trabalho criados.

O elenco foi constituído de forma participativa. Os candidatos aos papéis recebiam uma cena e deveriam apresentar o texto para o grupo, na sala de aula, que foi votando em

quem teve melhor desempenho e rapidamente o elenco foi constituído. Aconteceu que dois estudantes tiveram ótimo desempenho na interpretação e a equipe de roteiro acabou por criar dois novos personagens na trama para acomodar os novos atores.

Todo o trabalho de produção, ensaio e gravação aconteceu ao longo de quatro aulas de 04h/a cada, totalizando 16h/a. Durante três aulas no mês de novembro, a equipe de roteiro preparou os capítulos para que acontecesse a gravação na primeira semana de dezembro.

Durante as aulas, enquanto uma equipe ensaiava, a outra organizava os comerciais que seriam inseridos ao longo do capítulo, a outra pesquisava sons para os efeitos sonoros, outra definia os tempos da gravação e o tempo de cada capítulo e a equipe de coordenação articulava o trabalho de todas as equipes entre si de modo a não haver descumprimento de prazos.

Para a preparação do elenco foi convidada Juliana Rangel, professora do Curso de Teatro do Instituto de Cultura e Arte da UFC, cuja especialidade é o trabalho com voz. Essa preparação, que envolveu todo o grupo, foi muito importante porque trabalhou de forma específica cada um dos personagens para o momento da gravação no estúdio de rádio do Curso de Comunicação Social.

A trama, com características de narrativa policial, se passava predominante em um tribunal de júri em que estava sendo julgado Guilherme, pelo suposto assassinato de sua esposa Ana Lúcia. Durante os três capítulos o público é levado a acreditar na culpa de Guilherme e somente no último capítulo é que é revelado que tudo foi tramado pela própria Ana Lúcia com intenção de criminalizar o marido para se vingar de uma traição.

A narrativa que mescla momentos de tensão com toques de humor tem no total 45'56" minutos. "Maré de Mentiras" cujo nome foi escolhido através de uma votação dos próprios alunos no *Facebook*, tem trilha sonora exclusiva, criada por Marco Leonel Fukuda, violonista profissional e aluno da disciplina. A trilha, em um estilo samba-choro, convida a uma certa melancolia, embora alguns acordes remetam para um clima de expectativa.

Todos os capítulos foram gravados e depois, na edição e montagem, foram inseridos os efeitos sonoros e as músicas. A escuta dos capítulos ainda sem os efeitos e a música foi determinante para a compreensão da importância da relação entre forma e conteúdo, entre o semântico e estético (Balsebre, 2005, p.327/328), como constituintes da linguagem radiofônica.

A experiência de trabalhar concretamente com os elementos que compõem a linguagem radiofônica seja a música, a palavra, os efeitos sonoros ou o silêncio, na produção de “Maré de Mentiras” foi determinante para as atividades que foram realizadas nas unidades temáticas da disciplina, especialmente na produção das campanhas radiofônicas, em que se observou a presença de músicas e efeitos sonoros, além da mera função acessória que comumente se dá a esses aspectos da linguagem. O estudo das características da linguagem do rádio foi concluído com as leituras de Balsebre (2005), Vigil (2003) e McLeish (2001), cuja discussão aconteceu através de um fórum no ambiente virtual de aprendizagem Solar e no qual as postagens dos estudantes referiam-se aos pensamentos dos autores, relacionando-os com as práticas vivenciadas pela produção de “Maré de Mentiras”.

Experiências na Faculdade Cearense

a) Conhecendo a história do rádio através da produção

No curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade Cearense a disciplina Produção Publicitária em Rádio é ofertada no 7º semestre aos estudantes juntamente com outras seis disciplinas, uma das quais é voltada para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso. A disciplina é de 60 horas com 3 horas semanais e turmas no turno matutino e noturno.

Dentro da grade curricular esta cadeira representa o primeiro contato dos estudantes com o meio radiofônico de forma mais abrangente, apresentando: sua história, linguagem, gêneros e formatos de programas, os formatos de anúncio e suas formas de inserção.

Para o estudo do meio radiofônico é necessário conhecer sua história, contudo, a maioria dos estudantes considera o estudo da história do rádio como uma parte do conteúdo da disciplina teórico e maçante, demonstra desinteresse nas aulas e apresenta dificuldade na leitura dos textos. Para dinamizar o processo de aprendizagem, nesta que é a primeira etapa da disciplina, é proposto um exercício prático que possibilita a apropriação do meio através de uma atividade de gravação com formato livre.

Os discentes trabalham em equipes de 4 a 6 alunos a partir de tópicos sorteados entre as equipes, que variam entre: a implantação e a estruturação do rádio no Brasil, sua popularização, a relação com o ouvinte, os anos de ouro e os novos tempos para o rádio brasileiro, tendo como base os textos de Calabre (2004), Ortriwano (1985) e Ferrareto (2000). A duração pode variar de 6 a 10 minutos.

Os estudantes são preparados para este exercício, primeiramente, através das aulas sobre as características e a história do meio radiofônico em sala de aula, com auxílio de áudio e vídeo, e aula prática para produção de roteiro no laboratório de informática. A gravação e edição são feitas no estúdio de áudio da faculdade. Livres para criar o formato, mas com conteúdo bem definido, os estudantes brincam com as possibilidades e desse exercício surgem formas inusitadas de apresentar a história do rádio como: contar a chegada do rádio e sua estruturação no Brasil em estilo de “repente⁵”, radioteatro apresentando os anos dourados, entre outros. Afinal como afirma Vigil (2003:127) “o formato é para o assunto, e não o assunto para o formato”.

A atividade é apresentada no estúdio onde é feita a escuta e avaliação coletiva. Os estudantes refletem e compartilham sobre a experiência de produção e opinam sobre os trabalhos dos colegas, assim contribuindo para melhoria dos trabalhos e construindo juntos o conhecimento.

Este exercício tem como objetivo levar o discente a aprofundar seus conhecimentos sobre as características e história do meio radiofônico de forma dinâmica possibilitando aos alunos uma primeira experiência com os aparatos técnicos de produção em rádio enquanto exploram formas diversas de transmitir a história do meio. É importante enfatizar, que nesta atividade dá-se ênfase a apresentação do conteúdo, exigindo estudo e pesquisa para que o áudio não apresente nenhuma informação equivocada. A escuta é marcada de forma estratégica para funcionar como uma revisão para a avaliação escrita.

Esta atividade foi aplicada em cinco turmas em semestres consecutivos, entre os anos de 2009 e 2011, após um ano em que a atividade não havia sido aplicada. Logo na primeira experiência os resultados foram positivos como: maior interesse dos estudantes pela história do meio, maior envolvimento no processo de aprendizagem, melhores notas na avaliação que contempla o conteúdo e maior preparação para produção de programas e *spots* radiofônicos - trabalhos posteriores ao citado – visto que os estudantes apresentam uma maior desenvoltura com a criação e produção e desinibição para a locução. Devido ao retorno positivo, esta atividade permaneceu sendo aplicada na disciplina.

b) Efeitos Sonoros e Dramaturgia

Esquecidos ou deixados de lado por imprimir um ar infantil, os efeitos sonoros, tem sido preteridos nos programas e propagandas no rádio. E o que dizer do uso da

⁵ Pode ser definido como uma mescla entre poesia e música na qual predomina o improviso. Representa uma tradição brasileira fortemente presente no Nordeste do país.

dramaticidade nas peças radiofônicas? Basta uma rápida escuta da programação das emissoras presentes no dial, ou mesmo fora dele, para perceber a ausência ou a má utilização desses recursos expressivos no meio radiofônico.

História com sons: experiências com efeitos sonoros

Armand Balsebre (1994) alerta para o baixo nível de exploração das possibilidades expressivas do rádio e afirma que a linguagem radiofônica normalmente é tratada como linguagem verbal. Esta realidade tem refletido nos trabalhos acadêmicos da disciplina de produção publicitária para rádio na FAC, onde os alunos na maioria de seu trabalhos, optam pela solução mais simples e direta e apresentam o conteúdo através da palavra, com o apoio de trilha musical, sem considerar o valor informativo e estético dos efeitos de som.

Os formatos radiofônicos encontram nesses efeitos o recurso principal para produzir a “visualização” de paisagens sonoras, podem ainda chamar atenção do ouvinte ou apenas ornamentar a peça radiofônica. Como afirma Vigil os efeitos sonoros caracterizam a terceira voz do rádio, a voz da imaginação:

O mais próprio dos efeitos sonoros, no entanto, consiste em descrever os ambientes, pintar a paisagem, colocar a cenografia da história, fazer ver com o terceiro olho, o do espírito. Os efeitos vão direto à *imaginação do ouvinte*. (VIGIL, 2003, p. 55)

Como exercício para capacitar os estudantes para utilização apropriada dos efeitos sonoros na produção de formatos radiofônicos, com ênfase no formato publicitário *spot*⁶, é proposta a produção de histórias que se utilizem apenas de sons.

Inspirada em uma das “Dinâmicas para Capacitar em Linguagem Radiofônica” de Vigil (2003), deve-se desenvolver um argumento breve, com conflito e desfecho em poucos minutos. As equipes são compostas por 4 ou 5 integrantes e a atividade tem tema livre, que só deve ser conhecido pelo professor, evitando que os colegas tenham pistas antes da escuta. Os estudantes são preparados para essa atividade através das aulas sobre linguagem radiofônica que tem como base os textos de Vigil (2003), Balsebre (1994) e Silva (1999).

No decorrer da atividade os alunos são incentivados a ouvir, gravar e criar efeitos sonoros para produção do esquete composto apenas de sons. Empunhado gravadores, na maioria das vezes em celulares e MP3 *players*, os “produtores” captam sons para complementar o acervo composto pelos efeitos já “baixados” na internet, disponíveis no estúdio da faculdade ou produzidos em casa. Após a gravação reúne-se a turma e é feita

⁶ O foco é preparar o estudante para a produção de spots utilizando a *técnica narrativa da dramatização* (REIS:2008), que muitas vezes carecem da utilização de efeitos sonoros para compor cenários, transmitir emoções entre outras funções.

uma escuta coletiva das histórias comparando a intenção do roteiro original com o resultado obtido. É possível compreender bem a história?

A maior parte das histórias conseguem atingir seu objetivo, sendo compreendida pelos ouvintes, o que desvela a força que o signo sonoro não-verbal possui na mensagem radiofônica. O objetivo principal desta atividade é capacitar o estudante a utilizar os efeitos sonoros assumindo suas diversas funções - ambiental, expressiva, narrativa e ornamental (BALSEBRE:1994) - de forma criativa e preparar este discente para produção de *spots*, o exercício subsequente da disciplina, de modo a captar o interesse e manter a atenção do ouvinte ao produzir anúncios para o rádio. Os resultados são percebidos na utilização dos efeitos sendo aplicados de forma apropriada e, as vezes, inusitada nos *spots* produzidos pelos estudantes, na etapa seguinte.

Dramaturgia na publicidade: produção de *spot* dramatizado

A dramaturgia no rádio é um recurso importante na captação da atenção dos ouvintes. Não se trata apenas de veicular novelas ou esquetes no rádio, mas sim de retomar o uso da dramaticidade como um recurso que possui um alto potencial de atrair o ouvinte e envolvê-lo com a mensagem, seja um programa ou peça publicitária. De acordo com Robert McLeish:

O meio radiofônico tem uma longa e eminente história de transformar pensamentos, palavras e ações em imagens na mente do ouvinte. Para tanto, utiliza as técnicas de dramatização. Mas não há razão para o produtor pensar apenas em termos de peças de Shakespeare - os princípios da novela radiofônica aplicam-se ao comercial bem-feito, às chamadas de programas, a seriados de cinco minutos ou a um tema qualquer de dois minutos num programa para escolas. Como o tamanho e o alcance das imagens criadas são limitados apenas pelas mentes que as elaboram e interpretam, o meio, na sua relação com a peça, é inigualável, e qualquer serviço de rádio ficará empobrecido se não tentar atuar nessa área. (MCLEISH, 2001, p.179)

Em sua pesquisa apresentada no artigo intitulado “*Rádio, atenção e envolvimento: o emprego das possibilidades persuasivas do rádio na mensagem publicitária radiofônica*” (2006), o pesquisador Rodolfo Soares aponta:

No rádio, o mecanismo da dramaticidade contribui significativamente para que a atenção do ouvinte seja captada e mantida durante a transmissão da mensagem publicitária. Herdada das saudosas radionovelas, a linguagem ficcional aplicada ao *spot* promove a *identificação* do ouvinte com a peça. (SOARES, 2006, p.08)

E conclui através de suas pesquisas (2005, 2006) que a dramaticidade é um *recurso de diferenciação sonora* que deve ser utilizado nos anúncios radiofônicos para chamar atenção do seu público em meio ao excesso de informação presente na sociedade atual e para despertar o ouvinte para a mensagem de um determinado anunciante em meio a tantas outras veiculadas em um *break* comercial. Contudo, conclui ainda, que esse e outros recursos capazes de tornar a mensagem radiofônica mais eficaz e envolver o ouvinte com a mensagem, são ainda pouco explorados. Destarte, torna-se relevante estimular os estudantes a produzirem peças que se utilizam deste recurso para que seja exercitada a criação utilizando todo o potencial expressivo do meio.

No decorrer da disciplina os alunos são primeiramente apresentados ao gênero dramático através da bibliografia e de programas e esquetes antigos e atuais. Uma referência hodierna interessante, utilizada em sala, são as produções do humorista, redator e locutor Felipe Xavier. Felipe criou e apresentou o programa “Chuchu Beleza”, com personagens como: “Doutor Pimpolho”, “Homem Cueca”, “Incrível Rosca”, entre outros, que se consolidou como o programa de FM com a maior distribuição do rádio brasileiro⁷.

Um exemplo regional é o esquete humorístico do “Nas Garras da Patrulha”. De um humor tipicamente cearense, os esquetes são veiculados durante a programação da rádio FM93. Focando na construção das histórias e personagens e na interpretação destes, os estudantes tem acesso a um material diverso desde o romance ao drama. Com o humor presente em muitas das esquetes, como as citadas acima, o caráter lúdico é marcante e diverte os futuros produtores enquanto fazem uma escuta atenta e analítica do enredo, do desfecho, da sonorização e interpretação nas peças.

Como exercício de produção do gênero dramático para o rádio são propostas duas atividades. A primeira é a interpretação de textos produzidos para programas veiculados na era de ouro do rádio como: o primeiro esquete apresentado pela PRE-8, “*Namorado capaz de tudo...*”, “*Primo Rico e Primo Pobre*” do “*Edifício Balança Mas Não Cai*” (AGUIAR: 2007) entre outros. A segunda atividade proposta⁸ é a produção de *spot* optando pela técnica narrativa da dramatização (REIS:2008) ao invés do testemunhal ou a apresentação direta, esta última também conhecida como locução direta ou texto corrido, a menos persuasiva porém a mais utilizada na propaganda radiofônica (SOARES:2006).

⁷ Disponível em: <http://chuchubeleza.virgula.uol.com.br/sobre/>. Acesso em: 23 de junho de 2013.

⁸ A atividade como um todo propõe a produção de uma campanha social para o rádio composta de um *spot* dramatizado e um *jingle*.

Nesta etapa as equipes são reduzidas de 2 a 3 participantes e trabalham com um tema social proposto pelo professor. Os estudantes são preparados para esta atividade através de aula teórica sobre os formatos de anúncio no rádio e suas formas de inserção baseado em Reis (2008) e McLeish (2001), e a escuta e análise de anúncios radiofônicos. Os resultados se tornam visíveis na qualidade das interpretações e na originalidade na criação e produção dos pequenos enredos que são desenvolvidos nos *spots*. Eles refletem as situações da vida real que ocorrem no trabalho, nas ruas, em casa, no cotidiano de cada um de nós.

Podemos citar como exemplo a produção sobre o tema “Cidadania” onde os alunos criaram um personagem, o “Super-Cidadão”, que surge nos lugares em que as pessoas precisavam de um toque para fazer valer o espírito de cidadania, como não jogar lixo no chão. Interagindo com os outros personagens, o Super-Cidadão, que pode ser qualquer um de nós, explica como se deve jogar o lixo e quais as consequências de descartá-lo de forma inadequada. Uma cena comum (pessoas na rua jogando lixo no chão), simulada e interpretada de forma rápida e divertida. Em outro *spot*, este sobre acessibilidade, os personagens que batem um bom papo são: a cadeira de rodas e a calçada que não tem rampa, cena fictícia que trata de um problema bem real.

A utilização dos efeitos sonoros se tornam essenciais para auxiliar na criação dessas histórias, pois pintam o cenário, produzem a sensação de presença em um ambiente, criam atmosfera psicológica e fazem nexos entre cenas. Desta forma, é possível afirmar que o uso dos efeitos de som e da linguagem dramática em peças no rádio estão intimamente ligados, e devem ser estudados em conjunto com os outros elementos da linguagem sonora, música, palavra e silêncio. Segundo Balsebre “É nesse conjunto harmônico dos distintos sistemas expressivos da linguagem radiofônica que se constrói a especificidade significativa do meio” (BALSEBRE, 1994, p.333).

Considerações finais

Organizar estratégias de aprendizagem na perspectiva da "participação ativa" dos estudantes requer um exercício contínuo de "reflexão na ação e sobre a ação", que tentamos realizar ao escrever esse texto. A cada semestre novas práticas são instituídas, dependendo do grupo e da forma como o grupo se constitui e também a partir do *feedback* das turmas que costumam ser generosas com as sugestões.

As experiências apresentadas remetem prioritariamente à aprendizagem dos estudantes, mas é importante frisar o quanto, como docentes, aprendemos ao trocar experiências entre as práticas vivenciadas por nós nos dois cursos. São atitudes simples, mas que fortalecem a nossa atuação diária em sala de aula, possibilitando o diálogo constante e o aprimoramento de outras estratégias de ensino na Universidade, com vistas a uma aprendizagem de fato significativa.

Referências Bibliográficas

BALSEBRE, A. **A Linguagem Radiofônica**. In _____. Teorias do Rádio: Textos e Contextos, Volume I. Florianópolis: Insular, 2005.

FREIRE, P. **Educação e Mudança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

IMBERNÓN, F.. **Formação docente e profissional: formar-se para a mudança e a incerteza**. São Paulo: Cortez, 2010.

_____. **Inovar o ensino e a aprendizagem na Universidade**. São Paulo: Cortez, 2012.

MCLEISH, R. **Produção de Rádio. Um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

NÓBREGA, M.J. e PRADO, R. In: SANTAELLA, L. **Leitura de Imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.

POLETTI, T. **Metaprogramas como estratégia para o ensino de rádio e o resgate da memória do veículo**. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Curitiba, 2009.

SANTOS, B. de S. **A Universidade no Século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade**. São Paulo: Cortez, 2011.

SOARES, R. D. **Em busca da diferenciação sonora: formatos da propaganda radiofônica em São José dos Campos**. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Santos, 2007.

_____. **Rádio, atenção e envolvimento: o emprego das possibilidades persuasivas do rádio na mensagem publicitária radiofônica**. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Brasília, 2006.

SOUSA, S. S.G.. **Modos de Ouvir: sons de Uberlândia – a inserção do experimental como introdução à disciplina de Radiojornalismo da UFU**. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Fortaleza, 2012.

REIS, C. **Propaganda no Rádio: Os Formatos de Anúncio**. Blumenau:Edifurb, 2008.

SILVA, J. L. de O. A. da. **Rádio: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.

VIGIL, J. I. L. **Manual Urgente para Radialistas Apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.