

PUBLICIDADE

Quanto vale uma boa voz para um anúncio?

Actores e locutores dividem o mercado. Chega a pagar obras de casas e compõe orçamentos familiares.

Catarina Carneiro de Brito
caterinabrito@mediain.pt

Não se dá por elas, mas quando são boas e entram no ouvido valem ouro. São as chamadas voz off das campanhas publicitárias. Se há uns anos eram sempre os mesmos que emprestavam as suas vozes para os anúncios, hoje o mercado tem mais por onde escolher. Desde locutores e animadores de rádio, passando por actores consagrados ou recém-chegados às séries juvenis, há um pouco de tudo.

Mané Ribeiro, actriz das séries do canal de Queluz como "Ana e os Sete" ou do "Prédio do Vasco", compõe o seu orçamento com uma actividade paralela – dá voz à publicidade. Se na primeira carreira tem 15 anos de experiência, na segunda actividade já conta com dez. E já tem o que contar. "A minha voz já vendeu de tudo", revela. Desde seguros, hipermercados, bebidas até aos bancos que já correu todos. Actualmente, pode-se ouvi-la a anunciar mais do que uma marca. É voz de companhia – como se diz na gíria publicitária – do Jumbo, dos Caldos Knorr e da Sempre Seguros.

Mesmo quem a conhece bem não diz que é a mesma voz nos três anúncios que estão agora no ar. É que além de não fazer campanhas de produtos concorrentes, a actriz tem a preocupação de fazer um registo diferente para cada produto. "Cada um deles acaba por ser uma personagem diferente, tal como no teatro ou no cinema", conta. Quanto à técnica vocal, a actriz explica que é a mesma que usa enquanto actriz. "Uma boa colocação de voz, uma diction correcta, as pausas acertadas e interpretar o texto com

alma", é o segredo da actriz que chega a fazer caretas quando está em estúdio.

Cuidados com a voz, são os do costume. Nunca pede bebidas geladas e a água e os chás caseiros são uma boa forma de "limpar" as cordas vocais. À noite e no Inverno nunca sai sem um agasalho para a garganta ou um chapéu ou boné na cabeça. Se as gravações são logo de manhã, no caminho para o estúdio vai aquecendo a voz com exercícios que aos ouvidos pouco habituados podem soar "estranhos". "Coisas de artistas", confessa.

O anúncio que paga obras

Ao hipermercado Jumbo empresta a sua voz pelo segundo ano consecutivo. "Como já conheço a fórmula que é pretendida é mais fácil". Mas não é só esta mais-valia que Mané aponta neste seu contrato. A bolsa também se sentiu e pela positiva. Só os "spots" televisivos do hipermercado são o suficiente para pagar as obras que está a fazer em casa. "Como há sempre promoções e novas frases para acrescentar e modificar no anúncio, compensa financeiramente", diz sorrindo.

Os restantes actores e muitos locutores também já perceberam como esta actividade pode ser uma boa almofada financeira. O actor e cantor dos D'Zert, Victor Fonseca, descobriu que tem talento para fazer vozes de crianças. Já a actriz Margarida Vila Nova desde que começou a dar voz a anúncios não parou de ser requisitada.

Enquanto uns respeitam a tabela na hora de fazer cobrança, outros fazem-se pagar melhor. A veterana Catarina Furtado e Maria Rueff são exemplos.



Actriz e voz para publicidade | Mané Ribeiro dá voz aos actuais anúncios do Jumbo, da Knorr e da Sempre Seguros.

OS VALORES QUE O MERCADO PAGA

Tabela de pagamentos

Serviço (por peça)	Gravação
"Spot" para televisão	€630
Imitação para televisão	€950
"Corporate TV"	€400
Cinema	€500
Internet TV	€300
Internet Audio	€175
"Spot" para rádio	€315
Imitação para rádio	€475
Círculo interno rádios	€300
Moradas (rodapés) audio	€80
Frases telemóvel (por frase)	€150
Atendimento telefónico (por frase)	€30
"Spot" para telefone	€150
New Business (total de peças)	€500
Voz para festivais publicitários	€250
Audiovisual CD/DVD (para venda)	€360
Jogos (cada ficheiro)	€8

Fonte: Addvoices (Nota - Estes valores são válidos para utilização durante um ano).



Apesar de ser um mercado recente em Portugal, existe uma tabela de pagamentos que é "quase sempre" cumprida, explica Marta Correia responsável pela Addvoices. A ideia de lançar uma tabela partiu do locutor de rádio Luís Gaspar com a intenção de normalizar os pagamentos. O sistema acabou por "pegar", tanto que a última actualização tem dois anos, diz Marta Correia.

Os anúncios para televisão são mais bem pagos do mercado. No extremo oposto, estão as dobragens de animação. Cada frase de um "spot" de rádio ou televisão conta como uma gravação. Qualquer variação conta como novo "spot" e, como tal, também é pago. A regravação de um anúncio para TV custa, por exemplo, 315 euros. A reutilização de um "spot" vale 505 euros.