



SPOT “ARROZ SABOROSO” 1

Stenio FAÇANHA²

Nathaly COUTINHO³

Cauê Heredia SOARES⁴

Cinthia Cunha da SILVA⁵

Denise Almeida dos SANTOS⁶

Débora Carvalho dos SANTOS⁷

Raissa Santos HISSNAUER⁸

Rogério Fogaça de OLIVEIRA⁹

Thiago Henriques ASSUNÇÃO¹⁰

Dyonisio MORENO¹¹

3. Resumo:

A Doação de Órgãos é um assunto de extrema importância, pois pode prolongar a vida de muitas pessoas. Sem a doação de órgãos, milhares morreriam no Brasil, vítimas de um preconceito ou ignorância das famílias de possíveis doadores.

Optamos por um spot por ser um meio eficiente de comunicação e de grande assimilação, pois o rádio mexe com a imaginação das pessoas. Utilizamos a voz de uma menina, que de certa forma chama mais a atenção do ouvinte e um locutor mais jovem, que demonstra que a doação de órgãos é coisa séria e pertinente a todas as idades. A utilização de uma música “triste”, ao piano, dá um tom sério ao spot e não “polui” a comunicação da mensagem, pois queremos que o ouvinte preste mais atenção na mensagem que na música.

4. Palavras-chave:

Doação de Órgãos; Salvar vidas; Spot

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Spot.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: stenio.facanha@hotmail.com

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: nathalycoutinho@gmail.com

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: ca_heredia@hotmail

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: cinthia_trian@hotmail.com

⁶ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: debinhac_sol@hotmail.com

⁷ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: dizist4r@hotmail.com

⁸ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rassash@hotmail.com

⁹ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rogeriofogaca@hotmail.com

¹⁰ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: thiagobeicola@hotmail.com

¹¹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: dyoni@terra.com



1 INTRODUÇÃO

Spot é um fonograma utilizado como peça publicitária em rádio. Feita por uma locução *simples* ou *mista* (duas ou mais vozes). Com ou sem efeitos sonoros e música de fundo. O Spot é geralmente utilizado na publicidade quando há muita coisa a ser transmitida em uma só mensagem.

O spot, também conhecido como anúncio radiofônico ou comercial de rádio, nada mais é do que uma mensagem publicitária sonorizada com a ajuda dos quatro elementos da linguagem radiofônica: a voz, a música, o efeito sonoro e, eventualmente, o silêncio.

Por se tratar de uma produção sonora (não envolve imagem, câmeras, gráficas, etc.), a produção do spot é geralmente simples, rápida e de baixo custo. Isso não quer dizer que a qualidade do produto seja inferior, pois é possível se fazer um spot com uma produção bem simples, mas com grande qualidade e principalmente bons resultados para o anunciante.

Esse formato de peça não deve ser confundido com o jingle, que utiliza principalmente a música como recurso.

O rádio ainda é um meio muito utilizado para publicidade, pois tem um custo benefício bem interessante. As empresas que não tem muita verba para anunciar ou precisam falar com um público de classe mais baixa utilizam o rádio como ferramenta.

Hoje em dia é mais comum ver spots do que jingles sendo veiculados. Os jingles pararam de ser usados a um tempo, pois foram muito utilizados, porém não deixam de ter a mesma eficiência que tinha a um tempo atrás.

2 OBJETIVO:

Escolhemos o tema Doação de Órgãos, pois não queríamos algo fácil para fazer. Queríamos um desafio. O assunto é extremamente relevante, mas que esbarra no preconceito e falta de informação da população em geral.



Optamos por falar do assunto de forma geral, isto é, não da doação de um órgão em especial, mas de todos. Este spot tem por objetivo atingir pessoas de todas as classes sociais e faixas etárias, pois o problema atinge a todos.

A escolha de um spot teve como objetivo uma comunicação simples e direta sobre um assunto tão importante, apesar de a publicidade brasileira utilizar muito o recurso do humor, utilizamos um tom mais sério para a nossa campanha, pois quem enfrenta este problema precisa que as pessoas reflitam sobre ele e não se distraiam com brincadeiras.

3 JUSTIFICATIVA:

Procuramos entender como o público-alvo receberia a nossa comunicação, e optamos por utilizar a voz de uma menina, que em primeiro lugar gera identificação do público, pois a voz infantil sempre chama mais a atenção.

A voz infantil mexe com as emoções das pessoas e sabemos que a maioria delas age mais pela emoção, que a razão, mas não deixamos de lado também informações relevantes que são passadas pelo locutor no final do spot.

A estória contada pela garotinha fala de super-herói, que está no imaginário de todos, e não somente na mente infantil, haja vista os inúmeros filmes e seriados sobre super-heróis. O objetivo é que todos se sintam “super-heróis” doando órgãos, já que todos um dia se imaginaram como um deles.

Utilizamos uma trilha com toque mais emocional, para que se destacasse em meio a tantos spots e jingles, que normalmente são agitados.

A elaboração do roteiro foi cuidadosamente pensada, para que a doação se torne um valor para toda a família, desde as crianças até os adultos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS:

Após o roteiro estar pronto, foram escolhidos a voz da menina e a do locutor para a gravação do spot. Todas as gravações foram feitas em HD, para que nada do que tivesse sido gravado se perdesse e pudéssemos escolher a que ficou melhor.



Primeiramente foi gravado a voz infantil, depois a voz do locutor.

Após a gravação das vozes foi escolhida a trilha sonora.

O programa para gravação utilizado foi o Vegas, sistema de gravação para Pc, que tem como recurso a gravação multipista. O Vegas também nos possibilitou fazer a mixagem, edição, masterização e conversão dos arquivos.

As gravações foram tratadas separadamente, para acertar o volume, retirar ruídos e melhorar a qualidade do produto final.

Após a gravação de todas as locuções e tratamento, foi feita a mixagem de tudo.

Depois da mixagem, foram feitos mais alguns retoques e efeitos, finalização da gravação e conversão para MP3.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

TÉC: TRILHA – INFANTIL

Menina: Eu sempre quis ser médica. Deve ser muito legal poder salvar vidas. Para mim, o médico é um tipo de super-herói. Mas papai me disse que não são só os médicos que salvam vidas. Ele disse que um herói que não era médico salvou a vida dele. Deu de presente um coração.

TEC: TRILHA – Pajaros (Gustavo Santaolalla)

LOC MASC.: Ser um doador de órgãos é uma escolha que salva vidas. 30% dos pacientes morrem esperando por um órgão. Quando você doa órgãos, a vida continua.

6. CONSIDERAÇÕES

Fazer comunicação para um cliente diferenciado, propor um spot, que pudesse de certa forma ajudar a amenizar a dor de tantos que sofrem na fila de espera de um órgão foi gratificante, fazer o roteiro e acompanhar a gravação do spot, também nos proporcionou um aprendizado muito importante e diferenciado.



Além do roteiro, que foi cuidadosamente produzido pensando na comunicação do público alvo, dos pacientes que esperam um doador, esse spot também nos ensinou a pensar que a publicidade pode ser uma forte aliada na transformação de uma sociedade, tanto para educar, como para mudar valores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Spot. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Spot>. Acessado em 12/04/10

Ateliê das Letras. Disponível em <http://www.ateliedeletras.com.br/html/spots-radio.php>. Acessado em 12/04:10