



SPOT “ARROZ SABOROSO”¹

Nathaly COUTINHO²

Stenio FAÇANHA³

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:

O arroz Saboroso é um arroz voltado para classes C e D, muito forte na região do Vale do Paraíba. Para fazer a divulgação, optamos pelo jingle, pois a aceitação do público é maior e a fixação da marca é muito mais eficaz. O samba foi o ritmo escolhido pois é leve e gera uma forte identificação com o público.

Utilizamos a repetição do nome do produto na letra do jingle, para aumentar o share of mind do produto na mente do consumidor.

4. Palavras-chave:

Arroz; Feijão; Jingle; Sabor; Saboroso.

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

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: nathalycoutinho@gmail.com

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: stenio.facanha@hotmail.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

Jingle é uma mensagem publicitária passada em forma de música, feita para um produto, serviço ou empresa.

O objetivo do jingle é divulgar o produto, marca ou serviço de uma maneira simples, direta e que vai fazer o consumidor se lembrar com facilidade do produto na hora da compra.

Assim como o slogan, o jingle é memorável e muitas vezes acompanha uma marca por muitos anos.

O primeiro jingle foi produzido nos EUA, para um cereal matinal chamado Wheaties, seu slogan era: "Para um café da manhã de campeões". A aceitação deste jingle foi muito positiva pois era algo diferente e que chamava a atenção do consumidor.

Nos anos 30 as empresas passaram a perceber que o consumidor queria mais que um comercial anunciando benefícios, queriam diversão e entretenimento.

A partir daí, o jingle passou a ser usado por várias marcas como doces, cereais, carros, bebidas alcoólicas, tabaco, etc. O auge do uso de jingles para mensagem publicitária foi na década de 50, nos EUA, no boom econômico.

O uso do rádio para propaganda era muito grande no Brasil, porque era um meio relativamente novo e que crescia mais a cada dia, mas ainda não existia os formatos e frequências definidos como existem hoje. Era muito comum a propaganda de rádio ser na forma de merchandising, onde o locutor falava sobre o produto e seus atributos.

O Brasil tem jingles que marcaram história e são lembrados pelos consumidores mesmo depois de décadas. Alguns clássicos são: Mappin, Danoninho, Arapuã, Casas Bahia, Varig.

Um bom jingle pode fazer maravilhas, é capaz de ressuscitar uma marca, lançar ou rejuvenescer um produto. Antigamente, os jingles e spots eram diretos e descreviam somente os benefícios do produto, hoje a concorrência é muito grande e é necessário informar e persuadir o consumidor para fazer com que o consumidor continue a comprar o produto ou mude seus hábitos e escolha outro produto.

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. Chamam a atenção e ficam na cabeça do consumidor, aumentando a chance de ser lembrado na hora da compra.

2 OBJETIVO

Escolhemos o cliente Arroz Saboroso, pois não queríamos algo fácil para fazer. Queríamos um desafio. O cliente é uma marca que não faz muita divulgação por não ter verba suficiente para esse tipo de trabalho.

O Arroz Saboroso é uma marca de arroz do interior de São Paulo, que não é muito conhecida e é voltada para classes B, C e D.

Optamos por fazer um jingle, com objetivo de gerar identificação e aceitação da marca, criar um posicionamento e fazer com que o consumidor lembrasse e escolhesse do Arroz Saboroso na hora da compra.

3 JUSTIFICATIVA

Fazendo um estudo do público-alvo, percebemos que o consumidor tem uma forte ligação com a música. Que além de ser uma forma de entretenimento, a música faz parte do dia a dia e interfere no modo de vida e comportamento dessas pessoas.

Percebemos também que como a classe é baixa, algumas pessoas haviam dificuldades de entender a mensagem de um spot. O jingle oferece uma maior aceitação, por ser de fácil de ser entendida.

A elaboração do roteiro foi cuidadosamente elaborada, para que passasse a idéia de um produto que vai fazer parte do dia a dia da família, mostrando a hora da refeição como um momento feliz.

Utilizamos o nome do arroz várias vezes na letra do jingle, fazendo uma brincadeira com o saboroso do sabor e também do nome do produto.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após o roteiro estar pronto, foram escolhidos os instrumentos que seriam utilizados para a gravação do jingle.



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 foram gravados os instrumentos de corda, o violão, seguido do cavaquinho. Depois a flauta e por último a voz.

O programa para gravação utilizado foi o Pro Tools, sistema de gravação para Macs que tem como recurso a gravação multipista, o que é necessário quando há mais de um instrumento a ser gravado. O Pro Tools 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 todos os instrumentos 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

TEC: A música é um samba alegre, cantada por uma mulher.

Letra da musica: Poe cebola e alho pra ficar delicioso

Poe salsinha e louro pra ficar mais saboroso

Bota a cebolinha, o cheiro verde e a pimentinha

Tudo bem refogadinho que o arroz e o feijão é saboroso

Arroz e feijão saboroso é tudo de maravilhoso

Deixa a vida mais feliz

Assinatura: Arroz saboroso. Sabor até no nome.

6. CONSIDERAÇÕES

Fazer comunicação para um cliente diferenciado, propor um jingle, ao invés de um simples spot, porque se adequaria mais ao público, fazer o roteiro e acompanhar a gravação do Jingle proporcionou um aprendizado muito importante e diferenciado.

Além do roteiro, que foi cuidadosamente produzido pensando na adequação do público alvo, do produto, concorrentes etc, esse jingle também nos ensinou a pensar na identidade de uma marca, posicionamento dela no mercado e na cabeça do consumidor.



Um spot espetacular pode ser essencial para uma campanha e ser pode se tornar inesquecível. Mas é um jingle que vai ser passado de geração para geração e ser cantado por todas as idades e classes. É um jingle que vai fazer história.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Jingle publicitário. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jingle>. Acessado em 09/04/10

How Stuff Works, história do jingle. Disponível em <http://lazer.hsw.uol.com.br/jingles1.htm>. Acessado em 09/04/10

“O que é um jingle de verdade?” (Em inglês). Disponível em: <http://www.hsw.uol.com.br/framed.htm?parent=jingles.htm&url=http://jinglebrokers.com/jingle.html> Acessado em 09/04/10