



## Muito mais cor<sup>1</sup>

Daiane Alves Vila Nova RODRIGUES<sup>2</sup>

Bruna Karen Theodoro de SOUZA<sup>3</sup>

Bruna Lais SILVA<sup>4</sup>

Daiana MÜLLER<sup>5</sup>

Marcos Sérgio da Silva SARAIVA<sup>6</sup>

Ronaldo Santana dos SANTOS<sup>7</sup>

Edson PAIVA<sup>8</sup>

Centro Universitário FIEO - Unifieo, Osasco, SP

## RESUMO

O spot promocional de carnaval faz parte da Campanha Publicitária desenvolvida pela agência PALAVRAS CRUZADAS PUBLICIDADE para o cliente FUJIFILM. Um concurso cultural seria implantado, no mês de carnaval, para que o público alvo da campanha conhecesse a linha de câmeras digitais FinePix / FUJIFILM e possibilitasse ao mesmo concorrer a uma viagem para um Cruzeiro com direito a um acompanhante. Dividido em duas partes, apresenta uma trilha de suspense para atrair a atenção do ouvinte e outra de carnaval para a dinâmica da promoção.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fujifilm; FinePix; câmeras digitais; fantasia; carnaval.

## INTRODUÇÃO

Como forma de divulgar o produto, foi criada uma promoção cultural, na qual o participante enviaria uma foto de sua melhor fantasia juntamente com seus dados cadastrais para concorrer a uma câmera digital, modelo Z33 WP da linha FinePix / FUJIFILM e uma viagem para um Cruzeiro passando por Salvador, Ilhéus e Búzios com direito a um acompanhante.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Spot (Avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: daianevilanova@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: brubrukaren@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: duda\_laisp@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: daiamuller@gmail.com.

<sup>6</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: mssusp@yahoo.com.br.

<sup>7</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: ronaldosantana2005@hotmail.com.

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIEO, email: epd@megamail.pt.



## **2 OBJETIVO**

Aproveitar o carnaval que é uma grande festa popular brasileira para divulgar as câmeras digitais da linha FinePix, lançamentos 2009, associando o evento ao uso do produto.

## **3 JUSTIFICATIVA**

O rádio é um meio que faz parte do cotidiano das pessoas e apela para a imaginação de forma ágil e flexiva, atingindo o público tanto no trânsito quanto em sua própria residência. Permite aguçar a curiosidade do ouvinte de maneira que este entenda a mensagem em pouquíssimo tempo. É preciso despertar o interesse de forma eficaz e criativa para que a mensagem seja transmitida e conduza o ouvinte a uma ação.

Ótimo meio para divulgar a promoção da campanha de modo que desperte a atenção do ouvinte e este sinta vontade em participar. O público-alvo tem alta afinidade com o carnaval e o humor.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a criação do *spot* foram realizados diversos exercícios de Redação Publicitária até chegar na ideia final em lauda confeccionada e aprovada pelo orientador. Foi realizado um *casting* com diversos atores e locutores com a finalidade de escolher as duas melhores vozes.

O *spot* é dividido em duas partes. Na primeira, escolhemos uma trilha que transmitisse a ideia de um filme de suspense para atrair a atenção do ouvinte. Na segunda parte, uma trilha de carnaval propícia para a dinâmica da promoção.

A edição do *spot* foi feita nos programas Sound Forge e Vegas no próprio laboratório da faculdade.



#### 4.1 Lauda

Cliente: FUJIFILM	Produto: Linha FinePix	Praça: Nacional	Duração: 30''
Nome do PGM: Revele sua fantasia	N° do PGM:	Produtor: Marcos Saraiva	Agência: Palavras Cruzadas Publicidade
TÉC ATOR	INSERIR TRILHA SUSPENSE – 2'' BG LUIZ ROBERTO, O COWBOY. PAOLA, A BABÁ. MARIA JOAQUINA, A EMPREGADA. ANTONIO CARLOS, O POLICIAL. ANINHA, A ENFERMEIRA.		
TÉC LOC	INSERIR TRILHA MARCHINA DE CARNAVAL – 2'' BG PROMOÇÃO “REVELE SUA FANTASIA” FINEPIX. ENVIE UMA FOTO DA SUA MELHOR FANTASIA PARA FUJIFILM.COM.BR. AS TRÊS MELHORES FOTOS LEVAM NA FAIXA UMA CÂMERA DIGITAL E UM CRUZEIRO PARA CURTIR O CARNAVAL. ACESSE O SITE E CONSULTE O REGULAMENTO. FINEPIX. A ALMA DA COR.		
TÉC	SOBE / DESCE / CORTA BG.		

PALAVRAS CRUZADAS PUBLICIDADE



## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Nome: Câmeras Digitais FUJIFILM, linha FinePix, lançamentos 2009, que é formada por seis modelos, sendo três de uso doméstico (F200 EXR, J25 e Z30), um à prova d'água (Z33 WP) e um semi-profissional (S1500).

Categoria: Fotografia Digital

As principais características diferenciadoras da linha FinePix / FUJIFILM são:

- Possui a menor câmera à prova d'água do mundo, o modelo Z33 WP;
- Super CCD-R, sensor que captura imagens com mais alta qualidade em diferentes tipos de cena, uma tecnologia exclusiva FUJIFILM;
- LCDs amplos, que permitem visualizar até 100 fotos ao mesmo tempo, em forma de mosaico;
- Câmeras com cores vibrantes.

Segue abaixo a tabela resumida dos orçamentos para a campanha de 2010, sendo que o investimento para o meio rádio, incluindo também o *spot* da campanha (15'') e o *spot* promocional da Copa do Mundo (45''), nas estações 89 FM, Jovem Pan FM, Metropolitana FM e Mix FM, foi de R\$ 1.483.722,00.

<b>Tabela Resumida de Orçamentos em Reais (R\$)</b>	
Total Produção	371.400,00
Total Promoção	952.683,07
Total Veiculação	13.675.804,60
Total de Investimentos	14.999.887,67
Verba Disponível	15.000.000,00
Crédito	112,33

## 6 CONSIDERAÇÕES

O *spot* promocional “Revele sua Fantasia FinePix” teve o apoio de outros meios de comunicação tais como revista e *internet* (*banner* e *hotsite*), materiais no PDV (*take one* e porta *take one*) e brindes (sandália, viseira e bolsa).



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETO, Roberto Menna. *Criatividade em Propaganda*. 12º ed. São Paulo: Summus, 2004.
- PAIVA, Edson. *Projeto Experimental de Propaganda*. São Paulo: Iglu, 2009.
- SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*. 3º ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: teoria, técnica, prática*. 7º ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- Fujifilm. Disponível em: <[www.fujifilm.com](http://www.fujifilm.com)>. Acesso em: 05 abril 2009.
- Jovem Pan FM. Disponível em: <[www.jovempanfm.com.br](http://www.jovempanfm.com.br)>. Acesso em: 04 outubro 2009.
- Mix FM. Disponível em: <[www.mixfm.com.br](http://www.mixfm.com.br)>. Acesso em: 04 outubro 2009.
- Metropolitana FM. Disponível em: <[www.metropolitanafm.com.br](http://www.metropolitanafm.com.br)>. Acesso em: 04 outubro 2009.
- 89 FM. Disponível em: <[www.89fm.com.br](http://www.89fm.com.br)>. Acesso em: 04 outubro 2009.
- Portal Imprensa. Disponível em: <[www.portalimprensa.uol.com.br](http://www.portalimprensa.uol.com.br)>. Acesso em: 22 setembro 2009.