



Spot Dr. Li Xianhua¹

José Leonardo Mariano de Souza²

Renata Dutra Moreira Santos³

Ludmilla Skrepchuk Soares⁴

Universidade Presidente Antônio Carlos- UNIPAC, Conselheiro Lafaiete, MG

1. INTRODUÇÃO

O Spot é um tipo específico de peça publicitária sonora criada para ser transmitida através do rádio.

Por ser um anúncio essencialmente sonoro tem como característica possuir um texto, uma locução e, geralmente, vem acompanhada de algum outro elemento ou efeito sonoro, chamado de background ou BG como é mais usual no meio publicitário, do tipo: trilha sonora, sonoplastia ou efeitos especiais, além de vinheta, que, normalmente, é a assinatura musical do spot, com aproximadamente sete segundos ou menos de duração.

Apesar das previsões de muitos apocalípticos que disseram que com o surgimento da televisão, nos anos de 1950, os dias do rádio estavam contados; ele sobrevive.

O rádio, durante sua história, passou por momentos de glória e crises profundas, decorrentes de mudanças e inovações de ordem técnica e tecnológica, seja, pela concorrência das novas mídias, que foram surgindo ao longo do século XX, seja pelas constantes inovações tecnológicas do setor de comunicação, como, por exemplo, a transmissão via satélite, a invenção das emissoras Fms, e, mais recentemente, o advento da internet e o surgimento das rádios digitais e das emissoras on line. O rádio sobreviveu e mantém um público de ouvintes fiéis.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio 2009 Expocom, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade spot.

² Estudante do 5º Período do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presidente Antônio Carlos- UNIPAC- Conselheiro Lafaiete, e-mail: leotribos@gmail.com

³ Estudante do 5º Período do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presidente Antônio Carlos- UNIPAC- Conselheiro Lafaiete, e-mail: re_dutramps@yahoo.com.br

⁴ Profa. da disciplina Redação Publicitária II do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presidente Antônio Carlos- UNIPAC- Conselheiro Lafaiete, e-mail: skrepchuk@gmail.com



A explicação para isso pode estar no conjunto de fatores como: seu poder de abrangência e cobertura, sua linguagem, essencialmente oral que cria proximidade e intimidade com os ouvintes, sua mobilidade, entre outros.

Por isso, o rádio continua tendo relevância no planejamento de mídia publicitária.

De acordo com Martins (1999,181) “no rádio, é dado ao ouvinte o direito de criar”, de imaginar...” e nisso consiste o poder do rádio como veículo de comunicação.

Em se tratando do mercado regional de comunicação onde estamos situados, na região interiorana do estado de Minas Gerais, mais precisamente na cidade de Conselheiro Lafaiete e na região do Alto Paraopeba o rádio tem uma presença e importância ainda maior para o mercado publicitário local e regional.

Pois, é praticamente impossível anunciar algum produto ou serviço sem utilizar da mídia rádio.

Os empresários Lafaietenses utilizam a mídia rádio, sobretudo pela audiência local ser alta e o feedback ou retorno de suas ações promocionais serem facilmente mensurados a partir do volume de vendas. Além disso, outro critério são os valores cobrados pelas emissoras locais, que muitas vezes também se ocupam da produção dos comerciais, além da veiculação, a preços bastante acessíveis e flexíveis para cada segmento e porte de anunciante local ou regional.

2 OBJETIVOS

Roteirizar um spot para anunciar o método de acupuntura para emagrecimento.

Utilizar as técnicas de redação e produção publicitária para rádio.

3 JUSTIFICATIVA

Devido a força da mídia rádio como veículo de comunicação torna-se fundamental para formação de qualquer estudante de publicidade que pretende atuar na área de criação e produção radiofônica conhecer e dominar as técnicas de redação e produção publicitária no formato sonoro.

A disciplina de Redação Publicitária II nos possibilitou conhecer a linguagem radiofônica e suas possibilidades técnicas, tanto teoricamente, quanto na prática. Nos propiciou fazer reflexões acerca da importância da mídia rádio, nos dias atuais, mesmo com tantas outras tecnologias da comunicação disponíveis. Pudemos, realmente, vivenciar a força do rádio, sobretudo sua proximidade com os ouvintes locais.



A experiência prática nos proporcionou maior conhecimento tanto na roteirização (redação), quanto na produção (gravação e edição) do spot.

Assim, reafirmamos a teoria de Marshall McLuhan que já dizia que o meio é a mensagem, ou seja, no rádio, conteúdo e forma, locução e texto, efeitos e trilha, todos os elementos audíveis, inclusive o silêncio e o ruído constituem-se em parte integrante da mensagem e criam sentido para o ouvinte.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Iniciamos o processo de redação do spot Dr. Li Xianhua com um desafio: anunciar um método de emagrecimento o que para muitos pode parecer um serviço sem muita credibilidade ou eficácia em termos dos resultados esperados e obtidos.

Diante desse briefing, decidimos usar como mote a sutileza do humor, sem, contudo, banalizar a oferta dos serviços do Dr. Li Xianhua.

Assim, definimos o tom do spot, em seguida, passamos à redação do roteiro, conforme apresentado abaixo:

Roteiro Técnico

Programa: Ouvinte da hora. Rádio Carijós FM 89,90

Título: Dr. Li Xianhua e o emagrecimento natural.

Cliente: Dr. Li Xianhua.

1º Abertura - Loc 1 (homem jovem): A rádio cultural orgulhosamente apresenta:

Tempo: 3''

2º Som oriental e Batida do gongo.

Tempo: 2''

3º Loc 1: Dr. Li Xianhua e a verdadeira técnica do emagrecimento natural.

Tempo: 4''

4º BG: Lebanese Blonde - Thievery Corporation

5º Loc 2 (mulher jovem): A acupuntura é uma técnica terapêutica comprovada e desenvolvida pelo Dr. Li Xianhua, a fim de proporcionar a você maior bem estar e saúde aliados a uma boa forma.

Marque sua consulta: 31 – 3221.6886.

Tempo: 13''

6º Loc 1: Emagrecimento natural é com o Dr. Li Xianhua.

Tempo: 3''



7º Loc 2: Mente sã, corpo...
Tempo: 3''

8º Som assovio – Fiu fiu.
Tempo: 2''

Tempo total: 30''

Espelho do Programa: Dr. Li Xianhua e o emagrecimento natural.

Spot Dr. Li Xianhua		Renata Dutra José Leonardo
1º	Abertura - Loc 1 (homem jovem): A rádio cultural orgulhosamente apresenta:	Tempo: 3''
2º	Som oriental e Batida do gongo.	Tempo: 2''
3º	Loc 1: Dr. Li Xianhua e a verdadeira técnica do emagrecimento natural	Tempo: 4''
4º	BG: Lebanese Blonde - Thievery Corporation	
5º	Loc 2 (mulher jovem): A acupuntura é uma técnica terapêutica comprovada e desenvolvida pelo Dr. Li Xianhua, a fim de proporcionar a você maior bem estar e saúde aliados a uma boa forma. Marque sua consulta: 31 – 3221.6886.	Tempo: 13''
6º	Loc 1: Emagrecimento natural é com o Dr. Li Xianhua.	Tempo: 3''
7º	Loc 2: Mente sã, corpo...	Tempo: 3''
8º	Som assovio – Fiu fiu.	Tempo: 2''
		TOTAL: 30''

Após a revisão e correções do roteiro e sua posterior aprovação passamos a parte da produção.

O spot foi gravado no estúdio de rádio universitário do curso de comunicação social da Unipac, no mês de setembro de 2008. Seu formato é MP3.



A locução foi gravada com os próprios redatores do roteiro.

Sua duração é de 30 segundos.

A gravação foi feita em cabine com isolamento acústico e equipamento de som adequado: microfone com retorno e mesa de edição com 4 canais. Na edição foram utilizados os seguintes softwares: Sound forge e Vegas.

O processo de roteirização e produção do spot foi de aproximadamente duas semanas e contamos com a orientação da profa. responsável pela disciplina de redação publicitária II e o acompanhamento do funcionário técnico de som do laboratório da Universidade.

Finalizando, vale ressaltar que, o spot é um produto exclusivamente acadêmico e não pretendemos apresenta-lo ao cliente nem tão pouco veicula-lo em emissoras comerciais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. 138 p

MARTINS, Jorge S. **Redação publicitária: teoria e prática** . 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997 169p

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários** . 3. ed. ampl. São Paulo: Futura, 2001. 238 p.

_____ **Redação Publicitária, a prática na prática**. São Paulo: Atlas, 2004.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada, o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.1 cd-rom

SOARES, Ludmilla Skrepchuk. **Apostila didática**. 2008. Belo Horizonte.

VESTERGAARD & SCHOREDER. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.