

EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00018
INSTITUIÇÃO	Universidade Católica Dom Bosco
CAMPUS	UCDB
CIDADE	Campo Grande
UF	MS
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP06
TÍTULO	Spot institucional - "Sintonia Perfeita"
ESTUDANTE-LÍDER	Felipe Vasconcellos Galdino da Silva
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Giovanna Cavalcante Zottino (Universidade Católica Dom Bosco); Matheus Felipe Carvalho (Universidade Católica Dom Bosco); Gabriel Ferraciolli Soares (Universidade Católica Dom Bosco)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

A comunicação tem o poder de aproximar e interagir pessoas em um mesmo contexto. Além de provocar novas percepções, conhecimento, experiência, aprendizado e evolução. Logo, a comunicação é indispensável ao ser humano. E, por meio dela, grandes meios de comunicação propagam informações e, principalmente, mudanças na sociedade. A Rádio Blink 102 FM, por exemplo, é um modelo a ser seguido de empresa, que por meio de seu compromisso com seus ouvintes, clientes, fornecedores e sociedade, contribui para que a comunicação, por eles divulgada, consiga causar transformações significativas na vida de muitas pessoas, como a sustentabilidade e responsabilidade social, marca registrada em sua missão. A Rádio Blink 102 FM teve seu início em 2010, no Estado de Mato Grosso do Sul, fundada pela família Bacheга. Com o objetivo de levar uma nova proposta de empresa ao estado, Alex Bacheга se preocupou em incluir um diferencial, fazendo com que a marca oferecesse uma experiência única aos seus ouvintes, se diferenciando das outras já existentes no mercado e contribuindo para o futuro. A sustentabilidade foi então a causa escolhida para guiar e orientar os caminhos da Blink. Desde do seu início, a rádio fortalece essa responsabilidade através de ações que visam o bem-estar das pessoas e do planeta, essas ações fazem parte da programação da rádio, que propagam o assunto ao maior número de pessoas que conseguem. Além disso, por estar em um contexto comunicativo, a Rádio busca por valorização do mercado de comunicação e realiza anualmente o "Prêmio Blink de Criação Publicitária". Um prêmio que julga por intermédio de equipe de jurados do mercado, jingles e spots de peças e campanhas veiculadas na emissora. A ação culmina em uma noite de premiação que promove o reconhecimento dos trabalhos anunciados na Rádio no ano anterior, em diversas categorias, como: Varejo, Institucional, Mídia, e, inclui também, a "Categoria Acadêmica" que busca valorizar os trabalhos acadêmicos de estudantes dos cursos de comunicação das universidades do estado de MS. Portanto, o presente trabalho apresenta a peça publicitária acadêmica desenvolvida para o Prêmio Blink de Criação Publicitária 2019, preenchendo a grade de trabalhos do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na disciplina Produção Publicitária para os Meios Eletrônicos sob orientação do professor Gabriel Ferraciolli, que resultou na classificação para a final do prêmio ficando entre os três mais premiados na categoria universitária. Os objetivos do trabalho seguem a linha criativa proposta pelo Briefing da Blink, que no ano de 2019 foi sugerido como tema: "Pode Contar com a Blink". O propósito foi de divulgar, através de Spot ou Jingle, que a comunidade pode contar com a Blink para muitas situações, como: responsabilidade social, divulgação de emprego, animal de estimação perdido, entre outros, e principalmente, aproximar os ouvintes, enxergando a Blink não só como uma rádio, mas como uma parceira.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Para elaborar o trabalho em questão, foi necessário o estudo de elementos teóricos e práticos para o desenvolvimento de uma peça publicitária sonora. Primeiro, o estudo de marca e Branding, já que o objetivo central da campanha criada era fortalecer a marca Blink 102 e sua relação com seus ouvintes, depois, a análise do público da rádio, os programas que a mesma oferece, a construção de sua persona, criação a partir da propaganda institucional e sua preocupação com a responsabilidade social. É de suma importância

que uma empresa entenda sua marca e posicionamento, para que assim possa ser feita conexões de valor e produtos estratégicos para o crescimento do negócio. Segundo Kotler (1999) uma marca é o símbolo, palavra ou nome que tem o objetivo de identificar os produtos ou serviços prestados por uma empresa específica, determinando sua relevância e a diferenciando dos seus concorrentes. Além da marca ter a necessidade de uma representação, seja ela imagética ou textual, ela precisa ter uma gestão profissional, determinando estruturas sólidas e assertivas para que seu trabalho seja visto da melhor forma possível pelo público. De acordo com Souza (1994) a empresa Procter e Gamble foi a primeira a marcar seus produtos com um símbolo, este era uma cruz vermelha, que a partir de sua criação, alcançou influência no mercado, clientes fiéis e lucratividade. Toda marca tem o desejo de se diferenciar dos concorrentes, construir experiências positivas para seus clientes e agregar seus valores em todo o processo de compra e venda de sua marca. O Branding reverbera nessas ações para auxiliar e melhorar o trabalho das empresas. Para Martins (2006) o termo Branding é determinado como a administração da marca, desde sua influência, economia, cultura, até a relação da mesma com as pessoas. Soares (2018) pensa que a propaganda institucional tem como finalidade estabelecer a comunicação da empresa como instituição, seu posicionamento, ponto de vista, essa é uma forma de propaganda com o propósito de se passar uma mensagem, sem necessariamente vender o produto, mas formar uma relação com o cliente. E o posicionamento e valores muitas vezes é determinado a partir da responsabilidade social e comprometimento com a sustentabilidade. A Blink 102 tem a visão de ser uma marca que contribui efetivamente para construção de um mundo solidário e sustentável (BLINK 102, 2020). A empresa realiza ações através da sua programação que são executadas com o objetivo social, como: Eco Pedágio - Ação de coleta de materiais e insumos recicláveis - e Bosque das palavras - Um projeto que tem o objetivo de fazer com que crianças plantem árvores e escrevam mensagens nas mudas. Após os termos citados acima, foi escolhido o formato de spot, que por sua vez tem maior conexão com o ouvinte, é emocionante, envolvente e faz uma correlação da Blink com um grande amor.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

As etapas para o desenvolvimento do projeto se dividem em pré, produção e pós-produção, sendo que, na pré-produção, foram divididas etapas em diferentes aulas da disciplina de Produção Publicitária para os Meios Eletrônicos. A cada encontro foi realizada a entrega de um novo documento referente ao desenvolvimento do spot. Primeiramente, a discussão sobre a temática se concentrou em uma reflexão sobre como atender ao briefing solicitado pela Rádio Blink 102. A mesma, desejava fazer com que o ouvinte se sentisse mais próximo da rádio em relação às temáticas por ela abordadas. São exemplo pautas como a sustentabilidade e pequenas informações sociais, como quando alguém perde seu animal de estimação. O objetivo central foi fazer com que o ouvinte pudesse contar com a empresa para tudo e sentir que ela é sua parceira para o que ele precisar, fazendo assim, reverberar o sentido de que a rádio está inserida no seu cotidiano e, por isso, cada vez mais simbiótica e necessária. A partir disso, procurou-se situações importantes que representassem essa relação entre o ouvinte e a rádio. A ideia de associar os informativos sobre a busca por animais de estimação; as horas que ele passa ouvindo a rádio; e a primeira vez que ele plantou uma árvore em algum dos muitos projetos sustentáveis os quais a Blink 102 realiza e participa em escolas e instituições, deram vida ao roteiro que foi construído a partir do referido processo criativo entre os acadêmicos. Após escrever o roteiro e realizar alguns ajustes solicitados pelo professor, a produção iniciou-se buscando as vozes ideais para o que tínhamos em mente, através de um casting vocal. Alguns colegas de curso foram convidados para lerem o texto e, a partir disso, escolhemos a voz da Giulia Peregrino para o texto principal, e a voz de Giovanna Zottino (integrante do grupo) para o texto de encerramento do spot. A gravação ocorreu no Laboratório de Comunicação (LABCOM) da própria universidade. A captura do áudio foi feita a partir do microfone Behringer XM-1800S e comandada pelo acadêmico Felipe Galdino, com duração de cerca de 1 hora, visto as eventualmente mudanças de entonações solicitadas para que pudessem dar mais veracidade e dramaturgia ao texto. Após as gravações, no prazo de três dias, concluímos a edição através do programa Adobe Audition, usando as técnicas de Foley (reprodução de efeitos sonoros complementares de um filme, vídeo ou de outros meios audiovisuais na pós-produção para melhorar a qualidade do áudio), com a diferença de não fazer uso imagético como o mesmo fez, mas sim, se apropriando da associação entre o texto lido e os efeitos sonoros introduzidos. Quando concluído, o trabalho foi enviado à Rádio Blink102 e obteve mérito sendo um dos três finalistas na categoria acadêmica do Prêmio Blink de Criação Publicitária de 2019. Visto que este trabalho foi o primeiro spot criado pelos integrantes do grupo a experiência de fazê-lo foi desafiadora e, saber que conseguimos traduzir o que a empresa necessitava através de um produto institucional radiofônico foi, sem dúvidas, uma experiência incrível e enriquecedora. Saber que estivemos presentes, no que hoje é considerada a maior premiação de criação publicitária para rádio do Brasil, nos guia, cada vez mais, para caminhos desafiadores e criativos no mundo publicitário.