



Spot Combate ao Tráfico Humano no Amazonas.¹

Maisa Barroso GOMES²

Vanessa Queiroz MARTINS³

João Rodemberg ARAUJO⁴

Thiago Feitosa PEREIRA⁵

Prof.^a. Eudóxia Pereira SILVA⁶

Centro Universitário do Norte – UNINORTE, Manaus, AM.

RESUMO

O *spot* faz parte de uma campanha de conscientização criada pelos alunos do 5º período de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Norte- Uninorte, para o Projeto Interdisciplinar. A criação dessa peça teve como desafio, sensibilizar os ouvintes quanto ao tema proposto, Tráfico de Pessoas no Amazonas com foco nas cidades do interior do estado, pois as mesmas são o maior alvo dos traficantes.

PALAVRAS-CHAVES: *Spot*, Publicidade, Tráfico de Pessoas, Conscientização.

INTRODUÇÃO

O *spot* representa uma campanha, criada a partir de uma solicitação dos professores para o projeto Interdisciplinar, no segundo semestre de 2013, para fins de avaliação semestral de todas as disciplinas. Nosso desafio era desenvolver uma campanha de conscientização sobre o Tráfico de pessoas no Amazonas com foco nas cidades do interior do Estado. O Amazonas é um Estado muito grande, com uma extensão de 1.570.746 km e uma população de 3.807.921 (SENSO 2012), ao todo são 62 municípios e poucos deles são de fácil acesso, para chegar a quase todas as cidades é preciso ir de barco, muitas vezes viajando dias, como é o exemplo de Benjamin Constant que está a 1.116 km da Capital e para chegar lá são 7 dias viajando.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Spot (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: maisabgomes@gmail.com

³ Estudante do 6º semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: vanessaqueiroz@hotmail.com

⁴ Estudante do 6º semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: jrodemberg@hotmail.com

⁵ Estudante do 6º semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: Thiago.feitosa.pereira@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: eudoxiapereira@gmail.com



Logo após da obtenção de dados sobre o Estado, escolhemos o cliente, e então começamos a construção da campanha, nosso maior questionamento era como atingir as cidades que estavam muito distantes da Capital, então logo nos veio uma idéia de usar o rádio como mídia principal, pois sabemos que é a mídia de maior alcance e que atingiria nosso público alvo mais rápido e de uma maneira eficaz. Na capital do Amazonas sentimos a necessidade de usar o rádio agregado a outras mídias.

Considerando que o tema em questão é algo delicado de se tratar, começamos a compartilhar idéias para a criação de toda a campanha, em especial o *spot*. Logo veio a idéia de gravar depoimentos baseados nas histórias que encontramos no decorrer do processo.

OBJETIVO

Promover a conscientização da população do Amazonas sobre os altos índices de pessoas que são traficadas dentro do Estado e quais são as principais práticas adotadas pelos traficantes na hora de persuadir as vítimas.

Relatar o drama vivido por uma vítima de exploração sexual e passar a sua experiência para que outras pessoas não se tornem a próxima vítima, sendo mais cautelosas ao receberem propostas de empregos, promessas de melhoria de vida, intercâmbio, entre outros.

JUSTIFICATIVA

Este trabalho foi proposto pelos professores para o projeto Interdisciplinar que tem como objetivo fazer com que os alunos coloquem em prática o que foi aprendido no decorrer do semestre, usando temas que são relevantes a sociedade.

O *spot* tem como finalidade abordar o tema Tráfico de Pessoas no Amazonas, pois o número de ocorrências de pessoas traficadas é muito grande, onde consta na cartilha da Organização Internacional do Trabalho, que a Pestraf (Pesquisa sobre tráfico de Mulheres, Crianças e Adolescentes para fins de Exploração Sexual Comercial) realizou um amplo mapeamento das rotas utilizadas pelas redes de tráfico no Brasil, contabilizando 131 internacionais e 110 domésticas, saindo das cidades pequenas do interior dos Estados e indo para os grandes centros urbanos.



Segundo SANT'ANNA Armando:

“Spot é o nome dado ao texto publicitário para transmissão radiofônica. Costuma durar 15, 30 ou 45 segundos. Alguns casos atingem 1 minuto. Gravado em base magnética ou digital, pode ter fundo musical ou efeitos sonoros, mas a força da mensagem está na palavra falada.” (SANT'ANNA, 2009, p. 178)

Sabendo que o rádio é um meio de comunicação universal e que tem o maior índice de cobertura entre todos os meios de comunicação, foi planejado elaborar um *spot* que relatasse o drama vivido por uma vítima com o objetivo de o ouvinte captar uma das práticas adotada pelos traficantes de pessoas.

Segundo, MCLEISH Robert:

“O rádio é um dos meios de comunicação de massa ou mass media. O termo radiodifusão indica a dispersão da informação produzida, que abrange cada lar, vila, cidade e país que esteja ao alcance do transmissor (...) Trata-se, de fato, de um meio de comunicação efêmero, e se o ouvinte não estiver ali para ouvir o noticiário este já terá sido transmitido e ele terá de esperar pelo próximo.” (MCLEISH, 2001: 16-17).

Depois de um estudo feito no livro “Tráfico de Mulheres na Amazônia”, onde é relatado pelas pesquisadoras, Iraildes Caldas Torres e Márcia Maria de Oliveira, vários depoimentos de vítimas que receberam diversas promessas de emprego, melhores condições de vida, quando na verdade caíram na rede de exploração de pessoas.

Um dos depoimentos que serviu de inspiração para produzir o *Spot* foi o de Mara (nome fictício), entrevistada em 2011:

“Saí pequena do Rio Andirá com minha família e moramos muitos anos na periferia de Manaus. Fui morar com uma tia que vivia em Belém do Pará e lá, conheci o Javier, um espanhol que me ofereceu a passagem para vir trabalhar na Espanha como bailarina numa boate” (OLIVEIRA, 2012, p. 50.)



Para a construção do *spot*, resolvemos gravar os depoimentos com os próprios alunos do grupo e usar técnicas aprendidas nas aulas de rádio, sempre seguindo a dramatização para haver total comoção do público.

Segundo HAUSMAN, Carl, dramatização é:

“O drama é uma composição que conta uma história por meio da ação e do diálogo. Geralmente gira torno de um conflito: Uma pessoa contra outra, ou uma pessoa contra a sociedade ou a natureza.” (HAUSMAN, 2010, p. 258)

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Depois da elaboração do roteiro radiofônico, utilizamos o estúdio da própria faculdade, onde a locução e a produção do *spot* foram criadas pela própria equipe, incluindo as trilhas e feitos, na intenção de tornar todo o trabalho o mais original possível. Sempre aplicando os conhecimentos adquiridos nas disciplinas Redação Publicitária e Laboratório de Rádio.

A criação do *spot* deu-se através de *brainstorms* realizados em sala de aula. Já com quase tudo definido partimos para a definição do texto final com as devidas apontações técnicas para a produção do *Spot*.

A gravação dos locutores foi capturada através de um microfone *Sanson C1 Studio Condenser*, mesa de som *AudioArts D-75 Digital Audio Console*, logo em seguida, passado pelo tratamento de áudio usando o *software* da empresa *Sony* chamado *Soundforge Pro 10*. As trilhas e efeitos foram produzidas exclusivamente para o *Spot*, com arranjos gerados a partir de um teclado *Midi* da *M-Audio Keystation* modelo 61ES, utilizando *Samples* a partir do *Pianno Roll* contido no *software Fruit Loops Studio*. Já com todas as vozes gravadas e devidamente processadas, partimos para a edição e finalização de todo o material de áudio, incluindo os efeitos e as trilhas, desta vez, utilizando outro *software*, um *multipistas* também da *Sony* denominado *Sony Vegas Pro 12*.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

StoryLine: Spot Institucional

Duração: 30”

Sinopse: Uso de voz feminina e masculina e trilhas que transmitissem uma mensagem dramática e finalizando com uma mensagem de alerta, utilizando as técnicas de interpretação e composição de cada personagem. Pesquisamos os estilos de locução, o estilo de trilha e os possíveis efeitos que pudessem compor a nossa peça.



O spot tem dois estágios, o primeiro refere-se a um depoimento da personagem se colocando no lugar de vítima do Tráfico de Pessoas, onde ela relata todo seu drama. Nesse momento a trilha sonora, cria um ambiente de emoção e tristeza. Após o relato da personagem, inicia o segundo estágio onde entra o locutor com voz padrão e firme, passando uma mensagem no intuito de alertar o público para o determinado problema. O momento é enfatizado com uma trilha de suspense finalizando com a assinatura da Instituição que solicitou a campanha.

Roteiro

Spot de 30”

Cliente: Ministério Público do Estado do Amazonas.

Campanha: Combate ao Tráfico Humano no Amazonas

Descrição: locução feminina com interpretação dramática, passando a emoção de quem já vivenciou o problema na pele.

TEC: Entra trilha 01 Emoção e Tristeza em BG.

LOC 1 Feminina: Eu estudava enfermagem e um dia eu recebi uma proposta pra trabalhar na Itália... Eu tinha que cuidar de uma senhora que tava lá muito doente. Eu topei na hora, pois tava precisando de dinheiro... Ele me ofereceu um salário muito bom. Mas quando cheguei lá, tudo foi diferente. Fui explorada durante sete anos, sexualmente. E hoje, eu tento me livrar de todo o drama que passei na mão dos criminosos.

TEC: Entra trilha 02 Suspense em BG.

LOC 2 Masculino : Não deixem que explorem seus sonhos, tráfico de pessoas é crime. Reflita! Uma campanha Ministério Público do Estado do Amazonas.

TEC: Efeito sonoro de impacto encerra.

CONSIDERAÇÕES

A produção do drama radiofônico foi elaborado de forma desafiadora, pois nosso objetivo era transmitir para o ouvinte uma história interessante e atraente que só o rádio pode oferecer. Acrescentamos efeitos sonoros para aguçar a mente do ouvinte fomentando o ambiente proposto que sem o mesmo não conseguiríamos transmitir um cenário adequado com o drama vivenciado no *spot*.

Acreditamos que no *spot* Combate ao Tráfico Humano no Amazonas, conseguimos fornecer ao público toda a informação de que precisa para compreender a



cena que está se desencadeando, apesar de ser uma tarefa muito difícil, consideramos que conseguimos realizar com êxito.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: Teoria, Técnica e Prática. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

OLIVEIRA, Márcia Maria. Tráfico de Mulheres na Amazônia. Florianópolis:Mulheres, 2012.

HAUSMAN, Carl. Rádio: Produção, Programação e Performance. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MCLEISH Robert. Produção de Rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.