

Spot Pet shop Bicho Meu¹

Liesberth Quintino dos Santos BARBOSA²

Jessica Beatriz de Souza BARBOSA³

Paulo Victor BARROSO⁴

Prof.^a. Eudóxia Pereira da SILVA⁵

Centro Universitário do Norte – UNINORTE, Manaus, AM.

RESUMO

O presente trabalho foi desenvolvido pelos acadêmicos do quinto período do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Norte – Uninorte. O spot realizado para o cliente fictício Pet shop Bicho Meu, tem o propósito de sensibilizar os ouvintes e fazendo com que eles compareçam ao Pet shop e adote um animal de estimação. Adotando um animal representa muito mais do que um gesto de solidariedade; é um gesto de amor.

PALAVRAS-CHAVE: Spot; Publicidade; Rádio; Adoção; Animais.

INTRODUÇÃO

Em Manaus O Centro de Controle de Zoonoses (CCZ), da Prefeitura de Manaus, disponibiliza cães e gatos para adoção. Os animais disponíveis para adoção são castrados e vacinados contra a raiva. O serviço de adoção é mantido regularmente na sede do CCZ, que funciona, de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h e fica localizado na av. Brasil, s/nº, Compensa I, próximo à feira coberta do bairro.

A adoção é totalmente gratuita. A única exigência é levar documento de identidade, CPF e comprovante de residência.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade spot (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: Liesberth31@hotmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: jessyca_15beatriz@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: pvamorim86@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: eudoxiapereira@gmail.com.

Em 22 de janeiro de 2013 foi publicado, no Diário Oficial do Município de Manaus (DOM) a Lei Nº 1.717/2013, que disciplina a doação e comercialização de cães e gatos na cidade e controla a reprodução de cães e gatos destinados à comercialização que só poderão ser realizada por canis e gatis regularmente estabelecidos e registrados no Conselho Regional de Medicina Veterinária.

Também ficou proibida a venda coletiva e individual e a realização de eventos de doação de cães e gatos em praças, ruas, parques e outras áreas públicas, entre outras normas que tornaram ilegais diversas feiras de adoção na capital. Líderes de ONGs que defendem os direitos dos animais comemoraram a criação da lei.

Essas medidas objetivam o controle de zoonoses na cidade e estimulam o respeito aos animais.

"Quando o homem aprender a respeitar até o menor ser da criação, seja animal ou vegetal, ninguém precisará ensiná-lo a amar seu semelhante." Albert Schweitzer (Nobel da Paz de 1952)

Procurando contribuir de forma socialmente responsável, tendo em vista que o problema de zoonoses que aumenta quando os animais são abandonados nas ruas da cidade de Manaus foi idealizado no Pet Shop Bicho Meu, uma ação solidária de adoção de cães e gatos, que cumprem todas as especificações exigidas na Lei Municipal Lei Nº 1.717/2013.

O *spot* foi realizado a partir de uma solicitação da professora Eudóxia Pereira, que ministrou a matéria de Laboratório de Rádio, no primeiro semestre de 2014, para aliar a teoria à prática, vivenciando o que foi ensinado nas aulas teóricas. O tema escolhido foi em virtude da necessidade local de estímulo a adoção de animais. O objetivo do trabalho teve o objetivo de chamar a atenção dos ouvintes através de um anúncio que tem um apelo auditivo, sendo narrado simulando uma partida de futebol, por se tratar do mês que antecedia a Copa do Mundo, em específico Manaus por ter sido uma das sedes.

Segundo SANT'ANNA Armando:

“Spot deve empregar uma linguagem simples, tanto em vocabulário como de sintaxe, porque no rádio o ouvinte, ao contrário do leitor, não pode voltar atrás para tentar elucidar o sentido da palavra ou frase. Ele vai ouvindo e entendendo à medida que a publicidade é enunciada.” (SANT'ANNA, 2013, p, 178)

A intenção do Pet Shop Bicho Meu, é atrair a atenção das pessoas para adotarem animais, o pet shop tem parceria com ONGs, que recolhem com frequência vários animais de rua, O spot tem como objetivo estimular o ouvinte adotar um animal de estimação, e seria uma opção para aqueles que procuram a troca de afeto, carinho, amizade, lealdade e alegria. Esse tipo de gesto pode fazer uma grande diferença na vida dos animais. A presença deles em casa traz muita felicidade. E essa felicidade é ainda maior quando existe, além do amor, respeito e responsabilidade tanto para o animal quanto para seu novo guardião. Ao ser adotado o animal tem a chance de ter uma vida digna e de ser feliz. Esses bichinhos costumam ser gratos e educados, pois já passaram por inúmeras necessidades nas ruas. Também são mais sociáveis, pois convivem com outros animais em abrigos e canis. Essas adoções ajudam a combater o comércio clandestino.

OBJETIVO

O intuito da disciplina mencionada é fazer com que os alunos compreendam o processo de criação de uma peça publicitária típica de rádio, o spot. Já o objetivo da peça em questão é promover a adoção de animais e informar que adotar um animal de estimação além de ser uma atitude socialmente responsável cria uma relação de afeto entre os animais e seus donos. Considerando a relevância do contexto social e do evento do mundial de futebol realizado na cidade sede, no caso Manaus.

JUSTIFICATIVA

Esse trabalho acadêmico foi proposto pela professora que ministrava a matéria Laboratório de Rádio, e teve como objetivo fazer com que os alunos colocassem em prática o que foi aprendido no decorrer do semestre, usando uma proposta de um cliente fictício para divulgação de uma ação solidária. Contudo esta ação deve cumprir as questões legais referentes à adoção de animais.

O spot tem como finalidade informar e sensibilizar os ouvintes a terem a iniciativa de adotar um animal de estimação. O abandono de animais está cada vez mais presente na sociedade, basta andar nas ruas e ver a quantidade de cachorros e gatos que circulam pela cidade. A Organização Mundial da Saúde estima que só no Brasil existam mais de 30 milhões de animais abandonados, entre 10 milhões de gatos e 20 milhões de cães. Em cidades de grande porte, para cada cinco habitantes há um cachorro. Destes, 10% estão abandonados. No interior, em cidades menores, a situação não é muito diferente. Em muitos casos o número chega a 1/4 da população humana. De acordo com estimativa feita pelo Centro de Controle de Zoonoses (CCZ) cerca de 90 mil cães e gatos estão abandonados à própria sorte pelas ruas de Manaus. Além dos maus-tratos, os bichinhos abandonados nas ruas são alvo fácil da ação de parasitas transmissores de diversas doenças.

Partindo do pressuposto que os animais são seres capazes de sentimento, que têm necessidades de amar e de serem amados, E não há sentido em se comprar animais, comprando um animal, você estará incentivando um comércio clandestino, o comércio de seres vivos. Lembre-se que só haverá vendedor se houver comprador.

O rádio como um meio de comunicação tem uma enorme importância para informar os ouvintes sobre notícias que fazem parte da nossa sociedade. Com uma análise sobre os dias de hoje, onde o rádio continua sendo um meio de comunicação de massa muito popular e chega a ser considerado o meio mais popular e receptivo entre os grandes centros urbanos e rurais. O rádio nos oferece conhecimento: entretenimento, notícias etc.

O spot é usado como uma alternativa de publicidade, por ser mais acessível da mensagem chegar ao público, e também pelo seu preço ser inferior caracterizado pelo fácil modo de produção. Um das estratégias mais importantes para que uma campanha publicitária radiofônica seja bem sucedida está no uso de estímulos à atenção do ouvinte.

De acordo com o autor Cyro César, no livro Como Falar no Rádio. O anúncio publicitário no rádio “É usado para levar ao conhecimento público um produto ou serviço de uma empresa ou instituição. É um pequeno espaço (o anúncio em geral dura de quinze segundos a um minuto) pago pelo anunciante, apresentado em forma de peça radiofônica (interpretação de texto, poesia, música, dramatização), que contém de forma explícita as intenções do anunciante.”

Segundo FILHO André Barbosa:

“O gênero publicitário ou comercial tem como função precípua o uso do espaço radiofônico para divulgação e venda de produtos e serviços [...] Para tanto, o rádio foi, ao longo do tempo, o cenário de experiências comerciais vitoriosas, por meio de peças radiofônicas publicitárias” (FILHO, 2003, p.122)

O rádio comparado com outros veículos da mídia eletrônica é exatamente simples e acessível, e reúne, em sua programação, temas e sons para todos os gostos. O rádio alcança o consumidor em qualquer lugar, dessa forma o spot sobre adoção de animais de estimação fica em evidência para os ouvintes.

O filósofo da mídia Marshall McLuhan observou:

“O rádio afeta as pessoas de forma íntima, pessoa a pessoa, proporcionando um mundo de comunicação não falada entre redator-locutor e o ouvinte. Uma experiência particular” (ROMAN, 1994, p. 58)

As características do rádio como meio de comunicação de massa fazem com que seja especialmente adequado para a transmissão da informação, podendo ser considerado a sua função principal a de transmitir a informação com mais rapidez.

Segundo ROMAN Kenneth e MAAS Jane.

“O rádio é ubíquo; está em todos os lugares. É a primeira coisa que ouvimos de manhã, nos atualizando com as notícias enquanto nos vestimos. Acompanha-nos no carro; está conosco através de um fone de ouvido, enquanto fazemos exercícios ou caminhamos para o trabalho.”
(ROMAN, 1994, p.58)

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Depois da elaboração do roteiro radiofônico, utilizamos o estúdio da própria faculdade, onde a produção e a locução do spot foram criadas. A criação do spot deu-se início na sala de aula, através de *brainstorms*, que foi desenvolvido pelos alunos do grupo com a intenção de definir uma ideia que pudesse capturar a atenção de seu público. Segundo Alex F. Osborn (1963) em seu livro, *Applied Imagination*, esclarece que “brainstorm é o método pelo qual um grupo tenta encontrar uma solução para um problema específico através da acumulação de ideias espontâneas pela contribuição de todos os membros desse grupo ”

Portanto, o grupo, por meio desse método de criação, resolveu elaborar uma promoção que funcionaria da seguinte maneira: a pessoa adotando um animal de estimação no Pet Shop Bicho Meu, ganhava dez quilos de ração ABE, como meio de incentivo para a adoção. No roteiro do spot, buscamos fazer uma ideia clara e dinâmica, e criando um clima animado em que se faria relação com a alegria de ter um animal de estimação em casa.

Segundo FERRARETTO Luiz:

“Oriundo do teatro e do cinema, formas de expressão anteriores ao rádio, o roteiro – ou script, como era chamado no início, usando o vocábulo original em inglês – constitui-se no guia básico para organizar, planejar e produzir um conteúdo sonoro gravado”. (FERRARETTO, 2014, p. 198)

Para a realização do spot foi utilizado o texto de dramatização. As produções desse gênero buscam utilizar todos os recursos da linguagem sonora e radiofônica (efeitos, silêncio e vozes) para construir ambientes e personagens e, através deles, apresentar histórias reais ou fictícias. É um gênero extremamente importante, desafiador e útil para a expressão de indivíduos.

Segundo HAUSMAN Carl:

“Esse gênero de rádio praticamente desapareceu, o que é triste. O drama radiofônico dos velhos tempos, como podem comprovar seus seguidores, envolvia o público de uma forma que a televisão não pode fazer. Um programa de rádio cria imagens na mente que podem fornecer um cenário muito mais intenso do que aquele que pode ser produzido na TV” (HAUSMAN, 2010, p. 257)

A gravação dos locutores foi capturada através de um microfone Sanson C1 Studio Condenser, logo em seguida, passado pelo tratamento de áudio pelo software da empresa Sony, chamado Soundforge Pro 10. A trilha foi composta em ênfase ao esporte, em um estilo que transmitia animação ao ouvinte som de uma torcida de futebol. Os efeitos utilizados foram apito, e na finalização do spot foi introduzido um latido de cão. A utilização dos efeitos sonoros tem por objetivo a construção de uma realidade referencial.

Segundo HAUSMAN, Carl

“A mistura de elementos é importante porque a união da tecnologia com a arte – a possibilidade de criar um efeito – é o núcleo da produção de rádio”. (HAUSMAN, 2010, p. 235)

Já com todas as vozes gravadas e devidamente processadas, partimos para a edição e finalização de todo o material de áudio, incluindo os efeitos de transição e as trilhas, utilizando o software Samplitude.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

StoryLine: Spot Institucional
Duração: 30”

Sinopse: O uso de voz masculina, e trilha que transmitisse um ambiente futebolístico, intercalados com sons de latidos de cachorro finalizando com uma mensagem para sensibilizar e informar.

O spot possui dois momentos, o primeiro refere-se a um narrador de futebol onde simula uma partida de um jogo, narrando uma ação como se alguém fosse chegar ao pet shop para adotar um animal de estimação, onde esse alguém é um jogador que se encontra na área de ataque, se preparando para fazer um “gol”, pois na verdade esse gol seria o ato de adotar onde é enfatizado este momento. Já a segunda voz masculina tem a função de passar as informações sobre o nome da empresa, local e fone. Finaliza-se com latido de um cão caracterizando o local.

Roteiro

Spot de 30”

Cliente: Pet shop Bicho Meu.

Descrição: locução masculina com interpretação entusiasmada, levando o ouvinte a motivar-se a adotar um animal de estimação.

TEC: Entra trilha 01 Dinâmica e em seguida um apito.

LOC: 1 Masculino: E começa o jogo, sistema tático armado, vindo diretamente para Pet Shop Bicho Meu. E a bola rola e a torcida vibra, estão chegando, partiu para o ataque, vai adotar, vai adotar, adotoooooooo!!!

TEC: Entra trilha 02 Torcida do jogo de futebol.

LOC 2 Masculino : Venha jogar nesse time com o coração, adotando nossos mascotes ganhe dez quilos de ração ABE, estamos no pet shop bicho meu, rio Juruá, número dezesseis, Vieir Alves, Fone: três, dois, meia, sete, onze, onze.

CONSIDERAÇÕES

A partir desta produção radiofônica, que foi proporcionada através de uma tarefa em sala de aula, a criação e produção do spot apresentado neste paper apresentou uma grande relevância na formação acadêmica dos alunos envolvidos, na medida em que proporcionou a oportunidade de conhecer mais a fundo como funciona a elaboração de um spot. E foi o primeiro contato com criação de um spot radiofônico. Realizamos com parceria, criatividade, dedicação, disciplina e responsabilidade.

E a experiência de escrever o roteiro, gravar e, posteriormente, participar do processo de edição do produto foi uma experiência bastante enriquecedora. Os alunos com

este trabalho cresceram não só como estudiosos da comunicação, mas também como futuros profissionais que pretendem ser.

Segundo Carl Hausman, O rádio continua merecedor de seu apelido “A Mídia Mágica” até hoje, oferecendo aos meios digitais um amplo leque de programação e permanecendo, ao mesmo tempo, o acompanhante do estilo de vida do ouvinte, a voz amiga, a música eu toca no lugar certo e a fonte de notícias e informações mais imediata à disposição tanto em tempos de calma quanto em épocas de crise”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARETTO, L. A. **Rádio: Teoria e prática** São Paulo: Summus, 2014.

ROMAN, K.; MAAS, J. **Como fazer sua propaganda funcionar** São Paulo: Nobel, 1994.

HAUSMAN, C. **Rádio: produção, programação e performance** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

BARBOSA, F. A. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio** São Paulo: Paulinas, 2003.

CÉSAR, C. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM** São Paulo: Summus, 2009.

SANT’ANNA, A. **Propaganda: Teoria, Técnica e Prática.** São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Texto obtido e Disponível < <https://digitaispuccampinas.wordpress.com/2014/02/27/cresce-para-30-milhoes-o-numero-de-animais-abandonados-no-brasil/> > Acesso em: 15 de Abril 2015.

Texto obtido e Disponível < <http://www.emtempo.com.br/abandonados-pelos-donos-animais-de-rua-se-tornam-ameacas-em-manaus/> > Acesso em: 19 de Abril 2015.

Texto obtido e Disponível < http://www.cmm.am.gov.br/wp-content/uploads/2013/08/LEI_1717_DE_22_01_2013.pdf > Acesso em: 21 de Abril 2015