

Na Rota do Chef Você Faz o Bem!¹

Aline SILVA,
Eduarda PRADO²,
Jacqueline LARROSA,
Luara CHRISTIE,
Mariana MARIATTI,
Natália LIMA,
Rafaela VASCONCELOS.
Daniel LADEIRA³

Faculdades Integradas Rio Branco, São Paulo, SP.

RESUMO

Este estudo é um projeto proposto por docentes do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdades Integradas Rio Branco. O trabalho refere-se a uma campanha publicitária experimental para divulgar a segunda edição da Rota do Chef, ação promocional idealizada pela da Associação Viva e Deixe Viver, que visa levantar fundos para a manutenção dos trabalhos voluntários na Saúde realizados pela Associação. Para tal, foi produzido: um logotipo para a campanha, um spot de rádio para São Paulo e outro para Salvador, um vídeo para a internet, anúncios para mídia impressa, uma trilha sonora exclusiva e uma mídia alternativa.

PALAVRAS-CHAVE Ação Social. Livro infantil. Leitura. Projeto social. Voluntariado. Voluntário. Viva e Deixe Viver. Associação Viva e Deixe Viver. Boa ação. Rota do Chef.

1 INTRODUÇÃO

Este projeto é uma campanha publicitária experimental para a Rota do Chef, ação promocional idealizada pela da Associação Viva e Deixe Viver em 2003, que até hoje tem como padrinhos e apoiadores os atores Lima Duarte e Eva Wilma. A Viva e Deixe Viver⁴ é uma OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, que exerce um trabalho

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Publicitária.

² Aluna líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: duda.prados@gmail.com

³ Orientador do trabalho, professor do Curso de publicidade e Propaganda, e-mail para contato: professorladeira@gmail.com

⁴ Associação Viva e Deixe Viver. Disponível em: < <http://www.vivadeixeviver.org.br>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

voluntário de contadores de histórias para crianças e adolescentes em hospitais de todo o Brasil.

Nossa campanha divulgaria a segunda edição da Rota do Chef, que aconteceria em outubro de 2012. A própria Viva e Deixe Viver selecionou dez restaurantes parceiros na cidade de São Paulo e outros dez restaurantes em Salvador. Em São Paulo, o cliente que comprasse o prato “Sugestão do Chef” em um dos restaurantes participantes, ganharia um livro da coleção infantil exclusiva “Bem Estar”, escritos e ilustrados por Dulce Rangel. Cada restaurante faria a distribuição de um livro da coleção e para completá-la, o consumidor seria incentivado a realizar uma rota pelos restaurantes participantes. Parte do valor do prato “Sugestão do Chef”, seria convertido para os fundos da Associação.

Em Salvador o projeto seria realizado com a mesma mecânica da ação em São Paulo. Entretanto, além de levar para casa o livro, o filho do cliente que completasse a coleção ganharia uma oficina culinária.

Para essa divulgação, criamos um logotipo especial para a Rota do Chef, anúncios para a mídia impressa tradicional, uma música exclusiva para a Rota do Chef, um vídeo para ser divulgado na web, um spot de rádio para São Paulo e outro para Salvador e uma mídia alternativa.

2 OBJETIVO

Quase dez anos já havia se passado desde a primeira edição da Rota do Chef, e muitas mudanças foram realizadas nesse período, tanto no que se diz respeito à mecânica da ação, quanto nas parcerias com os restaurantes. Por isso, precisávamos apresentar novamente a Associação Viva e Deixe Viver aos consumidores e despertar neles um desejo de participar da Rota do Chef.

De acordo com Vânia D’Ângelo Dohme, professora e doutora do Curso Especialização em Gestão do Terceiro Setor da UPM, a vontade de ajudar ao próximo é inerente no brasileiro. No livro *Marketing Para o Terceiro Setor*, Dr^a Vânia diz que “[...] as pesquisas já mostraram que é grande o número de pessoas dispostas a contribuir com o próximo, porém muitas não sabem como.”⁵ Partindo deste ponto, observamos que o principal objetivo da campanha não era apenas fazer com que os consumidores conhecessem a Viva e Deixe Viver, era mais que isso, era necessário mostrar ao

⁵ GUERRA, Ana Paula Drummond et al. **Marketing Para o Terceiro Setor**. São Paulo: Instituto Presbiteriano Mackenzie, 2006

consumidor como era possível ajudar de forma simples, rápida e que levaria uma sensação de prazer inigualável.

3 JUSTIFICATIVA

O nosso tema partiu do raciocínio simples e básico de que todo adulto já foi criança um dia, e que se pudéssemos através de textos e imagens fazer com que esse adulto navegasse entre as próprias lembranças felizes da infância, conseguiríamos sensibilizá-los para que pudessem entender o quão importante é o trabalho voluntário dos contadores de histórias na Saúde e assim, os consumidores se sentiram à vontade para confiar na Associação e a participação na ação ocorreria de forma prazerosa. Toda a campanha desenvolvida pelo grupo, tem como fundamento conscientizar o adulto da importância da leitura e da grandiosidade do trabalho voluntário da Associação Viva e Deixe Viver. O trabalho de fortalecimento de imagem é muito importante, para isso, segundo Mônica Bonilha:

“Para que uma ONG seja mais apreciada e querida que outra, precisa de um trabalho amplo. Marca imagem, confiança, credibilidade, tudo isso conta, mas, de maneira inexplicável, uma ONG pode ser mais amada que outra [...]. A imagem é o maior patrimônio de uma instituição. Uma vez danificada, dificilmente a instituição conseguirá se reerguer.” (NOGUEIRA, 2006. p: 65).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a divulgação da segunda edição do projeto Rota do Chefe, foi desenvolvido um spot de rádio de 30 segundos e uma trilha sonora exclusiva para o projeto. Além disso, criamos um vídeo de 30 segundos para a web utilizando a técnica stop motion (seqüência de fotos que quando dispostas uma seguida da outra, dão movimento à imagem). Para este vídeo, a trupe “O Teatro Mágico”⁶ doou para nós a música “Pratododia”, e passou para a Viva e Deixe Viver o direito de utilizar a música gratuitamente. Tanto a redação quanto as músicas utilizadas na campanha, dão ao ouvinte a sensação de roda, de continuidade e de união.

O logotipo utilizando anteriormente na campanha, já não condizia com o propósito atual da Rota do Chefe, por isso, foi desenvolvido um novo logotipo, que tem o objetivo de

⁶ **O Teatro Mágico.** Disponível em: <<http://oteatromagico.mus.br>>. Acesso em 20 de março de 2012

ser mais divertido e chamativo, principalmente para as crianças. Criamos também anúncios para a mídia impressa tradicional (jornal e revistas), e uma mídia alternativa: um display de mesa que mostra os títulos dos livros da coleção “Bem Estar” e propõe uma brincadeira para distrair o consumidor enquanto ele espera a chegada do prato.

Para a mídia impressa, além da criação dos anúncios, fizemos também algumas sugestões de veículos de comunicação que tem o público-alvo semelhante ao dos restaurantes participantes (classe social A e B), e que trabalhassem com um conteúdo sério e, principalmente, nos permitisse uma possibilidade de inserção gratuita. Os veículos sugeridos foram: jornal Folha de S. Paulo (Cadernos Comida e Coluna da Mônica Bêgamo), Revista Veja São Paulo, Rádio Alfa FM, Rádio Cultura e Rádio CBN. Porém, as sugestões de mídia apresentadas passariam por uma análise da equipe de assessoria de imprensa da Associação Viva e Deixe Viver e toda a negociação partiria da própria Associação, conforme fora solicitado pelo próprio cliente.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Associação Viva e Deixe Viver não possuía recursos financeiros destinados à divulgação da Rota do Chef, tudo era feito através de parcerias com jornais, gráficas, restaurantes, etc. Por isso, precisávamos criar formas que não fugissem do escopo que eles tinham e que não envolvesse um alto valor para aplicação da campanha. Assim, a internet foi uma grande aliada, pois grande parte da nossa ação seria feita através dessa ferramenta.

6 CONSIDERAÇÕES

O projeto teve papel fundamental na carreira de todas as componentes do grupo, nos ensinou muito não só em quesitos técnicos, mas também agregou valor na nossa maneira de ver a vida, o olhar para o próximo e a conscientização da grandiosidade de um trabalho voluntário.

Todo o nosso esforço foi recompensado com o brilho no olhar do nosso cliente, do nosso professor e na nossa certeza e plena satisfação ao ver que o trabalho superou as expectativas. Mais que os elogios que recebemos, ficamos gratas pela experiência e confiança depositadas em nós.

REFERÊNCIAS

Bibliográficas:

- CAVELAGNA, César. **Como Criar Personagens**. V.1. ed. Europa, 2012.
- LARA, Milton. **Publicidade: A Máquina de Divulgar**. V.1. ed. Senac São Paulo, 2010.
- LUPTON, Ellen. **A Produção De Um Livro Independente: Um guia para autores, artistas e designers**. V.1. ed. Rosari, 2011.
- JESUS, Virgínia Maria Antunes de; WEG, Rosana Morais. **O Texto Acadêmico: Projeto de Pesquisa e Monografia**. V.1. ed. Esfera, 2009.
- PEDROSA, Israel. **O Universo da Cor**. V. 6. ed. Senac Nacional, 2003
- SAMARA, Santos Beatriz. **Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia**. v.4. ed. Editora Prentice Hall, 2006.
- GUERRA, Ana Paula Drummond et al. **Marketing Para o Terceiro Setor**. São Paulo: Instituto Presbiteriano Mackenzie, 2006

Eletrônicas:

- Associação Viva e Deixe Viver**. Disponível em: < <http://www.vivaedeixeviver.org.br/> >. Acesso em: 10 de fevereiro de 2012.
- O Teatro Mágico** . Disponível em: <<http://oteatromagico.mus.br>>. Acesso em 20 de março de 2012

APÊNDICE A: Logotipo da campanha



APÊNDICE B: Display de mesa



APÊNDICE C: Anúncios para mídia impressa

Página Indeterminada:



A Viva e Deixe Viver é uma associação de contadores de histórias em hospitais para crianças e adolescentes.

A Rota do Chef, que promove um tour de sabor por restaurantes da cidade de São Paulo. Na compra de um prato especial, você ganha um livro infantil da coleção sobre saúde e bem estar.

Complete a rota e ganhe os dez livros da coleção!

Participe!

**Na Rota do Chefe
você faz o bem!**

Para saber quais os restaurantes participantes, acesse: vivaedexeviver.org.br

Página Dupla





A Viva e Deixe Viver é uma associação de contadores de histórias em hospitais para crianças e adolescentes.

A Rota do Chef, que promove um tour de sabor por restaurantes da cidade de São Paulo.

Na compra de um prato especial, você ganha um livro infantil da coleção sobre saúde e bem estar.

Complete a rota e ganhe os dez livros da coleção!

Participe!

**Na Rota do Chefe
você faz o bem!**



Para saber quais os restaurantes participantes, acesse: vivaedexeviver.org.br

APÊNDICE D: Spot de Rádio

- **Cliente:** Associação Viva e Deixe Viver.
- **Peça:** Spot de rádio 30's.- Salvador e São Paulo
- **Título:** Você ajuda e faz o bem.
- **Objetivo:** Divulgar o “Projeto a Rota do Chef”, para que mais pessoas participem e completem toda a “Rota”. Otimizando assim, o resultado de maiores recursos revertidos para a Associação Viva e Deixe Viver.
- **Data:** 21/03/2012.
- **Público Alvo:** Consumidores dos restaurantes participantes.

| Tempo | Áudio |
|--------------|---|
| 30's | O PROJETO “ROTA DO CHEF” TE CONVIDA PARA UM TOUR DE SABOR E AO MESMO TEMPO DE TRANSFORMA EM UM SÁBIO LEITOR. |
| | SÃO RESTAURANTES, PRATOS ESPECIAIS E LIVROS SENSACIONAIS. |
| | A “ROTA DO CHEF” É UM PROJETO DA ASSOCIAÇÃO VIVA E DEIXE VIVER CONTADORES DE HISTÓRIAS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM HOSPITAIS. |
| | ACESSE: VIVAEDEIXEVIVER.ORG.BR |
| | PARTICIPE! |
| | NA “ROTA DO CHEF” VOCÊ FAZ O BEM. |

APÊNDICE E: Roteiro de TV

- **Cliente:** Associação Viva e Deixe Viver
- **Peça:** Stop Motion 30's
- **Título:** Você ajuda e faz o bem.
- **Objetivo:** Divulgar o “O Projeto a Rota do Chef”, para que mais pessoas participem e completem toda a “Rota”. Otimizando assim o resultado de maiores recursos revertidos para a Associação Viva e Deixe Viver.
- **Data:** 28/04/2012.
- **Público Alvo:** Consumidores dos restaurantes participantes.

| Tempo | Vídeo | Áudio |
|-------|---|--|
| | <p>PLANO GERAL: FUNDO MESA COM TOALHA XADREZ VERMELHA.</p> <p>ENTRA AO FUNDO A TOLHA XADREZ DO LADO ESQUERDO E O PRATO BRANCO DO LADO DIREITO. NO FUNDO DO PRATO SURGE À IMAGEM DE UM “LIVRO” FEITO DE LEGUMES E COM LETRAS SE MEXENDO DENTRO DO LIVRO, A IMAGEM SE DESFAZ E SAI DE CENA.</p> | <p>UMA PORÇÃO DE CONHECIMENTO E UMA PITADA DE SABOR TE TRANSFORMAM EM SABIO LEITOR.</p> |
| | <p>ENTRAM EM SEGUIDA OS FEIJÕES “ANDANDO” FORMANDO PALAVRA “RESTAURANTES”, A PALAVRA SE DESMONTA EM ALGUNS SEGUNDOS E SURGE OS TOMATES CORTADOS QUE DÃO FORMA A PALAVRA “PRATOS” QUE SAEM RAPIDAMENTE DE CENA.</p> | <p>O PROJETO ROTA DO CHEF TE CONVIDA PARA UM TOUR RESTAURANTES/ E DEIXA SUA ALIMENTAÇÃO MAIS INTERESSANTE.</p> <p>SÃO PRATOS E LIVROS SENSACIONAIS.</p> <p>TODA ROTA VOCÊ DEVE</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>FORMA-SE A PALAVRA “LIVROS” FEITA DE PIMENTÃO, QUE POR SUA VEZ DE DESMONTA.</p> <p>SURGE UMA MENININHA FEITA DE LEGUMES, MACARRÃO E TORRADAS, A MENININHA PISCA, A CENA SE DESFAZ. ENTRA O ORÉGANO E O CARRINHO FEITO DE LEGUMES E VERDURA, QUE FAZ UM CIRCULO ,</p> <p>APARECEM DEZ ESTRELAS, DEMONSTRANDO QUE É NECESSÁRIO PERCORRER TODA A “ROTA DO CHEF” PARA A COLEÇÃO DOS LIVROS COMPLETAR.</p> | <p>COMPLETAR PARA TODOS OS LIVROS LEVAR.</p> <p>A ROTA DA CHEF É UM PROJETO DA VIVA E DEIXE VIVER UMA ASSOCIAÇÃO QUE VOCÊ PRECISA CONHECER.</p> |
| | <p>É DADO UM ZOOM NA CÂMERA E APARECE O LOGO DA NOVA CAMPANHA DE 2012 DO PROJETO A “ROTA DO CHEF” E O SITE DA ASSOCIAÇÃO NO FINAL EM AMARELO VIBRANTE”.</p> | <p>SÃO CONTADORES DE HISTÓRIAS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM HOSPITAIS/ QUE LEVAM ALEGRIA E MUITO MAIS. ACESSE: WWW.VIVAEDEIXEVIVER.ORG.BR</p> |