

Lampião Dona Matilde¹

André Henrique PIOVEZAM²

Débora Vernoschi SEBRIAN³

Deivid MÜLLER⁴

Geisiely BONTADINE⁵

Matheus Arantes NUNES⁶

Viviane Lélis ROCHA⁷

Paulo César D'ELBOUX⁸

Vivian Elena Ribeiro BARBONI⁹

Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara, Santa Bárbara d'Oeste, SP.

RESUMO

O trabalho visa abranger o planejamento de marketing de lançamento do prato “Lampião” para o cliente restaurante Dona Matilde e a criação do Spot da campanha. Para o embasamento teórico foram utilizados livros de grandes autores sobre planejamento de marketing, posicionamento de mercado e valor para o cliente, assim como o briefing coletado juntamente com o cliente, dono do restaurante dona Matilde bem como livros e artigos sobre o tema “Spot” e rádio.

PALAVRAS CHAVES: campanha; rádio; spot; nordestina.

1 INTRODUÇÃO

O nome do restaurante – Dona Matilde – partiu de um bairro da cidade de Nova Odessa chamado “Mathilde Berzin”, bairro esse onde José Carlos, o proprietário do

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

² Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: andre_piovezam@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: debora.vernoschi@gmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: deviswills@gmail.com.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: geisielybontadine@hotmail.com.

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: matheusan@live.com.

⁷ Aluno líder do grupo e Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: vivianerocha91@hotmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: paulo.delboux@aedu.com

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: vivian.barboni@aedu.com

restaurante viveu sua vida toda e foi a partir daí que o sonho dele se tornou realidade, e hoje ele atende grandes firmas empresarias e também um forte público já conquistado pelos sabores e aromas, como também pelo ambiente agradável e aconchegante.

O restaurante Dona Matilde foi inaugurado no ano de 2009 e no início, José Carlos ainda não tinha nenhuma orientação sobre culinária, apenas sabia sobre como gerenciar um negócio. Graduado em direito, resolveu abrir o restaurante para atender a população de Nova Odessa. O restaurante partiu da ideia de oferecer aos seus clientes uma refeição de qualidade, a um preço justo, sempre melhorando seus serviços prestados com a ajuda dos consumidores.

Neste trabalho será apresentado a criação do spot para o Prato Lampião.

2 OBJETIVO

Apresentar o roteiro do Spot feito para o restaurante Dona Matilde a fim de divulgar o lançamento de um prato típico nordestino: Lampião

3 JUSTIFICATIVA

Spot é uma locução pré gravada - em geral, um comercial- A produção de comerciais, no que se refere a gerentes e proprietários, está no cerne do principal propósito do rádio: obter lucro.

"Os comerciais geralmente são considerados pelos ouvintes como uma interferência e, assim, uma mensagem que pareça ser entediante e ao mesmo tempo inadequada será duplamente desagradável" (HAUSMAN, p.269)

A nova tendência no ramo da propaganda de rádio é fazer mais com menos com o objetivo de diminuir a interferência.

"O principio mais importante da propaganda de rádio é que os comerciais, assim como a programação , deve atrair a atenção do público, sem ser irritantes." (2010, p.271)

Um comercial de rádio precisa ser eficiente em termos de som, afinal o veículo não tem imagem, porém isso não é bem uma desvantagem. Uma imagem na mente pode ser definitivamente mais persuasiva que uma imagem na tela.

A imaginação do ouvinte é manipulada para a mensagem pelo uso de música e de técnicas dramáticas.

Segundo Bill Burton “O rádio é um veículo de vendas ideal para estimular tanto a imaginação quanto a mente.” A propaganda de rádio pode ser feita e (deve) ser feita para um público alvo, o bom disso é que geralmente esse público é bem definido.

Não basta apenas reproduzir listas mercadorias e preços num anúncio "o rádio precisa entrar no teatro da mente" (2010, p.291).

A música é uma ferramenta importante na produção do rádio, mas é útil apenas quando reforça o tema central do spot, assim com a voz do locutor que é importante mas precisa ser apropriada para o spot em questão.

O Spot de lançamento do Lampião para o cliente Dona Matilde teve como intuito reforçar com a voz do locutor a regionalidade específica que o restaurante pretende trazer com o lançamento, trazendo ao público simpatia com o sotaque do locutor e chamando a atenção daqueles que apreciam as comidas típicas nordestinas e também aqueles que sempre tiveram curiosidade de experimentar um prato nordestino.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a criação do spot, foi realizado um forte embasamento cultural, a fim de respeitar a tradição estética da região nordestina. Foram utilizados sons e um locutor com sotaque que remetem à cultura nordestina e ao clima típico da região.

O prato principal composto por Baião de dois, mandioca com bacon, maxixe refogado, porção de carne seca (opcional), e que recebeu o nome de Lampião. Ao prato principal pode se adicionar mais um ingrediente: Torresmos de porco fritos à pururuca

A sobremesa intitulada Maria Bonita é composta por Leite condensado, amendoim torrado, biscoito de maisena, margarina e chocolate em pó (Doce popularmente conhecido como “Pé-de-Moça”).

Origem do nome

O nome do prato se origina do agreste nordestino, onde viveu Virgulino Ferreira da Silva, mais conhecido como Lampião, o rei do cangaço. Durante os anos de 1900 a 1938, Lampião foi sinal sinônimo de pavor (e respeito) entre os habitantes de Pernambuco e os estados vizinhos; principalmente pelas centenas de mortes de oficiais e coronéis gananciosos associados a ele.

Lampião, juntamente com Maria Bonita (sua esposa) e seu “bando” embora fossem considerados assassinos pelo governo, porém, eram visto como os “benfeitores do cangaço” pelo povo nordestino; principalmente pela sua fama de saquear fazendeiros, políticos e coronéis para repartir entre os mais humildes e necessitados.

Por este motivo, Lampião é tido até hoje como símbolo de justiça e honestidade entre o povo nordestino.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O Spot de lançamento do prato Lampião para o restaurante Dona Matilde utiliza a voz do locutor com sotaque e linguagem regional específica. Com isso o spot visa trazer simpatia do público com o restaurante. O sotaque do locutor chama a atenção daqueles que apreciam as comidas típicas nordestinas e também aqueles que sempre tiveram curiosidade de experimentar um prato nordestino.

Abaixo roteiro do Spot:

5.1 Roteiro Spot

Emoção	Tempo	Técnica	Áudio/texto	
	0'' a 2''	Musica nordestina em BG		
Loc1: Tom de voz animado, sotaque paulistano até o final.	2'' a 5''	Musica nordestina em BG até o final do Spot.	Loc: Agora no Dona Matilde , o nordeste ficou mais perto de você!	
	5'' a 6''		Loc2: Como assim rapai?	
Loc2: Voz adulta, sotaque nordestino até o final.	6'' a 7''		Loc1: Calma,eu explico	
	7'' a 8''		Loc2: Então fala homi!	
	8'' a 12''		Loc1: É o domingo arretado no restaurante Dona Matilde, as melhores comidas nordestinas num só lugar.	
	12'' a 14''		Loc2: E eu posso levar minha famia?	
	14'' a 17''		Loc1: Mas é claro, aproveita e pede nosso prato especial, o lampião.	
	17'' a 18''		Loc2:E a sobremesa, tem não?	
	18'' a 21''		Loc1: Na compra do prato Lampião, você adquire a sobremesa Maria bonita!	
	21'' a 23''		Loc2:me fala o endereço ai cabra	
	23'' a 30''		Loc1:fica na Rua Francisco Bueno nº49, em Nova Odessa, e o telefone:3476-5804,3476-5804	
 <p>Comunicazione comunicação integrada</p>	ANUNCIANTE/CLIENTE Restaurante Dona Matilde		DATA 02/04/13	PÁGINA 1
	TÍTULO Domingo Arretado		FORMATO Spot	TEMPO 30''
	REDATOR/AGÊNCIA Agência Comunicazione		APROVAÇÃO DO PROFESSOR – DATA	

6 CONSIDERAÇÕES

Pretendeu-se com este trabalho proporcionar de forma objetiva e clara o planejamento de marketing para a campanha de lançamento do prato “Lampião” e “Maria Bonita” para o restaurante Dona Matilde, localizado na cidade de Nova Odessa- SP, focando no Spot realizado para o lançamento do prato. O Spot utiliza linguagem típica nordestina, criando simpatia do público, e aumentando o interesse na experimentação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SAMPAIO, Rafael – **Marcas de A a Z** – Elsevier, 2002

SAMARA, Beatriz Santos. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**/Beatriz Santos Samara, José Carlos de Barros. – 4. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

HAUSMAN, Carl. **Rádio: produção, programação e performance**/ Carl Hausman... [et al.]; tradução Marleine Cohen; revisão técnica Alvaro Bufarah. - São Paulo: Cengage Learning, 2010.