



JOANA: Mamãe, meu irmão me bateu!
MÃE: Não se preocupe, Joana, ele vai mudar.
TÉCNICA: Música de passagem de tempo.
JOANA: Mamãe, meu namorado me agrediu!
MÃE: Não se preocupe, Joana, ele vai mudar.
TÉCNICA: Música de passagem de tempo.
JOANA: Mamãe, apanhei do meu marido!
MÃE: Não se preocupe, Joana, ele vai mudar.
LOCUTOR: Joana perdeu trinta anos esperando que o homem mudasse. E você, quantos anos já perdeu?

(Spot da campanha de combate à violência contra a mulher, veiculada no Peru).

O que é?

É uma produção curta e impactante feita com a intenção de vender e promover uma idéia ou um produto, com duração média de 30 segundos.

Como se faz?

Antes

É importante pensar que idéia ou produto se quer vender, para quem e por quê. Escolha um fundo musical adequado, que combine com a mensagem a ser gravada. De acordo com o público a ser atingido, defina o horário de veiculação do spot.

Durante

Na hora de escrever o spot, utilizar o esquema dos quatro Cs: curta, concreta, criativa e completa. Isto significa que a mensagem do spot é:

Curta: objetiva, usa frases curtas e tem duração média de 30 segundos;

Concreta: o texto do spot é direto e envolve o ouvinte;

Criativa: o spot usa recursos criativos como efeitos sonoros, músicas e uma locução adequada ao texto;

Completa: tem começo, meio e fim. Estimula a atenção desde o início, mantém o interesse crescente e provoca algum tipo de reação no ouvinte.

É importante acompanhar a gravação para que o resultado final esteja de acordo com o seu roteiro. Escute a programação da rádio para verificar se a veiculação está ocorrendo no horário correto e adequado ao público.

Depois

procure avaliar a repercussão do Spot: se as pessoas estão comentando, se lembram do que se trata; se for um produto, verifique se aumentou a procura;

2- pergunte a si mesmo: o que poderia ter sido melhor? O fundo musical estava realmente de acordo com o conteúdo da mensagem?.

Como utilizar?

O spot pode ser usado várias vezes durante a programação da emissora ou várias vezes durante o programa, em um período máximo de um mês.

Como capacitar?

Pedir que as pessoas lembrem de comerciais de rádio ou TV que mais gostaram;

Encenar os mais lembrados;

Escolher o melhor e dizer o porquê;

Sistematizar as características que apareceram como mais importantes;

aliando a utilização dos elementos (efeitos, música, voz, texto etc.), de acordo com o esquema dos 4 Cs.