

A PUBLICIDADE INVISÍVEL: A FORÇA DO ÁUDIO EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

Alana Vitória da Silva[1];
Isabella Calderan Donzella[2];
Kayque Corrêa Pereira[3];

[1]Graduanda em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNISAGRADO (alanavs2015@gmail.com)
[2]Graduanda em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNISAGRADO (isa.donzella@gmail.com)
[3]Graduando em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNISAGRADO (kayquecorreaallen@gmail.com)

RESUMO

A comunicação por intermédio da mídia sonora possibilita a expansão de uma mensagem de forma lúdica e eficaz, por meio de sua manipulação e de um alcance interpretativo distintos. O estudo referente à publicidade não visível se torna relevante pela aplicação de um formato que pode ser moldado conforme a evolução midiática, mostrando-se útil em seu objetivo de propagação, inclusão e venda, utilizando apenas o sentido auditivo como estímulo a determinada ação. Sendo assim, a produção de um spot (peça sonora curta) elaborada, apresenta a utilização do áudio como estratégia em campanhas publicitárias, influenciando de forma significativa a maneira como uma marca pode ser consolidada, construída e lembrada.
Palavras-chave: mídia sonora; campanhas publicitárias; áudio.

INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o estudo e a elaboração de um spot publicitário, destacando suas qualidades e vantagens no mercado da publicidade. O spot é uma peça sonora curta, geralmente veiculada em rádios ou plataformas digitais, com o objetivo de divulgar produtos, serviços e eventos, de maneira objetiva, chamativa e impactante. A escolha por desenvolver um spot publicitário se justifica pela sua importância na comunicação, por ser algo dentro do cotidiano da sociedade, mas que causa impacto no ato de consumo, compra ou contratação. Usar da mídia sonora para alcançar um consumidor e fixar a mensagem da marca na mente do cliente, é um dos principais objetivos de um spot e sua maior qualidade.



OBJETIVOS

Busca-se, neste trabalho, desenvolver e produzir um spot publicitário que aplique os aprendizados e conhecimento que adquirimos ao longo do estudo de mídias sonoras na publicidade, trazendo o desenvolvimento de roteiros, aplicação de sonoplastia e conhecimentos de técnicas de edição, além de, refletir sobre como os elementos sonoros influenciam a percepção e a recepção da mensagem pelo público e entender como vender um produto a partir disso.

METODOLOGIA

A elaboração do spot radiofônico foi feita em trio, dividido em etapas de roteiro, gravação e edição sonora. Inicialmente, escolhemos decidimos que o produto a ser anunciado seria o plano Família do Spotify, e a partir disso buscamos uma linguagem que fosse ao mesmo tempo publicitária e cômica, utilizando vivências do cotidiano do nosso público-alvo. Como ponto de partida, pensamos em frases populares usadas por pais, e optamos pela frase: “no meu tempo eu já era casada e tinha filhos”, apenas adaptando para o universo do spotify: “no meu tempo eu já tinha o Spotify no plano Família”. O roteiro foi estruturado para simular uma cena familiar durante o jantar, com foco na interação entre pais e filhos. A gravação foi realizada com vozes dos próprios integrantes do grupo, utilizando equipamentos de captação sonora disponíveis no núcleo de produção multimídia da UNISAGRADO. Em seguida, com a ajuda do supervisor do Núcleo, realizamos a edição do spot, aplicando trilha sonora, ajustes de volume e efeitos de ambiência para reforçar a naturalidade da cena.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

O resultado foi um spot de curta duração, com uma linguagem leve, com tom humorístico, simulando uma situação familiar cotidiana. A mensagem sobre o plano Família do Spotify foi transmitida de forma criativa, explorando a relação geracional com a tecnologia. O uso da metáfora contribuiu para a originalidade do anúncio, gerando identificação e promovendo o produto de maneira sutil. A ambientação sonora e as atuações contribuíram para a credibilidade da cena, tornando o material atrativo tanto no aspecto técnico quanto comunicacional.

CONCLUSÕES

A produção do spot publicitário para o plano Família do Spotify apresentou a eficácia da mídia sonora como ferramenta estratégica na comunicação publicitária. Através da composição de elementos sonoros, roteiros bem estruturados, sonoplastia e ambientação, foi possível criar identificação emocional com o público e transmitir determinada mensagem de forma rápida, criativa e eficaz. Assim também, como na escolha de uma linguagem cômica e cotidiana proporcionando um alto nível de aproximação com o público-alvo, por meio da familiaridade com a situação



apresentada. A mídia sonora, ainda que invisível, se mostra extremamente relevante e eficiente no cenário publicitário contemporâneo, contribuindo para a construção de narrativas envolventes que estimulam a lembrança e a preferência de consumo.

REFERÊNCIAS

SPOTIFY. *Trabalho final – Propaganda desenvolvida para o plano Família do Spotify*. YouTube. Disponível em: https://youtu.be/YzR0MYDktP8?si=_D8cq8PPzPGHrlG7. Acesso em: 26 abr. 2025.

TELEXA, L. *O que é spot e como criar?* Disponível em: <https://midia.market/conteudos/midia/o-que-e-spot-e-como-criar/>. Acesso em: 25 abr. 2025.

GOMUS. *Música e publicidade: o poder das propagandas pautadas em música*. Disponível em: https://gomus.com.br/blog/para-sua-marca/musica-e-publicidade-o-poder-das-propagandas-pautadas-em-musica/. Acesso em: 25 abr. 2025.