

## **PROJETO EXPERIMENTAL**

Projeto de Campanha Publicitária apresentada ao Núcleo Docente Estruturante do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária como requisito para aprovação da unidade curricular de Projeto Experimental.



## MÚSICOS LOCAIS

**Nome dos autores:**

Daniel Mota de Sousa  
*Graduando do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária*

Gildásio Amorim  
*Graduando do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária*



## 1. INTRODUÇÃO

Balsas é uma cidade miscigenada, temos pessoas de todos os lugares do mundo, diferentes tradições e um grande caldeirão cultural.

A música é um dos elementos que compõe essa grande diversidade cultural da cidade de Balsas. A cidade de Balsas tem inúmeras bandas, grupos musicais que movimentam e enriquecem grandes eventos e acontecimentos culturais na cidade Balsense.

Balsas é repleto de músicos talentosos, mas de pouca valorização cultural e a campanha busca destacar e conscientizar a sociedade sobre a necessidade da valorização e estímulo para essa importante categoria profissional que faz acontecer a noite Balsense.

Foi observado nos grupos musicais e fazedores de cultura da região uma enorme insatisfação em relação ao reconhecimento do público e a um retorno financeiro que possibilite seu sustento, bem como de sua família.

Ser músico em Balsas não é fácil. Baixa remuneração, alto custo de manutenção e de aquisição de equipamentos e instrumentos, são fatores que tem levado essa categoria a enfrentar grandes dificuldades. Cachês baixos, falta de estrutura nas casas noturnas e uma grande exigência de performance e público por parte dos contratantes são fatores desestimulantes para essa categoria.

Baseado neste sombrio cenário que se apresenta, será desenvolvido uma campanha publicitária para conscientizar público, donos de casas noturnas e músicos sobre a importância da valorização deste profissional.



## 2. OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo Geral

Conscientizar o público balsense para uma maior valorização da categoria de profissionais da música local com uma campanha publicitária voltado para o público jovem.

### 2.2 Objetivos Específicos

- Criar uma campanha publicitária com o intuito de mostrar toda a pluralidade e a riqueza da música regional.
- Despertar na comunidade musical local a necessidade de aperfeiçoamento e melhor nível de profissionalização.
- Fortalecer a categoria dos músicos locais incentivando o trabalho em conjunto e uma maior integração.
- Fazer com que a sociedade compreenda e valorize o trabalho desenvolvido pelos músicos locais e a sua grande importância para a cultura de nossa cidade.

## 3. DESCRIÇÃO DO OBJETO PUBLICITÁRIO

A ideia principal é fazer com que o músico local seja valorizado e que a sociedade balsense entenda a grande importância deste profissional no desenvolvimento cultural da região. Para alcançar tal objetivo serão feitas peças publicitárias direcionadas para públicos específicos, outdoor com mensagem curta e direta mostrando a riqueza e a diversidade musical da cidade de Balsas, panfleto informativo destacando as habilidades e qualidades do músico balsense, minidoc em vídeo retratando a rotina de ensaios, o dia-a-dia e as dificuldades enfrentadas pelos músicos locais.

Esta campanha publicitária pretende colocar de vez o músico balsense no cenário local em igual patamar de renomados artistas nacionais, fomentando assim o mercado gerando reconhecimento, desenvolvimento e renda, afinal uma cultura rica é sinal de povo feliz.

## 4. SINOPSE

Balsas é uma cidade miscigenada, de diferentes tradições e de um grande caldeirão cultural. A música é um dos elementos que compõe essa grande diversidade da cultura balsense. A cidade é repleta de músicos talentosos, mas de pouca valorização. A campanha a ser desenvolvida busca destacar a importância dessa categoria na cultura local e da região. Mostrar ao público, donos de casas noturnas e músicos sobre a importância da valorização deste profissional.



## **5. ROTEIRO**

Vídeo produzido com uma linguagem intimista e baseado em depoimentos de músicos renomados da cidade de Balsas-MA

Artistas com muito anos de carreira de vários estilos musicais e trajetórias diferentes, expressam de uma forma clara todas as dificuldades enfrentadas por eles nessa difícil missão de fazer música de qualidade.

Na produção desse vídeo foram utilizados os seguintes equipamentos:

- Uma câmera DSLR Cânon t5i;
- Uma lente Cânon 17 - 55 f2.8;
- Um tripé benro com cabeça hidráulica e estrela de solo;
- Microfone de lapela sennheiser g3;
- Câmera sopro hero3+;
- MacbookPro i7.

## **6. CONCEITUAÇÃO FOTOGRÁFICA**

Fotografias simples com depoimentos em 3ª pessoa

## **7. DIREÇÃO DE ARTE**

Depoimentos com insertes das atividades dos entrevistados com uma linguagem simples e direta.



## 8. ADEQUAÇÃO AO PÚBLICO

A campanha foi dividida em apenas três canais no qual conseguirá atingir todo o público alvo, especificamente, o público jovem..

Vídeo, Outdoor e Panfleto.

- Vídeo – Os vídeos são mais interessantes do que o conteúdo de texto, e os usuários estão mais inclinados a lembrá-los. Sabendo-se que a grande maioria dos jovens estão conectados nas mídias sociais como Facebook, Twitter, Instagram, o vídeo foi escolhido para atingir em massa esse público. Trazendo em sua essência um estilo juvenil, para despertar o interesse dos jovens em assistir todo o conteúdo e serem conquistados pela mensagem;
- Outdoor - É a forma mais eficiente e rápida de se massificar o tema de uma campanha. Pensando nisso essa mídia foi escolhida para atingir o público que frequentemente faz caminhada em frente ao Hiper Mateus, visto que trata-se de uma mídia objetiva de mensagem curta, tendo que ser compreendida em poucos segundos;
- Panfletos – Possuem uma linguagem mais objetiva, de leitura curta, fácil, e com um campo para que a pessoa possa encontrar mais informações. Os panfletos serão distribuídos em lugares bem movimentados como por exemplo, em frente ao Hiper Mateus (faixa de pedestre).

## 9. ORÇAMENTO

CUSTOS NECESSÁRIOS NO DESENVOLVIMENTO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA		
SERVIÇO	QUANTIDADE	VALOR
VIDEO (MINIDOC)	1	R\$ 2.500,00
FOLDER (21X15 CM)	1000	R\$ 250,00
OUTDOOR 9X3M (IMPRESSÃO)	3	R\$ 1.050,00
OUTDOOR 9X3M (LOCAÇÃO - 01 Mês)	3	R\$ 1.950,00
SERVIÇOS (PLANEJAMENTO / EXECUÇÃO)	1	R\$ 2.500,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 5.750,00</b>



## 10. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Duração da campanha publicitária, ordem de execução das atividades do projeto.

Ex:

- 1- Realizar visita ao grupo urbano;
- 2- Iniciar processo de escrita de projeto;
- 3- Elaborar estratégias de campanha;
- 4- Levantamento de meios e recursos para execução da campanha;
- 5- ...

Atividade	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
1	X			
2	X	X	X	
3		X		
4			X	
5				

## 11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Produzir o presente trabalho de pesquisa foi de suma importância para ampliar os conhecimentos na área da publicidade aplicados no desenvolvimento da campanha sobre o tema tão presente na sociedade balsense, à desvalorização da categoria musical em Balsas-MA.

Discutir aspectos relacionados a essa desvalorização musical, notadamente no contexto cultural, é muito relevante para a compreensão e conscientização da sociedade.

Balsas é uma cidade com grande diversidade cultural, onde habita diferentes povos do mundo inteiro. Repleta de músicos talentosos, porém com pouca valorização, mas de grande importância cultural. Dada à importância dessa categoria tornou-se necessário o desenvolvimento dessa campanha.

Partindo do objetivo de conscientizar o público balsense para uma maior valorização da categoria de profissionais da música local, foi realizada a campanha com o intuito demonstrar que Balsas têm grandes talentos que não tem o seu devido reconhecimento financeiro e popular.



Para finalizar, a partir dos conteúdos desenvolvidos para este trabalho, foi possível notar o quanto essa campanha possibilitou a aplicação do conhecimento adquirido no curso de Produção Publicitária, pois foi usada todas as peças fundamentais no desenvolvimento de uma campanha para obter sucesso em sua realização.

Esse projeto foi fundamental para a conclusão do curso de Produção Publicitária com a devida capacidade de abraçar o mercado de trabalho. Com a realização dessa campanha foi a peça que faltava para que o acadêmico se sentisse seguro e preparado para grandes desafios no mundo da publicidade.

