

Spot Campanha de doação de órgãos¹

Tamires Quioem PADILHA ²
Jéssica Marques Lino de OLIVEIRA³
Julia Ferreira MARTINS ⁴
Tânia MIRANDA⁵
Universidade Newton Paiva-MG

RESUMO

O spot foi produzido como trabalho avaliativo da disciplina de Multimídia, do curso de Relações-públicas dos alunos do 3º período. Este spot tem a ideia de uma campanha fictícia para incentivar a doação de órgãos.

No Brasil a doação de órgão tem crescido, mas ainda não conseguiu atingir a meta proposta pela Associação Brasileira de Transplantes de Órgãos (ABTO). Pensando nisso foi produzido um spot que tivesse algo impactante para chamar atenção sobre essa conscientização.

Palavras-chaves: doação de órgãos, Brasil, transplantes.

1 INTRODUÇÃO

O trabalho foi desenvolvido para fins acadêmicos para avaliação da disciplina de Multimídia, foi produzida uma criação radiofônica (Spot) para campanha institucional de conscientização a doação de órgãos.

Segundo dados da (ABTO) Associação Brasileira de Transplantes de Órgãos, foram realizados no ano de 2013 7.649 transplantes de órgãos – ante 7.456 em 2012. Ao todo,

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na categoria Relações públicas e comunicação organizacional, modalidade RP 09 produtos de comunicação institucional digital (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: tamiresqp@yahoo.com.br.

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: jessicamqlo@outlook.com

⁴ Estudante do 4º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: jfmartins13@gmail.com

⁵ Orientador do Trabalho. Professor do Curso Relações Públicas, email:taniarrpp@yahoo.com.br

2.526 doaram órgãos – sendo que 68% doaram mais de um. Este número só não foi maior, porque a recusa dos familiares em autorizar a doação subiu: de 41% para 47%.

O problema maior está aí, as famílias não autorizarem. Por isso o doador deve conversar com sua família e manifestar a eles o desejo de doar.

2 OBJETIVO

Objetivo é utilizar o Spot como campanha par incentivar as pessoas a doar órgãos, e comunicar seus familiares este desejo. A necessidade de conscientização entre os familiares dos doadores é a parte mais importante deste processo. Por isso uma campanha sobre isso é essencial.

3 JUSTIFICATIVA

Spot é a uma maneira eficaz, pois é uma ferramenta do rádio, uma mídia de massa que tem um nível alto de alcance para todos os públicos e classes. Doação de órgãos é um tema extremamente frágil, e de grande impacto. Como há uma carência desse tipo de campanhas na área da saúde, escolhemos este tema. Este spot visa conscientizar e incentivar a doação de órgãos no Brasil.

4 MÉTODOS E TECNICAS UTILIZADOS

O Spot foi desenvolvido, com auxílio da professora da disciplina, e com o profissional de rádio dos laboratórios Np4 da Universidade Newton Paiva que é disponibilizado para pratica dos trabalhas acadêmicos de seus alunos.

Foi criado um roteiro, que foi o texto do Spot, após a definição do roteiro, foi escolhida a voz a ser utilizada, e os efeitos.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

No spot utilizamos 30 segundos, com sons de ambulância, coração batendo, para que impressione as pessoas. O spot tem esse objetivo de ser rápido e impactante, por isso o processo foi bem pensado, e os sons usados também.





www.saude.gov.br
DEQUE SAÚDE 0100 41 1997

Tempo é vida.

Uma vida para quem doa é muito. Mas uma vida para quem espera é tudo. Cada minuto que passa faz muita diferença para quem aguarda um transplante. Para ser um doador no Brasil, você não precisa de nada por escrito, em nenhum documento. Basta comunicar sua família do seu desejo de doação. A doação de órgãos só acontecerá após a autorização familiar.

Martida Lima
vê o mundo com os olhos de um doador, há 1 ano.

DOE ÓRGÃOS. DOE VIDA.
Para ser um doador, avise sua família.

Sistema Nacional de Transplantes - SNT
SUS
Ministério da Saúde
BRASIL
UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Spot apresentado foi um aprendizado de uma disciplina do curso de relações públicas, que ensina a utilizar de todos os meios midiáticos alcançar o objetivo traçado pelo projeto, para atender um possível cliente. A escolha da campanha ser de doação de órgãos, é pela

importância deste tema e pelo impacto que é gerado nas pessoas. Spot é uma ferramenta que alcança diversas classes sociais, já que utiliza do rádio uma mídia de massa popular. Conclui-se então que a campanha alcançou o objetivo proposto.

BIBLIOGRAFIA

<http://portalsaude.saude.gov.br/>