

Desenho em Quadrinhos para Campanha de Propaganda da ONG Cãopartilhe¹

Bianca Said SALIM²

Fernando ACÁCIO³

Ludmilla Lara GUSMÃO⁴

Mairy Luiza ALVES⁵

Paloma Leite COSTA⁶

Thais MARCELINO⁷

Lamounier LUCAS⁸

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Com o objetivo de conscientizar a população sobre os maus tratos dos animais, foi desenvolvida uma campanha publicitária com o intuito de ajudar a ONG Cãopartilhe, fundada em 2007, além de aumentar o interesse da população com relação à proteção e aos cuidados com os animais. Como parte da campanha, foram produzidas duas histórias em quadrinhos de cunho educativo para todos os públicos.

PALAVRAS-CHAVE: conscientizar; animais; ONG; proteção.

1 INTRODUÇÃO

Para a apresentação do trabalho do 6º período de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, conhecido como Opus Universitário, cada grupo tem como cliente real uma ONG, para a qual se deve criar uma campanha publicitária com o intuito de resolver os problemas de comunicação do cliente.

O Opus Universitário é o Trabalho Interdisciplinar desenvolvido pelos alunos do 6º período de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Newton Paiva, envolvendo as

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Quadrinhos.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º período do Curso Publicidade e Propaganda, email: bianca.salim@hotmail.com

³ Integrante do grupo e estudante do 7º período do Curso Publicidade e Propaganda, email: fernandoasilva90@gmail.com

⁴ Integrante do grupo e estudante do 7º período do Curso Publicidade e Propaganda, email: ludmilla.lara@gmail.com

⁵ Integrante do grupo e estudante do 7º período do Curso Publicidade e Propaganda, email: mairyluiza@gmail.com

⁶ Integrante do grupo e estudante do 7º período do Curso Publicidade e Propaganda, email: lomaleite@gmail.com

⁷ Integrante do grupo e estudante do 7º período do Curso Publicidade e Propaganda, email: thamarcelino@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho Lamounier Lucas Pereira, email: raoult@bol.com.br

disciplinas do semestre: Criação de Campanhas, Produção em TV, Produção em Rádio, Gerenciamento de Mídia, Produção para Mídia Digital e Direito Publicitário. De acordo com o site Minas Marca de 2012, “o objetivo é criar campanhas de responsabilidade social e/ou desenvolvimento sustentável para clientes reais – ONGs, OSCIPs, instituições, fundações e entidades do terceiro setor, afim de que o aluno perceba a importância da comunicação como ferramenta de formação de opinião e de conscientização e que repense seu papel como cidadão”.

Para a criação da campanha da Cãopartilhe – ONG que atua na cidade de Belo Horizonte e região, destinada à ajuda de animais abandonados e mal tratados –, foi preciso fazer uma pesquisa estruturada para a própria Cãopartilhe, a fim de saber quais eram seus objetivos e como ela queria ser vista pela população, além de um estudo aprofundado acerca dos problemas que a ONG apresentava frente à sociedade.

De acordo com um estudo realizado pela prefeitura de Belo Horizonte, viu-se que o universo de animais de estimação na cidade é de, em média, 300 mil cães e 37 mil gatos⁹. Destes, aproximadamente 10% estavam nas ruas, sem nenhuma supervisão. Sabe-se ainda que, nos períodos das férias, o número de abandono de animais cresce consideravelmente, podendo chegar a mais de 100%.

Observou-se também que os principais problemas vivenciados pela ONG são: o complicado acesso aos animais, o custo dos cuidados realizados aos resgatados que, mesmo sendo cuidados por meio da parceria com clínica veterinária, demandam pagamento por tratamentos e remédios, e acesso a pessoas dispostas a ajudar nos pontos descritos. Além disso, ela não foge do problema vivenciado por diversas ONGs, que é a arrecadação de subsídios para sua manutenção.

Assim, para aderir a uma causa, espera-se do indivíduo conhecimento sobre ela e um conceito introduzido por um processo que não lhe seja a contragosto e que o eduque a respeito de seus direitos e deveres dentro daquele meio. Desta forma, foram desenvolvidas

⁹ Prefeitura de Belo Horizonte. Saúde: Castração Cães e Gatos. **Centro de Controle de Zoonoses e ONGs atuam juntos em defesa da posse responsável.** 2009. Disponível em: <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=saude&tax=20618&lang=pt_BR&pg=5571&taxp=0&>>.

histórias em quadrinhos com desenhos simples e educativos para atingir a todas as classes sociais. Ao trabalhar nesse formato, espera-se chamar a atenção do público como forma de fugir ao convencional e passar a mensagem mais educativa e descontraída, tirando a atenção do que está publicado em volta, durante o tempo de exposição, e garantir o interesse e direcionamento de uma maneira menos imperativa e mais receptiva.

2 OBJETIVO

O objetivo da campanha era desenvolver a comunicação da ONG Cãopartilhe de forma criativa para que a população se conscientizasse quanto aos maus tratos de animais domésticos.

Desta forma, foi criada toda uma campanha educacional, e, como parte dela, foram criadas histórias em quadrinhos com situações reais e cotidianas, porém lúdicas e cômicas, para que a população se sensibilizasse à causa da ONG.

3 JUSTIFICATIVA

Para a criação das histórias levou-se em consideração o fato de o assunto ser bastante pesado. Com isso, muitas pessoas não simpatizam com a causa por ser tratada, muitas vezes, de forma inadequada, possuindo cenas e assuntos fortes. Na tentativa de resolver esse empecilho, houve a preocupação de se fazer histórias em quadrinhos com situações diferentes, porém abordando o mesmo argumento. Acredita-se que isso traz uma leveza ao lidar com o assunto, sendo que o próprio formato em quadrinhos já descarta o incômodo e passa a ser um momento de distração para o leitor e, dessa maneira, ele se torna mais receptível à aceitação da causa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foi utilizada a técnica de desenho feito à mão para deixá-lo mais dinâmico e acessível a qualquer público. As cores preto e branco servem tanto para dar o clima de suspense na peça, quanto para deixar o material mais econômico para ONG.

As peças apresentam pouco texto, a fim de causar mais impacto pelas imagens mostradas e não sobrecarregar a proposta dos quadrinhos. As tipografias das histórias são grotescas, com o intuito de se aproximar mais do público e, em todas elas, o argumento é o mesmo: maltratar os animais é crime. A constância do argumento faz com que o público assimile o que está sendo proposto e grave na memória as ações indicadas.

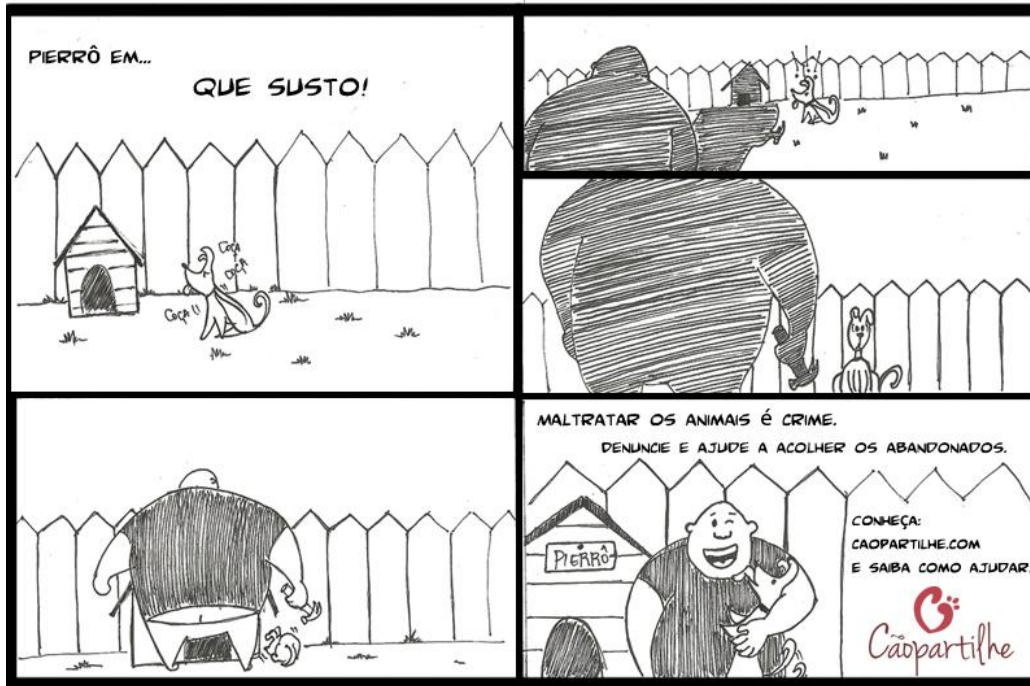
Cada história apresenta seu problema que, aparentemente, é um humano que maltrata seu bichinho de estimação. Em seguida, o clímax acontece quando o animal se encontra em uma situação de perigo, onde o seu dono o encurrala e tem consigo alguma arma que possa machucá-lo. Depois de os quadros serem ilustrados com cenas em *close* no animal – para dar mais suspense e dúvidas quanto às ações do dono –, é mostrada a solução, na qual o animal se assusta e se confunde com as verdadeiras intenções de seu dono e é, na verdade, afogado por ele, seguido da mensagem da ONG.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para a criação das histórias em quadrinhos, recorreu-se à estratégia de uso de folhetos e AD's em página inteira publicados no Revista Buzão, revista de bolso e de circulação de bairro, distribuída em pontos de ônibus e estações da cidade de Belo Horizonte. Com proposta inovadora, alcança pelo menos 60% da classe C, que ainda é maioria nos ônibus. De acordo com a pesquisa do IBOPE em setembro de 2011, a mídia impressa possui uma penetração e atenção muito maior em Belo Horizonte e afirma que “no Brasil, 35% declararam ter o hábito de ler jornais e apenas 16% afirmaram ler cinco edições durante a semana. Já em Belo Horizonte esses números passam para 53% e 22%, respectivamente”. As revistas também são mais lidas pelos mineiros, com uma porcentagem de 35% contra 26% do índice nacional.

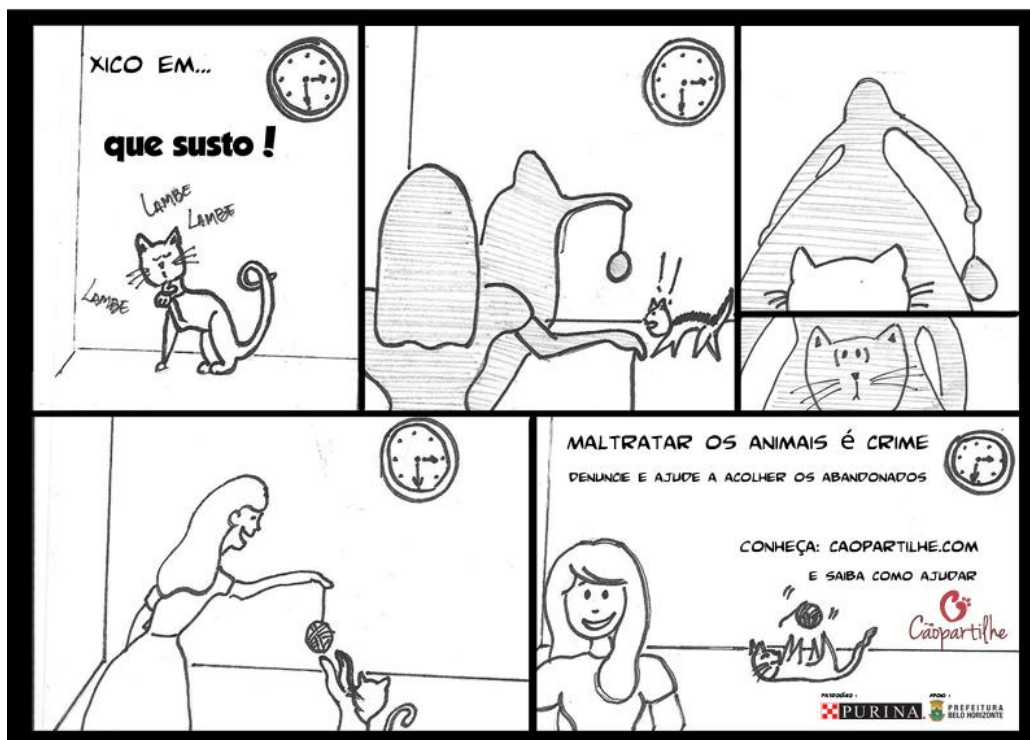
Seguindo essa linha de pensamento, para que o leitor não se cansasse e se mantivesse interessado nas histórias, foram feitas peças curtas e divertidas, com ilustrações simples, onde qualquer público pudesse se identificar com os personagens e se comover com a mensagem dos maus tratos contra os animais.

FIGURA 1:



Fonte: SALIM, Bianca Said, 2011.

FIGURA 2:



Fonte: SALIM, Bianca Said, 2011.

6 CONSIDERAÇÕES

É relevante entender que a luta contra os maus tratos aos animais e a conscientização quanto à guarda responsável não se limita apenas às preocupações sazonais. A sensibilização do público com a causa é necessária para que se entenda, também, que a prefeitura e as ONGs não conseguem acolher um número suficiente que evite o crescimento ou estabilização da população de abandonados, e esses animais, além de serem possíveis focos de doenças como a leishmaniose, podem, ainda, gerar transtornos como acidentes de trânsito e ataques a indivíduos.

Inovar nas formas de comunicação com o público possibilita a introjeção de maneira mais fácil e dinâmica da mensagem, possibilitando a lembrança diária da causa e, por consequência, o interesse constante pelos cuidados com os animais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

IBOPE. **A relação da mídia com os Belo-Horizontinos**. 2011. Disponível em:
<<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Not%EDcias&docid=0B19F3BA049072C383257909005ADBC9>>.

MINAS MARCA. **Centro Universitário Newton Paiva lança livro patrocinado pelo Sinapro-MG**. 2012. Disponível em:
<<http://www.minasmarca.com/web/index.php/2012/04/centro-universitario-newton-paiva-lanca-livro-patrocinado-pelo-sinapro-mg/>>.