

NÃO DEIXE ESSE FUTURO ACONTECER¹

Carla MAIA²

Angélica NAVARRO

Carla GRELLA

Hugo KLEMAR

Rafael LIMA

Daniel LADEIRA

Faculdades Integradas Rio Branco, São Paulo, SP

RESUMO

Este projeto é a realização de uma proposta feita entre a instituição de ensino Faculdades Integradas Rio Branco e a Organização Não Governamental SOS Fauna, com o intuito de fazer uma maior divulgação dos trabalhos realizados pela ONG, bem como ampliar o desenvolvimento prático dos alunos envolvidos. Para tal, foram produzidas duas peças publicitárias: um spot de rádio e um comercial de televisão.

PALAVRAS-CHAVE: tráfico; aves silvestres; crime; conscientização.

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

²Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: contato@bramido.com.br

³Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: professorladeira@gmail.com.

INTRODUÇÃO

A SOS Fauna é uma Organização Não Governamental que tem como missão a preservação da fauna nacional e, como foco, a conservação de animais silvestres. A ONG combate o tráfico desses animais retirando-os de lugares em que estejam sendo mantidos em cativeiro ou utilizados para o comércio e exportação ilegal através de ações conjuntas com autoridades e equipes especializadas para esse tipo de apreensão.

Atualmente a ONG conta com cerca de 10 colaboradores ativos, entre eles biólogos, advogados e responsáveis pela comunicação da organização com a sociedade. Além da sede em Juquitiba, estão trabalhando com a recente unidade em Nova Andradina – MS e mantendo-se financeiramente através de doações tanto de pessoas físicas como jurídicas, bingos e bazares beneficentes e os poucos associados à organização.

O trabalho realizado através da ONG SOS Fauna interfere diretamente na resolução e diminuição do impacto causado com a retirada de diversas espécies da natureza. Os animais são beneficiados por regressarem ao seu ambiente natural e melhorarem sua qualidade de vida e a sociedade é presenteadada com ações que eliminam práticas ilegais e colaboram para a continuidade do equilíbrio ecológico.

Através de uma oportunidade gerada pela instituição de ensino Faculdades Integradas Rio Branco, em parceria com a ONG SOS Fauna, os alunos de Publicidade e Propaganda e Rádio e TV tiveram a possibilidade de produzir uma ação voltada à divulgação da ONG, gerando assim um conteúdo extenso disponível para uso e, em troca, o ganho de conhecimento e desenvolvimento prático adquirido com a execução do trabalho.

Com base no trabalho desenvolvido pela ONG SOS Fauna, este projeto tem como intuito levar a conscientização aos brasileiros acerca dos resultados obtidos com o tráfico de aves silvestres no Brasil, informar que este ato é ilegal no país, levar o conhecimento da ONG e reconhecimento de seu trabalho na sociedade e, com isso, prospectar novos colaboradores.

OBJETIVO

Com a intenção de conscientizar a sociedade acerca de suas responsabilidades com a fauna silvestre brasileira e levar o conhecimento da ONG que realiza ações de luta contra o tráfico destes animais, realizamos uma campanha institucional com possível veiculação em rádio, TV e internet. Por se tratar de um público amplo, nos utilizamos do uso da TV e do rádio para obtermos um maior alcance de público. A internet foi utilizada secundariamente e a disseminação do conteúdo foi focada no público jovem, que a utiliza com maior frequência e está mais inserido neste contexto.

Em relação ao mercado, buscamos aumentar o conhecimento da ONG e de sua causa, tendo em vista sua baixa visibilidade. Também pretendemos aumentar a renda com patrocínios e apoios, tanto financeiros como de força de trabalho voluntário e especializado, além de trabalhar a necessidade de manter os mesmos atuando constantemente dentro da ONG, pois atualmente, esta tem sido uma falha notável para a realização dos trabalhos propostos pela Organização.

JUSTIFICATIVA

A ONG SOS Fauna tem sua divulgação concentrada basicamente nos canais de internet. O conhecimento da marca é feito através das ações praticadas, como apreensões de cargas de animais silvestres e pequenas aparições em eventos, como o Rally Mitsubishi. Informações disponibilizadas através da página do Facebook e no Twitter colaboram para a comunicação das ações da ONG com a sociedade, mas é possível constatar que a mesma não possui uma marca forte ou conhecida entre o seu segmento, apesar de estar se esforçando para alcançar cada vez mais espaço entre o público.

Algumas carências são identificadas com relação ao desenvolvimento das atividades exercidas pela ONG, tais como:

- Falta de voluntários, tendo em vista a baixa quantidade de colaboradores atuando

constantemente nas ações da organização – cerca de 10 pessoas. Algumas práticas estão sendo deixadas de lado por falta de tempo e disponibilidade dos atuais colaboradores, como o controle financeiro de doações.

- A ONG não conta com apoio financeiro constante, o que traz insegurança para as ações futuras. São poucas as empresas e pessoas que colaboram e, ainda assim, não o fazem com frequência desejada.
- Não há local adequado para a quantidade de animais que poderiam ser apreendidos, portanto a ONG se restringe em suas atividades.
- Não são realizadas campanhas freqüentes de divulgação, portanto a causa e o nome da ONG não são conhecidos.

Tendo em vista as carências identificadas na análise do cliente, buscamos produzir um material que visasse levar ao público a existência da ONG, para que aqueles que se interessam pelos tipos de ações realizadas por eles possam saber a quem recorrer e aqueles que não tinham interesses anteriores possam adquirir conhecimento e dar mais atenção a este assunto. A intenção do projeto é dar maior visibilidade aos resultados recorrentes do tráfico de aves silvestres no Brasil, transportar o público para um futuro possível caso estas ações não sejam levadas a sério e fazê-lo pensar nas conseqüências que este tipo de comportamento pode gerar para a população e fauna brasileira. Em seguida, mostramos ao público que o tráfico de aves silvestres é ilegal, apesar de muitas vezes passar despercebido aos olhos do povo; que há uma organização voltada à recuperação e cuidado das aves apreendidas e que, para continuar desenvolvendo seu trabalho, necessita de apoio da população.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a execução do vídeo comercial nós escolhemos a técnica Lip Dub ou Plano Sequencial. A escolha deste tipo de filmagem foi feita com base em propagandas recentes e famosas que renderam resultados positivos perante o público, como a da Nextel e o clipe da

música “Oração” d’A Banda Mais Bonita da Cidade, que aproximam o produto do espectador levando a sensação de que a pessoa dentro da tela está falando diretamente com o mesmo.

O Plano Seqüencial é uma filmagem com uma ação contínua através de um único plano, sem cortes. Escolhemos filmar em um take só e com o ator andando e falando diretamente com o telespectador pois acreditamos que, desta forma, passaríamos uma credibilidade maior para o público, que acaba se torna mais receptivo e envolvido com o comercial, como se estivesse em uma conversa com o ator.

A Nextel, nas últimas três campanhas, seguiu essa linha de filmagem que aproxima a celebridade com o público. Convidaram diferentes personalidades famosas como Carlos Saldanha, produtor do filme RIO, para contarem suas histórias através dos comerciais. "O importante para as campanhas da Nextel é mostrar o ser humano que está por trás daquela grande personalidade" (KETZER, Guga, 2011, Diretor de Criação da Loducca).

Na gravação, utilizamos a câmera CanonT3i, que possibilitou uma filmagem de alta qualidade com possível exibição em qualquer meio de comunicação que possa ser comercializado. No primeiro take utilizamos a lente 50 mm fixa como um primeiro teste, em seguida a lente escolhida e utilizada na gravação foi a 18 55. Para conseguirmos uma estabilidade maior na hora de gravar foi necessário alugarmos um suporte estabilizador chamado Shoulder OEM. O Shoulder OEM é um estabilizador com apoio no ombro, que proporciona estabilidade e inúmeras possibilidades de gravação, sem tremer ou cansar a pessoa que está gravando. Possui um suporte flexível que facilita o uso e transporte do mesmo. É fabricado para todos os tipos de câmeras profissionais proporcionando melhor qualidade na captação de imagens e uma gravação mais dinâmica.

Para captação do áudio utilizamos, além do áudio da câmera, um gravador externo para que conseguíssemos captar melhor o som do ambiente em que o ator estava gravando e, com isso, transmitir uma maior sensação de realidade aos telespectadores.

Como cenário, realizamos a filmagem no Parque da Aclimação, em São Paulo. O ambiente remete à natureza, tranquilidade e não tira a atenção do telespectador, que se mantém preso ao ator em cena. Não utilizamos materiais para a decoração do ambiente,

apenas inserimos o ator Robson Nunes caminhando em direção à tela com a camiseta com o nome da ONG, como forma de memorização da marca.

Para finalizarmos o vídeo, realizamos a edição e cortes com o programa Premiere CS5 e, para divulgarmos o site da ONG, gravamos um áudio com gravador externo, editamos e inserimos um slide com o programa iMovie.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Além da busca por um tipo de filmagem que tornasse agradável a transmissão da informação contida no comercial, fosse moderno e interagisse diretamente com o público, também nos atentamos com a escolha do ator que executaria o trabalho. Em vista da baixa visibilidade da ONG na mídia e a seriedade da mensagem a ser transmitida com o comercial, nós buscamos uma personalidade que já fosse conhecida do público e levasse credibilidade ao que estava sendo dito. Tendo isso em mente, conseguimos contato com Robson Nunes, que é ator, apresentador e humorista. Robson estreou sua carreira no cinema, no filme Boleiros. Participou também de outros grandes nomes do cinema nacional, como o filme Carandiru. Na televisão, atuou em Malhação (Rede Globo), participou do especial Por Toda Minha Vida (Rede Globo) representando Tim Maia em sua adolescência e, no canal de TV a cabo Disney Channel, apresentou os programas Zapping Zone e Disney Channel Games. Atualmente, é destaque no segmento de Stand Up Comedy, com personagens no espetáculo 3tosterona, Afrobege e participações em diversos outros shows do mesmo tipo, além de estar participando do longa 2 Coelhos e gravando o filme de Tim Maia. A presença de Robson Nunes na atuação do comercial trouxe maior peso ao conteúdo do mesmo. Além de já ter um histórico de trabalhos na mídia, ser profissional, reconhecido pelos telespectadores e estar atuando em diferentes trabalhos no momento, ele também seria capaz de demonstrar mais confiança e seriedade ao projeto.

O ator andando em direção à tela, em um ambiente natural e conversando com o telespectador remete a um trabalho mais direcionado, focado no público e transmite melhor a mensagem. Além disso, buscamos utilizar um texto que fosse de fácil compreensão,

usando palavras informais e que conversasse melhor com quem estava assistindo. A presença da camiseta com o nome da ONG foi um elemento pensado para que o nome e logotipo ficassem gravados na mente dos telespectadores.

CONSIDERAÇÕES

A experiência de vivenciar todas as etapas do projeto foi algo muito gratificante e trabalhoso para todos do grupo. Saímos do pensamento horizontal de como criar uma campanha informativa para um pensamento vertical, onde vimos que além de informar os telespectadores, deveríamos nos atentar em explorar mais sobre como informá-los, quais e quem são essas pessoas que vão absorver a informação, qual o melhor meio para divulgar o comercial, pesquisar sobre o tema e contexto que estávamos abordando para que, dessa forma, conseguíssemos obter o melhor resultado referente a nossas expectativas.

Todos do grupo conseguiram perceber a velocidade em que as novas informações chegaram até nós. Nosso conhecimento na área evoluiu em um ritmo acelerado pois sempre que uma grande dúvida surgia, a sede em querer buscar a informação para suprir o problema vinha na mesma proporção.

Compreendemos que um testemunho corrido seria a melhor forma de passar nossa mensagem no comercial, sendo assim, buscamos estudar outras campanhas que tivessem utilizado do mesmo método de gravação, buscando aprender com as mesmas e filtrarmos apenas o que fosse relevante e interessante para montagem de nosso comercial.

Poder contar com um ator que já possui uma carreira consolidada na TV Brasileira ajudou muito. Robson Nunes além de apoiar a causa e aceitar participar das gravações com muito entusiasmo, também trouxe opiniões construtivas durante a gravação, de uma pessoa que já vivenciou gravações similares e sabia muito bem do que estava falando. A mistura de nossa vontade de aprender com tudo aquilo e a experiência e ajuda das pessoas envolvidas no projeto originou um vídeo com um resultado de produção e execução muito além do esperado.

Tanto o ator, os envolvidos na gravação, o grupo, professores e cliente se impressionaram com o nível profissional do vídeo. Para quem vê o material pronto, parece que foi algo muito simples de ser feito mas nós trabalhamos do começo ao fim com muita dedicação e esforço para que tudo desse certo. A gratificação de ver o trabalho sendo executado da forma esperada, ou melhor, superando as nossas próprias expectativas é, com certeza, muito gratificante e nos transporta para o sentimento de realização e missão cumprida.

APÊNDICES

Roteiro para TV

CLIENTE: SOS Fauna

PEÇA: Propaganda de 60''

TÍTULO: SOS Fauna - Esse futuro não pode acontecer.

DATA: 12/10/2011

VÍDEO	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none">• Plano Americano. O ator principal fala o texto enquanto olha pra câmera• A câmera mantém o ator principal em foco.• Corte.. Aparece o Background verde claro.• FADE IN. Logo (SOS FAUNA) com o endereço do site. CG "www.sosfauna.org" a baixo do logo.	<p>Você aí, imagine a cena: você daqui uns anos na festa em família falando sobre as coisas do passado como o reflorestamento das árvores na Amazônia , a morte do Steve Jobs, em como as pessoas não compram mais CD, a internet foi super valorizada e aí você decide contar piada, como toda festa de família, né? Você escolhe aquela piada do papagaio e da arara e as pessoas vão ficar se perguntando “o que é papagaio? o que é arara?”, pois bem, esse pode ser um futuro não muito distante, a gente não pode deixar que isso aconteça, o tráfico de aves silvestres no Brasil é crime e é muito comum, muita gente não tem conhecimento.</p> <p>Tirar um animal do seu habitat pode refletir na nossa vida, no nosso dia a dia.</p> <p>Ter a ave em casa pode ser uma alegria, pra gente, mas não para o animal, e além de tudo é errado.</p> <p>A compra e venda de aves silvestres é crime. Acesse www.sosfauna.org e conheça quem luta por essa causa.</p>

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

_____. **Robson Nunes**. Disponível em:
< <http://www.standupcomedy.com.br/robsonnunes/> > Acesso em: 30 de abril de 2012.

_____. **Afrobege**. Disponível em:
< <http://www.afrobege.com.br/> > Acesso em: 30 de abril de 2012.

_____. **Suporte estabilizador Shoulder OEM**. Disponível em:
< <http://www.merlin.com.br/produto/453/suportes/suportes-para-cameras/suporte-estabilizador-shoulder-oem.php> > Acesso em: 01 de maio de 2012.

_____. **SOS Fauna**. Disponível em:
< <http://www.sosfauna.org/> > Acesso em: 01 de maio de 2012.

_____. **Oração**. Disponível em:
< <http://www.youtube.com/watch?v=QW0i1U4u0KE> > Acesso em: 01 de maio de 2012.

_____. **Nextel**. Disponível em:
< <http://www.youtube.com/watch?v=CgLDIxq0k4U> > Acesso em: 01 de maio de 2012.

_____. **Carlos Saldanha**. Disponível em:
< <http://www.youtube.com/watch?v=-sYu9XmYiak&feature=plcp> > Acesso em: 02 de maio de 2012.