



Zoológico de Curitiba – Parque Iguaçu¹

Anne Lis Skrzypiec²
Eveline Soberano³
Fátima Dayane⁴
Luisa Verena Perine⁵

Profª Ms. Patricia Piana Presas⁶

FAE - Centro Universitário - PR

RESUMO

A realização deste jingle publicitário se deu para que o problema de comunicação do Zoológico de Curitiba pudesse ser resolvido, ou seja, incentivar as pessoas a inserir programas diferentes na sua rotina. Por não fazer parte da cultura da população curitibana e região frequentar zoológicos ou parques com a mesma frequência que realizam passeios urbanos, o objetivo do anúncio é despertar o desejo das pessoas em fazer atividades relaxantes e divertidas em família. O jingle publicitário para o Parque Iguaçu – Zoológico de Curitiba, está voltado à divulgação de suas características, já que o mesmo apresenta diversas opções de lazer. Sendo que para que sua divulgação fosse satisfatória, buscou-se veicular o mesmo em uma meio com retorno garantido.

PALAVRAS-CHAVE:

Natureza; diversão; família; zoológico; Curitiba.

INTRODUÇÃO

Localizado na região sudeste de Curitiba, o Parque Iguaçu foi implantado em 1976, visando preservar os fundos de vale do Rio Iguaçu, através de seus bosques que auxiliam na manutenção da vegetação típica das várzeas, capões de pinheiros e mata nativa, além de um santuário ecológico (reserva biológica). Da mesma forma em que abriga mais de mil animais de 80 espécies, muitos deles nativos.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria IV - Publicidade e Propaganda, modalidade e, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: anne.skr@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: docinho5105@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: fadayane@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: luisaperine@yahoo.com.br

⁶ Orientadora do trabalho: Profª. Ms. Patricia Piana Presas – Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAE e-mail: patriciapiana@onda.com.br



A infra-estrutura oferece setor esportivo, com canchas de futebol, futebol de areia e vôlei, playground e um estádio de beisebol com arquibancadas e iluminação. Apresenta um setor náutico destinado a esportes não poluentes como remo, vela e canoagem, dotado de sede administrativa, cais, garagem de barcos, raias, arquibancada lateral, torre de cronometragem para canoagem e canal inter-cavas. Sendo que todos estes setores possuem vestiários, sanitários e lanchonetes.

Por estar localizado em plena área urbana, o zoológico é também um grande espaço de educação ambiental. Uma das suas ações importantes é a Casa do Acantonamento, pioneira no país destina-se a realizar atividades recreativas e ecológicas com grupos de crianças, possuindo zoológico com animais domésticos, pomar, horta educativa e uma trilha ecológica.

Observando tais características que tornam o local interessante para a visitação e diversão de todos, estabelecemos a montagem de uma peça que pudesse atingir o público em questão: famílias curitibanas, principalmente com crianças. Através da escolha do meio rádio, o qual tem a capacidade de disseminar em um curto espaço de tempo e de maneira eficaz, criamos um anúncio que destaca algumas das atividades apresentadas pelo Parque Iguazu – Zoológico de Curitiba de uma maneira alegre e instigante.

Endereço: Zoológico Municipal de Curitiba – Parque Regional do Iguazu
Rua João Miqueletto, s/nº
Jardim Paranaense – Alto Boqueirão
Curitiba – Paraná – Brasil

OBJETIVO

Como um dos fatores de impedimento para a presença mais constante de pessoas no Parque Iguazu – Zoológico de Curitiba pode ser a falta de conhecimento e informações sobre o mesmo, o anúncio visa apresentá-lo ao público através deste jingle publicitário. Para tanto, a elaboração deste se fez de forma alegre para chamar a atenção da população curitibana, mostrando que pode ser extremamente prazeroso e agradável. Isso pode ser feito a partir da divulgação do Parque Iguazu – Zoológico de Curitiba como um lugar que possui natureza, recreação e diversão para toda família, além de ser um ótimo lugar para se ter contato com os animais e o meio ambiente, sem precisar sair da cidade.



JUSTIFICATIVA

A população curitibana costuma optar por passeios mais urbanos e acaba deixando passeios que possibilitam o contato com a natureza para segundo plano ou fora deles. Com a rotina do dia-a-dia, o trabalho e a praticidade de frequentarem locais próximos às suas casas, acabam preferindo passeios em shoppings ou idas ao cinema. Esquecem dos fatores negativos, como o alto nível de poluição e a presença comum de filas.

É importante mostrar a toda população que existem passeios alternativos e gratuitos, próximos do centro da cidade, onde o contato com a natureza é possível e a diversão para toda a família, garantida.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Este anúncio foi realizado para a matéria de Redação Publicitária III do 2º ano do curso de Publicidade e Propaganda da FAE - Centro Universitário Franciscano, aplicada pela Profª Ms. Patricia Piana Presas. Através da prática baseada nos conhecimentos adquiridos em sala de aula e de conteúdos coletados a partir de estudos, desenvolvemos este jingle publicitário.

O problema de comunicação foi estabelecido pela professora anteriormente citada, sendo que por meio de informações recebidas, cada grupo elaborou o briefing para a criação deste anúncio, estabelecendo o conceito para isso.

O jingle apresenta uma estrutura completa, com frases simples e de fácil compreensão, para que da melhor maneira possa fixar a mensagem na mente do público alvo. Foi enriquecido por ferramentas como a harmonia ideal, o vocal e a locução, os quais foram produzidos em estúdio sob orientação do músico Túlio Couto e do responsável técnico Alexandre Alberti, além da participação da locutora Sandra Mendes e da contribuição de Vanessa Adari Perine.

Letra e cifra do jingle:

Jingle:

Cliente: Zoológico de Curitiba - Parque Iguaçu

| | |
|---|---|
| A | D |
| Esqueça o barulho e o tumulto da cidade | |
| Dm | A |
| Busque uma nova atividade | |
| A | D |
| Além de relaxar e animais admirar | |

Dm A
Tem recreação natureza e pomar
 F#m C#/F A F#m
Não custa nada e toda a família vai curtir
 E D A
E nem de Curitiba vai precisar sair

É no Zoológico de Curitiba,

 E A
Venha pra cá e se divirta.

Locução in-off: Zoológico de Curitiba - Parque Iguaçu.
Incorpore a natureza na sua rotina.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Por se tratar de um local com diversas opções de diversão e lazer, frequentar o Parque Iguaçu – Zoológico de Curitiba pode ser é uma ótima possibilidade de programas em família.

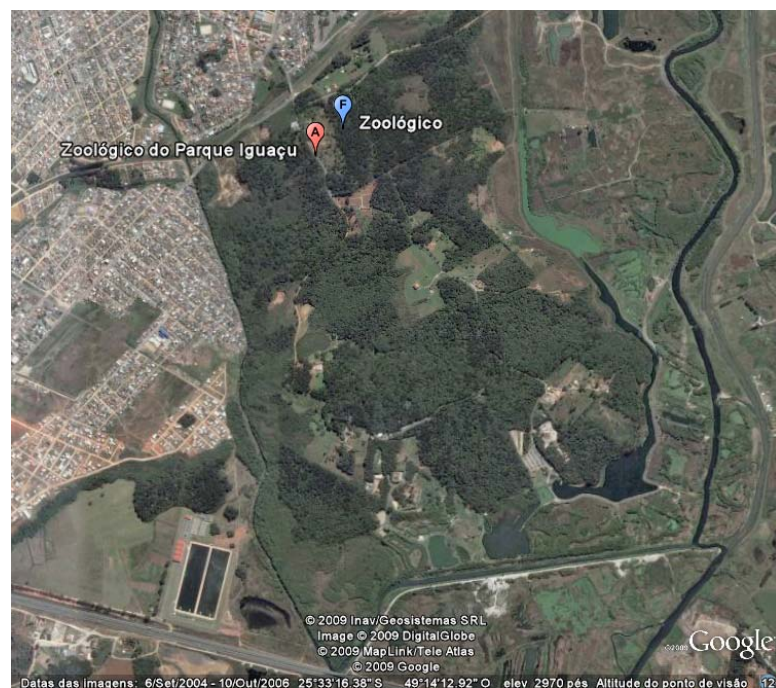
Além do setor esportivo e náutico, o parque conta com uma estrutura completa para receber da melhor forma seus visitantes. Sem contar que não custa nada e fica próximo ao centro da cidade de Curitiba.

Por se tratar de um local que possibilita o contato com a natureza, torna-se de grande importância para seus frequentadores. Assim como a grande quantidade de animais que o Zoológico mantém, torna-se um grande atrativo para o público. Veja abaixo, algumas fotos do local:





Mapa da localização do Parque Iguazu:



CONSIDERAÇÕES

O Parque Iguazu oferece várias alternativas de diversão. Contudo, muitas delas não são divulgadas. A atração principal é o Zoológico, e mesmo recebendo muitas visitas é preciso atrair e conscientizar mais a população curitibana, mostrando que é um passeio saudável e divertido a toda família, além de incentivar ao passeio ecológico, uma ação muito importante nos tempos de hoje. O rádio é um grande meio de divulgação, pois atinge uma grande parte da população. A mensagem é passada com rapidez, ainda mais aos moradores das grandes cidades, que geralmente não possuem



tempo e a única alternativa de informação, é através do rádio, onde muitas vezes não é preciso parar de trabalhar para ouvi-lo e prestar atenção, sendo até fonte de distração. Com a divulgação do jingle, pode-se incentivar a visita, mostrando o que o parque tem de melhor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Sites:

http://www.girafamania.com.br/introducao/zoo_curitiba.html
<http://bicharada.net/animais/zoos.php?id=75>
<http://www.curitiba-parana.net/parques/iguacu.htm>
<http://pt.wikipedia.org>
<http://www.faunabrasil.com.br/sistema/modules/news/article.php?storyid=315>

Livros:

FIGUEIREDO, Celso. Redação publicitária – sedução pela palavra. São Paulo: Thomson, 2005.

HOFF, Tânia. Redação publicitária. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.