

Família Sul-mato-grossense¹

Julia Domingos LEITE²

Paula Chrystie NISHIKAWA³

Elton Tamiozzo de OLIVEIRA⁴

Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS

RESUMO

O filme publicitário Família Sul-mato-grossense foi criado como atividade para a disciplina Produção Publicitária para Meios Eletrônicos, em março de 2011, sendo o Ministério de Turismo o nosso cliente fictício. O vídeo aproveitava um desafio lançado por uma emissora de TV local, que era de promover o estado de Mato Grosso do Sul para o Brasil. O VT foi direcionado aos turistas brasileiros, mostrando o que o Estado tem de diferencial, que são suas belezas naturais, com linguagem simples e comum utilizando elementos presentes no dia-a-dia das pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: propaganda e publicidade, turismo, ecoturismo; Mato Grosso do Sul; meio-ambiente.

1 INTRODUÇÃO

Em 2011 a TV Morena, afiliada da Rede Globo de Televisão, realizou o Prêmio Morena de Criação e Vídeo, um concurso que buscava premiar os melhores vídeos produzidos, e contava com categoria acadêmica.

Motivados por recorrentes erros, tanto de jornalistas, apresentadores e até atores em novelas, que confundem o estado de Mato Grosso do Sul com Mato Grosso, o desafio para a categoria acadêmica era criar um vídeo publicitário, de 30 segundos, que buscasse promover o estado de Mato Grosso do Sul, com suas belezas naturais únicas, e convidar os turistas para conhecerem o Estado.

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

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: juhleite91@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: paulachrystie@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: eltontamiozzo@msn.com

Assim, aproveitando a disciplina de Produção Publicitária para Meios Eletrônicos, decidiu-se participar do prêmio.

2 OBJETIVO

O objetivo do trabalho foi criar um vídeo publicitário que despertasse o interesse dos turistas brasileiros, principalmente os ecoturistas, para que visitassem o estado de Mato Grosso do Sul.

3 JUSTIFICATIVA

No ano de 1977 foi enviado um projeto de lei complementar nº 31 com a criação de um novo estado para o Brasil, que na época tinha como presidente Ernesto Geisel, que só foi instalado oficialmente dois anos depois. O estado foi criado a partir da divisão do antigo estado de Mato Grosso.

Dia 26/01/2011 o site do Ministério de Turismo relatou sobre uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), no final de 2009, onde revelou que para 45% dos estrangeiros o povo brasileiro é o melhor país, mas também o que fazem eles se encantarem resultou em: a) belezas naturais/natureza (23%), b) praias/mar (18%), c) sol/clima tropical (com 14%) e d) diversidade (9%).

O Pantanal, uma das maiores planícies de sedimentação do mundo, com aproximadamente 140 mil km², engloba Brasil, Paraguai e Bolívia, tendo 65% do seu território no Estado de Mato Grosso do Sul.

Foi considerado pela UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), em 200, Patrimônio Natural Mundial e Reserva da Biosfera. Influenciado por quatro grandes biomas: Amazônia, Cerrado, Chaco e de Mata Atlântica, possui diversidade de fauna e de flora.

A WWF – *World Wildlife Fund* (Fundo Mundial da Natureza, em português) divulgou que a Bacia Hidrográfica do Alto Paraguai, também localizada no pantanal, é a maior área inundável do mundo. Sua planície e planalto, devido o ciclo da água que é um dos responsáveis pela biodiversidade, merecem grande atenção das autoridades com relação a conservação.

É fato notório que em 2014 o Brasil vai sediar a Copa do Mundo de Futebol da FIFA - *Fédération Internationale de Football Association*, entidade que comanda o futebol no mundo, e o Ministério de Turismo espera receber em torno de 600 mil visitantes. Bonito, Corumbá, Miranda e Aquidauana são algumas das cidades Sul-mato-grossenses que foram incluídas no roteiro realizado pelo Ministério de Turismo para 2014. Estas são cidades que dão acesso ao Pantanal e estão próximas das cidades-sede da Copa do Mundo.

A cidade de Bonito, citada acima, conquistou em 2011, pela 10ª vez consecutiva, o título de Melhor Destino de Ecoturismo Brasileiro, após votação dos leitores da Revista Viagem e Turismo, publicação da Editora Abril.

Apesar de ter sido criado há mais de trinta anos, Mato Grosso do Sul ainda é um estado desconhecido pelos brasileiros. Em comparação a maioria dos estados brasileiros, pode ser considerado novo, mas é um estado privilegiado, dotado de riquezas minerais, solo fértil, infraestrutura para receber eventos, belos atrativos turísticos, gente acolhedora e deliciosas comidas típicas. Este potencial deve ser explorado e mostrado, o que justifica o feitiço do vídeo.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização do vídeo o primeiro passo foi pesquisar e conhecer o que Mato Grosso do Sul tinha como diferencial em relação a outros destinos turísticos do Brasil. Assim, descobriu-se que o Estado tinha um dos principais destinos ecoturísticos do Brasil, a cidade de bonito, e que possuía o Pantanal, considerado reserva da biosfera, e sua capital, Campo Grande, contava com ótima infraestrutura, organização e capacidade de receber eventos importantes.

Sem perder o foco no desafio passado, o próximo passo foi a realização de criação. No processo surgiu a ideia da utilização dos adesivos de carro, comuns e presentes na maioria das cidades brasileira, onde as pessoas representam suas famílias – pai, mãe, filhos – e até alguns animais de estimação, como cachorro e gato.

Como muitas pessoas que não conhecem o Estado, é comum que quando viajamos para outros estados nos seja perguntado se existem animais como onças e jacarés andando pela rua. Resolvemos brincar com a ideia e adesivar os carros com a família Sul-mato-grossense, composta por pai, mãe, filho e filha e que tinha como animais de estimação uma arara, um jacaré, um boi, um tucano, uma onça, um tuiuiú, uma capivara, e uma cobra – animais tidos como ícones da fauna Sul-mato-grossense. A assinatura “toda a família Sul-mato-grossense espera por você” fortalece a ideia da receptividade do Estado.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após esse processo a ideia foi colocada no papel, em forma de roteiro, destacando ângulos e objetos que participariam na hora da filmagem. A próxima busca foi encontrar um carro que servisse para a filmagem, já que não queríamos promover nenhuma marca explicitamente. Os animais foram então desenhados em vetor, recortados em vinil (material adesivo) e foi feita a colagem da “Família MS” no carro.

A captura da imagem foi realizada no fim de tarde, possibilitando uma luminosidade natural suave e eliminasse os reflexos no carro. Foi usado um rebatedor de luz para ajudar na iluminação. As imagens foram capturadas com uma câmera fotográfica Nikon D90, com lente de 18-55 milímetros, apoiada em um tripé. A locação utilizada foi a própria Universidade Católica Dom Bosco. O deslocamento lateral da câmera (*travelling*) foi feito colocando a câmera e o tripé apoiados em um skate.

Como o vídeo foi pensado para ser simples, sem cortes de cena ou mudanças no ângul da câmera, o trabalho de edição, feito com o software Adobe Premiere, versão CS4, não foi complicado. Na escolha da trilha buscou-se algo que remetesse a passeio, a férias, descontração. Como o desafio não informava um anunciante específico, resolvemos assinar como Ministério do Turismo e governo do estado de Mato Grosso do Sul.

6 CONSIDERAÇÕES

Trabalhar quando se tem um desafio ou uma competição é motivador, pois os profissionais envolvidos buscam fazer o melhor que sabem. Além do desafio proposto pela TV Morena, o fato de ser uma atividade pedagógica de uma disciplina contribuiu para o entusiasmo.

Após a produção e finalização do filme - início do mês de março de 2011 - vimos um anúncio impresso da FIAT, veiculado na revista Veja, com o mesmo apelo que nosso vídeo, o que nos deixou satisfeitas e acreditando que a proposta criativa escolhida foi a ideal.

Diante aos resultados da pesquisa e após o *brainstorm*, seguiu-se a proposta de criar algo simples, que gerasse simpatia e identificação com o público-alvo. A propaganda foi produzida de maneira simples, praticamente sem custo, e, por isso, acreditamos que o objetivo inicialmente proposto foi atingido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos**: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

ZETTI, Herbert. **Manual de Produção de Televisão**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

WATTS, Harris. **On Camera**: o curso de produção de filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.

_____. **Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul**. Disponível em
<<http://www.turismo.ms.gov.br/>>