



## **Campanha de ação educativa e de sensibilização sobre os direitos dos Índios do Estado do Ceará<sup>1</sup>**

André Freitas<sup>2</sup>  
André Miyasaki<sup>3</sup>  
Leonel Costa<sup>4</sup>  
Glícia Pontes<sup>5</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

A campanha desenvolvida pela equipa visa promover uma reflexão a respeito das questões que envolvem os direitos dos índios no estado do Ceará, de modo a despertar o senso crítico e iniciar o debate, que devido à complexidade do tema carece de um aprofundamento nas discussões por parte da sociedade cearense. O layout da campanha apresenta uma mesma identidade, com ilustrações de índios, já que são o foco das peças, estando todos os outros elementos dos anúncios, como cores e fonte, condizentes com a imagem que se tem do universo indígena.

**PALAVRAS-CHAVE:** índios; publicidade; campanha; valorização; direitos.

### **INTRODUÇÃO**

A campanha publicitária desenvolvida faz parte de um concurso promovido pela ONG ADER. Essa ação visa promover o respeito aos direitos humanos e reforçar a capacidade organizacional das populações indígenas do Estado do Ceará. A Ação proposta se articula

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao X Expocom, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade processo, como representante da Região Nordeste.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFC, email: andree.ufc@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFC, email: andremiyasaki@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFC, email: leonelcost@gmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFC, email: gliciapontes@gmail.com



em torno de dois objetivos complementares e indissociáveis, em favor das populações indígenas do Estado do Ceará:

1. Reforço organizacional e dos potenciais de quatro grupos indígenas do Estado do Ceará (Tapeba, Pitaguary, Jenipapo-Kanindé e Tremembé), somando 11. 800 índios, afim de que possam melhor gerenciar os conflitos ligados à terra, e aumentar, assim, sua eficácia na defesa de seus direitos.

2. A Sensibilização da sociedade civil brasileira sobre a situação precária dos índios e a promoção do respeito aos direitos dos índios.

Essa ação proposta inclui atividades: de educação e de formação dos índios, sobre seus direitos; elaboração e difusão de instrumentos pedagógicos; de criação de dispositivos de informação e de comunicação; de observação; de assistência jurídica; e, de sensibilização da sociedade civil, sobre os direitos dos índios em colaboração com os organismos locais de defesa dos direitos humanos – Centro de Defesa e Promoção dos Direitos Humanos da Arquidiocese de Fortaleza (CDPDH) e de tutela dos Índios (FUNAI do Ceará) Fundação Nacional dos Índios.

O Objetivo principal da ação é o respeito aos direitos das minorias indígenas do Estado do Ceará no Nordeste do Brasil. Para alcançá-lo, dois resultados serão trabalhados:

1. Os potenciais das comunidades indígenas do Estado do Ceará serão reforçados, permitindo às comunidades interpelar os poderes públicos e fazer respeitar seus direitos. Este resultado será alcançado, principalmente, através da formação dos membros representantes das Associações dos quatro maiores grupos indígenas do Estado, através da implantação de núcleos de assistência jurídica e da criação de um boletim de informação.

2. A sociedade civil será sensibilizada à problemática dos direitos das comunidades indígenas. Este resultado será alcançado, graças à promoção realização de uma Campanha de sensibilização e a criação de um Observatório sobre as violações dos direitos dos índios.

## **OBJETIVOS**

### **Do Projeto**

A campanha desenvolvida pela equipe está ligada a parte III do Projeto.

### **III. Sensibilização da sociedade civil**



1. Realização de uma Campanha na mídia (jornal, rádio, televisão etc.), em nível Estadual, para divulgação do problema dos direitos dos índios e para sensibilização a respeito da situação precária em que vivem.

### **Do Concurso**

Esse concurso tem como objetivo a criação de produtos de comunicação para a realização da Campanha de Sensibilização da sociedade civil sobre os Direitos dos Povos Indígenas do Estado do Ceara. Esta Campanha será realizada em duas etapas:

- Na primeira etapa, a pesquisa do conceito - comunicação, da estratégia de comunicação, da definição do público alvo e das diferentes mensagens que serão difundidas bem como as formas de difusão e as propostas dos espaços para a veiculação. Esse processo de criação será objeto e resultado do presente concurso.

- Na segunda etapa, a realização e veiculação da campanha serão entregues a uma agência de comunicação local. Após licitação, a agência escolhida será então encarregada de finalizar e, de determinar a localização geográfica da campanha, de determinar as mídias a serem utilizadas, de comprar os espaços publicitários, de coordenar a campanha e controlar a visibilidade e o impacto da mesma.

Este concurso visa recompensar as iniciativas inovadoras dos estudantes de Comunicação Social da UFC no setor de Direitos Humanos. Ele representa também uma oportunidade de exercício para os estudantes da utilização de suas competências em publicidade e comunicação em prol da não discriminação, como uma forma de defender e fazer valer os princípios de igualdade e como meio de luta pelo respeito dos direitos humanos no Brasil.

### **Tema do Concurso**

A Campanha de sensibilização visa em primeiro lugar informar a população do Ceará a respeito das condições precárias em que vivem os povos indígenas assim como a respeito das discriminações e infrações aos direitos dos quais eles são vítimas. A opinião pública vê ainda as comunidades indígenas como populações assistidas e privilegiadas que se



beneficiam de muitas vantagens concebidas pelo governo e dispo de imensas quantidades de terra. Daí vem um sentimento de injustiça e favoritismo, um sentimento de ressentimento em relação aos Índios.

Graças a esta campanha de informação/sensibilização a sociedade terá uma melhor compreensão da situação das populações indígenas e uma melhor aceitação de suas especificidades, de suas diferenças, da sua importância dentro do patrimônio cultural do Brasil e da importância do acesso às terras para a preservação destes povos. Assim, com a divulgação da informação a respeito das discriminações e violências das quais são vítimas as comunidades indígenas, a campanha permitirá a sensibilização da opinião pública à causa indígena, conferindo assim um peso maior à luta destes povos pelos seus direitos.

## **JUSTIFICATIVA**

Os Índios estão, ainda hoje, entre os cidadãos mais marginalizados e mais vulneráveis do Brasil. Com a Constituição de 1988, a luta dos Índios para recuperar suas terras e sua identidade beneficia-se de um contexto jurídico mais favorável, mas sobre o plano político o peso dos Índios do Ceará ainda é fraco. Quando das negociações, os governos sacrificam facilmente os direitos dos Índios em prol de outros projetos. Embora organizados em associações, os Índios do Ceará continuam numa situação de grande precariedade, também em razão de seu pequeno número, de serem assim, minoria, o que os torna frágeis culturalmente.

Para a maior parte dos brasileiros, só são Índios aqueles que conservaram de forma visível a língua, os trajes e modo de vida tradicional. O que só diz respeito aos Índios da Amazônia, cujo isolamento permitiu certa conservação das tradições e a unidade os grupos. A situação dos Índios de muitos outros estados como o Ceará, é muito diferente. Confrontados durante muitos anos com a progressão inexorável da cidade sobre suas terras ancestrais, sua cultura, suas tradições e suas línguas estão atualmente ameaçadas. Ignorados durante muito tempo pelo Estado que só reconheceu sua especificidade recentemente, os Índios do Ceará são ainda hoje vítimas de violências, expropriações de terras e de discriminações. Uma parte de suas terras é ainda ocupada por grandes proprietários, alguns de boa fé e outros não, instalados muitas vezes de maneira fraudulenta, a maioria há muito tempo, e quase sempre com a cumplicidade das autoridades locais. Essas terras representam geralmente um desafio econômico muito importante pelas suas riquezas naturais e são alvos



de uma luta cotidiana entre as comunidades indígenas que ali vivem e os investidores que as almejam.

## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A equipe iniciou o trabalho a partir de *brainstorm*, técnica onde várias idéias são colocadas aleatoriamente. Após isso, foi definido um slogan que concentrasse a temática a ser desenvolvida na campanha, a escolha de: **“Índios. É preciso valorizar esse povo.”** vai diretamente à mensagem que se quer transmitir, da necessidade de se ter uma atenção especial com os problemas que envolvem o povo indígena.

Na peça outdoor que, seguindo o conceito da campanha definido no slogan, apresentou o seguinte título: **“Mais uma vez, os caras pintadas estão exigindo direitos.”**. De forma concisa, como a mídia em questão exige, a redação faz referência a um importante momento da história do Brasil em que houve uma mobilização contundente na luta por direitos, sendo que, dessa vez, os “caras pintadas” são os índios, que têm como um dos elementos de sua cultura a pintura do corpo. Aqui aparece uma metáfora, causando um duplo sentido, técnica muito utilizada na publicidade contemporânea para a mensagem passar algo mais do que a simples mensagem escrita.

O VT da campanha segue a mesma linha traçada no outdoor, podendo, devido ao formato da mídia, apresentar algumas das dificuldades enfrentadas pelos índios. Procura mostrar também a situação atual da vida indígena.

O título escolhido para o cartaz é: **“Na busca por mais força política, os índios vão fazer o de sempre: recorrer aos caciques.”**, que faz correlação com um termo usado para se referir àqueles que têm influências políticas “caciques da lei”, de modo a ressaltar a necessidade do poder público interferir nos problemas vivenciados pelo povo indígena. Novamente a técnica utilizada foi a do duplo sentido.

No primeiro banner da campanha, o título presente, **“A invasão de terras toma cada vez mais espaço dos índios e menos da mídia.”**, busca abordar problemas específicos vivenciados pelos índios, encontrando entre eles uma ligação, o espaço, através de um paradoxo, já que, à medida que, a terra dos índios é, cada vez mais, invadida, a imprensa dá menos espaço a essa questão. Aqui a técnica utilizada é o paralelismo. Dois espaços são colocados lado a lado: o indígena e o midiático.

O segundo banner tem como título: **“Mais precária que a vida dos índios só a atenção que a sociedade tem com eles.”**, que enfatiza dois dos problemas centrais que



acomete a população indígena do Ceará, as péssimas condições de subsistência a que os índios estão submetidos e o descaso com que a sociedade trata não somente essa questão, mas qualquer assunto de relevância acerca da população indígena. Aqui foi usada a técnica da comparação. A vida dos índios é comparada com o descaso do governo

Já o terceiro banner, apresenta o título **“Na luta contra a violência, os índios querem usar batida de martelo em vez de arco e flecha.”**, focalizando outra questão específica importante, a violência que os índios sofrem, que não somente é física, mas também psicologia, ressaltando que a forma correta de combatê-la não é usar a devolvendo violência, e sim através de punições por parte do poder judiciário, aqui representadas pela metáfora “batida de martelo”. Técnica utilizada é ancoragem. Fomos buscar no campo semântico do direito uma forma interessante de comunicar que os índios querem o apoio da justiça ao invés de fazer justiça com as próprias mãos.

O spot da campanha traz estereótipos que, ainda hoje, existem com relação aos índios, procurando em seguida desmistificá-los. Outra vez, é usada a técnica da metáfora, que compara os homens urbanos a uma cara pálida, remetendo a velha tradição dos índios chamarem o homem branco de cara pálida.

O folder da campanha apresenta na primeira página o título: **“Para acabar com a discriminação contra os Índios, existe uma lei que não pode ser usada: a da selva.”**, denunciando que contra a discriminação que sofrem os índios, a lei do mais forte não pode prevalecer. Em seguida, as outras páginas do folder aprofundam outras questões importantes vivenciadas pelos índios.

A equipe acredita que quantidade, material de confecção, espaço de veiculação, duração de veiculação tem que ser conversados com os clientes. Claro que se pudéssemos escolher, seriam os melhores, como exemplo o VT seria veiculado na Globo em horário nobre, durante seis meses e feito em película, mas não se sabe a realidade financeira da ADER, não foi passado nenhum valor com o qual pudesse se trabalhar o plano de mídia. Por isso, a equipe entende que isso poderá ser conversado após a apresentação da campanha. É impossível traçar uma estratégia de mídia decente sem um valor para se trabalhar.

## **Dimensões e Formatos**

Já quanto a dimensões e formatos, foi pensado de acordo com o *briefing*. Entretanto, pode sofrer mudanças de acordo com a ADER.



## **Mídias**

Story Board do VT 60’’

Roteiro do Spot 30’’

Outdoor sem aplique

Banner

Banner

Banner

Cartaz A2

Folder

## **DESCRIÇÃO DO OBJETO DE COMUNICAÇÃO**

Apesar das especificidades de cada grupo indígena, a equipe preferiu trabalhar de uma forma geral a campanha publicitária, entendendo que assim reforçaria a mensagem. Também foi preferida essa linha criativa porque são vários grupos indígenas para poucas peças publicitárias.

O Centro de Defesa e Promoção dos Direitos Humanos da Arquidiocese de Fortaleza – CDPDH integra nesse projeto ações de acompanhamento organizacional, jurídico e comunicacional junto aos 3 (três) povos da Região Metropolitana de Fortaleza – Tapeba em Caucaia, Jenipapo Kanindé em Aquiraz e Pitaguary em Maracanaú/Pacatuba para a busca do fortalecimento de suas articulações, trocas de experiências, cidadania e identidade étnica.

Foi um projeto construído em cima das demandas dos próprios índios em vários espaços de socialização organizados pelo CDPDH como oficinas, seminários e reuniões nas aldeias. Foram lidos os relatórios desses momentos em que se captou as ações mais urgentes e prioritárias dos povos em consonância com as discussões conjuntas sobre sua realidade.

O projeto trabalha linhas importantes para o alcance dos objetivos que são: Terra, Cidadania Étnica e Gênero, Auto Sustentação, Comunicação, Informação, Articulação e o Jurídico-Administrativo, contribuindo para o reconhecimento de suas etnias por toda a sociedade em geral, como também, para a conquista de sua plena cidadania étnica através da demarcação sustentável de suas terras.



O CDPDH acredita que esse trabalho dará continuidade à incessante luta dos povos indígenas do estado do Ceará, trazendo o real Protagonismo do Movimento Indígena.

Nossos objetivos visam instrumentalizar a comunidade na luta pela conquista e posse definitiva das terras e construir a autonomia dos povos indígenas no Ceará, com destaque para os povos acompanhados.

## **Tapeba**

O Povo Tapeba localiza-se no município de Caucaia/Ce, há 11 km de Fortaleza com 4.767 hectares de terra. A etnia está representada nas seguintes aldeias: Capoeira, Jandaiguaba, Jardim do Amor, Lagoa dos Tapeba I, Lagoa dos Tapeba II, Lameirão Caucaia, Ponte, Sobradinho, Trilho, Vila Nova, Aldeia Central e Aldeia Nova.

Teve seu procedimento administrativo de demarcação da terra anulado e agora tem a publicação de um novo relatório de GT realizado em 20 de abril de 2006, que segundo a Funai é complicado e propenso a nova anulação, já se tendo conhecimento de ações propostas antes mesmo da publicação do relatório.

Alguns Tapeba vivem do artesanato, da coleta e venda do caranguejo, da extração da palha de carnaúba.

São organizados juridicamente através da Associação das Comunidades dos Índios Tapeba de Caucaia, registrada oficialmente em 1999.

Fonte: Funasa – informações geográficas e demográficas da população indígena cadastrada da região metropolitana de Fortaleza. SIAS – Sistema de Informação de Atenção de Saúde Indígena, 20/04/06.

## **Pitaguary**

A história dos Pitaguary vem desde os tempos da colonização, com o surgimento do aldeamento Aldeia Nova, efetivado pelos Jesuítas em 1822. O povo Pitaguary ao longo deste tempo foi obrigado a morar com não-índios, em povoados, comunidades, vilas e matas. A maior parte do povo vive no Santo Antônio do Pitaguary, uma área de 703 hectares, localizada na Serra da Aratanha e adjacências, a mesma onde viveram seus ancestrais, há séculos.

Estão identificados e suas terras delimitadas conforme publicação no Diário Oficial da União, de três de julho de 2000, do relatório oficial da união, com 1.735 hectares.



Este povo está organizado em 5 aldeias, sendo três aldeias maiores localizadas no Santo Antônio em Maracanaú (Aldeia Nova, Aldeia Central e Santo Antônio), Olho D'água (Horto), também em Maracanaú, e Monguba, localizada mais distante, no município de Pacatuba. A grande vitória dos povos indígenas do Ceará no ano de 2006 foi à demarcação da terra indígena Pitaguary. Estão aguardando a portaria demarcatória do Ministro da Justiça. Esse momento representa a confirmação da legitimidade da luta desses povos no nordeste do Brasil tão discriminados na busca de seu reconhecimento social.

Os Pitaguary possuem três entidades representativas: Conselho Comunitário do Povo Indígena Pitaguary – COIPY, Conselho do Povo Pitaguary de Monguba – COPYM e Conselho de Articulação Indígena Pitaguary – CAINPY.

A sua grande vitória foi a demarcação da terra indígena no ano de 2006.

### **Jenipapo-Kanindé**

O Povo Jenipapo-Kanindé localiza-se às margens da Lagoa Encantada com uma área de 1.731 hectares de terra, situada no Distrito de Jacaúna, no município de Aquiraz, Ceará, cerca de 55 Km de Fortaleza.

Estão com a portaria do Ministério da Justiça já publicada. Em fase de contraditório que deveria encerrar no final desse mês de março de 2006. Este é o grupo que tem seu processo administrativo mais avançado apesar dos problemas que tiveram por não ter sido incluído nenhum trecho de praia. Vivem da atividade de produção e venda de artesanato, coleta de frutas, venda da castanha de caju, da agricultura de subsistência (hortaliças, mandioca, batata doce), coleta de mariscos, da pesca de lagoa e da produção de farinha de mandioca. Está organizado através do Conselho Indígena Jenipapo-Kanindé, registrado oficialmente em 2000, do Conselho Local de Saúde Indígena e da Associação das Mulheres Indígenas Jenipapo-Kanindé, registrados em 2002.



## REFERÊNCIAS

NICOLAU, Marcos. **Dualidade e criação publicitária: um princípio, muita idéias**. João Pessoa: Idéia, 2005.

SANT'ANNA, Armando. **Teoria, técnica e prática da propaganda**. São Paulo: Pioneira. 1973

CARRASCOZA, J. A. **Redação Publicitária. Estudos sobre a retórica do consumo**. São Paulo: Futura, 2004.

CARRASCOZA, J. A. **Razão e Sensibilidade no Texto Publicitário**. São Paulo: Futura, 2004.

HOFF, Tânia. **Redação publicitária: para os cursos de comunicação, publicidade e propaganda**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em propaganda**. 10.ed. São Paulo: Summus, 1982.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: Sedução pela Palavra**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.