



Análise da Campanha: Turma do Sa-Bichões¹

Madilei Rotta da SILVA²

Gabrieli Pedroso ARRUEE³

Vanelise Bicca PANIZ⁴

Ariane da Silva XARÃO⁵

Prof. Dr. Domingos Sávio Campos de AZEVEDO⁶

Prof. Dr. Flavi Ferreira LISBÔA FILHO⁶

Prof. Msc. João Antônio Gomes PEREIRA⁶

Prof^a Ms. Roberta ROOS⁶

Prof^a. Ms. Juliana Zanini SALBEGO⁶

Prof^a Dr^a.Denise Teresinha da SILVA⁶

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS.

RESUMO: Como forma de divulgar e informar, a publicidade atua como uma ferramenta de disseminação entre as pessoas e pode ser aplicada em diversas áreas. A campanha “Turma dos Sa-Bichões” foi realizada para prevenir e combater o consumo de drogas entre as crianças, pedido pelo Caps ad Cara Limpa; alcançando o seu objetivo com a criação de uma mascote e sua turma (animais). A drogadição infantil está com um número crescente de dependentes na região oeste do Rio Grande do Sul, precisando de apoio e informação.

PALAVRAS-CHAVE: campanha; drogadição; publicidade; “Turma dos Sa-Bichões”.

INTRODUÇÃO

A campanha da “Turma dos Sa-Bichões” foi realizada no curso de Publicidade e Propaganda, na disciplina de agência II no primeiro semestre de 2009. A proposta partiu da Caps ad Cara Limpa– Centro de atenção psicossocial de São Borja – para alertar as famílias e combater o contato das drogas com as crianças, criando uma mascote e campanha. O índice de crianças que entram nas drogas está crescendo, por isso, o Caps ad tem a função de alertar e combater contra as drogas; além de receber e auxiliar as crianças dependentes.

A campanha buscou elementos que facilitassem a aproximação com as crianças, sendo escolhidos animais para compor a campanha; a mascote (leão) e a sua turma (macaca, ovelha e pássaro) de amigos.

¹ Campanha realizada no curso de Publicidade e Propaganda – 6º semestre na disciplina de Agência II no ano de 2009.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º semestre de Publicidade e Propaganda. e-mail: madyrotta@hotmail.com

³ Acadêmica do 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda; email: ari_urdy@hotmail.com..

⁴ Acadêmica do 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda; email: vanebicca@hotmail.com

⁵ Acadêmica do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda; email: gabrielipa@hotmail.com.

⁶ Professores Coordenadores da Disciplina de Agência II. Professores do Curso de Comunicação Social Habilitação em - Publicidade e Propaganda.



OBJETIVO

O trabalho serve para realizar uma análise da construção da campanha da “Turma dos Sa-Bichões”, entendendo seu conceito e apresentar suas peças. Sendo assim, proporcionar o entendimento de quais foram as motivações, formas de construção e elementos constituintes da campanha publicitária.

Segundo LUPETTI (2000), os objetivos empresariais “são os caminhos que a empresa pretende seguir e/ou atingir e deve ser fixado de forma a atender os interesses maiores da organização”. O CAPS não possui fins lucrativos por ser uma instituição governamental, porém o aumento da demanda de trabalho aumenta o valor do repasse da verba. Sendo assim, o CAPS ad pretende atingir 75% do público-alvo nas áreas de risco num primeiro momento (escolas nos Bairros Pirahy, Promorar em São Borja-RS), além de atingir pelo menos 40% da comunidade em geral (pais, professores, etc.). Como objetivo de Marketing será prevenir o consumo de drogas (*crack*) entre as crianças, evitando um primeiro contato. O objetivo de comunicação proposto para a campanha foi a realização da implementação do projeto de conscientização na comunidade em geral, principalmente nas crianças de 5 a 10 anos.

JUSTIFICATIVA

A campanha foi pensada de uma forma que atingisse os públicos propostos pelo Caps ad. Utilizar uma linguagem que não fosse infantilizada, com atributos visuais que se aproximassem da realidade das crianças foram maneiras de transmitir a mensagem de prevenção, além de uma forma lúdica, despertar na sociedade o alerta sobre o perigo das drogas.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os métodos utilizados foram, a partir do *briefing* passado, a criação de elementos que remetesse ao universo infantil. Com isso, foi realizado pesquisas, observações e aperfeiçoado maneira para atingir esse mundo infantil. Sendo assim, foi pensado nos animais, por serem atraentes e que, em princípio, toda criança possui algum bicho de estimação ou se não possui, gosta de algum. A partir daí, foram desenhados os layouts das peças publicitárias através do programa *Corel Draw*.



DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A campanha da “Turma dos Sa-Bichões” foi uma campanha para combater a drogadição infantil na cidade de São Borja-RS. A propaganda, segundo CORRÊA (2002), em seu sentido mais amplo de comunicação “é um meio e não um fim”. Ela é um instrumento de ação a ser utilizado pelo marketing, sendo uma das formas pela qual pode ser aplicada. Com isso, a publicidade contribui para mostrar informações e aumentar a sua amplitude. Segundo o autor,

O trabalho de criação consiste, primeiramente, em achar uma idéia que sirva de tema ou diretriz – o que dizer. Em seguida saber como apresentar o tema – como dizer – e determinar através de que gêneros de veículos ela pode ser levada, mais rápida e vantajosamente, ao conhecimento do grupo consumidor visado. (SANT’ANNA, 1998, p. 147).

Na criação gráfica, em busca de elementos que fizessem remissão explícita à prevenção da drogadição infantil, foi utilizada a imagem de animais para tornar próximo o público à campanha e aumentar a sua aceitação. Nesse processo, foi escolhido como elemento central o leão, acompanhado da sua turma, como o macaco, a ovelha e o pássaro para realçar o estado de harmonia nesse mundo animal.

O leão também possui os seus três amigos, representando uma turma unida que se protegem entre si. A ovelha está representando a esperteza, apesar da sua postura dócil, o seu conceito quer passar segurança e agilidade. Ela mantém a sua característica de tranqüila, muito amigável, amorosa, fiel; sendo lembrada em passagens bíblicas da paz. Já o pássaro representa a sabedoria entre os seus amigos, pois estão em constantes transformações, mutações, migrações e diversas experiências. A sabedoria pode ser transmitida para que as crianças não sejam influenciadas ou iludidas pelo falso apelo das drogas, de fuga e alucinações. E por fim, o macaco está representando a inteligência, sendo o animal mais próximo do ser humano. A inteligência é uma das melhores virtudes que uma pessoa possui, refletindo nas suas atitudes, comportamento e maneiras de fazer suas escolhas. O leão e sua turma estabelecem uma relação de amizade e confiança com seu público, formando um universo mágico onde os animais interagem com as crianças, sendo um elo essencial para que uma campanha funcione. Os animais estabelecem um modo de vida saudável, boas atitudes que levam as crianças a acreditarem que devem se proteger e seguir as suas lições, passando a ideia de felicidade e alegria. A seguir, o cartaz, o folder e o *flyer* proposto para a campanha “Turma dos Sa-Bichões”.



Figura 01 - Cartaz proposto para a campanha da “Turma dos Sa-Bichões”.



Figura 02 - Folder (dobra especial) proposto para a campanha da “Turma dos Sa-Bichões”.

O CAPS ad de São Borja realiza o projeto Turma dos Sa-bichões, que consiste num trabalho de prevenção a drogadição infantil em nossa cidade.

A comunidade pode contribuir de forma direta com esse propósito:

- Alerte seus filhos ou alunos, sobre o assunto em questão;
- Converse com seus amigos, vizinhos e informe sobre o perigo das drogas;
- Conheça mais sobre o projeto Turma dos Sa-bichões.

Você também é responsável por essa causa!

Para as drogas saiba dizer não.
Mostre a todo mundo que você também é um Sa-bichão.

CAPS ad - Projeto Cara Limpa
Contato: Rua Olinto Aramy Silva, nº 1252.
Telefone: (55) 3431-2256.
e-mail: projetocaralimpa@hotmail.com

Figura 03 - Flyer proposto para a campanha da “Turma dos Sa-Bichões”.

O elemento central de toda a campanha (mascote) é o leão, referindo a ideia de defensor, valente e carinhoso, aproveitando a sua imagem de animal marcante. Pois o leão é um animal que transmite segurança, sendo muito conhecido como o rei da selva, através de seus filmes como o “O rei leão”, estando num universo de aventuras, amizades, diversão, fazendo com que a crianças gostem e se tornem mais próximas dos animais. O leão também é lembrado como o rei da selva, por causa da sua valentia. Por isso, o leão irá incentivar algumas boas lições sobre as drogas, dizendo que elas fazem mal à saúde e que não se deve usar.

Os aspectos físicos e característicos de cada animal foram mantidos, apesar de colocá-los em condições irreais. Os animais parecem vestidos, brincando com acessórios comuns ao serem humanos. Isso faz com que aumente a proximidade com as crianças, nesse mundo infantil. As cores utilizadas foram diversas, tendo cada animal e pano de fundo (remetendo à



natureza) em diversas cores. O nome “Turma dos Sa-Bichões” foi criado para despertar o interesse como chamamento das peças. O seu significado é composto por: Turma, referindo um grupo de amigos; e Sa-Bichões, sendo o “sa” de sabedoria e “bichões” referindo aos bichos que compõem a peça; o hífen é usado no sentido de tirar a significação de sabichões, que é aquela pessoa que pensa que “sabe tudo”, que não aceita críticas e que sempre está certo. A fonte usada foi a Family Guy, sendo uma fonte que lembra o Cartoon. Também é uma fonte legível e de fácil leitura. A retratação das mascotes ocorreu também devido ao novo posicionamento, na implantação das novas mascotes. A sua marca está tendo grande ênfase, juntamente com a sua turma, contribuindo para a fixação da campanha.

O conjunto de toda a campanha possui apelos moderados em relação às crianças. Os animais servem como chamamento para atrair a atenção em suas formas simpáticas e carismáticas. A campanha foi composta pelas seguintes peças impressas: cartaz (formato A3), *folder* (formato A5 com duas dobras e corte especial), *flyer* (formato A6); mídias alternativas: roupa da mascote da campanha, encartes para colorir, jogo didático (com a materialização de fantoches), camisetas para a equipe que trabalhará a campanha; mídias eletrônicas: *jingle* (formato 30”), *spot* publicitário (formato 15”), historinha musical (formato 1’) e mídia exterior: *outdoor*, faixas (5m X 70cm).

CONSIDERAÇÕES

A campanha da “Turma do Sa-Bichões” foi realizada com o intuito de atender as expectativas do cliente em relação ao combate da drogadição infantil. Com isso, o grupo estabeleceu critérios e elementos a serem seguidos para que houvesse empatia pela nova proposta, aderindo a ideia que de chamar a atenção de criança requer mais que palavras, mas imagens visuais que atraíssem a sua atenção. A nova campanha foi apresentada com o objetivo de mostrar uma campanha planejada e fundamentada, mergulhando no universo infantil. A questão da drogadição infantil toca em aspectos muitas vezes escondidos pelo receito da sociedade, preferindo omitir-se, mas o Caps ad possui a missão de ajudar pessoas dependentes e inseri-las de novo na comunidade. Essa campanha vem para contribuir na divulgação e alertar a comunidade para os riscos que as drogas oferecem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. 8ª ed. São Paulo: Global, 2002.



LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 7^o ed. São Paulo: Pioneira, 1998.