

Verdadeiros Selvagens¹

Robson de Oliveira SÁ²

Tetsy Karolyne Sátiro SAMPAIO³

Thiago Xavier GOMES⁴

Gustavo Henrique Ferreira BITTENCOURT⁵

Universidade Potiguar - Laureate Universities, Natal, RN.

RESUMO

A criação do cartaz surgiu a partir de um trabalho relacionado a disciplina de Ética. Com a função de informar e conscientizar as pessoas sobre o comércio ilegal de animais silvestres. A imagem utilizada mostra o homem preso em uma jaula, enquanto a arara, mico leão dourado e tamanduá bandeira (alguns dos principais afetados) o observam. O homem, maior predador da natureza, se encontra cercado por grades, fazendo alusão as jaulas e caixotes onde são escondidos os animais sequestrados e suas consequências legais, como a prisão. A peça, elaborada para o Ministério do Meio Ambiente (especificamente para o IBAMA), apresenta um telefone (linha verde), para possíveis denúncias da população. Tornando-os defensores ativos da causa e da fauna brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Meio Ambiente; Ética; Comércio Ilegal; Animais

1 INTRODUÇÃO

Devido a sua imensa biodiversidade, o Brasil é um dos principais alvos de traficantes da fauna silvestre. Movimentando cerca de 10 a 20 bilhões de dólares, o comércio ilegal desses animais é a terceira maior atividade ilícita do mundo. Perdendo apenas para o tráfico de drogas e de armas. Entre os animais mais procurados, estão: o Mico-Leão-Dourado, Arara-Vermelha, Macaco-Prego, Arara Canindé, Curió, Tucano, Tamanduá-Bandeira, Jaguatirica, Tie-Sangue e o Saíra-Sete-Cores. E como se o problema já não fosse suficientemente grave, ainda enfrentamos números alarmantes de desmatamento em nossas florestas. No fim, sofreremos com a extinção de inúmeras espécies e conseqüentemente com um grande desequilíbrio

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Cartaz.

² Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: robson.oliveira182@gmail.com.

³ Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: tetsysampaio28@gmail.com.

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: thyagoxg@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor da Escola de Comunicação e Artes da UnP/Laureate Universities, email: gustavobit@unp.br.

ecológico. Afetando, em primeiro plano, comunidades indígenas e ribeirinhas, que dependem diretamente da natureza para sua sobrevivência.

Por sorte, também existem diversas empresas e ONGs que se dedicam a proteger a fauna e flora nacional e internacional, como: o IBAMA- Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, um dos principais órgãos do Ministério do Meio Ambiente; o CIMA- Centro de Cultura, Informação e Meio Ambiente, uma entidade civil, sem fins lucrativos com sede do Rio de Janeiro. Que desenvolve ações na área da cultura, educação e meio ambiente, em parceria com instituições privadas, governamentais e multilaterais.

Sem falar em outras entidades bastante conhecidas, como: o Greenpeace, organização global e independente que atua em defesa do meio ambiente; o WWF- Brasil, que é uma ONG brasileira, participante de uma rede internacional e comprometida com a conservação da natureza dentro do contexto social e econômico brasileiro; o SOS Mata Atlântica, entidade privada, sem fins lucrativos, partidário ou religioso. Com a missão de promover a conservação da diversidade biológica e cultural do Bioma⁶ Mata Atlântica; a Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, principal investimento social privado da empresa Boticário. Sem fins lucrativos, cuja missão promover e realizar ações de conservação da natureza; o IPÊ- Instituto de Pesquisas Ecológicas, que é uma instituição dedicada a conservação da biodiversidade em bases científicas, entre várias outras. No geral, essas corporações trabalham não só com a preservação, mas também na conscientização da população sobre as atividades ilegais e de como podemos proteger o meio ambiente, frisando sempre a sua vital importância.

Afirma-se que, hoje, na era da informação e conhecimento, a propaganda funciona como uma arma poderosa de comunicação. Com isso, vemos frequentemente várias campanhas, governamentais ou não, presentes nos mais diversos tipos de mídias. Sempre procurando levar as informações necessárias para a população. Afim de criar uma conscientização em pró das causas ambientais, como por exemplo: A ilegalidade do tráfico de animais silvestres.

É fato incontestável que todos os integrantes das modernas sociedades de consumo são influenciáveis pela propaganda. Não há como escapar da sua influência. Nem querendo.

⁶ Bioma: É uma unidade biológica ou espaço geográfico caracterizado de acordo com o macroclima, a fitofisionomia (aspecto da vegetação de um lugar), o solo e a altitude específicos.

A propaganda seduz nossos sentidos, mexe com nossos desejos, resolve nossas aspirações, fala com o nosso inconsciente, nos propõe novas experiências, novas atitudes, novas ações. (SAMPAIO, 2003, p. 23).

2 OBJETIVO

Levando em conta a situação de risco do nosso meio ambiente e mais precisamente, o problema relacionado a nossa fauna, conclui-se que o objetivo deste trabalho está relacionado a bioética⁷. Ao divulgar os problemas ambientais de nosso país, como o comércio ilegal de animais, ajudamos a população a se manter informada e alerta sobre tal prática. E cada vez mais, colaborar com o desenvolvimento dessa consciência ambiental, em respeito à vida.

Segundo Albert Schweitzer (1929 apud PETER SINGER, 1998, pp.293-4) “A verdadeira filosofia deve começar pelos fatos mais imediatos e abrangentes da consciência, e isso pode ser formulado da seguinte maneira: Sou vida que quer viver e existo em meio à vida que quer viver. (...) A ética, portanto, consiste nisso: no fato de eu vivenciar a necessidade de pôr em prática o mesmo respeito pela vida, e de fazê-lo igualmente, tanto com relação a mim mesmo, quanto no que diz respeito a tudo que se deseja viver. ”. Em outras palavras, todos os animais têm o desejo e o direito à vida. Independentemente de ser racional ou não, cabe a nós respeitar do mesmo modo que desejamos ser respeitados.

3 JUSTIFICATIVA

Ao juntar todas as vantagens relacionadas ao cartaz e acrescentando um layout adequado, se permitiu um melhor e mais rápido entendimento da peça. Como popularmente se costuma afirmar: a civilização ocidental tem o hábito de ler no padrão de Z⁸. Objetivando a leitura e facilitando o entendimento do conteúdo no cartaz. Para que a mensagem seja devidamente compreendida e fixada na memória da população, que nesse caso, é o público-alvo. Sobre a peça em análise:

Os cartazes são um meio de comunicação poderoso e de alta visibilidade e eficiência, oferecendo uma vasta gama de oportunidades aos anunciantes. Também chamados de publicidade externa, podem ser utilizados em diferentes ambientes ou locais e em vários formatos e tamanhos. Assim, eles se tornaram uma parte intrínseca da paisagem urbana. (BURTENSCHAW, MAHON e BARFOOT, 2010, p.14)

⁷ Bioética: Estudo interdisciplinar entre as Ciências Biológicas, Ciências da Saúde, Filosofia (Ética) e Direito (Biodireito) que busca as condições necessárias para administrar responsabilmente a vida humana.

⁸ Padrão de Z: Quando a leitura vai do canto superior esquerdo ao canto superior direito, fazendo uma reta na diagonal pelo centro até o canto inferior esquerdo, finalizando ainda no canto inferior direito.

E como diariamente estamos expostos há um grande “bombardeamento” de informações, a organização dos elementos no cartaz é algo essencial para que a mensagem fixe na memória das pessoas. Assim, os componentes utilizados na peça, como: as fotos, as cores, tamanho e a tipografia seguem o padrão de Z e são apresentados de maneira harmônica. Como o comércio ilegal de animais é um assunto de raízes mórbidas, extremamente sério e de cunho alarmante, os elementos que formam o cartaz são sóbrios e marcantes. Enfatizando não só a importância da conscientização em relação ao tráfico ilegal de animais silvestres, como também a gravidade de infeliz acontecimento e seus desdobramentos legais, que prevê ao infrator detenção de seis meses até um ano, acrescido de multa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a montagem do cartaz foi utilizado o *software* para design gráfico, *Adobe Photoshop CC* e uma mesa digitalizadora *Wacom CTL480L Intuos Pen Small*. Iniciamos o trabalho ajustando o tamanho da imagem para o formato A3 e o modo de cor para CMYK (Cyan, Magenta, Yellow and Black).

Com a ferramenta *Pen Tool* criamos as figuras que se tornarão as barras verticais da jaula (Figura 1), em seguida aplicamos um efeito de *Bevel & Emboss* e um *Color Overlay* para dar a impressão de ser um objeto de ferro cilíndrico (Figura 2).



Figura 1



Figura 2

Ainda com a ferramenta *Pen Tool* criamos as barras horizontais da grade (Figura 3). Na sequência inserimos a imagem do homem sentado em um banco e aplicamos uma textura de ferrugem às grades, para dar a impressão de desgaste (Figura 4).



Figura 3



Figura 4

Adicionamos as figuras dos animais ao fundo e colocamos uma sombra ao redor da jaula, criando uma maior dramaticidade à cena (Figura 5). Por fim, são inseridos o papel de jornal no chão, efeitos de sombras das grades sobre o homem e os animais e os textos, bem como as logos dos órgãos responsáveis pela campanha.



Figura 5



Figura 6

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O cartaz trás uma representação de um homem preso em uma jaula enquanto é observado por animais silvestres pelo lado de fora e a frase “Coloque o verdadeiro selvagem atrás das grades.” no título e “Denuncie o comercio ilegal de animais.” No rodapé. Tal imagem simboliza a inversão de papéis, onde o homem que pratica o tráfico de animais é que deve ser considerado perigoso e mais selvagem que os animais os quais são vítimas de sua ganância por dinheiro, e, portanto é o único merecedor de estar preso. Os animais que o cercam e observam passivos reforça essa ideia.

6 CONSIDERAÇÕES

Depois de várias pesquisas sobre ética e problemas envolvendo a fauna e flora nacional, compreende-se que a informação é a arma mais importante para o combate desse tipo de ação, como o tráfico de animais silvestres.

A conscientização da população é a armadura que o Brasil deve usar para o fim de tais ataques contra a natureza. A comunicação certa, que leva o devido esclarecimento de atividades ilícitas é o que vai ajudar a mudar a situação no país.

Com clareza e rapidez, o cartaz corresponde às expectativas da campanha. Vez que atinge de forma direta o público-alvo e garante que a peça cumpra seu papel de informar. Prevenindo a fauna brasileira e conscientizando a sua população sobre a ilegalidade de tal ação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURTENSHAW, Ken; MAHON, Nik; BARFOOT, Caroline. **Fundamentos de Publicidade Criativa**. Porto Alegre: Bookman, 2010. 14p.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 23p

SINGER, Peter. **Ética Prática**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998. 293-4 p.

AMBIENTE Brasil, **Tráfico de Animais Silvestres**, Disponível em:
<http://ambientes.ambientebrasil.com.br/fauna/trafico_de_animais_silvestres/trafico_de_animais_silvestres.html/> Acesso em: 11/05/2015.

IBAMA, **Histórico**, Disponível em: <<http://www.ibama.gov.br/aceso-a-informacao/historico/>> Acesso em: 11/05/2015

WWF – Brasil, **Organização**, Disponível em:

<http://www.wwf.org.br/wwf_brasil/organizacao/> Acesso em: 11/05/2015

INSTITUTO Brasileiro de Florestas, **Bioma Mata Atlântica**, Disponível em:

<<http://www.ibflorestas.org.br/bioma-mata-atlantica.html/>> Acesso em: 11/05/2015