

Detran-RJ - Se beber, não dirija!¹

Douglas AZEVEDO²

Lilian S.P. de Souza RIBEIRO³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O presente *spot* foi produzido para o cliente Detran-RJ e fez parte do trabalho da disciplina Linguagem e Técnicas Audiovisuais, cursada no 2º semestre de 2012. A produção deste trabalho permitiu a experimentação prática das ferramentas do audiovisual, pois os processos de criação, produção e interpretação foram realizados no laboratório de áudio da instituição, além de posicionar um grande problema social, que é a violência no trânsito ocasionada pelo consumo de bebidas alcoólicas.

PALAVRAS-CHAVE: *spot*; publicidade; Detran; irresponsabilidade; trânsito.

INTRODUÇÃO

O processo da produção do *spot* teve início no dia da escolha do anunciante. Enquanto alguns alunos escolheram marcas comerciais, preferi escolher um órgão que tem uma grande responsabilidade, que é a de educar e fiscalizar o trânsito de uma das maiores cidades do Brasil. O Detran-RJ – Departamento de trânsito do Rio de Janeiro – é vinculado ao Denatran – Departamento Nacional de Trânsito.

História do Detran-RJ

Até 1924, o controle de toda a frota ficava por conta da Inspeção de Veículos, subordinada ao Departamento de Polícia, mas o crescimento da cidade exigia mudanças. Surgiu, então, a Inspeção de Tráfego, responsável por todo e qualquer veículo que circulasse pelo Rio de Janeiro. Essas licenças eram pagas ao Departamento de Rendas e Licenças da Prefeitura do Distrito Federal, uma vez que a capital do país era sediada no Rio de Janeiro até o início da década de 60.

Em 1964, época do governo Carlos Lacerda e do endurecimento da política nacional, o caos do trânsito exigia medidas enérgicas, como a criação do Departamento de

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Spot (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda, e-mail: douglasazevedo@id.uff.br

³ Orientadora do trabalho: Lilian Soares Pinto de Souza Ribeiro. Professora do Curso Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense e-mail: lilian@vitaminauff.com.br

Trânsito. O recém-criado Departamento de Trânsito (Detran) era composto pelas divisões de emplacamento, fiscalização, administração e habilitação. No ano de 1975, através do processo de fusão dos estados da Guanabara e Rio de Janeiro, o Detran passa, em 25 de março, a autarquia através do decreto-lei n.º 46, do então governador Faria Lima.

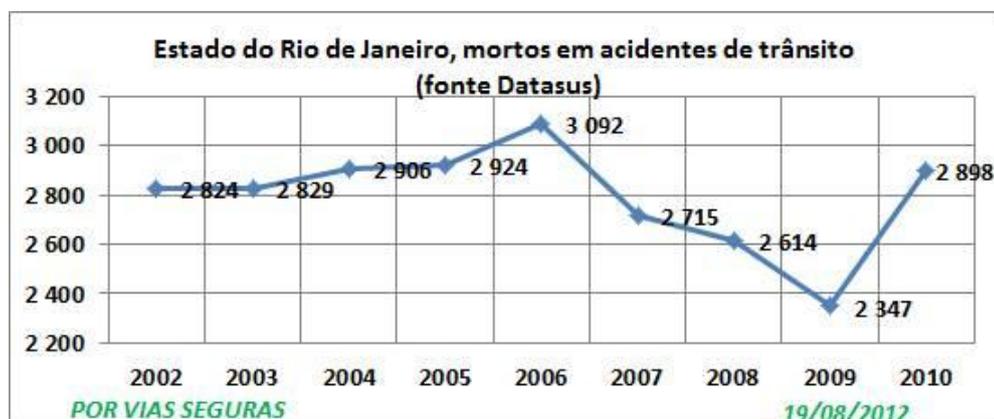
Hodiernamente, o Detran-RJ, além de selecionar e aprovar os candidatos aptos a dirigir e de emitir carteiras de identidade, administra vários modelos diferentes de carteiras de habilitação para atender às exigências das mudanças ocorridas ao longo dos últimos anos

Complexidade do tema

A violência no trânsito é uma das maiores causas de mortes no Brasil. Só nos últimos quatro anos, de setembro de 2008 a agosto de 2012, 11.358 crianças faleceram ou ficaram inválidas permanentemente devido a acidentes de trânsito, tendo a região Sudeste como líder em ocorrências (28%)⁴.

De acordo com um estudo do Denatran – Departamento nacional de trânsito –, o trânsito brasileiro mata 2,5 vezes mais do que nos Estados Unidos e 3,7 vezes mais do que na União Europeia. Em 2008, por exemplo, nos Estados Unidos a taxa de mortes era de 12,5 a cada 100.000 habitantes, no Brasil a taxa foi de 30,1 para a mesma quantidade de habitantes, entretanto, a frota dos estadunidenses era o triplo da brasileira.

Particularmente, o Rio de Janeiro também possui dados alarmantes, de acordo com o Ministério da Saúde, através da sua base de dados (DATASUS), em 2010 ocorreram 2.898 óbitos provenientes de acidentes de trânsito.



⁴ Fonte: DPVAT

Um estudo do Denatran mostra que a maioria (80%) das vítimas fatais do trânsito no Brasil continua sendo homens, faixa etária entre 20 a 39 anos. Infelizmente ainda é grande o número de jovens que dirigem sob o efeito de álcool ou drogas e em alta velocidade, o que denota a necessidade de criar políticas e campanhas direcionadas a esse grupo social.

Lei Seca – RJ

Desde 19 de março de 2009, a Operação Lei Seca já ajudou a salvar milhares de vida. Em pouco tempo, o Rio de Janeiro virou referência nacional em redução dos altos índices de mortes e acidentes de trânsito, preservando vidas, educando e conscientizando cidadãos sobre responsabilidade e segurança no trânsito.

Com o endurecimento da Lei Seca⁵, o número de indivíduos que dirigiram após o consumo de bebida alcoólica teve queda de 21%. Apesar disso, o levantamento revela que o consumo de álcool entre os brasileiros está aumentando. Entre 2006 e 2012, o índice de pessoas que bebem pelo menos uma vez por semana passou de 45% para 54%⁶.

Em 2013, dados do Batalhão de Polícia Rodoviária do Estado do Rio de Janeiro (BPRV) apontaram redução de 70% nas mortes em estradas estaduais e federais fluminenses. Nas ruas, apenas 7,5% dos condutores abordados pela Operação Lei Seca foram flagrados sob efeito de álcool, uma redução de aproximadamente 43% com relação ao último ano. Em todo o Brasil, estatísticas da Polícia Rodoviária Federal (PRF) apontam redução de 18% no número de mortes.

OBJETIVO

Conforme supracitado nos dados anteriores, não obstante a redução de mortes de trânsito no último ano, a bebida alcoólica ainda é um dos grandes fatores para o aumento do número de acidentes de trânsito. O consumo de álcool, segundo dados do Ministério da Saúde, causa euforia, com sensação de potência e superestimação das próprias capacidades,

⁵ Em vigor desde o dia 29 de janeiro, a nova Lei Seca diz que o motorista que for parado em uma blitz de trânsito e for flagrado com 0,05 mg ou mais de álcool por litro de sangue será multado. O texto também prevê multa de R\$ 1.915,30 para motorista flagrado sob o efeito de álcool e de outras drogas. Caso o motorista reincida na infração dentro do prazo de um ano, a proposta é duplicar o valor, chegando a R\$ 3.830,60, além de determinar a suspensão do direito de dirigir por 12 meses. Fonte: R7

⁶ A pesquisa foi realizada pela Unifesp, em 149 municípios brasileiros e entrevistou 4607 pessoas com 14 anos ou mais. Os entrevistados responderam a um questionário de 800 perguntas que avaliaram seu padrão de uso de álcool, tabaco e drogas ilícitas.

diminuição dos reflexos, estreitamento do campo visual, alteração da capacidade de avaliação das distâncias e maior sensibilidade ao deslumbramento.

O motorista que dirige após ter ingerido bebida alcoólica corre grandes riscos de causar um acidente de trânsito e, conseqüentemente, ser vítima da própria irresponsabilidade. Assim, o *spot* foi criado com o intuito de conscientizar aos ouvintes que bebida alcoólica não coaduna com direção responsável.

JUSTIFICATIVA

Marques (2013) destaca que o rádio é um meio onde os apelos onírico, imaginativo e criativo podem e devem ser explorados. Com isso, o texto foi criado com uma alta carga emocional, objetivando que o ouvinte partilhe do drama vivido pelo locutor, que, no texto, vive o pai de um jovem morto em um acidente de trânsito. Esta característica emocional é explorada durante todo o *spot* a fim de “tornar o assunto inteligível e a ocasião memorável” (MCLEISH, 2001).

O texto discorre sobre o drama de um pai que dava tudo que podia ao seu filho, inclusive amor e carinho; porém, o consumo de bebidas alcoólicas por parte deste e, conseqüentemente, a direção de um veículo de maneira irresponsável acarretam danos inefáveis para esse pai. E é por meio da alta carga emotiva que foi construído o texto, no qual o pai conversa com seu filho, mesmo este não estando mais presencialmente ao seu lado. Neste sentido, o *spot* aproxima o ouvinte, suscitando-o a imaginar a cena real. “O rádio trata-se de um meio cego, mas que pode estimular a imaginação de modo que o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz” (MCLEISH, 2001).

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A criação do texto teve como base a retórica clássica, no qual foi utilizado o raciocínio Apodítico: “Carrega o tom de uma ‘verdade inquestionável’. A argumentação é fechada, não deixando margem para contestar-se a verdade do emissor” (Citelli, 2004). O raciocínio apodítico é implícito, no caso do presente *spot* – Se beber, não dirija! –, dirigir após ter ingerido bebida alcoólica pode trazer danos à vida do motorista e de quem o acompanha.

A construção do texto também contém os princípios de que Aristóteles (2010) denominava partes de um *Dipositio*: Exórdio, Narração, Provas e Peroração. O exórdio, que é uma introdução do assunto, aparece em “você era um filho muito bom”, dando a entender que há uma morte, que é anunciada no início do *spot* a fim de atrair a atenção do ouvinte em saber como aconteceu; a seguir, ocorre a narração, no qual os fatos são arrolados, é onde o pai conta um pouco da infância até o dia da tragédia; chegando-se às provas, que é a parte do discurso onde ocorre a credibilidade do argumento, há o fato do filho perder a vida em um acidente de trânsito no qual dirigiu após ter ingerido bebida alcoólica, o que ratifica o argumento de que dirigir após ter ingerido alcoólica pode, a exemplo do que acontece na história contada pelo pai, acarretar mortes. Por último, acontece a peroração, que, pelo caráter finalístico, “é a última oportunidade para assegurar a fidelidade do destinatário” (Citelli, 2004), neste caso é a chamada final - Se beber, não dirija! -, que corrobora toda a história relatada, onde bebida alcoólica e direção não combinam.

No que concerne às técnicas de audiovisuais utilizadas para a produção do *spot*, o programa utilizado foi o *Sonic Foundry Acid Pro 4.0*. Neste foram gravadas as trilhas de locução, realizadas por Luciano Oliveira, e as mixagens da trilha com a base guia: Leo Nissim – *Countryside Promenade*. A produção do spot, incluindo as mixagens e masterização, assim como o texto, foi realizada pelo autor deste trabalho, tendo como base o conhecimento adquirido durante a vida acadêmica.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Anunciante: Detran-RJ - Se beber, não dirija!

Duração: 60”

Locutor: Luciano Oliveira (Loc 1 e Loc 2)

Redator: Douglas Azevedo

Produção e Mixagens: Douglas Azevedo

BG: Leo Nissim – *Countryside Promenade*

Estúdio: Laboratório de áudio da Universidade Federal Fluminense, localizado no Instituto de Artes e Comunicação Social (Iacs).

Técnica	Locução
TEC 1	Início da música, contínuo até o fim. Volume 4
LOC 1	Você era um filho muito bom. Aos sete anos de idade, ganhou sua primeira medalha de judô na competição do colégio.
LOC 1	Aos 12, ganhou uma corrida de bicicletas no Aterro do Flamengo.
LOC 1	Aos 18, dei a você um carro de presente.
LOC 1	Tudo o que pedia, papai dava. Fazia todas as suas vontades e não pedia nenhuma em troca.
LOC 1	Mas teve um dia que pedi a você para ficar em casa, lembra? Era aniversário da sua irmã. Foi o único pedido que lhe fiz.
LOC 1	Mas você saiu com os amigos e se envolveu com bebidas alcoólicas. Eu sempre te pedi para não dirigir após ter ingerido bebida alcoólica...
LOC 1	Você não me escutou.
TEC 2	Efeito sonoro - Batida de carro
LOC 1	Agora você faz parte do meu passado imperfeito, deu à sua irmã o pior presente de aniversário e, para mim, a maior tristeza do mundo, que é enterrar um filho. Adeus, Pedro. Um dia papai te encontrará novamente.
TEC 3	Fim da trilha, silêncio absoluto 2''
LOC 2	Se beber, não dirija.

No decorrer dos seus 60 segundos, o spot é baseado em uma conversa entre emissor e receptor, no qual o receptor não está mais presente a não ser na consciência do emissor. O diálogo é unidirecional, uma conversa de pai para filho, na qual aquele nitidamente sente a falta deste em razão da sua ausência, causada por uma tragédia⁷ concernente a acidentes de trânsito.

No início da gravação, o pai demonstra orgulho do filho, cita duas conquistas deste e ressalta que fazia todas as suas vontades. Até que um dia, no aniversário de sua filha, o pai fez um pedido ao jovem Pedro para ficar em casa para comemorar com sua irmã, mas ele rejeitou. Então, no mesmo dia, Pedro decidiu sair com os amigos para se divertir e ingerir bebida alcoólica, mesmo sabendo que o pai o aconselhava a não dirigir após ter consumido bebidas alcoólicas; assim, no caminho de volta à sua casa, o ato irresponsável praticado pelo jovem ocasionou sua morte em um acidente de trânsito e, conseqüentemente, a maior tristeza para seu pai, que presenciou o enterro de seu filho. Por fim, o pai dá um “recado” ao seu receptor, alegando que o encontrará novamente, deixando um “ar de subentendido”.

Com efeito, o *spot* tem uma grande carga emotiva a fim de provocar o ouvinte e situá-lo nas conseqüências de atos irresponsáveis no trânsito, mostrando o desespero de um pai que perde seu filho devido a este dirigir após ter ingerido bebida alcoólica. Uma atitude irresponsável que provocou, além de sua morte, uma grande tristeza na família. A conscientização que este trabalho proporciona aos jovens é de grande valia, ainda mais se considerarmos que estes são as maiores vítimas dos acidentes de trânsito⁸.

CONSIDERAÇÕES

A criação deste *spot*, antes de seu caráter criativo, apresenta um problema social pertinente no nosso cotidiano, que é a violência no trânsito ocasionada por consumo de bebidas alcoólicas. Assim, aliar o trabalho acadêmico a alguma questão que ajude a alertar a sociedade de algum problema é de extrema importância, e este foi o principal motivo da escolha do cliente.

Programas como a Lei Seca e o aumento da fiscalização têm diminuído o número de acidentes provocados por consumo de bebida alcoólica, demonstrando que os motoristas

⁷ Vale salientar que tragédia é o que poderia ser evitado, ou seja, é um ato causado pela irresponsabilidade e, neste caso, dirigir após ter ingerido bebida alcoólica é um ato irresponsável.

⁸ Fonte: Denatran

estão se tornando mais responsáveis; mas a redução ainda não é satisfatória. Portanto, o *spot* objetiva conscientizar os ouvintes, principalmente os jovens, a serem mais responsáveis no que diz respeito ao trânsito e ao consumo de bebidas alcoólicas. Valendo-se de uma situação triste, porém perfeitamente factível, o *spot* tende a emocionar, principalmente a quem perdeu algum familiar em consequência de acidentes deste tipo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2010.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Redação Publicitária** – Estudos sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. São Paulo: Ática, 2004.

MARQUES, Zeca. **Propaganda é isso aí!** – Um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Saraiva, 2013.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

Dados estatísticos sobre violência urbana e histórico do Detran. Disponível em:

<http://www.vias-seguras.com>. Acesso em: 08 de maio de 2013, às 21h.

<http://www.noticias.r7.com/brasil>. Acesso em: 09 de maio de 2013, às 18h.

<http://www.operacaoleisecarj.rj.gov.br>. Acesso em: 08 de maio de 2013, às 20h.

<http://www.saude.gov.br>. Acesso em: 08 de maio de 2013, às 22h.

<http://www.detran.rj.gov.br>. Acesso em: 08 de maio de 2013, às 19h.

<http://www.denatran.gov.br>. Acesso em: 11 de maio de 2013, às 10h.