



Animal no trânsito¹

Carine BARBOSA²

Jaqueline Spolti ZANOTTO³

Marcos André Macedo, MARTINS⁴

Monica Cristina SCHMITZ⁵

Vanessa Angélica BALESTRIN⁶

Paulo Ricardo dos SANTOS⁷

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

O comportamento dos motoristas é a maior causa de acidentes de trânsito. Muitos motoristas dirigem em alta velocidade, ingerem bebidas alcoólicas ou usam drogas, desrespeitam a sinalização, faltam com educação pensando somente em si mesmo e poluem o meio ambiente. O motorista pode colocar em risco a própria vida como a de outras pessoas, principalmente de pedestres que na maioria das vezes saem mortos ou feridos. A atitude de um bom comportamento no trânsito só depende da consciência de cada um. Um trânsito com baixos índices de mortos é a maior recompensa.

Palavras-chave: trânsito; acidentes; comportamento; animal; respeito.

1 INTRODUÇÃO

Existem várias regras no trânsito, como obedecer ao sinal vermelho, respeitar o limite de velocidade, usar o cinto de segurança, não jogar qualquer tipo de bebida, comida ou objeto para fora do veículo e respeitar os outros motoristas. Porém, há quem não obedece a essas regras e isso acaba danificando a segurança no trânsito. A segurança e o respeito no trânsito é um dever de cada um, todos são responsáveis pelos acidentes e suas conseqüências. Portanto, todos devem se esforçar para tornar o trânsito mais seguro, obedecendo a às leis de trânsito.

Pensando nisso, o spot animal no trânsito tem o intuito de conscientizar as pessoas a não ter atitudes erradas no trânsito. A utilização do rádio foi definida por ser um meio de

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Spot (avulso).

² Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda email: kahh-zinha@hotmail.com.

³ Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda email: jacque_zanotto@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda email: insanozuke@gmail.com

⁵ Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda email: mokinaschmitz@yahoo.com.br

⁶ Aluno líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: vanessa_laff@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: paulo.santos@unoesc.edu.br



informação eficaz em função de suas características, tais como atualidade, rapidez, simultaneidade e instantaneidade. O rádio tem a capacidade de ser alcançado por um público muito diversificado, sendo assim, é considerado um meio de comunicação que não tem fronteiras, pode estar presente numa cidade do interior ou em pontos mais remotos. O rádio com sua mobilidade faz com que as mensagens sejam compartilhadas com outras atividades do dia-a-dia, os ouvintes estão dirigindo ou então até trabalhando enquanto estão ouvindo.

2 OBJETIVO

Conscientizar o público através do meio rádio, da importância de ter um bom comportamento e obedecer às leis de trânsito, a fim de evitar problemas, pois o trânsito pode acabar tirando vida de pessoas inocentes, poluindo o meio ambiente e gerando desentendimentos que ocasionam falta de respeito ao próximo.

3 JUSTIFICATIVA

A falta de respeito no trânsito é um dos problemas que as pessoas enfrentam em seus deslocamentos diários. Segundo o Departamento Nacional de Trânsito são inúmeras as pessoas que morrem e ficam feridas por acidentes de trânsito no Brasil, a maioria desses acidentes acontece por falta de respeito. Nos últimos anos, milhares de pesquisas têm sido realizadas no mundo visando a descobrir quais os verdadeiros fatores desencadeadores da agressividade e da violência no trânsito.

A educação é um ponto importante que deve ser levado em consideração para a solução de problemas de violência no trânsito brasileiro. Com toda a modernidade no controle das infrações, só o motorista consciente e responsável irá, independente de qualquer ameaça, apresentar um comportamento civilizado no trânsito. Falta ao motorista a prática da cooperação e da gentileza que, no trânsito reflete em desrespeito ao próximo, competitividade exagerada e inseqüentemente a prática de sempre levar vantagem em tudo.

Segundo Fernando Pedrosa, podemos comparar o trânsito à arena onde os romanos antigos se divertiam de forma sádica. Ao vestimos nossa armadura - o carro - nós nos tornamos poderosos, imbatíveis quase imortais. Outro condutor e até mesmo o indefeso pedestre, são os nossos adversários que devemos abater violentamente e sem piedade. É



este o comportamento geral que, inconscientemente, envolve o motorista imprudente e agressivo. É importante compreender que toda a sociedade deve estar comprometida com a cidadania e a qualidade de vida em busca de um trânsito civilizado e sem violência.

A criação deste spot é um modo de conscientização de respeito no trânsito, e baseou-se na ideia sobre rádio de Mcleish (2001, p.15), “Trata-se de um meio cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tenta visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz.” Esta afirmação vem para comprovar a eficiência deste meio, através da sua grande capacidade de apelar diretamente á imaginação. O rádio tem sua diferença com a televisão, em que as imagens são limitadas pelo tamanho da tela, as imagens do rádio podem se tornar do tamanho que o ouvinte quiser.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Segundo Júlia Lúcia da Silva (1999), o rádio teve que desenvolver técnicas para que afirmassem a identificação e a memorização de sua mensagem:

O texto do spot torna-se a melhor expressão da linguagem radiofônica por ter que, a partir de poucas palavras, articular conceitos e idéias sobre um produto, serviço ou instituição. Por ser um texto elaborado para ser veiculado em um canal essencialmente acústico, a imagem sonora do que se pretende apresentar não pode ser obtida em uma combinação de signos — letras e palavras — que se dá alheia ao tempo, pois, se por um lado, a inscrição temporal confere efemeridade à palavra radiofônica, por outro, lhe fornece uma das mais significantes matérias. O tempo lhe fornece a possibilidade de ser explorada através do ritmo, que no caso do texto verbal-escrito pode ser obtido também através de repetições, interações, assonâncias e rimas, mas, principalmente, a partir da exploração da palavra como um signo não-arbitrário que pode revelar/apresentar no seu corpo sonoro qualidade do objeto que deixa de ser representado para tornar-se presente sonoramente.

Portanto seguimos os seguintes métodos e técnicas para a construção do spot:

4.1 Ritmo

Em busca da memorização e compreensão do que está sendo ouvido, é indispensável que o texto tenha ritmo. Para isso observa-se que cada idéia deve ser construída em uma sentença ordenada equilibradamente, garantindo assim fluidez ao texto.

Segundo Mcleish (2001, p.61), “O texto usado no rádio é uma fala armazenada.” Sendo assim o texto foi produzido em cima de que se está falando diretamente com o ouvinte e não apenas lendo para ele. Ao construir o texto procuramos decidir o que queríamos dizer



ao ponto de transformar pensamentos, palavras e ações em imagens mentais, elaboramos uma lista de idéias em uma ordem lógica, usamos uma linguagem coloquial comum e pontuação adequada para a locução sair clara, tudo em busca de atingir o público- alvo.

4.2 Plasticidade

A plasticidade é o que vai fazer com que o texto, ao ser oralizado, tenha aspectos reais e passe toda atmosfera que deve ser transmitida.

4.3 Performance

É imprescindível que o locutor tente atuar segundo o texto, não fazendo apenas a voz, mas com expressões corporais. Assim ele transmite de forma mais fidedigna o conteúdo do texto, não apenas através da voz, mas das ações que o texto exige transmitir.

“Usando apenas a voz e recursos sonoros, você pode reproduzir o mundo” (DOMINGOS, 2003, p.187). A locução bem feita é importantíssima no rádio, o locutor deve pronunciar todos os pontos, vírgulas e sílabas das palavras, abrir bem os dentes e os lábios para os sons saírem bem definidos.

4.4 Efeito Sonoro

Geralmente explorado como elemento referencial do objeto que se pretende apresentar verbalmente, seja através do aspecto narrativo ou descritivo.

No rádio para obter um impacto bem definido, os sons devem ser refletidos e simplificados até chegar àquele mínimo que realmente transmite a mensagem. Segundo Mcleish (2001, p.61), “São os efeitos que dão sentido a toda cena”. Em busca de transmitir a mensagem usou-se na produção do spot “Anima no Trânsito”: ambiente trânsito, efeito motor de carro, efeito buzina insistente, efeito cuspidora, efeito xingamento e trilhas neutras.

4.5 Spot de 30”

Segue abaixo roteiro do spot “Animal no Trânsito de 30”.



LOCUÇÃO:	TÉCNICA:
<p>LOC. (MASC)1: MEU NOME É SÉRGIO. EU SOU VETERINÁRIO, MAS É NO TRÂNSITO QUE EU VEJO OS PIORES ANIMAIS.</p> <p>LOC. (MASC)1 (OFF): TEM O CAVALO...</p> <p>LOC. (MASC)1 (OFF): TEM O PORCO</p> <p>LOC. (MASC)1 (OFF): E TEM O CACHORRO.</p> <p>LOC. (MASC)1A DIFERENÇA É QUE NO MEU TRABALHO, OS ANIMAIS SE RESPEITAM E NO TRANSITO NÃO.</p>	<p>TRILHA: NEUTRA. TRILHA CAI PARA BG.</p> <p>AMBIENTE TRÂNSITO. EFEITO MOTOR DE CARRO. EFEITO BUZINA INSISTENTE.</p> <p>EFEITO MOTOR DE CARRO. EFEITO CUSPIDA.</p> <p>EFEITO MOTOR DE CARRO. EFEITO CHINGAMENTO.</p> <p>TRILHA NEUTRA EM BG</p>
<p>LOC. (MASC)3NÃO SEJA UM ANIMAL NO TRANSITO. UMA CAMPANHA DA QUINTA FASE DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UNOESC.</p>	<p>TRILHA NEUTRA 02 TRILHA CAI PARA BG</p> <p>SOBE TRILHA</p>

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O spot “Animal no Trânsito foi um trabalho realizado no componente curricular de Produção Publicitária em Rádio no ano de 2009, do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC. Na produção do spot não foram necessários investimentos, a sua produção e edição foi na rádio da própria universidade, UNOESC FM. A locução foi do profissional da própria rádio.

6 CONSIDERAÇÕES



Este spot foi motivado por uma ideia aparentemente muito simples, a de criar algo que resolve-se ou alerta-se a sociedade sobre algum problema social. O grupo precisou pensar em algum assunto para ser abordado. Durante o processo criativo, apitou-se abordar o desrespeito no trânsito.

O rádio é um veículo com um leque de possibilidades muito amplo. Tem o diferencial de não impor nada visual ao público, apenas insinuar e fazer com que a imaginação comece a trabalhar para compor as cenas do que é ouvido. O áudio deve fazer com que o ouvinte seja transportado a um mundo que ele mesmo cria, mas isso somente é possível quando há dedicação aos componentes do processo criativo de áudio, para que a mensagem destaque-se de todas as informações auditivas que passam a todo momento, além de ser compreensível e se fixar na mente do ouvinte

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOMINGOS, Carlos. **Criação sem Pistolão**. Editora Negócio, 2003.

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

ORTRIWANO, Gisele Swetlana. **A informação no rádio**. Summus, 1985.

PEDROSA, F.L.N. Educação para o trânsito: caminho para reduzir a violência no asfalto, 2009, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.estradas.com.br/sosestradas/articulistas/fernando/educacao.asp> Acesso em: 08 abril. 2010.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira. **Rádio: a oralidade mediatizada – o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. 2 ed. São Paulo: Anna Blume, 1999.