

RESUMO

Este trabalho visa abordar um tema muito presente no cotidiano de jovens e de outras pessoas, as quais possuem uma vida social ativa. O assunto tratado neste, é o motorista consciente, fazendo a utilização de um meio interativo com o público alvo em questão. Neste caso, seria produzido um jogo, onde as pessoas poderiam avaliar o seu estado de sobriedade, fazendo uma ligação lógica entre as imagens apresentadas. Cada “personagem” deste jogo encontrar-se-ia em um nível de alcoolismo diferente, sendo assim o usuário iria selecionar o seu respectivo estado. Este projeto foi pensado no ano passado por ocasião do INTERCOM, evento que reúne as habilitações da área de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Motorista, consciente, interativo, personagem.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um conceito o qual não se limita apenas na forma de troca de informações propriamente ditas. Mas engloba todo um sistema, no qual podemos observar emissor, receptor, mensagem, veículo, código e referente. Para que a mensagem que se quer passar não acabe sendo interferida, é necessário que seja respeitado esse formato, que podemos utilizá-lo como um modelo. Mesmo na criação de um jogo, é de suma importância ter o conhecimento de qual será o seu público alvo e da mensagem a qual será transmitida, tendo cuidado minucioso com a clareza das informações. Para que as mesmas sejam entendidas de maneira rápida e clara. A criação do jogo para a apresentação no INTERCOM partiu do próprio evento ocorrido em 2008, haja vista que é um evento que tem em seu ponto alto a comunicação e esta comunicação reúne as três habilitações: Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Jornalismo. Para tal trabalho, além da linguagem e das personagens, houve uma revisão de literatura tendo como base Vanoye que aborda as várias formas de expressão da comunicação. Sendo assim, apresentar este trabalho seria uma maneira de compartilhar um ponto de vista muito simples e claro, com os demais profissionais da área, abordando um tema muito polêmico na sociedade atual; motorista consciente e a ingestão de bebidas alcoólicas

2 OBJETIVO

Atualmente vivemos uma transformação muito visível nos meios de comunicação presentes em nosso cotidiano. A interatividade entre o público e o meio, hoje é o “carro chefe” no desenvolvimento de anúncios e até mesmo softwares, os quais são utilizados de maneira comercial ou informativa.

O nosso objetivo é utilizar de novas maneiras de comunicação e fazer com que o público alvo seja levado à reflexão pretendida, de uma maneira interativa e descontraída por meio do nosso jogo proposto neste trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

Um jogo sendo utilizado de maneira coerente pode fazer com que uma idéia central seja fixada de maneira muito forte. Ou seja, por meio de sua alta interatividade, a comunicação pode ser feita de maneira muito eficaz. Este fato se explica, pelo motivo que há um grande déficit de atenção por parte de qualquer público alvo. Déficit o qual pode ser diminuído, pois o “game” é uma maneira divertida, descontraída e que prende a atenção das pessoas as quais fazem utilização do mesmo. Também devemos levar em consideração, que a comunicação em meios impressos, mobiliários urbanos e afins, acabam caindo na mesmice e perdem muito sua eficácia. Pois diariamente todas as pessoas são bombardeadas por estas informações. Também não são formatos que abrem espaço para que haja uma maior interação entre as pessoas e o anúncio.

O jogo foi criado, a fim de lidar com um tema muito polêmico e discutido pela sociedade em geral. Atualmente o alcoolismo vem sendo combatido entre os motoristas, tendo em vista o risco que este fato implica para a vida das pessoas, tanto no trânsito quanto para quem não dirige. Porém, as formas as quais vem sendo utilizadas para passar esta idéia ao público alvo em questão, não possuem uma abrangência que faça com que o individuo seja levado à reflexão desejada. Sendo assim, o game surgiu como uma forma que supre a ausência de elementos que ajudam nesta reflexão.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O jogo em questão foi produzido após uma pesquisa, a qual apresentava quais eram as novas tendências no âmbito da comunicação. Também devemos ressaltar, as mudanças ocorridas nas trocas de informação, onde o público na atualidade necessita participar de forma mais ativa dos anúncios, fazendo com que exista melhor fixação.

6 CONSIDERAÇÕES

A comunicação tem como objetivo propagar qualquer informação a algum público destinado. Os jogos são um dos mais novos formatos de produção de anúncios. Os mesmos possuem alguns grandes diferenciais, os quais são sua grande interatividade e sua facilidade em prender a atenção do público alvo em questão. Sendo assim, a produção de peças publicitárias em meios alternativos, tendem a crescer ainda mais nos próximos anos, pois alguns meios muito tradicionais estão sofrendo uma leve queda nos últimos anos. O bombardeio de informações que a sociedade atual sofre, deixa um brecha para que o “game” seja consolidado de fato, como uma forte ferramenta no âmbito da comunicação atual. Somando os símbolos utilizados no jogo, com seu conceito de motorista consciente, há com certeza uma grande chance de sucesso na conclusão deste trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VANOYE, Francis. Usos da Linguagem problemas e técnicas na produção oral e escrita. Martins Fontes, 1998. São Paulo.