## Mídia Rodoviária

Risco ou oportunidade para um trânsito seguro?

3º Congresso Brasileiro de Concessões de Rodovias

**Major João Batista Hoffmeister** 

**Diretor-Técnico do Detran-RS** 

Paulo Ricardo Meira, M.Sc.

Mestre em Marketing e Técnico do Detran-RS

Novembro de 2003







#### Custo econômico da acidentalidade

## Cada acidente com vítima custa R\$ 35 mil ao país

Para estimar quanto os acidentes de trânsito pesam no bolso dos brasileiros, técnicos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) calcularam em R\$ 35,1 mil o custo médio de cada um que envolva vítimas.



No Rio Grande do Sul, além das tragédias pessoais, os 12.185 acidentes com vítimas registrados pelo Detran no ano passado significariam o desembolso de RS 428,13 milhões, Páginas 4 e 5

#### Jornal Zero Hora, 1º junho de 2003

Enquanto o Denatran (Departamento Nacional de Trânsito) indica 20.049 mortes em 2000, dados do Ministério da Saúde apontavam 30.944 óbitos decorrentes do trânsito em 1999. No ano passado, o número estava entre 29 mil e 30 mil, diz o ministério. (Folha de São Paulo, 2 junho 2003)

6/10/2011

No Brasil, as estatísticas são preocupantes. O aumento significativo da frota brasileira, aliado à imprudência de motoristas e pedestres, colocou o País no quarto lugar do ranking mundial de acidentes de trânsito. Em 2001, o Departamento Nacional de Trânsito (Denatran) registrou 394.596 acidentes com vítimas. Em média, mais de 30 mil pessoas morrem todos os anos nas ruas ou estradas nacionais. São mais de 80 óbitos por dia, uma morte a cada 18 minutos.

Esses números fazem com acidentes no trânsito sejam responsáveis pelo maior número de internações hospitalares entre as causas externas às condições de saúde do indivíduo. Segundo dados do Sistema Único de Saúde (SUS) de 1998, no quadro geral de óbitos eles ocupam o terceiro lugar, atrás das doenças cardiovasculares e do câncer.

Outra constatação é que os ferimentos mais graves ocorrem com os motociclistas. Quase metade de todas as lesões neurológicas registradas (46,2%) foi em acidentes envolvendo motocicletas. Um levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) também mostra a maior vulnerabilidade dos motociclistas.

Enquanto entre acidentes com automóveis a proporção de vítimas fica entre 6% e 7%, entre os pilotos de motos este número varia de 61% a 82%.

# Capítulo VII (CTB - Lei 9503/97) Da Sinalização de Trânsito

Art. 81. Nas vias públicas e nos imóveis é proibido colocar luzes, publicidade, inscrições, vegetação e mobiliário que possam gerar confusão, interferir na visibilidade da sinalização e comprometer a segurança do trânsito.

Art. 82. É proibido afixar sobre a sinalização de trânsito e respectivos suportes, ou junto a ambos, qualquer tipo de publicidade, inscrições, legendas e símbolos que não se relacionem com a mensagem da sinalização.

## Continuação: O que Diz a Lei?

Art. 83. A afixação de publicidade ou de quaisquer legendas ou símbolos ao longo das vias condicionase à prévia aprovação do órgão ou entidade com circunscrição sobre a via.

Art. 84. O órgão ou entidade de trânsito com circunscrição sobre a via poderá retirar ou determinar a imediata retirada de qualquer elemento que prejudique a visibilidade da sinalização viária e a segurança do trânsito, com ônus para quem o tenha colocado.

# Da formação de atitudes à intenção comportamental

Crenças

**Sentimentos** 

**Atitudes** 

3 Es:
Esforço legal
Engenharia viária
Educação

Intenção comportamental indesejada

Comportamento

Uma das formas de educação é pela comunicação mercadológica integrada:

- assessoria de imprensa
- relações públicas
- propaganda

A propaganda é veiculada por diferentes mídias:

- eletrônica
- impressa
- exterior

A mídia exterior é toda aquela que está exposta em ambiente ao ar livre.





Por sua vez, a mídia rodoviária, integrante da chamada mídia exterior e que se cristalizou no uso de outdoors e painéis de estrada, é uma das mídias indicadas pelo estudo "Communicating Highway Safety: What Works", do Center for Transportation Research and Education, da Iowa State University, Estados Unidos, que em fevereiro de 2002 publicou extenso relatório sobre a eficácia dessa mídia educativa (ao lado da mídia rádio), por seu imediatismo: atinge o condutor no exato momento de situação de trânsito, possibilitando uma resposta imediata de comportamento desejado.

### Mídia exterior / rodoviária

#### Tipos - Frontlight

Painel metálico de diferentes estruturas, que se diferem dos back-lights essencialmente pela posição e tipo de iluminação, que vem de frente do painel.

É equipado com célula fotoelétrica. Seu resultado pode se igual ao do back-light, pois também tem ótimas características como seu grau de visibilidade.



#### Tipos - EMPENA

Grandes painéis em variados formatos, impressos em telas laminadas. Possuem iluminação frontal, são fixadas em estruturas metálicas nas laterais dos edifícios, conforme a necessidade do cliente e o tipo de peça desenvolvida. As empenas produzem alto impacto e visibilidade.





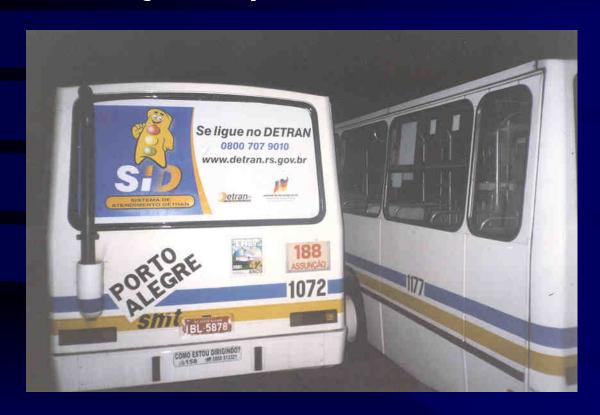
6/10/2011

#### Tipos - TRIFACE

Alia informação e serviço para o consumidor com a divulgação da marca. A sua dinâmica de veiculação de mensagens permite trabalhar a construção de valores e a localização no meio de avenidas de grande fluxo aumenta sua visibilidade e o público impactado.



#### Definição e tipos - BUSDOOR



Oferece ampla cobertura ou segmentação, através da seleção dos roteiros.

## Mídia exterior / rodoviária



### Mídia exterior / rodoviária





## Pesquisa da IPSOS Latin América - 1999

- 74% dos *outdoors* no campo visual de um motorista foram notados, mas 48% não foram lidos.
- Enquanto o outdoor atrai mais o interesse das mulheres, os homens são mais passíveis de converter interesse em intenção de compra.

Com o PRS Eye-Tracker, um instrumento de medição que documenta o ponto onde o entrevistado está olhando:

TV X Outdoor: X metros versus 30 segundos - impacto é fundamental

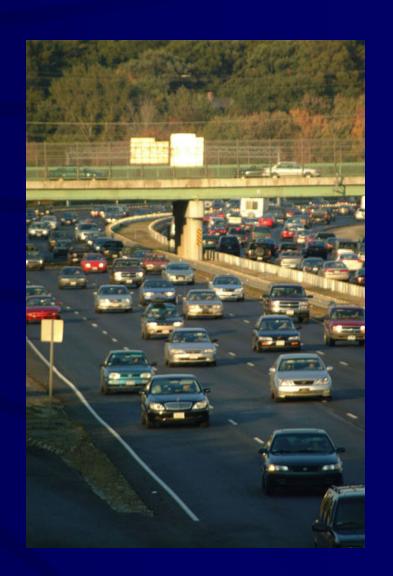
 Outros dados gerados: cerca de 2/3 do tempo é geralmente alocado para figuras; menos de 1/3 dos entrevistados se envolvem com o texto além do título. Não obstante, a Federal Highway Administration, ligada ao US Department of Transportation, está empreendendo uma série de estudos ligados a sobretudo painéis eletrônicos nas rodovias norte-americanas, para avaliar o risco à segurança no trânsito pelo desvio da capacidade de alocação de atenção (recursos cognitivos) do condutor, sobretudo condutores mais idosos.



6/10/2011

Uma das preocupações do estudo é sobretudo em relação aos painéis eletrônicos situados em curvas nas estradas, justamente os pontos onde a atenção dos condutores deveria ser menos desviada. Sobretudo em cruzamentos e intersecções, é demandado ao condutor que execute múltiplas tarefas, como controlar a posição lateral em sua pista, manter velocidade e direção apropriadas, e mesclar-se ao trânsito à medida em que vai surgindo.

Eventualmente teria de administrar possíveis conflitos, como travessia de pedestres, dispositivos de controle de tráfego mutantes e manobras de conversão. Estímulos de distração poderiam se perigosos, nesses casos.



Se um condutor tentar ler uma mídia exterior (seja texto ou ilustração) de difícil leitura por informação em excesso, termos desconhecidos e uma sintaxe mal resolvida, então esse condutor poderá devotar tempo insuficiente à tarefa de dirigir, resultando em perigo. O ideal é que um *outdoor* não tenha mais que seis elementos de informação.

## Resumo: o que seria uma mídia rodoviária perigosa ou indesejada.

- Localizada em curvas
- Localizada em zonas de obras
- Junto a cruzamentos e intersecções
- De difícil compreensão ou alta complexidade
- Com mais de seis elementos

De difícil legibilidade por texto pequeno, fonte complicada ou má manutenção (para uma velocidade máxima de 90 km/h, por exemplo, um tamanho recomendado de letra é 46 centímetros de altura, para ser aceitável mesmo para condutores idosos

Em suma, aumento na distração ou diminuição da legibilidade levam a aumento da taxa de acidentes (você está lendo aqui ou olhando aí embaixo?).



Outra polêmica é a da poluição visual do meio-ambiente, em contraponto de que essa mesma mídia pode ajudar a combater o sono nas estradas, por si só um vilão no combate à acidentalidade do trânsito.



#### Vozes contrárias ao uso de mídia rodoviária:

"There is a positive correlation between the existence of signs and accident rates." - Federal Highway Administration Commercial Electronic Variable-Message Signage (CEVMS) Report, 1980.

"The basic concept of roadside advertising conflicts with one of the fundamental principles of safe driving." Faustman, D. Jackson. Study of Relationship Between Advertising Signs and Traffic Accidents on U.S. 40 Between Vallejo and Davis, California. 1961.

"No empirical studies are necessary for reasonable people to conclude that billboards pose a traffic hazard, since by their very nature they are designed to distract drivers and their passengers from maintaining their view of the road."

Major Media of the Southeast v. City of Raleigh, 621 F.Supp. 1446, aff'd 792 F.2d 1269 (4th Cir. 1986).

### Estudos da Ohio State University:

- Um condutor pode ficar até 8 segundos tentando ler um *outdoor* rodoviário.
- A visão noturna de um condutor é prejudicada após prestar atenção em um painel iluminado.
- Motoristas em estradas de alta velocidade podem percorrer 150 a 250 metros durante o tempo em que estão lendo um *outdoor*.

## Conclusão: usar a mídia rodoviária com cautela.

O pedido do Detran-RS, para você, é um só:

