

CAMPANHA PARA REDUÇÃO DE ACIDENTES EM CAMPINAS

Autores: [Débora Cristina Damasco](mailto:deboradamasco@emdec.com.br)¹; Ana Paula Franke²; Mara Toso³
EMDEC – Empresa Municipal de Desenvolvimento de Campinas S/A
Rua: Doutor Salles Oliveira, 1028 – Vila Industrial – Campinas - SP
Cep: 13035-270
Fone: 3772-4078
e-mail¹: deboradamasco@emdec.com.br
e-mail²: anafranke@emdec.com.br
e-mail³: maratoso@emdec.com.br

RESENHA

Com uma linguagem direta e de grande impacto visual, as campanhas “A bebida nos confunde. Se beber não dirija!” e “Cuide-se! Na moto o para-choque é você”, chamaram a atenção para o risco da imprudência no trânsito e, abordaram questões como álcool x direção e a fragilidade do corpo do motociclista.

PALAVRAS-CHAVE

Motorista – Motociclista – Trauma – Álcool – Prevenção

INTRODUÇÃO

Campinas, nos últimos anos, apresentava uma queda considerável no número de acidentes de trânsito. No entanto, nos anos de 2010 e 2011, houve uma inversão nesta tendência e foi possível verificar um aumento no número de ocorrências e, de uma forma muito preocupante, na quantidade de óbitos causados por acidentes nas vias urbanas na cidade.

Diversos fatores podem explicar esses números: aumento da frota carros e motocicletas (para fins de trabalho, transporte e lazer), maior número de deslocamentos realizados por veículos individuais, imprudência e inexperiência de motoristas e motociclistas, a falta de conservação dos veículos, entre outros fatores. Nenhum fator isolado pode explicar as ocorrências de acidentes, no entanto, a causa mais perigosa é a combinação bebida e direção.

Os segmentos mais vulneráveis no trânsito são pedestres e motociclistas. No entanto, com certeza é o perfil; homem, jovem e motociclista que compõe o grupo que mais preocupa o poder público, ao analisar as estatísticas de acidentalidade na cidade.

Isto se dá por causa da explosão do número de motocicletas em circulação, que gerou padrões de conflitos diferenciados relacionados com suas características, a vulnerabilidade de seus ocupantes e a forma de interagir com outros usuários da via.

Se por um lado, o aumento de oportunidades de financiamento e incentivos fiscais tornou a motocicleta um meio de transporte atraente para o usuário ao se considerar sua relação custo x benefício individual, os custos sociais deste modo de deslocamento é alto, principalmente pela questão da acidentalidade. Neste sentido, esse público torna-se prioritário para o poder público na cidade de Campinas, sendo alvos de diversas ações de prevenção e promoção da saúde.

Soma-se a este contexto local, uma questão global: a Década de Ações para Segurança Viária, que já inicia seu 3º ano e tem como objetivo proporcionar mobilidade segura para todos os usuários em todo o mundo. Para garantir que este objetivo se concretize foi desenvolvido O Plano Mundial para a Década de Ação pela Segurança no Trânsito que conta com cinco pilares, além de indicadores. Dentre os pilares, vale destacar para esta campanha o 4º pilar: Usuários mais seguros nas vias, que foca o comportamento dos usuários da via.

“As atividades incluem a observância permanente às leis e a padrões de segurança viária simultaneamente à conscientização e educação para o trânsito, para o aumento do uso do cinto de segurança e capacete, para reduzir a prática de conduzir o veículo sob o efeito de álcool, o excesso de velocidade e outros fatores de riscos. Este pilar instiga o desenvolvimento de atividades para redução de acidentes de trânsito relacionados ao ambiente laboral e a promoção do estabelecimento de programas de classificação para a habilitação de novos condutores.” (Década de Ação pela Segurança no Trânsito 2011-2020 – Conjunto de ferramentas para organizadores de evento de lançamento)

Cabe destacar que estudos da área de trânsito e saúde pública, confirmam que muitos fatores de risco no trânsito, estão relacionados ao comportamento dos usuários:

“O contexto contemporâneo apresentado pelos dados brasileiros, por fim, decorre de um trânsito onde a condução sob efeito de álcool, a velocidade, a negligência ao uso de capacetes e de mecanismo de contenção, bem como deficiências infraestruturais, são apontadas como os principais fatores de risco de acidentes” (Rede Interagencial de Informações para a Saúde – Indicadores e Dados Básicos para a Saúde 2009 p.24).

Diante do exposto, o uso da palavra acidente para explicar esses fenômenos relacionados ao trânsito torna-se contraditório, uma vez que é, em sua maior parte, evitável e passível de prevenção.

Sendo assim, para diminuir os índices é necessário um trabalho de conscientização, orientação e educação no sentido de criar uma cultura de segurança e identificação de riscos.

Neste contexto, surge a proposta da campanha: “A bebida nos confunde. Se beber, não dirija!” e “Cuide-se! Na moto o pára-choque é você.”

Objetivos

Conscientizar a população sobre a violência no trânsito e seus impactos na vida do indivíduo, abordando questões como o uso de álcool e direção e, a fragilidade do corpo do motociclista ao pilotar sua moto.

Realizar um levantamento de dados para reconhecer o motociclista que trafega pela cidade de Campinas, a fim de desenvolver uma abordagem mais bem fundamentada nas campanhas educativas voltadas a esse público.

Apresentar, discutir e compartilhar as informações obtidas neste levantamento com as demais áreas da EMDEC que estejam envolvidas na campanha.

DIAGNÓSTICO, PROPOSIÇÕES E RESULTADOS

Diagnóstico

Dados da Empresa Municipal de Desenvolvimento de Campinas (EMDEC) apontam que 148 pessoas morreram vítimas de acidentes do trânsito na cidade, no ano de 2011. Esse número é 42,3% maior que o do mesmo período em 2010. No ano de 2010, foram registradas 104 vítimas fatais em Campinas.

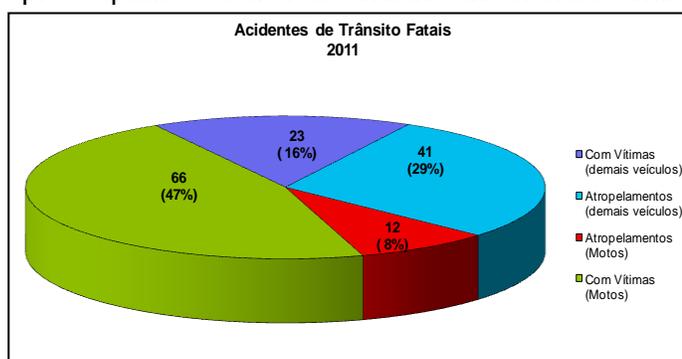
Vale ressaltar que a cidade registrou pela última vez aumento nas mortes no trânsito no ano de 2008, quando 136 pessoas morreram nas vias.

Das 148 mortes registradas em 2011, 70 eram ocupantes de motos (ou seja, 47,3%); 53 foram pedestres (35,8%); e 25 eram ocupantes dos demais veículos (16,9% das vítimas fatais).

No levantamento anual, o dado mais preocupante está relacionado às mortes entre motociclistas ou que envolvem motos. As vítimas fatais neste segmento dobraram. Passaram de 40 no ano de 2010, para 70 em 2011, aumento de 75%.

A motocicleta tem influência direta em 55% do total dos acidentes fatais (46% dos acidentes com vítimas e 9% nos atropelamentos).

As vítimas fatais ocupantes dos demais veículos aumentaram de 22 para 25 no comparativo entre dois anos; e entre os pedestres, foram 42 mortes em 2010; e 53, em 2011.

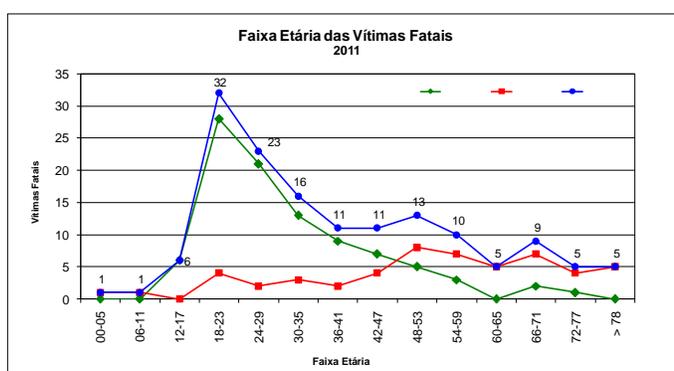


Perfil das vítimas

O jovem é aquele que mais morre no trânsito em Campinas. Quase a metade das vítimas fatais (ou seja, 48,0%) no ano de 2011 era jovem.

De acordo com os dados da EMDEC, tinham entre 18 e 35 anos. Entre os ocupantes de veículos, o jovem é ainda mais vulnerável. Eles representam 65,3% das vítimas fatais.

Já entre os pedestres, aqueles que mais sofrem riscos de morte estão na faixa etária de 48 a 77 anos e na faixa etária acima de 78 anos.



O álcool e as vítimas fatais

Informações do Instituto Médico Legal (IML) que indicam alcoolemia, ou seja, a presença do álcool entre aqueles que morreram no trânsito revelam que:

- Entre os condutores de motocicletas mortos, o IML analisou 35 vítimas fatais. Dessa amostra, 13 apresentaram a presença de álcool no sangue acima do permitido – representando 37% dos mortos deste segmento; 22 tiveram o teste de álcool negativo (63%).
- Entre os condutores dos demais veículos mortos, 5 apresentaram índices de álcool acima do permitido (quase 63%) e para 3, os testes foram negativos (37%).
- Já entre os pedestres mortos, o IML analisou 20 vítimas, das 63 contabilizadas. Neste segmento, 9 apresentaram alcoolemia positiva e 11 tiveram os testes negativos.

Crescimento da frota

O levantamento da EMDEC traz ainda outros dados. Em relação à frota registrada em Campinas no ano de 2011, o Departamento Estadual de Trânsito – Detran-SP, registrou o aumento de 733.075 veículos automotores para 782.263 – aumento de 6.7%.

Já a frota de motos, teve um aumento um pouco maior, cerca de 9%, passando de 105.427 unidades para 115.241 motos.

Campanha de redução de acidentalidade

Tendo vista os dados apresentados, principalmente referentes à combinação arriscada e quase sempre fatal de direção x bebida, muito comum, no período de festas; e, ainda, o aumento da mortalidade entre os motociclistas e jovens, a EMDEC desenvolveu em 2011 / 2012 duas

campanhas: “A bebida nos confunde. Se beber, não dirija!” e “Cuide-se! Na moto o para-choque é você.” Ações que conversaram entre si e, tiveram ações em comum.

Proposições e resultados

A bebida nos confunde. Se beber, não dirija!

Com o slogan “A bebida nos confunde. Se beber, não dirija!”, a campanha para redução da acidentalidade em Campinas, lançada em 14 de dezembro de 2011, teve como público prioritário jovens e motociclistas – segmentos mais vulneráveis à violência no trânsito, como confirma levantamento da EMDEC em 2011.

A Campanha foi motivada por diversos fatores: a inversão da tendência de redução da mortalidade no trânsito em Campinas, fato que foi registrado pela última vez em 2008; a combinação arriscada e quase sempre fatal de direção x bebida, muito comum, principalmente no período de festas; e, ainda, a preocupação com a mortalidade entre os motociclistas e jovens que surpreendeu as autoridades em 2011.

Na campanha foram abordadas situações do dia-a-dia com a visão distorcida. São visões que retratam a falta de foco e percepção, que comprometem a direção dos motoristas que utilizam bebida alcoólica nas vias.

A campanha mostrou também a falta de nitidez sobre a cidade durante à noite; a confusão de um condutor de veículo para visualizar o velocímetro; a dificuldade de ver com precisão a travessia de um pedestre na faixa, entre outras situações provocadas pela combinação do álcool com a direção.

Com intuito de trabalhar e falar diretamente com esses públicos, a campanha foi veiculada na Internet, pelo interesse que o jovem tem pela rede. A mensagem da campanha foi disponibilizada nos portais da Rede Anhanguera de Comunicação (RAC) e EPTV.com; em busdoor na frota do transporte coletivo; em faixas nos principais corredores e vias com alta incidência de acidentes; nos bares e restaurantes, em intervenções de uma equipe de educadores da EMDEC, que fez a distribuição de folhetos; e em universidades no período de volta às aulas.

A EMDEC também trabalhou com sua rede de contatos na Região Metropolitana de Campinas (setores de trânsito e educação), além dos shoppings de Campinas, disponibilizando toda a campanha para ser multiplicada aos públicos desses órgãos/estabelecimentos, conforme interesse.

A ação iniciou-se no período das festas de final de ano (2011) e estendeu-se para o período de férias. No carnaval, o material foi distribuído em bares, clubes e blocos de rua. No período de Volta às Aulas, bares próximos a faculdades e universidades do município receberam a ação educativa.

Além da abordagem direta, foram criadas peças para veiculação em rádios, busdoors, outdoors e faixas.

Peças



Faixa e busdoor



Bolachas e cartazes



Site



Postais



Leques

Resultados

2011	A campanha iniciou-se em dezembro/2011 com a instalação de faixas nas vias com maior risco de acidentes e divulgação nos portais da Rede Anhanguera de Comunicação (RAC) e EPTV.com; além da colocação de busdoor na frota do transporte coletivo. Foram visitados 50 bares e distribuídos cerca de 2 mil bolachas de chope. 48 bares também firmaram o compromisso de empresa responsável com a vida, aderindo à campanha. Foram afixados 80 cartazes e distribuídos 6 mil postais ao público presente nos bares.
2012	Na quinzena de 13 a 24/02/2012 foram instalados 10 outdoors e, produzidos e distribuídos 6.000 bolachas para chopp e cartões postais com mensagens da campanha. Cartazes foram distribuídos em todos os estabelecimentos visitados, nas escolas de Ensino Médio e para a frota de transporte público da cidade (1.000 ônibus) Equipe de educadores e agentes realizaram orientações sobre segurança no trânsito, distribuíram postais da campanha aos estudantes e bolachas de chopp nos estabelecimentos comerciais visitados. 46 estabelecimentos comerciais foram visitados e aproximadamente 5.000 pessoas foram abordadas. Também houve uma ampla divulgação nas redes sociais (facebook) e site da EMDEC, PMC.

Cuide-se! Na moto o para-choque é você.

No dia 4 de julho de 2012, foi lançada a campanha “Cuide-se! Na moto, o para-choque é você”, um trabalho de conscientização, orientação e educação com objetivo de criar uma cultura de segurança e identificação de riscos entre os motociclistas, que se envolveram em mais da metade das mortes no trânsito de Campinas no ano de 2011.

A meta desta campanha foi criar uma cultura de segurança e identificação de riscos, demonstrando que o trabalho de prevenção é possível e que é também a melhor saída para manter-se em segurança. A campanha focou a fragilidade do corpo no uso da moto e mostrou as sequelas provocadas por acidentes, como a perda parcial ou total de movimentos, dores constantes e até mesmo a morte, com imagens de raio-x e frases que citavam as consequências de cada fratura.

Para fundamentar a campanha, foi realizada uma pesquisa (Caderno de Pesquisa de Motociclistas) inédita no município para identificar o perfil dos motociclistas da cidade de Campinas, com questões sobre seus hábitos ao pilotar, perfil social, envolvimento em ocorrências de acidente, entre outros aspectos que tornaram possível a validação da abordagem mais adequada a este público.

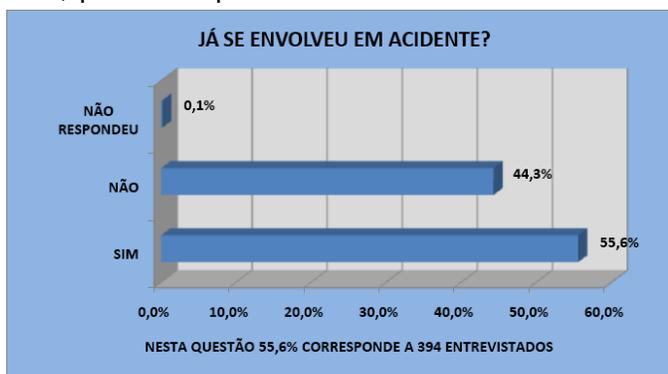
Após o lançamento da campanha, iniciou-se a visita em eventos de motoclubes da cidade além de outros locais com concentração de motociclistas (bares, por exemplo) e profissionais do motofrete.

Houve também veiculação de outdoors e busdoors e foram realizados eventos de moto check-up, onde, além da revisão gratuita da moto, eles receberam material educativo e explicações sobre acidentalidade e comportamento correto ao pilotar.

Caderno de Pesquisa de Motociclistas

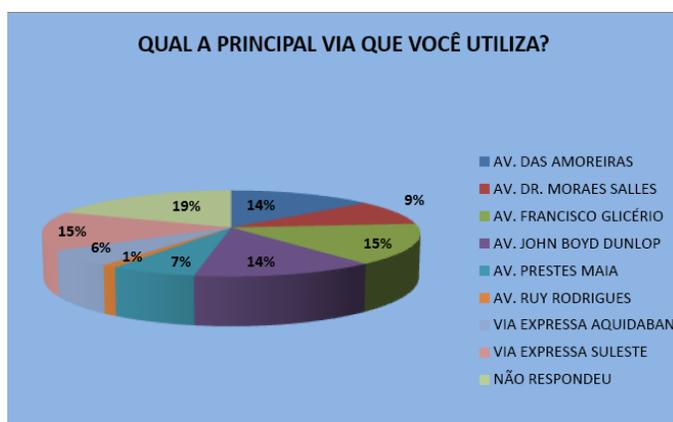
O questionário feito com 709 motociclistas identificou que o veículo é utilizado intensamente, pois 38,8% usam a moto nos três períodos do dia e 32,7% pilotam nos períodos da manhã e da tarde. Quanto ao tempo de uso da moto, 26,8% respondeu que roda com a moto até uma hora por dia e 25,1% entre uma e duas horas por dia. Além disso, 63% dos motociclistas pesquisados usa o veículo todos os dias. A motocicleta é utilizada por 20,2% para realizar seus trajetos e para o lazer. Um total de 17,3% usa sua moto para realizar seus trajetos, para o lazer e para desempenhar sua atividade profissional.

A maioria tem boa experiência em duas rodas, pois 36% pilota há mais de dez anos e 33% entre um e cinco anos. O uso de equipamentos de segurança é também uma prática comum, pois 71,1% dos entrevistados declararam que sempre utilizam. Outro dado importante sobre a segurança: a manutenção preventiva na moto é feita por 95,2% dos entrevistados. Apesar dos cuidados, a pesquisa revelou que 55,6% dos motociclistas já se acidentaram de alguma forma e que houve a ocorrência de vítimas em 60,4% dos acidentes.



Os motociclistas informaram também que, em decorrência dos acidentes, 50,4% foram obrigados a pedir o afastamento no trabalho e que 76,4% dos casos tiveram sequelas. O tempo de afastamento, para a grande maioria dos acidentados, foi entre um e seis meses, pois este período foi indicado por 73,3% dos entrevistados.

As vias mais utilizadas pelos motociclistas questionados foram: Avenida Francisco Glicério (15,4%); Via Expressa Suleste/Lix da Cunha (14,5%); Avenida das Amoreiras (14,1%); Avenida John Boyd Dunlop (13,8%) e Avenida Doutor Moraes Salles (12,8%), entre outras.



Esses apontamentos foram levados em consideração para organização

operacional da ação educativa e até possíveis parcerias com Centros de Saúde, Centros Comunitários, Subprefeituras, ONG e outras prefeituras.

Outros dados importantes: 74,3% dos questionados responderam que usam a moto depois de irem a bares e restaurantes; 17,2% dos motociclistas admitiram que passam no semáforo vermelho; 6,6% informaram que falam no celular enquanto pilotam; 4,2% atravessam o canteiro; e 3,5% fazem conversão proibida.

A pesquisa atendeu as expectativas, considerando o objetivo principal era fazer o reconhecimento dos motociclistas que utilizam as vias urbanas de Campinas.

No entanto, existem pontos que devem ser melhorados: na elaboração das perguntas, focando nos objetivos centrais da pesquisa, e na aplicação da pesquisa.

Quando os prazos, as etapas e os objetivos são previamente alinhados, as adversidades processuais e burocráticas são prevenidas. Vimos esta inoperância quando a pesquisa foi aplicada em estacionamentos fechados que necessitava de autorização previa da administração do estacionamento.

Com relação à rejeição do público em participar da pesquisa, ficamos surpreendidos, pois a maior parte dos abordados concordou tranquilamente em participar.

Peças



Banner e cartaz



Folder e hot site



Faixa



Camisetas e cordão

Resultados

Data	Local	Obs.
04 a 19/07 e 13 a 28/09	Diversos pontos da cidade	Instalação de 25 faixas da campanha e outdoors em 20 pontos da cidade, com maior acidentalidade.

21 a 22/07 Lançamento da Semana do Motociclista	Motoclube Warriors Guanabara	Utilização de banners, cartazes, entrega de folders informativos e sorteio de camisetas. A atividade envolveu nos dois dias aproximadamente 700 pessoas.
25 e 26/07 Divulgação da atividade do dia do motociclista e apresentação campanha	Oficinas, estacionamentos de motos e centro	Equipe de Colaboradores do Departamento de Programas de Educação (DPE), nas oficinas, estacionamentos de motos e na área central.
27/07 Comemoração Dia do Motociclista	Largo do Rosário	Ação organizada pela EMDEC em parceria com a Honda/Winner, PitStop com Check-up e emissão de laudo técnico de motos. Tivemos a participação de 800 motocicletas sendo que cerca de 300 motocicletas fizeram o Check-up.
Divulgação	Mailing eletrônico / escolas / spots para rádio	Envio de folder eletrônico para o mailing de motociclistas, com mensagens educativas e informações sobre o hotsite. Colocação de cartazes em Escolas do Ensino Médio e Universidades. Veiculação de spots (3 tipos) com mensagens sobre a campanha para motociclistas na Radio Educativa
Outubro e Novembro	Visita a 06 empresas de Motofrete	Comemoração do Dia do Motofretista. Abordagem para orientações e dicas de segurança aos motofretistas.

CONCLUSÕES

Atualmente, as pessoas recebem grande quantidade de informações e no fundo pouco se aproveita. Com a educação para o trânsito não é diferente. Boa parte das pessoas sabem o que é certo ou não fazer, mas quando saem à rua continuam fazendo as escolhas mais arriscadas.

O que elas precisam é saber qual o sentido daquele comportamento, quais as consequências no caso de um acidente e sofrimento dos envolvidos, bem como a perda de qualidade de vida e danos materiais. Isso conduz a uma reflexão de suas práticas e comportamentos no trânsito.

No entanto, para provocar mudanças é preciso abordar o tema o tempo todo, deixar impregnado na consciência das pessoas. Somente dessa forma será possível mudar uma cultura já tão enraizada.

As duas campanhas aqui apresentadas buscaram dialogar de forma direta com os indivíduos. Buscaram apresentar claramente o impacto que o acidente pode causar em suas vidas e dos seus entes queridos.

Usando de diferentes veículos: nas ruas, na Internet (portais de TV, jornais e hotsite), no transporte coletivo, nas universidades, em bares e restaurantes, o apelo pelas escolhas seguras foi transmitido à toda sociedade.

Vale destacar que as campanhas integram uma série de ações já desenvolvidas de maneira permanente pela EMDEC, com escolas, pessoas da terceira idade, universitários etc.

Neste sentido, estamos confiantes de que atingimos nossa meta de levar as pessoas a repensarem suas escolhas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Década de Ação pela Segurança no Trânsito 2011-2020 – Conjunto de ferramentas para organizadores de evento de lançamento

Rede Interagencial de Informações para a Saúde – Indicadores e Dados Básicos para a Saúde 2009 p.24.

Caderno de acidentalidade no trânsito em Campinas – 2011.
<http://www.emdec.com.br/eficiente/repositorio/5770.pdf>. Acesso em 19 de julho de 2013.