

RESOLUÇÃO Nº 314, DE 08 DE MAIO DE 2009

Estabelece procedimentos para a execução das campanhas educativas de trânsito a serem promovidas pelos órgãos e entidades do Sistema Nacional de Trânsito.

O CONSELHO NACIONAL DE TRÂNSITO-CONTRAN, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo artigo 12, inciso I, da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro - CTB, e conforme o Decreto nº 4.711, de 29 de maio de 2003, que trata da coordenação do Sistema Nacional de Trânsito -SNT; e

Considerando o artigo 75 do CTB, que trata das campanhas de trânsito a serem promovidas pelo SNT;

Considerando as diretrizes da Política Nacional de Trânsito - PNT aprovadas pela Resolução 166 de 15 de setembro de 2004 do CONTRAN;

Considerando a importância da adoção de padrões para unificar concepções e valores a serem transmitidos pelos órgãos e entidades do SNT no que se refere à realização de campanhas educativas.

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar as orientações para a realização de campanhas educativas de trânsito estabelecidas no Anexo desta Resolução.

Parágrafo Único. Para efeitos desta Resolução, entende-se por campanha educativa toda a ação que tem por objetivo informar, mobilizar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam segurança e qualidade de vida no trânsito.

Art. 2º Os órgãos e entidades do SNT devem assegurar recursos financeiros e nível de profissionalismo adequado para o planejamento, a execução e a avaliação das campanhas de que trata esta Resolução.

Folha 02 da Resolução nº 314, de 08 de maio de 2009.

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação, revogando a Resolução nº 420/1969 do CONTRAN.

Alfredo Peres da Silva
Presidente

Marcelo Paiva dos Santos
Ministério da Justiça

Salomão José de Santana Rui
Ministério da Defesa

Edson Dias Gonçalves
Ministério dos Transportes

Valter Chaves Costa
Ministério da Saúde

Carlos Alberto Ferreira dos Santos
Ministério do Meio Ambiente

Elcione Diniz Macedo
Ministério das Cidades

ANEXO DA RESOLUÇÃO 314 DE 08 DE MAIO DE 2009

PROCEDIMENTOS PARA A REALIZAÇÃO DE CAMPANHAS EDUCATIVAS DE TRÂNSITO

A Política Nacional de Trânsito - PNT, cujas diretrizes foram aprovadas pela Resolução n. 166/2004 do CONTRAN, é marcada pela preocupação com o fato de que, ao longo de muitos anos, *o trânsito foi tratado como uma questão policial e de comportamento individual dos usuários, carecendo de um tratamento no campo da engenharia, da administração do comportamento e da participação social*. Em seu conjunto, a PNT busca reverter essa tendência e preconiza que *um trânsito calmo e previsível estabelece um ambiente de civilidade e de respeito às leis, mostrando a internalização da norma básica da convivência democrática: todos são iguais perante a lei e, em contrapartida, obedecê-la é dever de todos*.

A observância a esses aspectos na realização de campanhas educativas de trânsito é fundamental para assegurar que o conjunto de órgãos e entidades que compõem o SNT promova o trânsito cidadão, seguro e participativo, priorizando a preservação da vida, da saúde e do meio ambiente, visando à redução do número de vítimas, dos índices e da gravidade dos acidentes de trânsito e da emissão de poluentes e ruídos. Em consonância ao previsto pela PNT no que se referem à efetivação da educação contínua, as campanhas devem *orientar cada cidadão e toda a comunidade, quanto a princípios, valores, conhecimentos, habilidades e atitudes favoráveis e adequadas à locomoção no espaço social, para uma convivência no trânsito de modo responsável e seguro*.

Além da promoção da segurança no trânsito, as campanhas educativas de trânsito devem provocar comportamentos éticos e de cidadania, voltados ao bem comum. Portanto, a visão predominante na sociedade de que os espaços de circulação são prioritários – ou até exclusivos – para os usuários de veículos, especialmente dos veículos motorizados individuais, deve ser também objeto de preocupação das campanhas, o que requer caráter e abordagem que favoreçam a democratização do ambiente do trânsito e a inclusão social.

Para que as campanhas educativas de trânsito possam, efetivamente, construir conhecimentos e produzir mudança de atitude, é fundamental que os órgãos e entidades do SNT adotem uma metodologia capaz de orientar sua execução. Isto porque não se pode pensar na veiculação de campanhas de forma aleatória, como atividade fortuita ou casual.

Nesse sentido, independentemente da mídia e dos recursos financeiros envolvidos, toda campanha educativa de trânsito deve ser cuidadosamente **planejada**, conforme orientações a seguir.

1. Pesquisa

A pesquisa trará à luz indicadores qualitativos e/ou quantitativos sobre a percepção da população em relação ao trânsito: qual a sua opinião, quais as suas maiores preocupações, quais as suas dificuldades relacionadas ao trânsito; deve detectar seu envolvimento em acidentes de trânsito: como, quando, onde, o motivo. A pesquisa deve considerar também as estatísticas de trânsito relacionadas a passageiros, pedestres, condutores, examinando faixa etária, sexo, entre outras questões importantes para determinar temas, objetivos, público-alvo.

2. Elaboração da campanha

A campanha deve ser criada para ir ao encontro das informações coletadas na pesquisa. Nesta etapa será definida a concepção a ser adotada, o tema a ser abordado, as linguagens utilizadas, seleção das mídias, frequência de veiculação, etc.

No momento de elaboração das campanhas educativas de trânsito consideradas nesta Resolução, devem ser considerados os seguintes aspectos:

2.1 A utilização de linguagens acessíveis e de fácil compreensão à população em geral, assim como a fundamentação em preceitos técnico-legais, garantindo a transmissão de informações corretas sobre quaisquer assuntos relacionados ao trânsito.

2.2 O foco no ser humano, visando a construção de uma cultura e de uma ética democráticas no trânsito, fundadas no direito de ir e vir, com o objetivo de assegurar a vida.

2.3 O destaque a ações, preferencialmente propositivas, que ressaltem aspectos positivos, buscando a identificação do público com situações de seu cotidiano no trânsito, de forma a levá-lo à análise e à reflexão de suas atitudes.

2.4 O atendimento aos princípios e valores éticos presentes na PNT.

2.5 O extremo cuidado com abordagens negativas ou que apresentem violência para evitar a anodinia.

2.6 A necessidade da adoção de critérios para selecionar personagens e personalidades a serem usadas nas campanhas, considerando a imagem que têm perante o público, especialmente no que diz respeito à observância dos princípios e valores éticos. É aconselhável a associação das campanhas a personagens e personalidades identificadas com atitudes responsáveis e respeitadas para com a coletividade e as leis em geral. Cuidados devem ser tomados quanto ao histórico de envolvimento das referidas personagens e personalidades em problemas de responsabilidade em acidentes de trânsito ou ocorrências semelhantes.

3. Pré-teste

Antes de ser exposta ao grande público, as peças produzidas para a campanha devem ser submetidas a uma pesquisa junto ao público-alvo, a fim de verificar se, realmente, atendem às expectativas.

4. Pós-teste

Após a veiculação da campanha ao grande público, deve ser realizada avaliação para que seja possível examinar se os objetivos foram alcançados ou não. No caso das campanhas educativas de trânsito, os indicadores a serem usados no pós-teste devem ter foco preferencialmente nos aspectos comportamentais diretos, não tanto nos resultados globais – e.g. em termos de redução de índices de acidentes ou de vítimas – que podem ter influência de outros fatores.

GLOSSÁRIO

Anodinia: ausência de dor; espécie de anestesia da capacidade de impressionar com algo violento e, por conseguinte, banalizá-lo.

Linguagens: são sistemas de sinais utilizados pelo ser humano para expressar suas idéias, sentimentos, pensamentos, emoções. Há dois tipos de linguagem:

a) Linguagem verbal

A palavra é o instrumento mais eficaz na comunicação que as pessoas estabelecem com o outro e consigo mesmas. Ela organiza o pensamento, faz com que seja possível explicitá-lo e acompanha as inúmeras atividades que são desenvolvidas ao longo da vida.

A humanidade tem veiculado, por intermédio da palavra, de geração para geração, um volume enorme de conhecimentos, comportamentos e valores que constituem a *cultura* das várias comunidades existentes.

A linguagem verbal apresenta uma estrutura bastante complexa: além de representar todos os tipos de objetos, permite sua análise, caracterização e interligação com outros conceitos, num sistema amplo de relações.

b) Linguagem não-verbal

Na comunicação diária, as pessoas utilizam de meios que dispensam o uso da palavra: gestos, olhares, etc.

A mímica, a pintura, a música e a dança são artes que, em sua expressão, prescindem da palavra. Hoje, o ser humano convive com frequência cada vez maior e mais intensamente com a linguagem visual. O cinema, a televisão, a computação, a fotografia, os veículos publicitários (*outdoors*, revistas) têm encontrado, nesse tipo de linguagem, um instrumento de comunicação extremamente eficaz, sobretudo devido à velocidade com que transmite as mensagens.

Mídia: em latim, *media* significa meios. Daí vem a palavra mídia. É o plural de *medium* (o meio). O termo foi adotado nos Estados Unidos e adaptado ao português na forma como se pronuncia em inglês: mídia. Indica o conjunto de meios de comunicação social utilizados atualmente: rádio, TV, cinema, telefone, jornais, revistas, cartazes, internet.

Peças produzidas para uma campanha: são todos os materiais produzidos para a realização das campanhas, tais como: filmes para TV, *spots* (para rádio), folderes, cartazes, outdoors, entre outras.

Veiculação: publicação de mensagem publicitária em um veículo de comunicação (TV, rádio, jornal, etc.).