

re:act

inspiring change

Brief da Campanha



Usuários Vulneráveis e Condutores: Responsabilidade Compartilhada

Formulário do brief

Perguntas e Respostas (Q&A) com os Estudantes:	22 de Março
Check in dos Estudantes:	12 de Abril
Apresentação final:	17 de Maio

1. Nosso desafio

O termo usuário vulnerável da via (UVV) refere-se a qualquer pedestre, motociclista ou ciclista que usa ou interage com o sistema viário. Eles são definidos como “vulneráveis” porque têm menos proteção contra colisões do que os ocupantes de veículos de 4 ou mais rodas motorizados e, portanto, um risco maior de serem gravemente feridos ou mortos em um sinistro. Pode ser um pedestre atravessando a rua ou um motociclista em uma rua ou avenida.

As interações entre automóveis, motocicletas e pedestres são responsáveis por uma proporção significativa das mortes e lesões no trânsito em Fortaleza e em todo o Brasil:

- Dos mais de 100 milhões de veículos registrados no Brasil, dois terços são automóveis e veículos leves de 4 rodas, e mais de um quarto são motocicletas (27%, veículos motorizados de duas e três rodas).
- Os principais fatores de risco relacionados às aproximadas 40.000 mortes no trânsito que o Brasil registra a cada ano são: excesso de velocidade, álcool e direção e não uso de capacete por motociclistas.
- Em Fortaleza, o ocupante de motocicleta é considerado o grupo mais vulnerável, respondendo quase metade de todas as mortes (48%) em 2021.
- A taxa de mortalidade entre os pedestres também é preocupante. Em 2021, mais de um terço das mortes nas vias eram de pedestres (36%). A maioria dessas mortes foi causada por atropelamentos por carros ou motociclistas.
- Pode haver falta de empatia, compreensão e preocupação entre os diferentes tipos de usuários da via e, em alguns casos, até mesmo um sentimento de desdém entre diferentes grupos (por exemplo, condutores de automóveis versus motociclistas).

O desafio deste brief é desenvolver uma campanha que construa um maior senso de responsabilidade compartilhada entre UVVs e condutores de automóveis para reduzir o número de sinistros envolvendo UVVs. Isso deve ser alcançado influenciando positivamente as atitudes e comportamentos de UVVs e condutores para entender os riscos potenciais que eles representam um para o outro e como eles podem ser minimizados, ao mesmo tempo em que cria um maior senso de empatia, comunidade, humanidade e responsabilidade compartilhada, em vez de uma mentalidade ‘nós contra eles’ entre os diferentes usuários da vias.

Alguns dos comportamentos que os condutores devem exibir ao compartilhar a estrada com UVVs:

- Dê preferência aos pedestres durante as suas travessias e quando eles estiverem atravessando em um cruzamento.
- Faça contato visual com os pedestres enquanto eles se aproximam para atravessar a via. Não presuma que os UVVs viram seu veículo.
- Evite quaisquer distrações dentro do seu veículo e certifique-se de que está altamente ciente do ambiente externo, particularmente da presença de UVVs. Ative a função “não perturbe” em seu smartphone ou o mantenha longe de seu alcance visual para evitar distrações durante a condução. Mantenha a consciência do seu entorno e esteja particularmente atento aos pedestres, ciclistas e motociclistas.
- Nunca exceda os limites de velocidade e ajuste sua velocidade para atender às condições, inclusive em áreas de alta atividade de pedestres, ciclistas e motociclistas, como em torno de escolas, hospitais, shopping centers, estacionamentos e bairros residenciais.
- Esteja ciente da hora do dia e das condições ambientais, que podem dificultar a visibilidade.
- Use o método “da mão distante” ao sair de um veículo estacionado, usando a mão mais distante da maçaneta, para que os ocupantes do veículo sejam forçados a olhar por cima do ombro para o tráfego que passa.

Alguns dos comportamentos que os UVVs devem exibir durante seus deslocamentos:

- Sempre faça contato visual com o motorista, não presuma que ele o viu.
- Sempre que possível, utilize as faixas e travessias para pedestres e obedeça as sinalizações. Evite cruzar entre veículos estacionados e em partes da via onde você não pode ter uma visão clara do tráfego que se aproxima, como curvas, descidas e subidas.
- Evite distrações e esteja sempre atento ao ambiente ao usar a via – evitar usar o celular ou jogos eletrônicos.
- Não use fones de ouvido durante o uso da via.
- Seja facilmente visto, principalmente em áreas/horários de pouca luz e/ou visibilidade limitada.
- Não fique à borda da calçada enquanto espera para atravessar – caminhões e ônibus podem, às vezes, trafegar muito próximos ao meio-fio e atingir UVVs que estão na calçada.

2. Público alvo

UVVs e condutores de 18 a 25 anos de idade.

3. Atitudes e comportamentos atuais

Sua pesquisa para este brief deve investigar isso em detalhes, com os insights alimentando sua estratégia criativa. Como ponto de partida, considere:

- Eles não têm consciência da responsabilidade compartilhada que os diferentes usuários da vias têm de cuidar de si mesmos e uns dos outros?
- Eles têm uma mentalidade errônea em relação a outros usuários da via, que leva a atitudes e comportamentos negativos de “nós versus eles” (motociclistas versus motoristas, motociclistas versus pedestres, etc.) em vez de uma atitude positiva e comunitária?
- Existe uma falta de responsabilidade compartilhada e/ou uma mentalidade errônea/atitude negativa em relação a outros usuários que podem levar a comportamentos perigosos na via?

4. Atitudes e comportamentos futuros/almejados

- Consciência clara da responsabilidade compartilhada que todos os usuários da via devem cuidar de si mesmos e uns dos outros em uma abordagem de sistema seguro.
- Uma atitude positiva e comunitária em relação a todos os outros usuários, independentemente do modo de transporte.
- Um senso mais forte de responsabilidade compartilhada, uma atitude comunal e empática para com outros usuários da via e uma maior consciência dos riscos que diferentes usuários podem apresentar levarão a comportamentos mais seguros nas ruas, resultando em menos mortes e lesões no trânsito.

5. Qual é a proposta principal?

Todos nós temos uma responsabilidade compartilhada pela nossa própria segurança e pela segurança dos outros usuários da via.

6. O tom/mensagem

- Um tom claro deve ser desenvolvido como parte de sua estratégia criativa da mensagem.
- Embora o tom precise ressoar com o público-alvo de 18 a 25 anos, deve-se considerar o fato de a campanha aparecer em espaços públicos e ser apoiada por vários parceiros corporativos. Como tal, as mensagens não devem ser inadequadas ou potencialmente ofensivas a nenhum segmento da população em geral.

7. Apoio/Sustentação

- A proposta única está alinhada e apoiada por uma abordagem de sistema seguro para a segurança no trânsito.
- Sua estratégia e conceito de campanha devem ser sustentados por insights descobertos por meio de sua pesquisa primária e secundária.

8. Obrigatório

- Re:act logotipos. O arquivo EPS será fornecido pelo seu professor.

9. Entregas

Apresentação de 5 a 10 minutos, incluindo:

- Resultados de pesquisas primárias e secundárias e insights do público-alvo
- Desenvolvimento de conceito e estratégia de mensagens
- Campanha criativa aplicado a vários canais de mídia

Aplicação da campanha a uma orientação de paisagem e retrato.

Especificações

1. Porta retrato Digital (1080pxW x 1920pxH, animação fixa ou simples até 7 segundos)
2. Paisagem Digital (1280pxW x 720pxH, animação fixa ou simples até 7 segundos)

- Plano de campanha – como você alcançará o público-alvo para mudar efetivamente suas atitudes e comportamentos?

10. Objetivos

- Quais são os objetivos quantificáveis da campanha (geral e para canais/atividades individuais)? Forneça o máximo de detalhes possível.

11. Seu argumento

Use os itens abaixo como um guia para as etapas que você deve seguir no desenvolvimento de sua campanha e na estrutura de sua apresentação final.

- Breve recapitulação do resumo - sua interpretação de seus pontos-chave
- Sua abordagem de pesquisa
- Resumo de insights/descobertas de sua pesquisa
- Apresente seu conceito: mensagens-chave, aparência e comportamento
- Ideias de ativação de campanha

12. Cronograma

Perguntas e Respostas (Q&A) com estudantes:	22 de Março
Check in:	12 de Abril
Conclusão e apresentação:	17 de Maio

13. Apêndices

Os recursos a seguir devem ser revisados para referência e insights adicionais.

- 🔗 Insight sobre o risco: [Compartilhando a via com usuários vulneráveis](#)
- 🔗 Pesquisa: [Campanhas de mídia de massa de segurança no trânsito: um kit de ferramentas](#)
- 🔗 Pesquisa: [Relatório Anual de Segurança Viária de Fortaleza](#)
- 🔗 Pesquisa: [Plano Nacional de Segurança no Trânsito](#)
- 🔗 Artigo: [Segurança Viária: Uma responsabilidade compartilhada](#)
- 🔗 Insight: [Sistema Seguro - Reconhecendo a Responsabilidade Compartilhada](#)
- 🔗 Pesquisa: [Salvar Vidas: Um Pacote Técnico de Segurança Viária](#)
- 🔗 Pesquisa: [Visão Zero: Um kit de ferramentas para a segurança no trânsito na era moderna](#)