

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
CEFET – MG
TRANSPORTES E TRÂNSITO – PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

**O PAPEL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DE CAMPANHAS
DE SEGURANÇA E EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO**

MARCELO SANTOS PEDRO

BELO HORIZONTE

2008

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
CEFET – MG
TRANSPORTES E TRÂNSITO – PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

MARCELO SANTOS PEDRO

**O PAPEL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DE CAMPANHAS
DE SEGURANÇA E EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Transportes e Trânsito – Pós-graduação Lato Sensu do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFET-MG como requisito parcial para obtenção do título de especialista.

Orientadora: Rosely Fantoni Silva

BELO HORIZONTE

2008

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
CEFET – MG
TRANSPORTES E TRÂNSITO – PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

MARCELO SANTOS PEDRO

**O PAPEL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DE CAMPANHAS
DE SEGURANÇA E EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO**

Este trabalho foi julgado adequado como parte dos requisitos para a obtenção do título de especialista em transportes e trânsito pelo Centro federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais - CEFET.

Prof(a), Rosely Fantoni Silva
PROFESSORA ORIENTADORA

Prof. Antonio Prata
COORDENADOR DO CURSO DE TRANSPORTES E TRÂNSITO – PÓS-GRADUAÇÃO
LATU SENSU

Agradeço a Deus: pela orientação e proteção constante.
À minha família: pelo amor, confiança e conforto nas horas difíceis.
Aos amigos: pela cumplicidade e incentivo.
Aos professores e mestres: pelo conhecimento adquirido e orientação.

RESUMO

Os diversos problemas existentes no trânsito dos grandes centros urbanos têm sido motivo de preocupação e da busca de soluções por parte do poder público, da sociedade, de profissionais de diversas áreas e de estudiosos do assunto. Nesse sentido, um dos consensos entre estas áreas, é o de que a educação para o trânsito e os mecanismos de segurança se configura como instrumento que podem colaborar de forma expressiva para a melhoria do cenário instalado nesta importante área social. Dentro deste contexto, os meios de comunicação surgem como importantes canais na comunicação, informação, formação de opinião e mudança de comportamento da coletividade de maneira a proporcionar perspectivas de melhoria para a qualidade de vida das pessoas. Aliada a estas funções encontra-se a responsabilidade que a mídia possui em relação à divulgação de campanhas de educação e segurança para o trânsito, como forma de conscientizar as grandes massas da importância que estes assuntos possuem para a redução de acidentes de trânsito e outras conseqüências danosas à vida moderna. Assim, este trabalho se propõe a descrever, de forma teórica, os principais pontos relativos ao papel que a mídia tem exercido em relação às questões educativa e de segurança no trânsito das grandes metrópoles brasileiras, conduzindo a uma reflexão a respeito da sua importância e do desempenho que os mesmos têm demonstrado. Como forma de aprofundar no tema proposto e demonstrar a sua importância pragmática, foi elaborado um roteiro de entrevistas que foi aplicado junto a cinco profissionais que atuam nas áreas de transporte, trânsito e comunicação de Belo Horizonte.

Palavras-chave: Trânsito; Segurança no Trânsito; Educação para o Trânsito; Meios de Comunicação de Massa.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA: FUNÇÕES E OBJETIVOS	10
2.1 Contexto e conceito da comunicação	10
2.2 O que é comunicação de massa	16
2.3 Características da comunicação de massa	19
2.4 Funções da comunicação de massa	23
3 EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO COMO FUNÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	26
3.2 O caráter multifuncional da educação no trânsito	26
3.3 A contribuição da educação para o trânsito	28
3.3 Educação e comunicação: vertentes de interação social e cidadania	30
3.4 Cidadania, educação e segurança no trânsito: as influências da mídia	31
3.5 Algumas estatísticas do trânsito no Brasil	35
4 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DAS ENTREVISTAS	39
5 CONCLUSÕES	51
REFERÊNCIAS	53
ANEXO I	55

1 INTRODUÇÃO

A modernidade, marcada essencialmente por transformações e evoluções em diversas áreas que interagem e fazem parte da vida humana, trouxe consigo inúmeros benefícios que, em um primeiro momento, propiciaram conforto, facilidade, agilidade e maior interatividade entre as pessoas. As inovações tecnológicas podem ser apontadas como as principais responsáveis por tais mudanças e pelo surgimento de um cenário mais dinâmico, o que fez com que a vida, principalmente nos grandes centros urbanos, se tornasse mais prática e, por outro lado, ainda mais acelerada. No entanto, aliado ao fator tecnológico, o crescimento demográfico vem fazendo com que surjam novos problemas sociais – frutos da dificuldade da convivência harmônica entre um número cada vez maior de pessoas – e acentuando outros já existentes.

Nesse sentido, percebe-se que um dos maiores desafios enfrentados, principalmente pelas pessoas que residem nas grandes metrópoles, tem sido à busca de soluções para os problemas advindos do trânsito que, de forma geral, são agravados por fatores como o elevado número de veículos que trafegam diariamente, a utilização de bebidas e substâncias psicotrópicas por motoristas, a falta de segurança tanto dos veículos quanto da infra-estrutura viária das cidades e rodovias, e ainda a pouca – ou nenhuma – informação transmitida pelos meios de comunicação com o objetivo de conscientizar a população a respeito das normas de segurança e educação no trânsito.

Pode-se observar facilmente que as grandes montadoras de veículos – tanto brasileiras quanto estrangeiras – investem milhares de reais em campanhas publicitárias, principalmente por ocasião do lançamento de um novo carro, intenção de atrair uma gama maior de compradores para aquele modelo. Entretanto, a veiculação de informes que alertem para a importância da utilização adequada dos itens de segurança, ou daquilo que a empresa oferece nesse mesmo sentido, não tem sido uma preocupação dos fabricantes de veículos, da mídia ou nem mesmo das entidades governamentais responsáveis pelo setor. A educação no trânsito, por sua vez, não tem obtido melhor destaque nos meios de comunicação do que a questão de segurança e, no entanto, é visível o destaque recorrente que a mídia tem dado a assuntos de menor importância e influência para a melhoria da qualidade de vida e bem-estar da população.

A mídia brasileira, ao longo dos anos, tem se conformado em divulgar, esporadicamente, algumas estatísticas referentes a acidentes de trânsito, dando maior destaque ao assunto no período de feriados prolongados como o carnaval, natal e semana santa. Tanto

jornais, revistas, rádios e emissoras de TV não têm demonstrado qualquer tipo de comprometimento com um assunto que é do interesse de toda a sociedade e que, por esse motivo e em função das conseqüências danosas que tem gerado, requer um tratamento mais aprofundado e constante. Enquanto meios de comunicação de massa, jornais, rádios e emissoras de TV poderiam exercer um papel mais relevante e de caráter decisivo em assuntos concernentes à educação e segurança no trânsito, criando, assim, novos canais de debates e envolvendo cotidianamente representantes de diversos setores da sociedade que possam contribuir com a solução de problemas existentes no trânsito das grandes cidades e servir como incentivo para que a sociedade como um todo, se reestruture educacionalmente em relação à maneira de agir no trânsito.

Ao contrário do que muitas pessoas afirmam – ou imaginam, a mídia (meios de comunicação de massa) possui um papel fundamental junto à sociedade, tanto no que se refere à divulgação de informações essenciais ao seu comportamento quanto no que tange à sua interferência no sentido de formar opinião, auxiliar na resolução de problemas sociais e ainda no processo educativo e de socialização e mobilização de grupos específicos ou de toda a sociedade. Os meios de comunicação de massa não estão presentes na vida moderna apenas com o intuito de “vender” notícias ou campanhas publicitárias, ou ainda à disposição de mecanismos políticos ou governamentais; possuem, sim, outras funções que estão voltadas para o bem-estar da sociedade e para que as pessoas possam se informar e se conscientizar sobre assuntos e temas de grande relevância em sua vida cotidiana. No entanto, em alguns sentidos, a mídia não tem cumprido de forma adequada e efetiva o seu papel junto à sociedade, seja em detrimento de outros interesses, seja por falta de maior apelo popular.

De forma ampla, compreende-se que os meios de comunicação no Brasil, e especificamente no estado de Minas Gerais, têm atuado de forma bastante tímida e ineficaz quando o assunto se refere à educação e segurança no trânsito. Enquanto isso, novos problemas estão surgindo dentro desta esfera, o número de pessoas que morrem no trânsito está aumentando vertiginosamente ano após ano e os valores e conceitos éticos e morais que deveriam permear a relação entre as pessoas no trânsito – assim como em outras situações – estão cada vez mais distantes de serem resgatados. Por isso, compreende-se que, assim como as autoridades de trânsito e as empresas fabricantes de automóveis e de acessórios automotivos, a imprensa, através dos diversos mecanismos de divulgação e de comunicação de massa, deve ter o seu papel especificado e avaliado como forma de identificar tanto o seu potencial quanto os resultados que têm sido gerados em favor da educação no trânsito e da segurança das pessoas neste mesmo ambiente.

Assim, este trabalho pretende identificar e demonstrar o papel dos meios de comunicação na divulgação de campanhas de segurança e educação no trânsito, destacando a sua influência no meio social e a contribuição fundamental que o exercício adequado e eficaz dos órgãos de imprensa possui para a melhoria da qualidade de vida da população nas questões relevantes do trânsito nos grandes centros urbanos. Nesse sentido, este trabalho procurou buscar informações e conceitos além do estudo bibliográfico, uma vez que este também incluiu uma pesquisa de campo que abordou quantitativa e qualitativamente as questões mais relevantes dentro do tema escolhido por meio da opinião e do depoimento de profissionais das áreas de trânsito, comunicação e mídia impressa e televisiva. Na etapa da pesquisa bibliográfica foram utilizadas obras de autores e especialistas em assuntos de trânsito que possam contribuir efetivamente para o atingimento dos objetivos deste trabalho, utilizando, assim, como forma de sustentação teórica livros, periódicos, artigos publicados e artigos eletrônicos.

O primeiro capítulo apresenta a importância que a comunicação possui para a sociedade, de forma geral, descrevendo as funções dos meios de comunicação de massa, a sua conceituação e caracterização nos dias atuais. Também foram abordados diversos assuntos relativos ao papel da comunicação e da mídia junto à sociedade, envolvendo processos de educação, socialização e conscientização popular no que se refere aos problemas e dificuldades que a mesma tem enfrentado.

O segundo capítulo procurou descrever os aspectos mais relevantes em relação à importância da atuação da mídia em campanhas de educação e segurança no trânsito. Os índices de mortalidade no trânsito do estado de Minas Gerais e no país também foram destacados, bem como os fatores que interferem diretamente nas estatísticas de acidentes de trânsito e medidas que podem ser implementadas pelo poder público com o auxílio dos meios de comunicação de massa.

No terceiro capítulo foram apresentados os resultados obtidos com a aplicação da pesquisa de campo, que realizou entrevistas com profissionais ligados às áreas de comunicação e trânsito de Belo Horizonte, com o intuito de verificar a opinião destes profissionais em relação às questões mais relevantes abordadas nos capítulos anteriores.

Ao final, foram apresentadas as principais conclusões extraídas com base na parte teórica e nos resultados das entrevistas realizadas durante o trabalho, como forma de verificar o atingimento dos objetivos e metas propostas pelo estudo como um todo.

2 MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA: FUNÇÕES E OBJETIVOS

2.1 Contexto e conceito da comunicação

O início da comunicação deve ser entendido como o início da humanidade, pois, apesar de não ser como a de hoje, a comunicação existia a partir do momento que existiam pessoas para praticá-la. Na percepção de Bordenave (1999), a comunicação funciona como um processo, no qual não há como determinar ao certo onde começa e quando termina, e todo este processo e a sua evolução estão voltados para o relacionamento que o homem estabelece entre si e o meio no qual se encontra inserido, como forma de se situar, relacionar, compreender e ser compreendido.

Para Braga e Calazans (2001), a comunicação possui importância tal nas relações sociais que ela passa a ser o centro da existência da própria sociedade e, por conseguinte, das diversas atividades humanas que dela possam derivar.

A comunicação é conatural ao ser humano. Não há sociedade, não há comunidade, sem comunicação entre os homens. Para agir em comum os seres humanos interagem. Desde que se pode identificar a existência de grupos humanos, na pré-história mais remota, existe “comunicação social”. A comunicação é também o que decorre do esforço humano de enfrentar as injunções do mundo e de desenvolver aquelas atuações em direção a seus objetivos – o próprio “estar em contato”, quer seja solidário, quer conflitivo – e provavelmente com variadas de ambos, por coordenação de esforços ou por competição e dominação (BRAGA E CALAZANS, 2001, p.14).

Apesar de ser algo bastante complexo de se definir, a comunicação, ao mesmo tempo é algo extremamente simples e fácil, afinal, todos a utilizam a todo o momento. Nos tempos do homem primitivo, um gesto, um grito, ou até mesmo um desenho eram usados para estabelecer comunicação entre os homens. O que sempre mudou se aperfeiçoou e vive em constante progresso, são os meios de se estabelecer esta comunicação.

Em razão dessas transformações e mudanças sofridas pelo processo de comunicação ao longo do tempo, incorporando novos significados, objetivos e métodos, e também em função da adoção de modelos inovadores de transmissão e recepção, Pfromm Neto (1984) explica que a definição do que vem a ser comunicação torna-se um problema exaustivo de cunho analítico, fugindo à compreensão aprofundada dependendo do enfoque ou da visão que se possa ter sobre o termo. Segundo o autor isso ocorre em razão de quatro motivos essenciais.

Primeiro, embora haja uma tendência para realçar a relação entre estímulo e resposta, certas definições atribuem maior ênfase à resposta do receptor (Stevens, Thayer), enquanto outras acentuam os estímulos produzidos pela fonte ou emissor (Weaver). Segundo, várias definições não incluem os casos de comunicação não intencional, isto é, processos nos quais o receptor responde a estímulos que o emissor não tem a intenção de usar de modo deliberado para evocar respostas. Terceiro, algumas definições se restringem à comunicação entre seres humanos, excluindo, assim, a comunicação entre ser humano e animal, ser humano e máquina, máquina e máquina. Quarto é evidente a congruência de certas definições de comunicação com certas definições de aprendizagem (PFROMM NETTO, 1984, p.21).

Tudo o que se sabe sobre comunicação nos dias de hoje foi fornecido através de peças documentadas, como um livro, uma carta ou por desenhos primitivos nas cavernas. À medida que se comunica, o homem se descobre, descobre o outro, o mundo, estabelece relações, ganha espaço e define-se como pessoa. Através da comunicação o homem pode armazenar, transportar, dividir e aumentar o seu conhecimento e as suas informações.

Um grande avanço da comunicação humana surge a partir da descoberta da tipografia, com Gutenberg, o homem que iniciou a era da imprensa na Europa, escrevendo e divulgando o saber e as idéias, em 1445. Ela significou multiplicação e propagação da escrita, deu início à era da Comunicação Social.

A partir do momento em que o homem passou a ter relacionamentos mais amplos do que aqueles em seu território surgiu a necessidade de aprimorar os meios de comunicação, através da tecnologia. Nos dias de hoje, os meios de comunicação cercam as pessoas por todas as partes: televisão, rádio, jornal, revista, Internet, telefone.

Nos tempos em que se vive hoje, regado a informações em tempo real e muita tecnologia que, por sua vez, se aprimora a cada dia, não se pode falar em comunicação sem falar em evolução, progresso. E tudo isso graças a uma palavra que faz toda a diferença em todos os ramos de estudos, a globalização.

Na visão de Kunsch (2002), a globalização deve ser considerada um processo que possui uma abrangência situada além dos mercados, dos negócios internacionais e do cenário econômico.

O fenômeno da globalização vigente tem alterado completamente os comportamentos e funciona como um novo paradigma para entender o mundo de hoje. Quando se fala nela, há uma tendência natural de considerá-la apenas no aspecto econômico, como algo vinculado à redução de barreiras no comércio internacional e à liberalização do mercado. É um equívoco. Ela deve ser considerada como algo muito mais amplo e abrangente, que envolve também aspectos como a desregulamentação dos mercados financeiros, privatização das empresas públicas, novas tecnologias da informação e da comunicação, desregulamentação jurídica e redução do Estado-nação, além da confrontação dos blocos de integração com os

centros de poder no mundo (consórcios, blocos, alianças, etc.) (KUNSCH, 2002, p.26).

Assim, pode-se compreender que a globalização é o termo utilizado para o processo de transformações econômicas e políticas que vêm acontecendo nas últimas décadas. Sua principal característica é a integração dos mercados mundiais com o crescimento de grandes empresas multinacionais. Junto a isso está a grande revolução tecnológica. Usam-se cada vez mais telefones, computadores e televisão. Tem-se uniformidade das informações com o surgimento e explosão da Internet e dos canais de televisão por assinatura. Com isso, os países passam a interagir não só na economia e na política, mas também na cultura.

Entretanto, percebe-se que a comunicação, apesar de tantas evoluções e transformações tecnológicas ocorridas nas últimas décadas, não perdeu seus propósitos e objetivos essenciais, apenas vem se adaptando a novas concepções e necessidades da sociedade. Conceitualmente, a comunicação, enquanto processo que procura expressar valores e desejos humanos, pode ser definido de inúmeras formas, a partir de diferentes abordagens e enfoques.

Para Ferreira (2002), existe a comunicação pura e simplesmente e a comunicação dirigida que pode ser considerada uma área específica e mais dinâmica da própria comunicação.

Comunicação, em síntese, é o processo de transferir informação selecionada (mensagem) de uma fonte de informação a um destinatário, ou seja, transferir significados. E a comunicação dirigida é o processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e freqüente com determinado número de pessoas homogêneas e identificadas (FERREIRA, 2002, p.73).

Nesta abordagem, pode-se compreender que à comunicação dirigida cabe a elaboração de mensagem eficiente, eficaz e apta a produzir efeitos desejados no público receptor. Sob este enfoque, enquadram-se todos os requisitos e elementos essenciais que integram e caracterizam a comunicação dirigida. A fonte produtora da mensagem é o órgão, o setor, o profissional, enfim, a unidade administrativa de Relações Públicas; o receptor é o público que se pretende constituir e estimular por via do “veículo” escolhido. Esta mensagem, bem planejada e estruturada, e a escolha adequada do veículo de comunicação dirigida proporcionarão um *feedback* mais rápido, que, por sua vez, permite uma análise imediata dos efeitos produzidos.

Ferreira (2002) aponta que esse aspecto representa uma das grandes vantagens oferecidas pela comunicação dirigida em comparação com a comunicação de massa.

Sem cogitar do exame conceitual de “massa”, é oportuno lembrar que o primeiro passo do setor de relações públicas é caracterizado pela determinação dos grupos e identificação dos públicos. Nessas condições, a comunicação dirigida dispõe de mecanismos aptos, mais diretos e mais econômicos para alcançar os públicos identificados (FERREIRA, 2002, p.73).

O termo comunicação, de acordo com Poyares (1988) provém do latim *communicatio*, de *communis*: comum, ou seja, a ação de tornar algo comum a muitos. O autor complementa tal conceito ao afirmar que “A comunicação pressupõe a partilha de elementos ou modos de vida e comportamento, por virtude da existência de um conjunto de normas” (POYARES, 1988, p.62).

Em outra abordagem conceitual, Bateman e Snell (1998, p.402) compreendem que “A comunicação é a transmissão de informação e significado de uma parte para outra através da utilização de símbolos partilhados” e propõem dois modelos: a comunicação de mão única e a comunicação de mão dupla.

Na comunicação de mão única, a informação flui apenas em uma direção – do emissor para o receptor, não se formando um ciclo de *feedback*. Isto ocorre quando, por exemplo, um administrador envia um memorando a um subordinado sem pedir uma resposta imediata, ou quando um chefe estabelece uma ordem por telefone. Nestes casos os emissores não pretendem obter respostas, sugestões ou ponderações, apenas comunicam algo que querem ou que precisam.

Quando os receptores realmente respondem aos emissores, ocorre a comunicação de mão dupla. A verdadeira comunicação de mão dupla não só significa que o receptor fornece *feedback*, mas também que o emissor é receptivo a esse *feedback* e responde a ele. Nas trocas construtivas, a informação é partilhada pelas duas partes e não meramente passada de uma pessoa a outra (BATEMAN E SNELL, 1998).

A respeito desses dois tipos de comunicação, os autores também destacam que:

A comunicação de mão única é muito mais comum do que deveria ser porque é mais rápida e fácil para o emissor. A comunicação de mão dupla é muito mais difícil e toma muito mais tempo que a de mão única. Entretanto, é muito mais precisa, assim, ocorrem menos erros e surgem menos problemas. Os receptores têm a oportunidade de fazer perguntas, partilhar preocupações, fazer sugestões ou modificações e, conseqüentemente, entendem de forma mais precisa o que está sendo comunicado e o que devem fazer com a informação (BATEMAN E SNELL, 1999, p.404).

Na visão de Daft (1999), a prática da comunicação está associada ao desejo de compartilhar o conhecimento que motiva diversas necessidades e expectativas inerentes à natureza do ser humano, evidenciada pelo contexto social, cultural e comportamental no qual cada pessoa encontra-se inserida cotidianamente. Daft (1999) observa que, quando duas pessoas interagem, elas se colocam uma no lugar da outra, tentam perceber o mundo como o outro o percebe, tentam adivinhar como ele responderá. A interação, nesse sentido, envolve uma incorporação de papéis recíproca, a empatia mútua de habilidades. O objetivo da interação é fundir-se com o outro, a completa habilidade de antecipar, prever e comportar-se de acordo com as necessidades comuns de um e de outro.

Por conseguinte, o autor entende que a comunicação pode ser definida como:

(...) o processo pelo qual a informação é trocada e entendida por duas ou mais pessoas, normalmente com o intuito de motivar ou influenciar o comportamento. Comunicação não é só enviar informações. Esta distinção entre *compartilhar* e *anunciar* é crucial para um gerenciamento bem-sucedido. A comunicação administrativa é uma via de mão dupla que inclui ouvir e outras formas de *feedback* (DAFT, 1999, p.339).

De forma ampla, pode-se observar que a definição conceitual de comunicação se mostra uma tarefa tão complexa quanto variável, uma vez que o seu estabelecimento, nesses moldes, depende tanto da abordagem que é realizada, quanto da inserção ou não de fatores sociais, educacionais e/ou culturais e ainda do foco que o autor ou pesquisador pretende dar à utilização da comunicação e de seus meios de processamento.

Na concepção de Ruesch e Bateson (1965), apud Pfromm Netto (1984, p.20):

Comunicação não se refere somente à transmissão verbal, explícita ou intencional de mensagens. O conceito de comunicação inclui todos esses processos por meio dos quais as pessoas influenciam outras (...). Esta definição se baseia na premissa de que todas as ações ou eventos têm aspectos comunicativos, assim que são percebidos por um ser humano; implica, além disso, que tal percepção modifica a informação que o indivíduo possui e, por conseguinte, influencia este indivíduo.

Já para França (1998), a comunicação se refere a todo processo de compartilhamento de mensagens entre seres humanos, e a noção de comunicação se endereça à condição de possibilidade da interação e da compreensão do sentido. Dentro desta concepção, o centro da comunicação é estabelecido a partir da condição de existência e de articulação do *homo communicans*, enquanto ser do discurso plurisubjetivo, com a soma das características do homem e das importâncias das relações que ocorrem no plano interpessoal. A autora compreende que:

A noção de comunicação, enquanto forma viva e flexível é o suporte que contempla a abertura simbólica e a configuração móvel de tais relações – é a forma que as mantém juntas e as envelopa em um todo. Ela é o movimento que faz com que esse todo exista nos e a partir de seus elementos e suas relações. Ao contrário da harmonia existente em uma cadeia de papéis pré-determinados e complementares, de uma relação unívoca e linear, ela significa a soma da intervenção de diferentes instâncias; não exatamente no sentido da síntese, mas da expressão, do choque e da coexistência de expectativas e práticas opostas e/ou complementares. A comunicação é plural, polifônica e plurívoca. É com base em sua existência de fenômeno real – palavra pronunciada por interlocutores concretos numa situação dada – que temos acesso à rede de sentido e ao intrincado das relações que a constituem (FRANÇA, 1998, p.46-47).

Na visão de Poyares (1988), é de vital importância que a conceituação da comunicação passe pela distinção entre a mesma e a informação, uma vez que, apesar de estarem intrinsecamente ligadas, devem ser vistas como atividades – ou conceitos – independentes, para que, dessa forma, não sejam confundidas e nem mesmo consideradas fatores análogos em qualquer que seja a análise a ser procedida. Segundo o autor, toda comunicação é informação, mas nem toda informação chega a ser comunicação. Isso porque a comunicação, como informação, supõe a existência de elementos como emissor, código, mensagem, canal, interpretação do código e recipiente, mas só se consuma quando o receptor estabelece certo grau de comunidade – tornando-se comum, semelhante – com a fonte. A própria raiz etimológica dos termos ressalta a distinção entre informação (que contém o prefixo *in*, indicativo de movimento, transporte de um ponto a outro) e comunicação (cuja origem etimológica, *communis*, latim, implica em *estado de*, portanto resultado).

Comunicação é, assim, um efeito obtido, ao passo que informação indica processo. Reconhecemos que a prática confunde e funde o emprego dos dois termos. No entanto, para a melhor compreensão da comunicação, em termos conceituais, esta distinção se impõe. E para melhor avaliá-la, basta considerar que, ainda que os canais sensoriais do corpo se comparem com muita exatidão aos sensores das máquinas de informação (cibernética), nos primeiros – apesar de sua função mecânica – freqüentemente a utilização dos inúmeros recursos do cérebro (distrações, inibições, frustrações, recalques) impede a assimilação da informação e, dessa forma, o fechamento do circuito da comunicação (POYARES, 1988, p.30-31).

Em todos os sentidos e sob todos os pontos de vista que a comunicação possa ser definida, observa-se que a sua utilização, o seu destino e seu direcionamento encontram-se impreterivelmente cerceados pela vontade ou pela necessidade humana. A comunicação processada seja ela escrita, falada, televisiva ou de qualquer outra forma, passa sempre pela vontade que o indivíduo possui (emissor) em fazer e/ou manter contato com outro indivíduo, máquina ou instituição (receptor), sendo que este contato, independentemente do seu tempo de duração ou demora no recebimento, constitui uma ou mais mensagens que trazem em sua

concepção a efetivação do processo comunicacional, tornando-o real e passível de repetição e, conseqüentemente, de evolução ou aprimoramento.

2.2 O que é comunicação de massa

A comunicação, enquanto processo de transmissão de informações ou puramente como meio de viabilizar a interação entre pessoas, pode ser vista como procedimento único, independentemente de seu alcance ou da forma como é processada e/ou recebida e compreendida. Entretanto ela possui ramificações que tendem a tornar o seu estudo uma tarefa mais complexa, de maior profundidade em razão de fatores como o sentido de sua utilização, sua abrangência, o ambiente na qual se processa e até mesmo os meios que são usados para a sua veiculação ou difusão.

De acordo com Wolf (2003), cada tipo de comunicação possui características, premissas e objetivos que podem variar, ainda que alguns destes aspectos demonstrem congruências e especificidades comuns na concepção e no processamento das mensagens ou informações a serem divulgadas. A comunicação passa, então, a ser caracterizada de acordo com o ambiente ou com o objetivo para o qual ela está direcionada e, dessa forma, pode assumir novas definições.

A comunicação situada no setor de transmissão simbólica é comumente identificada como comunicação de massa, que evoca imagens de televisão, rádio, cinema, jornais, revistas e, mais recentemente, Internet. No entanto, Poyares (1988, p.64) adverte que “Comunicação de massa não é simplesmente um sinônimo de comunicação por intermédio de rádio, televisão ou qualquer outra técnica moderna, pois muitas vezes a tecnologia está presente sem que signifique comunicação de massa”. Assim, compreende-se que pode haver o uso da mesma técnica – tal como a utilização de um circuito de televisão interno numa loja e a transmissão de um show para milhões de pessoas – ou seja, transmissão eletrônica de imagens, apesar de apenas o segundo exemplo configurar comunicação de massa.

Diante disso, Poyares (1988) pressupõe que a definição da comunicação de massa envolve a natureza de outros fatores que, por estarem diretamente ligados a este modelo de comunicação, devem ser consideradas em sua concepção. Nesse sentido, o autor define que a comunicação de massa:

É um tipo especial de comunicação envolvendo distintas condições de operações dos modernos sistemas de comunicação, entre as quais estão a natureza da audiência (relativamente grande, heterogênea e anônima), a natureza da experiência

comunicadora (pública, rápida e transitória) e a natureza do comunicador (não mais um indivíduo, mas parte de um sistema que integra uma organização complexa, com divisão de trabalho e grau de despesa correspondente) (POYARES, 1988, p.65).

Além destas características e naturezas distintas envolvidas na caracterização da comunicação, na percepção de Melo (1992), a tecnologia também exerce um papel fundamental no sentido de configurar e tornar possível a comunicação de massa, de maneira efetiva e também acessível. O autor relaciona as naturezas apresentadas por Poyares (1988) com a importância que a tecnologia possui para o imediatismo inerente aos meios de comunicação de massa, sendo esta a mola propulsora deste tipo de comunicação.

A tecnologia tornou possível uma nova forma de comunicação humana; a comunicação de massa, que se diferencia das anteriores pelas seguintes e principais características: é dirigida por audiências relativamente grandes, heterogêneas e anônimas; as mensagens são transmitidas publicamente, na maior parte das vezes programadas para atingir simultaneamente a maioria dos membros da audiência, e tem caráter transitório; o comunicador tende a operar dentro de uma organização complexa que pode envolver grandes despesas (MELO, 1992, p.34).

De forma geral, pode-se compreender que a comunicação, além de estar sedimentada nos procedimentos tecnológicos, encontra-se voltada para o grande público, um número incalculável de pessoas ou, simplesmente, para uma grande massa. Outra característica deste tipo de comunicação é que, ao mesmo tempo em que ela se destina a um número elevado de pessoas, pode atender o interesse de uma minoria. Isso pode ser visto através das campanhas publicitárias veiculadas pelas grandes emissoras de TVs, por jornais diários ou por revistas semanais de grande circulação.

As organizações e empresas fabricantes de produtos em grande escala têm nos meios de comunicação de massa grandes aliados, parceiros comerciais indispensáveis à sua condição de fornecedores de produtos para toda a sociedade: o incentivo ao consumismo exacerbado se dá essencialmente através das mensagens (comerciais, chamadas, patrocínios de programas) veiculadas nos meios de comunicação de massa. Neste sentido, observa-se que as mensagens, transmitidas por estes veículos, estão impregnadas de sentido persuasivo, ou seja, procura atingir um determinado objetivo, uma finalidade previamente estabelecida.

A esse respeito, Wolf (2003) observa que o direcionamento da abordagem, a tentativa de persuasão e o teor das mensagens enviadas fazem com que a comunicação de massa possa ser vista como um processo quase automático ou mecânico.

A “teoria” dos meios de comunicação de massa, resultante dos estudos psicológicos experimentais, consiste, sobretudo, na revisão do processo de comunicação, compreendido como uma relação mecanicista e imediata entre estímulo e resposta: esta evidência (pela primeira vez na pesquisa em mídia) a complexidade dos

elementos que entram em jogo na relação entre emissor, mensagem e destinatário. A abordagem já não é global em todo o universo da mídia, mas é “direcionada”, de um lado, para estudar sua melhor eficácia persuasiva e, de outro, para esclarecer o insucesso das tentativas de persuasão (WOLF, 2003, p.18).

A comunicação de massa possibilita que os receptores sejam persuadidos a comprar certos produtos ou bens, a demonstrar determinado comportamento a respeito de um assunto de interesse da sociedade ou até mesmo a emitir uma opinião específica – influenciada pelas mensagens que veiculam através dos canais de comunicação de massa – e, nesse sentido, pode-se compreender que este tipo de comunicação exerce grande peso no que concerne o comportamento social e também consumista das pessoas. Entretanto, não se pode afirmar que tal influencia persuasiva seja uma regra, atingindo indiscriminadamente a maneira de agir, pensar, se comportar e opinar de toda a sociedade (WOLF, 2003).

A persuasão dos destinatários é um objetivo possível, sob a condição de que a forma e a organização da mensagem sejam adequadas aos fatores pessoais que o destinatário ativa na interpretação da própria mensagem: em outra palavra, as mensagens da mídia contêm características particulares do estímulo, que interagem de maneira diferente com os traços específicos da personalidade dos membros que compõem o público (WOLF, 2003, p.18).

De acordo com Pfromm Netto (1984), a comunicação de massa apresenta, além do aspecto da persuasão, também o inconveniente de sugerir uma imagem discutível da audiência – uma espécie de público atomizado, constituído de indivíduos anônimos, desarraigados, isolados, empobrecidos em suas relações interpessoais – que se torna presa fácil dos meios de comunicação de massa que a mitificam e controlam. Assim como o caráter persuasivo, a presença (ou necessidade) constante da audiência na comunicação de massa passa a sugerir uma influência maciça sobre os efeitos que ela produz ou possa produzir, ou seja, os números de audiência, que implicam na quantificação de receptores de suas mensagens, tornam-se um aspecto fundamental, quase indispensável para aqueles que detêm e controlam os meios de comunicação de massa.

Por outro lado, a comunicação de massa possui outras características, não menos importantes, que contribuem de forma decisiva para que ela possa ser percebida e analisada enquanto um tipo essencial de comunicação tanto para a sociedade quanto para os órgãos de controle e os próprios veículos que a difundem.

2.3 Características da comunicação de massa

A comunicação de massa pode ser caracterizada, em um primeiro momento, pelos meios ou veículos que a divulgam junto ao público, considerando também que, para ser percebida como “de massa” é preciso que a mesma atinja um elevado número de pessoas que, na visão de teóricos como Pfromm Netto (1984), Wolf (2003) e Poyares (1988), constituem a “sociedade de massa”. Em relação aos veículos ou meios de comunicação de massa, comumente estão associados à televisão e ao rádio. Mas, será que são apenas estes os únicos meios de transmissão da comunicação de massa nos dias de hoje?

De forma ampla, pode-se considerar como veículos eficazes e dinâmicos na acepção da comunicação de massa o jornal, revista, cinema, rádio, televisão e, em um passado recente, a Internet e suas diversas ferramentas de comunicação globalizada. No entanto, Pfromm Netto (1984) – já naquela década – considerava que livros e histórias em quadrinhos apresentam características de meios de comunicação de massa, ao afirmar que:

Em virtude dos recentes aperfeiçoamentos técnicos na produção de livros e da expansão do consumo destes, parece ser legítima a inclusão do livro moderno de grande tiragem na categoria de meios de comunicação de massa. Os livros se transformaram e estão se convertendo num dos principais meios de informação dos nossos dias, juntamente com os jornais, os filmes, o rádio e a televisão. As histórias em quadrinhos constituem, também, um item à parte, ao ver dos estudiosos, pois, apesar de apresentadas em jornais, revistas ou sob a forma de livros, têm numerosas características que as singularizam (PFROMM NETTO, 1984, p.31).

Segundo o autor, são sete os meios de comunicação de massa usualmente reconhecidos como tais na literatura especializada. Divididos em meios impressos e meios não-impressos (ou audiovisuais), jornais, revista, livro e quadrinhos constituem o primeiro grupo, e cinema, rádio e televisão (incluindo-se aqui a Internet como o meio mais interativo), o segundo.

Uma das características mais relevantes da comunicação de massa está relacionada justamente aos seus meio de transmissão e veiculação para a “sociedade de massa”, ou seja, o uso de tecnologia e máquinas como formas essenciais de mediação da comunicação. De acordo com Wolf (2003) a comunicação de massa não pode sobreviver sem a utilização e a evolução tecnologia de máquinas e equipamentos que a processam, a transmitem e fazem com ela seja recebida e percebida diariamente por volume excepcional de pessoas. Aparelhos e dispositivos mecânicos, elétricos e eletrônicos estabelecem a relação entre comunicador, receptor e a audiência derivada dessa relação.

Para Pfromm Netto (1984, p.32):

São tais dispositivos que possibilita, no caso dos meios de comunicação de massa impressos, a multiplicação das mensagens em milhares ou milhões de cópias e, no caso do rádio e da televisão, a produção, transmissão e recepção das mensagens, de modo a atingir milhares ou milhões de aparelhos receptores. No caso intermediário do cinema, permitem o registro permanente de mensagens em filmes cinematográficos e a projeção destes as grandes audiências.

Na visão de Melo (1992), a característica essencial dos meios de comunicação de massa é a de que mensagens idênticas podem ser reproduzidas indefinidamente. Jornais ou livros podem ser impressos em centenas ou milhares de cópias ou em meio milhão de cópias, todas elas exatamente iguais. Um filme cinematográfico pode ser visto por 50 pessoas ou 50 milhões, todas vendo e ouvindo a mesma produção. O rádio e a televisão podem ter uma audiência de algumas centenas ou muitos milhões, todos expostos à mesma mensagem. Eles são meios de comunicação de massa, não porque são dirigidos mais às massas do que a uns poucos indivíduos selecionados, mas simplesmente porque, em virtude de sua natureza mesma, podem ser reproduzidos indefinidamente e identicamente (PFROMM NETTO, 1984).

Outra importante característica da comunicação de massa está associada à sua fonte ou origem das mensagens transmitidas e veiculadas por seus canais. Esta não é um indivíduo isolado, mas uma organização geralmente ampla, complexa, com grande número de profissionais e divisões de trabalho e de hierarquia. A empresa jornalística, por exemplo, envolve o trabalho de diretores, repórteres, redatores, fotógrafos, diagramadores, ilustradores, gravadores, pessoal de oficina, correspondentes, pessoal de distribuição, pessoal de escritório. Além disso, depende dos serviços prestados pelas agências de publicidade, bancas para venda avulsa, fornecedores de papel, bobinas e assim por diante. “Nas organizações de comunicação de massa reflete-se o mesmo padrão evolutivo da revolução industrial – a passagem das unidades de pequeno porte e numerosas para as unidades gigantescas e em um pequeno número” (PFROMM NETTO, 1984, p.33). Se no passado os jornais eram muitos e pequenos, no presente são poucos e grandes.

A difusão instantânea ou rápida das mensagens constitui também uma peculiaridade dos meios de comunicação de massa. A televisão e o rádio, que transmitem o acontecimento no mesmo momento de sua ocorrência, exemplificam bem essa rapidez. No caso da Internet, essa velocidade também é processada de forma imediata fornecendo ao público a facilidade de uma informação que pode ser atualizada a cada momento e, não obstante, acessada em tempo real e integral. Os meios de comunicação de massa, nesse contexto, bem como seus

organizadores, não estão preocupados unicamente com a abrangência de um público numeroso, mas também em fornecer a estes receptores informações e mensagens cada vez mais atuais.

Essa velocidade passou a ser percebida com maior nitidez pelo grande público, ao mesmo tempo em que este passou a valorizá-la e utilizá-la com uma frequência assustadora, a partir de várias mudanças ocorridas nos meios tecnológicos, evidentemente durante a década de 90. O surgimento da Internet e de suas inúmeras ferramentas, bem como a sua disseminação em diversos ambientes (doméstico, empresarial, educacional, institucional), trouxe consigo novos recursos tanto tecnológicos quanto interacionais, reformulando o conceito que se tinha, até então, de meios de comunicação de massa, ou de mídia.

(...) a nova mídia não é apenas uma extensão linear da antiga. A mídia clássica e a nova mídia oferecem recursos de informação e entretenimento para grandes públicos, de maneira conveniente a preços competitivos. A diferença é que a nova mídia está expandindo dramaticamente a gama de recursos disponíveis para os consumidores através da Internet e de outros canais. E particular, a nova mídia está começando a prover conexões interativas entre o consumidor e o provedor de informação. Essa capacidade acrescenta uma nova dimensão notável ao atual padrão da mídia de massa, que se baseia em produtos unidirecionais entregues por uma fonte centralizada – jornal, canal de TV ou em um estúdio em Hollywood (DIZARD JR., 2000, p.40).

Esta nova mídia é crescentemente interativa, permitindo ao público escolher quais os recursos de informação e entretenimentos desejam, quando os querem e sob qual forma. A evolução tecnológica que transformou os meios de comunicação de massa e, ao mesmo tempo, reforçou o seu caráter dinâmico e instantâneo também fez com que a informação e a comunicação interativa estivessem ainda mais presente na vida cotidiana das pessoas. A esse respeito, Dizard Jr. (2000) pondera que:

A televisão a cabo, os videocassetes domésticos e a Internet são os exemplos mais familiares das tecnologias recentes que estão atualmente causando grande impacto nos padrões da mídia. Essas novas tecnologias têm roubado audiência das transmissões televisivas abertas e de outros serviços midiáticos tradicionais. Como resultado, num tempo relativamente curto, esses novos veículos se transformaram em parte substancial da mídia, juntamente com a TV, o rádio e as publicações (DIZARD JR., 2000, p.22).

A estrutura multiestratificada das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação de massa constitui outra característica essencial deste estilo de comunicação. Esta estrutura está diretamente relacionada ao caráter estratégico da manipulação da indústria da comunicação de massa. Qualquer estudo dos meios de comunicação de massa que não esteja

em condições de perceber tal estrutura e, sobretudo, os efeitos das mensagens ocultadas põe-se numa perspectiva limitada e falaciosa, e foi justamente essa negligência que até agora caracterizou as análises sobre a também denominada “indústria cultural” (WOLF, 2003).

Naturalmente, as relações entre os níveis (manifestos e latentes) das mensagens não são de modo algum simples de serem aprendidas e estudadas, porém não são casuais nem desprovidas de finalidade, ao contrário, elas dão forma à tendência de canalizar a reação do público. “Isso se alinha com a suspeita de que a maioria dos espetáculos televisivos atuais aponte para a produção, ou pelo menos para a reprodução, de muita mediocridade de inércia intelectual e de credulidade, que parecem combinar bem com os credos totalitários”, ainda que a mensagem explícita dos espetáculos seja antitotalitária (WOLF, 2003, p.82).

O caráter manipulador da comunicação de massa, segundo Wolf (2003), passa pela idéia de que em suas mensagens aparentemente ingênuas ou sem quaisquer pretensões ideológicas trazem, de forma subjetiva, grande teor de influência comportamental e de poder ditatorial, conduzindo opiniões e atitudes a um estado além do modismo, chegando a serem tendenciosas, mas de forma subliminar.

A manipulação do público – buscada e conseguida pela indústria cultural, entendida como forma de domínio das sociedades altamente desenvolvidas – passa, portanto, no meio televisivo mediante efeitos que se realizam nos níveis latentes das mensagens. Estas fingem dizer uma coisa e, em vez dela, diz outra; fingem ser frívolas e, no entanto, ao se colocarem além do conhecimento do público, reforçam seu estado de dependência. O espectador, mediante o material que observa, é continuamente colocado na condição de assimilar ordens, prescrições e proscricções sem saber (WOLF, 2003, p.82-83).

Uma última característica da comunicação de massa, considerada bastante importante, se refere à extensão da informação, da diversão ou entretenimento e do ensino ao homem comum. O nível e conteúdo de informação transmitida e disponibilizada pelos meios de comunicação de massa se mostram caracterizado principalmente por sua pluralidade, podendo ser estendido a uma multiplicidade de áreas, setores e direções, conforme o interesse e a necessidade das pessoas. Esta talvez possa ser considerada a característica mais positiva da comunicação de massa, uma vez que essa versatilidade tende a satisfazer, ou pelo menos corresponder, às mais diversas expectativas do público, independentemente das camadas ou classes sociais que fragmentam, em diversos aspectos, a sociedade.

Ao longo de toda a sua história, a comunicação de massa tem demonstrado sua eficiência no combate ao privilégio. O significado do desenvolvimento da imprensa não foi somente o de alterar o equilíbrio de longos séculos de comunicação direta falada, favorecendo a comunicação indireta e visual em larga escala, mas também, o

que é mais importante, estender o conhecimento, limitado a poucos privilegiados, a um número incomparavelmente maior de pessoas (PFROMM NETTO, 1984, p.35).

Diante disso, compreende-se que a comunicação de massa, por meio de seus veículos de transmissão, não se restringe à mera divulgação de informações e notícias, e nem mesmo se restringem a promover influências diretas ou indiretas no comportamento social, mas também se mostra um eficaz canal de propagação do conhecimento, da educação e da socialização dos indivíduos. Este aspecto, inserido dentro das necessidades mais emergentes da sociedade, tende a se apresentar como um meio para a discussão de problemas, a disseminação de conhecimentos diversos e a ampliação da educação em diferentes níveis intelectuais e culturais.

2.4 Funções da comunicação de massa

De acordo com Pfromm Neto (1984), em um primeiro momento, os meios de comunicação de massa podem exercer uma diversidade expressiva de funções e, assim, serem utilizados para a consecução de objetivos que variam conforme o seu direcionamento e o interesse daqueles que detêm o seu controle. Assim, quando se fala em meios de comunicação de massa, a idéia primeira que se tem de que estes constituem apenas canais que procuram influenciar o comportamento de compra das pessoas, favorecendo os grandes produtores de bens de consumo e serviços oferecidos em grande escala, pode não estar devidamente equilibrada com as verdadeiras funções que os mesmos podem desempenhar.

Pfromm Neto (1984), a esse respeito, afirma que, “(...) além de constituir o capítulo mais recente da história dos divertimentos populares, a CM prolonga a história, igualmente remota, da informação ou da disseminação de notícias”. Na opinião do autor, esta é a função primeira e primordial que a comunicação de massa deve desempenhar, sem que, para isso, seja preciso que outras atribuições de sua competência, e que são de grande relevância para a sociedade, sejam minimizadas ou até mesmo eliminadas de seu conjunto de objetivos.

Para Braga e Calazans (2001), quatro funções básicas têm sido convencionalmente atribuídas aos meios de comunicação de massa: informar, divertir, persuadir e ensinar. A primeira diz respeito à difusão de notícias, relatos, comentários e debates sobre a realidade, acompanhada, ou não, de interpretações ou explicações. A segunda função atende à procura de distração, de evasão, de lazer e de divertimento, por parte do público. Uma terceira função é persuadir o indivíduo a se comportar de acordo com os desejos de um anunciante – convencê-lo a adquirir determinado produto, a votar em certo candidato. A quarta função –

ensinar – é realizada de modo indireto ou direto, intencional ou não, por meio de material que contribui para a formação do indivíduo ou para ampliar o seu acervo de conhecimentos, planos, destrezas, etc.

Cada uma dessas funções pode ser facilmente exemplificada por meio de itens relativamente simples. Informação, diversão, persuasão e ensino seria, respectivamente, a notícia sobre um acontecimento político no país, o programa humorístico na televisão, o anúncio de um novo creme dental e a projeção de um filme cinematográfico sobre a importância da vacinação. Assim, Pfromm neto (1984, p.38) afirma que:

(...) essas funções freqüentemente se sobrepõem, se aglutinam e, assim, a mesma mensagem pode, ao mesmo tempo, informar, divertir, persuadir e ensinar. Para se chegar a alguma conclusão sobre a função de certo tipo de mensagem, um critério aparentemente válido seria a indagação das intenções ou propósitos da fonte. Outro seria a indagação das intenções ou propósitos do receptor da mensagem; se se tratar de um estudante de desenho, por exemplo, este poderia recorrer a um anúncio, a um livro didático ou a uma história em quadrinhos, a fim de estudar as técnicas usadas por desenhistas. Todavia, ainda que usemos o primeiro critério, o segundo ou a conjunção de ambos, restará o problema da possível existência de propósitos e necessidades inconscientes, quer da parte de quem cria a mensagem, quer da parte de quem a consome.

Em outra abordagem, Wolf (2003) aponta que, em relação ao indivíduo e à “mera existência” dos meios de comunicação de massa (portanto, independentemente da sua ordem institucional-organizacional), três outras funções podem ser identificadas:

- Atribuição de *status* e prestígio às pessoas e aos grupos transformados em objetos de atenção por parte da mídia; determina-se um esquema circular do prestígio para o qual “(...) esta função, que consiste em conferir um *status*, entra na atividade social organizada, legitimando certas pessoas, grupos e tendências selecionados, que recebem o apoio dos meios de comunicação de massa” (WOLF, 2003, p.56).
- Reforço do prestígio para os que se adaptam à necessidade e ao valor socialmente difundido de serem cidadãos bem informados;
- Reforço das normas sociais, ou seja, uma função que exerce a ética. A informação dos meios de comunicação de massa reforça o controle social nas grandes sociedades urbanizadas, nas quais o anonimato das cidades enfraqueceu os mecanismos de descoberta e de controle do comportamento anormal, ligados ao contato informal face a face. “É claro que os meios de comunicação de massa servem para reafirmar as normas sociais, denunciando seus desvios à opinião pública. O estudo particular de normas assim reafirmado forneceria um índice válido da medida em que esses meios enfrentam

problemas periféricos ou centrais da nossa estrutura social” (LAZARSFELD-MERTON, apud WOLF, 2003, p.56).

Todas essas funções atribuídas aos meios de comunicação de massa encontram-se direcionadas à sociedade como um todo e, ao mesmo tempo, a grupos ou setores da sociedade ou do mercado estabelecidos de forma específica e previamente estudada. No entanto, percebe-se que tanto a informação, quanto a diversão e a persuasão – apresentadas no grupo das funções fundamentais – têm sido cumpridas com elevado nível de excelência e obtendo resultados significativos dentro das expectativas dos grupos interessados e/ou controladores dos meios de comunicação. Mas, diferentemente, observa-se que a função educativa não tem sido devidamente explorada e muito menos tem obtido resultados concretos e expressivos no que diz respeito à implementação de programas eficazes e ainda em relação a uma mudança significativa no comportamento social de grande parte da “massa” à qual, teoricamente, se destina.

A função educativa dos meios de comunicação de massa pode ser fortemente explorada e ter seu conteúdo direcionado de maneira segmentada – seja na educação escolar, infantil, alimentar, ou mesmo no trânsito, para a segurança coletiva ou no universo cultural e comportamental – e, dentro dos objetivos do presente estudo, a educação e a segurança no trânsito, situadas dentro do papel que pode ser desempenhado pelos meios de comunicação de massa, é que possui maior interesse. Portanto, a seguir, ela será discutida dentro do contexto da comunicação exercida pela mídia nos dias de hoje.

3 EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO COMO FUNÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O trânsito, bem como os alarmantes resultados negativos que dele têm derivado e se expandido nas últimas décadas, têm sido motivo justificável de preocupação e de concentração de esforços, tanto por parte dos órgãos governamentais quanto de empresas e entidades particulares, no sentido de traçar estratégias de melhoria que possam, pelo menos, reduzir os impactos que fatores como excesso de velocidade, número elevado de veículos em circulação e imprudência dos motoristas, dentre outros, têm provocado, principalmente, nos grandes centros urbanos.

Neste contexto, tem-se percebido, ao longo dos anos, que a educação voltada para o trânsito, se apresenta como um ato disciplinar que tende a contribuir para uma significativa melhora no atual cenário desenhado pelas lamentáveis estatísticas de trânsito. Conseqüentemente, também se torna visível a pouca importância que a sociedade, através de seus representantes políticos e legais, tem destinado à questão da educação no trânsito, no sentido de fomentar a sua difusão, destinar investimentos ao seu efetivo estabelecimento e ainda como forma de implementar programas de alto poder educativo por meio dos inúmeros meios de comunicação existentes, o que, certamente, deve contribuir de forma efetiva para o surgimento de mudanças e melhores perspectivas neste panorama.

3.2 O caráter multifuncional da educação no trânsito

De acordo com a Associação Brasileira de Educação de Trânsito (ABETRAN, 2007), “A educação no trânsito constitui um instrumento capaz de formar cidadãos mais conscientes e preparados para enfrentar a vida no trânsito”. Para a Abetran (2007), a educação no trânsito se destina a promover melhorias de grande relevância para a sociedade e, conseqüentemente, para a qualidade de vida de todas as pessoas, em diversas esferas, uma vez que a sua abrangência não se situa unicamente dentro da relação estabelecida entre o indivíduo e as condições normais de direção de automóveis de diversos portes. Neste contexto, a educação no trânsito engloba atitudes, procedimentos, resultados e situações que, de maneira conjunta, traçam o perfil sócio-econômico da sociedade dentro desta esfera.

Os principais aspectos e dimensões nas quais a educação no trânsito pode interferir ou exercer algum tipo de influência, de acordo com a Abetran (2007), são:

— Redução de custo para o país: o Brasil tem um prejuízo anual em torno de R\$ 105 milhões com acidentes de trânsito; Estes custos se referem a perdas com produtividade, custos

médicos, previdência social, custos legais, perdas materiais, despesas com seguro e custos com emergências, dentre outros;

- Conscientização a respeito dos danos provocados por excesso de velocidade: o excesso de velocidade é responsável por uma parcela significativa dos acidentes de trânsito, principalmente nos grandes centros urbanos. O estado do Rio de Janeiro demonstra o maior índice nacional de acidentes provocados por excesso de velocidade (41%), em seguida aparece São Paulo, com 28%, e Brasília com 21%. Os atropelamentos respondem por 36% das mortes causadas no trânsito brasileiro. De acordo com estimativa de especialistas em trânsito, o pedestre só tem chance de sobreviver se o veículo estiver trafegando a uma velocidade não superior a 30 km/h; se o veículo estiver a 40 km/h a probabilidade de óbito do pedestre passa para 15%; no caso de uma velocidade de 60 km/h, a chance de morte cresce assustadoramente para 70%; e, caso o pedestre seja apanhado a 80 km/h, provavelmente não terá qualquer chance de sobrevivência. O excesso de velocidade está relacionado a outras causas de acidentes que, agindo conjuntamente, piram significativamente as estatísticas nacionais: (1) 60% dos acidentes são causados por falhas humanas; (2) 30% têm origem em falhas mecânicas; (3) e apenas 6% decorrem do estado de má conservação das vias.
- Conscientização a respeito dos perigos de combinação entre álcool e/ou drogas com a direção: metade das mortes no trânsito envolve motoristas embriagados. Mesmo em pequenas doses, o álcool prejudica a percepção de velocidade e distância, pode causar dupla visão e incapacidade de coordenação. A pessoa alcoolizada tende também a fixar os olhos em movimento e não consegue observar tudo o que acontece no trânsito. Algumas drogas para tirar o sono podem fazer o condutor dormir de olhos abertos. É importante que fabricantes e comerciantes estejam juntos com a sociedade na luta contra o álcool nas estradas e que programas educativos efetivados de forma contínua promovam a conscientização da população a respeito do assunto.
- Valorização e difusão da direção defensiva: “Direção defensiva é dirigir com objetivo de prevenir acidentes, atento às ações incorretas de outros motoristas e das possíveis condições adversas da pista e do tempo. Trata-se da prática de dirigir com segurança, reduzindo a possibilidade de ser envolvido em acidentes de trânsito” (ABETRAN, 2007). Nesse sentido, algumas práticas surgem como fatores fundamentais no auxílio e reforço à direção defensiva: (1) conhecimento e respeito às leis de trânsito; (2) uso contínuo e adequado do cinto de segurança; (3) manutenção do veículo em boas condições de funcionamento; (4) previsão da possibilidade de acidente e capacidade para evitá-los; (5)

tomada de decisões acertadas e em tempo hábil nas situações de perigo; (6) não dirigir cansado ou sob o efeito de álcool ou drogas; (7) não abusar da autoconfiança para colocar em risco a própria vida e a de outras pessoas.

3.3 A contribuição da educação para o trânsito

Quando se pretende analisar assuntos relativos ao comportamento humano dentro do espaço urbano, e na sua organização visando um ambiente humanizado e seguro, é importante que seja realizada uma abordagem social e setorial ampla, onde estejam inseridos esforços da engenharia de tráfego, da fiscalização de trânsito, de planejamento urbano e, sobretudo, de educação. A educação para o trânsito possui um caráter diferenciado neste contexto, uma vez que a mesma atua com a informação e formação do ser humano.

Segundo Coelho (2003), educar é trabalhar para que aspectos como a cultura, a autonomia, a liberdade, a solidariedade e o pensamento se tornem valores fundamentais para os educandos. Ainda conforme o autor, a educação deve ter como princípio promover a participação dessa geração e da geração futura, visando a intervenção de uma nova humanidade, de uma nova sociedade e de um novo ser humano. Como um processo pedagógico, a educação para o trânsito tem por finalidade formar ou transformar comportamento através da expressão das potencialidades individuais, possibilitando o desenvolvimento da capacidade crítica e do senso de responsabilidade para a vida coletiva no trânsito.

O que se pode observar hoje, no Brasil, em relação à educação para o trânsito são propostas, que, em determinados momentos, reproduzem o modelo da opção pelo automóvel em prejuízo aos meios não motorizados constituídos pelos deslocamentos a pé e de bicicleta. Esta lacuna mostra a fragilidade do tratamento da mobilidade enquanto tema fundamental para a melhoria da qualidade de vida urbana. Muitas práticas pedagógicas relacionadas à educação de trânsito brasileira acabam por contribuir, para educar o “futuro motorista”. Este quadro precisa ser mudado. É necessário que as atividades relacionadas à educação para o trânsito, priorizem aspectos ligados à cidadania, a direitos e deveres dos usuários das vias públicas, independente de estarem na condição de pedestres, passageiros ou condutores (PINTO, 2003).

Através de estratégias de ensino aprendizagem voltada para a convivência harmônica na cidade e, ligadas a fatores como a conscientização e valorização do espaço público organizado serão possíveis a existência de pessoas imbuídas no papel de usuário consciente

do lugar em que vive, e comprometido com um mundo melhor, valorizando e proporcionando a mudança da visão do significado de transitar. Esta mudança na visão do transitar e do ir e vir deverá estar agregada não apenas aos aspectos negativos, mas, sobretudo, nas relações estabelecidas com o próprio ser humano, que é o fator determinante nesse processo de readequação e preparação do homem ao ambiente da circulação.

Na busca de uma mobilidade que componha um espaço urbano organizado, a educação para o trânsito se coloca como ferramenta fundamental. Através dela, podem ser inseridos conhecimentos que contribuam para uma sociedade mais cidadã, pautada na lógica do respeito ao público e que imprima noções de comunidade e de solidariedade.

Junqueira (2003, p.164), ressalta a importância da educação e da cidadania na circulação:

Educação para a cidadania. Não a educação tradicional de trânsito onde o que interessa é o comportamento adequado do pedestre servindo aos interesses do tráfego veicular. Incorporar novos valores e comportamentos tais como a primazia do pedestre sobre o automóvel quando a sua travessia é ainda um desafio. O respeito à faixa de pedestre ou mesmo onde não há faixa como preconizados pelo Código de Trânsito Brasileiro, é tarefa por fazer. A educação para os participantes da circulação ultrapassa os limites e recortes artificiais apresentados pelo trânsito.

Notadamente, para que a educação para o trânsito seja voltada para uma mobilidade urbana cidadã e tenha eficácia, é necessário agregar aos esforços isolados, medidas despendidas, direcionadas a uma prática mais consistente e sistêmica, capaz de propiciar ações de cidadania, de consciência e de reflexão sobre os comportamentos necessários para uma melhor convivência não somente no trânsito, mas na sociedade como um todo.

Rodrigues (2003) enfatiza que “(...) apesar de objetivos particulares, no espaço público a ideologia do individualismo deve ser rompida e relações sociais estabelecidas”. Para a autora, ser cidadão implica, necessariamente, pensar na coletividade. A convivência social baseada no respeito mútuo e na cooperação surge como um princípio importante para compreender a problemática do trânsito e do convívio no espaço urbano, sobretudo no espaço público. Estar inserido no contexto do trânsito é estar, sobretudo, estar compartilhando um espaço de convivência social.

Na construção de uma prática pedagógica moderna, faz-se necessário à procura de formas alternativas de deslocamentos senão o automóvel, buscando o desenvolvimento sustentável e a boa prática da vida na cidade. Através da incorporação de valores ligados a atitudes benéficas no trânsito, será possível contribuir para a efetivação de uma cidade melhor, mais humana e mais segura.

De acordo com Ladeira, Moreir e, Amaral (2003, p.117), neste cenário em que a “nova” mobilidade urbana se apresenta, “O pedestre passa a ser considerado efetivamente como um modo, exigindo a incorporação do espaço da calçada como via pública de fato, com tratamento específico para a finalidade a que se destina”.

3.3 Educação e comunicação: vertentes de interação social e cidadania

A comunicação, processada por meio dos diversos canais disponíveis nos dias de hoje, possibilita o estabelecimento de interações entre a sociedade e uma diversidade de valores e assuntos que se situam no centro de seus interesses, necessidades e expectativas. A evolução tecnológica ocorrida no mundo moderno, principalmente a partir dos anos 90, veio para, dentre outras mudanças infringidas na sociedade, reforça a importância da possibilidade de tal interação. Apesar de novas propostas e perspectivas de uma comunicação mais efetiva no sentido de promover a consecução dos objetivos inerentes aos anseios sociais, evidenciadas pela introdução de ferramentas mais eficientes e imediatas, tais como os e-mails, chats, tv digital e Internet, a participação dos meios de comunicação no que se refere à educação ainda se situa aquém do que alguns setores da sociedade exigem e perseguem.

Braga e Calazans (2001) entendem que a contribuição da tecnologia tem sido utilizada muito mais no âmbito empresarial e nas relações interpessoais que emanam em um sentido individual, ou seja, por iniciativa de cada indivíduo, do que em um ambiente que favoreça a participação midiática em campos essenciais ao bem-estar social, como a saúde, a educação e difusão cultural, penetrando cada vez mais em áreas segmentadas, a partir de interesses diversos de grupos e subgrupos menores, mas detentores de grande poder de influência.

A lado das comunicações de interesse geral, da sociedade como um todo, é importante assinalar também uma forte penetração de processos midiáticos nas áreas mais diversificadas e especializadas – envolvendo os interesses setorializados múltiplos da sociedade moderna, como por exemplo, a produção científica, os diversos campos profissionais, a religião, a saúde, a educação, as atividades políticas e públicas, os interesses da iniciativa privada industrial e comercial (BRAGA E CALAZANS, 2001, p.21).

Em relação à educação, Braga e Calazans (2001) apontam que a interação entre essa e os canais midiáticos constituem uma expressiva e profunda fonte de satisfação de necessidades para a sociedade em termos globais e que, de forma pragmática, pode ser traduzida através de valores e preceitos estabelecidos em prol da cidadania e da formação da identidade social dos indivíduos. O papel dos meios de comunicação, nesse sentido, pode e

deve ser ampliado como mecanismo de exploração (criação, divulgação, controle e avaliação) de programas educacionais que, por sua vez, podem estar situados em diversas esferas, atendendo a uma gama significativa de necessidades da sociedade, comunidades e grupos específicos.

Um dos principais eixos, mencionados por Braga e Calazans (2001), estabelecido como meta para a atuação educativa dos meios de comunicação (jornais, rádios, emissoras de tv, revistas e Internet) está associada ao comportamento individual e coletivo no trânsito. Isso porque este tem sido um fator responsável por elevadas estatísticas relacionadas à morte prematura de indivíduos, elevado nível de estresse, despesas governamentais e individuais com seguros e assistência médica, além de provocar mudanças significativas, de caráter negativo, no comportamento dos indivíduos – ressaltando aqueles que residem e convivem diariamente nas grandes metrópoles.

A utilização da comunicação de massa em prol dos valores educacionais permite que as pessoas se tornem mais consciente tanto de seus direitos quanto de seus deveres, passando, assim, a agir com maior senso de responsabilidade e procurando disseminar nos ambientes em que convivem os valores que norteiam suas decisões e opções em relação ao próprio comportamento e à suas atitudes perante os outros. Entretanto, as informações e preceitos divulgados pelos meios de comunicação precisam estar alinhados às exigências qualitativas que a própria área da educação exige, passando, então, a funcionar como mecanismo de conquista de novos e melhores resultados e constituído um processo de contínua interação entre a mídia, a comunicação e a educação.

Desde que possamos assegurar certo nível qualitativo, de seleção e de rigor para as informações, e considerando nossa capacidade de reinterpretação, o processo nos deixa mais bem preparados para enfrentar os problemas do mundo atual. A sociedade também interage com e sobre estes meios e seus produtos, naturalmente, é preciso criticar a concentração nas mãos de poucas empresas – e a freqüente má qualidade dos produtos (BRAGA E CALAZANS, 2001, p.24).

3.4 Cidadania, educação e segurança no trânsito: as influências da mídia

Em um contexto global, pode-se compreender que as questões que colaboram para o surgimento de problemas, adversidades e dificuldades na vida das pessoas, em decorrência do trânsito, encontram-se associadas a uma elevada diversidade de fatores que interferem diretamente na qualidade de vida das pessoas, longevidade e bem-estar social. Dentre estes

fatores, vale citar o crescimento desordenado das cidades, da população, da frota de veículos do país; a falta de formação adequada em relação ao trânsito; mal estado de conservação das vias e da sua sinalização; constantes falhas humanas (desatenção uso de droga e/ou bebidas ao volante, excesso de velocidade, falta de preparo); e alto nível de estresse das pessoas que residem nos grandes centros urbanos.

Segundo Di Pierro (2004), estes fatores e a sua influência negativa no trânsito e, conseqüentemente, na vida da população já vêm sendo observados há várias décadas e a busca de soluções para esta área não deve ser vista como um acontecimento recente.

Os problemas decorrentes do trânsito e o estudo de suas soluções vêm acontecendo desde o aparecimento do transporte motorizado, que alterou as formas de deslocamento das pessoas, com enorme impacto na ocorrência de acidentes. Os primeiros estudos sobre o problema, feitos a partir dos anos 50, concentraram-se na análise dos fatores que pareciam interferir nos acidentes – o fator humano, os veículos e as vias. Feitos quase que exclusivamente nos países mais desenvolvidos, esses estudos foram progressivamente apontando o fator humano como o mais relevante. Isto decorreu do fato de que os demais fatores – as vias e os veículos – foram sendo continuamente melhorados (DI PIERRO, 2004, p.18).

Este tipo de pesquisa, conforme citado na afirmação acima, pode ser considerado uma forma de monitoramento do comportamento humano no trânsito, decorrente da necessidade de se comprovar a importância da educação no trânsito para, dentre outros resultados, a redução do índice de acidentes.

A educação no trânsito, neste sentido, surge como um fator de grande importância na formação da consciência cidadã dos indivíduos e na sua condução a um comportamento mais adequado aos inúmeros incidentes e problemas que se encontram inserido neste âmbito. Apesar do Código de Trânsito Brasileiro mencionar a educação no trânsito como um fator essencial às condições de vida digna e segura da sociedade, o que se vê é um cenário marcado pela ausência dessa prática, tanto nas escolas primárias quanto nas disciplinas de cursos universitários. A omissão dos órgãos públicos responsáveis pelas questões de educação e cidadania no trânsito torna-se ainda mais acentuada em virtude da falta de apoio de empresas do setor privado e, assim, um número reduzido de Organizações Não-Governamentais (ONGs) que atentam e procuram minimizar os efeitos dos diversos problemas existentes no trânsito brasileiro não obtém resultados significativos e acabam ficando à margem do conhecido popular e do interesse de outros segmentos da sociedade.

Di Pierro (2004) entende que é fundamental que a sociedade, como um todo, passe a refletir sobre a importância que a educação possui para a vida moderna, repensando sobre a atual condição humana neste cenário e buscando mecanismos eficientes de estabelecer um

contato direto entre as pessoas e as premissas relativas à educação e à cidadania no trânsito. Nesse, sentido, o autor aponta que o caminho está intimamente relacionado com as necessidades e expectativas da sociedade e com o poder de decisão que a mesma deve manifestar em relação às medidas e programas que devem ser instituídos.

Mas é preciso repensar a educação para o trânsito, ampliando seu foco para além do comportamento das pessoas. A perspectiva da mobilidade e da segurança como direitos inclui necessariamente questões de cidadania, tais como a diferença das condições de acessibilidade e a participação nas decisões da gestão do espaço para que contemplem as necessidades de circulação da maioria das pessoas e não apenas dos motoristas de automóveis (DI PIERRO, 2004, p.20).

Em relação às premissas que devem ser estabelecidas como elo entre a educação para o trânsito e a cidadania, enquanto aspectos fundamentais na consecução de resultados mais eficiente e satisfatório nas relações processadas entre as pessoas e as diversas situações inerentes ao trânsito, Di Pierro (2004) compreende que as principais são:

- As ações educativas precisam estar fundamentadas em uma nova visão sobre o trânsito, para que, assim, possa gerar novos resultados. Tais resultados, por sua vez, devem refletir a análise da democratização do espaço do trânsito, do equilíbrio na sua distribuição, da garantia de segurança para as pessoas que circulam e da proteção ao meio ambiente.
- As ações educativas devem ser estabelecidas de forma integrada, articulando diversos campos de atividades, enfocando os temas da cidadania, mobilidade e segurança no trânsito, sempre de maneira multidisciplinar.
- É preciso promover a capacitação e o comprometimento de todos os responsáveis pela educação nos órgãos de trânsito, formando gerações futuras de cidadãos conscientes da importância de tais ações para a vida da sociedade;
- É preciso prever o monitoramento e avaliação sistemáticos e a investigação das causas relevantes dos acidentes de trânsito.

Diante desse cenário, um aspecto que pode ser considerado de fundamental relevância para a consecução plena de resultados favoráveis a uma mudança no comportamento e no comprometimento das pessoas com a educação no trânsito, bem como para a transformação dos atuais índices de acidentes e mortes percebidos neste campo, é o engajamento dos veículos de comunicação como agentes de apoio e reforço na divulgação, discussão e

estabelecimento de eficientes políticas sociais voltadas para a educação, a cidadania e a segurança no trânsito.

No que se refere à educação para o trânsito, a mídia brasileira demonstra um comportamento extremamente tímido e, ainda que essa seja uma das suas funções, se limita a apresentar periodicamente as estatísticas de acidentes de trânsito. Isso ocorre com um destaque maior apenas nos feriados nacionais (natal, *reveillon*, carnaval, semana santa) considerados períodos em que tais índices aumentam consideravelmente e que os órgãos de segurança – polícias militares e rodoviárias – realizam operações de fiscalização contínuas nas estradas estaduais e federais.

Tanto os veículos de comunicação impressos quanto a mídia falada e televisiva não têm demonstrado preocupação em suscitar debates e discussões que promovam o planejamento, a instituição e o monitoramento de projetos, programas e/ou ações públicas ou privadas que assegurem índices mais razoáveis de educação no trânsito. O que se percebe, notadamente, são denúncias e notícias que, atualmente, é direcionado em duas vertentes. A primeira, de caráter denunciioso e que já não ocorre mais com tanta frequência, procura mostrar a chamada “indústria das multas”. Apresentam os órgãos responsáveis pela fiscalização do trânsito (DETRAN, Polícia Militar e, no caso de Belo Horizonte, BHTRANS) como verdadeiros caçadores de multas, investindo elevados recursos na aquisição de radares fixos e móveis e disponibilizando um contingente cada vez maior de fiscais nas ruas das grandes cidades e, assim, gerando um faturamento assustadoramente alto.

A segunda vertente tem sido retratada pela mídia após a instituição da denominada “Lei Seca” ou “Lei de Tolerância zero” (Lei Federal 11.705) que, desde dia 20 de junho de 2008, reduziu para 0% o índice de tolerância alcoólica para os motoristas em todo o país. Sob este aspecto, a mídia brasileira tem demonstrado apoio tanto em relação às penalidades aplicadas aos motoristas flagrados dirigindo sob efeito de qualquer quantidade de álcool quanto para a divulgação de índices de redução de acidentes após a entrada em vigor da referida lei.

Estas abordagens feitas pela mídia, sem dúvida, são importantes para a população e trazem consigo um apelo para que a sociedade passe a refletir com maior interesse a respeito das questões legais, comportamentais e estatísticas que se referem aos diversos problemas gerados pelo grande trânsito de veículos nos centros urbanos. Por outro lado, diante do poder de influência e de persuasão que os meios de comunicação de massa possuem, poderia haver uma cobertura mais ampla a respeito de um assunto que contempla aspectos de interesse geral para a sociedade.

Em relação à segurança no trânsito observam-se algumas poucas notícias que a tanto a televisão, os jornais e revistas divulgam em formato de “matérias frias”. Estas, em sua grande maioria, retratam a situação das ruas, rodovias estaduais e federais, pontes e viadutos que se encontram em estado precário, mas sem que haja, muitas vezes, uma cobrança dos órgãos responsáveis pela reparação ou substituição das mesmas. Raramente se vê, na mídia brasileira uma denúncia séria a respeito do estado precário de boa parte dos veículos que circulam pelas ruas e rodovias – muitos deles com documentação atual em dia, ou seja, regularizados perante a lei. Os problemas ocorridos com veículos novos – defeitos de fábrica, mau funcionamento de uma peça – são geralmente comunicados em forma de *recall*, propagandas pagas pelas próprias montadoras e que se limitam a informar as numerações de chassis dos veículos afetados e prazo para reparo nas concessionárias revendedoras.

Tanto a segurança quanto a educação no trânsito, circundadas por princípios de cidadania, devem ser objetos constantes de enfoque da mídia e ter em sua divulgação aspectos e elementos que despertem na sociedade o interesse por seu estabelecimento através de valores que possam nortear a sua sustentação. A esse respeito, Di Pierro (2004) revela que a educação voltada para a cidadania no trânsito deve ir além de uma mudança de comportamento, devem incluir interesses e compromissos com as questões que se associam à mobilidade da sociedade e que, dessa forma, passam a produzir um efeito benéfico sobre o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas. O autor entende ainda que uma mudança de comportamento desejável depende, além de ensinamentos de regras, técnicas e dinâmicas comportamentais, a disseminação e promoção ampla de valores sedimentados na cidadania e na conscientização das questões elementares do convívio social.

A educação para a cidadania no trânsito deve ser, portanto, uma educação em valores. Por exemplo, a solidariedade com o outro, no sentido de reconhecer e comprometer-se com a efetivação do seu direito, é um valor fundamental para o enfrentamento do conflito entre os vários papéis vividos no trânsito, tais como motoristas *versus* pedestres, ou proprietários de automóveis *versus* usuários de transporte coletivo (DI PIERRO, 2004, p.24).

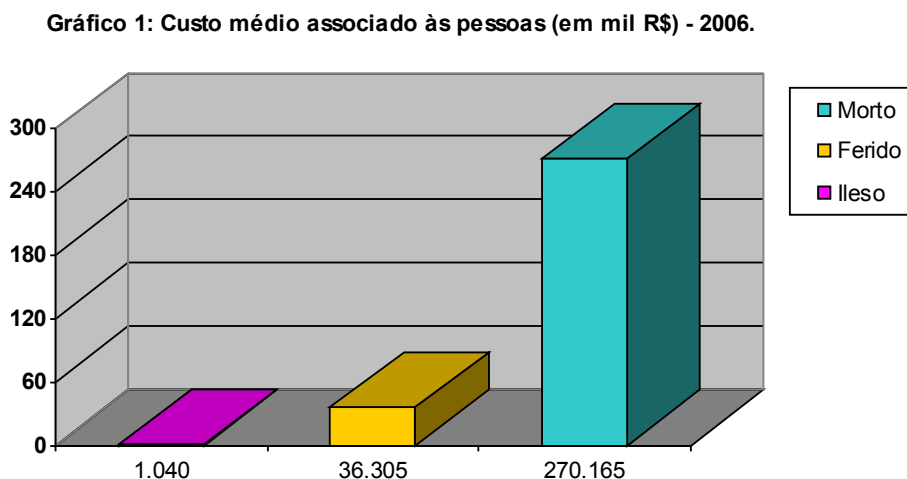
3.5 Algumas estatísticas do trânsito no Brasil

Diante da problemática que a falta de programas de cidadania, educação e segurança para o trânsito e de suas conseqüências para a vida das pessoas, torna-se importante apresentar

algumas estatísticas que possibilitem a visualização dos principais fatores que incidem diretamente no atual cenário existente no Brasil.

Um dos fatores que se mostra relevante dentro desta perspectiva é o custo médio associados às pessoas, a partir do número de acidentes ocorridos no país. Segundo pesquisa realizada pelo IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito e ANTP – Agência Nacional de Transportes Públicos, em 2006, nas rodovias federais brasileiras, os atropelamentos ocuparam o segundo lugar no ranking de mortalidade por acidente. A cada 34 atropelamentos ocorreram 10 mortes. Foram cerca de 4 mil atropelamentos/ano, aproximadamente um a cada duas horas. Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina e Paraná lideraram com 54% das mortes de pedestres e doze rodovias federais detiveram 75,3% das ocorrências envolvendo pedestres, das quais, as três primeiras (BR-116, BR-101 e BR-040) responderam por 50% das mortes (IPEA, 2008).

A pesquisa realizada pelos órgãos citados também apontou que o custo médio associado à pessoa de um ileso corresponde a R\$ 1.040; uma vítima classificada como ferida apresenta um custo médio de R\$ 36.305; e uma vítima fatal, por sua vez, representa um custo médio de R\$ 270.165 (Gráfico 1).

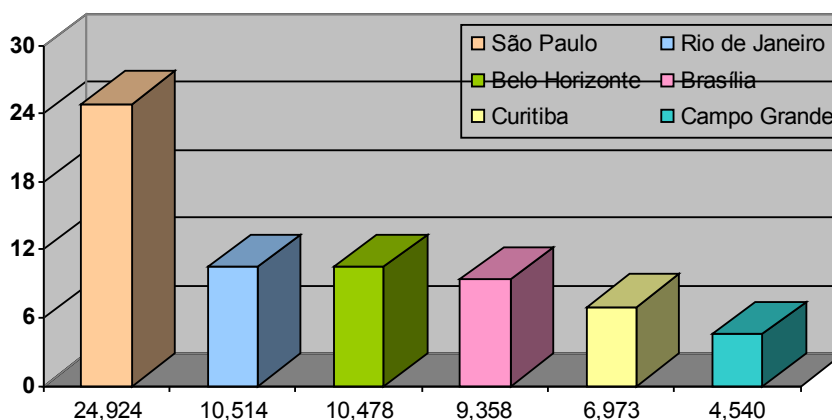


Fonte: IPEA (2008).

De acordo com dados registrados pelo Departamento Nacional de Trânsito – DENATRAN (2008), em 2006, as capitais do país registraram um total de 101.303 acidentes de trânsito com vítimas, nos quais 19.752 pessoas morreram. Belo Horizonte aparece em terceiro lugar registrando 10.478 acidentes com vítimas, atrás apenas de São Paulo (24.924) e

Rio de Janeiro (10.514). O Gráfico 2 demonstra os números registrados pelas seis capitais com maior índice de acidentes com vítimas no ano de 2006.

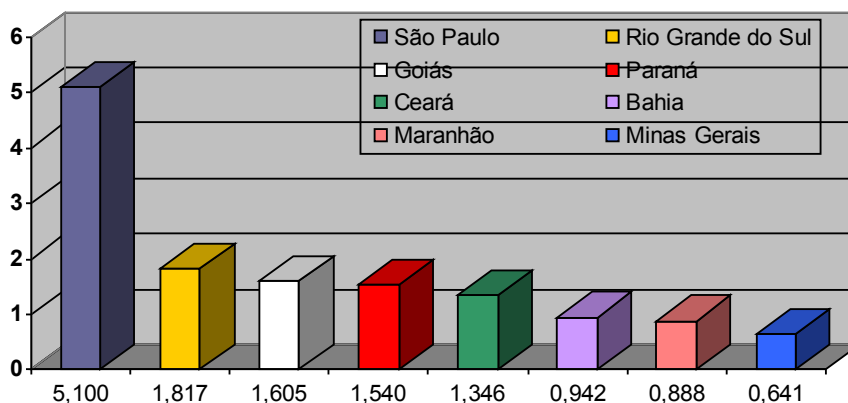
**Gráfico 2: Acidentes de trânsito com vítimas por capital
(em milhares) 2006.**



Fonte: Elaborado com base nos dados do DENATRAN (2008).

Em números de vítimas fatais de acidentes de trânsito, Minas Gerais ocupa o oitavo lugar, sendo que os três estados da federação com maior número são, respectivamente, São Paulo (5.100), Rio Grande do Sul (1.817) e Goiás (1.605). Os dados do Denatran (2008) também revelam que dentre as vítimas fatais em acidentes de trânsito, no ano de 2006, 15.243 eram do sexo masculino contra 3.468 do sexo feminino. Outras 1.041 vítimas não tiveram seu sexo revelado ou identificado. O Gráfico 3 apresenta os números absolutos dos oito estados com maior índice de vítimas fatais por acidente de trânsito em 2006.

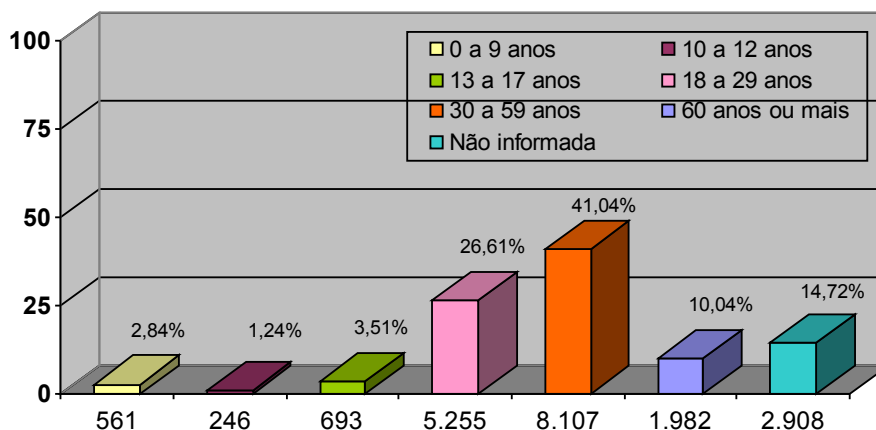
Gráfico 3: Vítimas fatais de acidentes de trânsito por UF (em milhares) 2006.



Fonte: Elaborado com base nos dados do DENATRAN (2008).

Outro dado importante em relação aos índices nacionais de acidente de trânsito refere-se à faixa etária das vítimas fatais nos estados. De acordo com o Denatran (2008), em 2006, das 19.752 pessoas que morrem nessas circunstâncias, 561 (2,84%) possuíam entre zero e nove anos de idade; 246 vítimas (1,24%) tinham idade compreendida entre 10 e 12 anos; 693 (3,51%) encontravam-se na faixa etária de 13 a 17 anos; as vítimas com idade entre 18 e 19 anos somaram 5.255 (26,61%); outras 8.107 (41,04%) pessoas morreram em acidentes de trânsito na faixa de 30 a 59 anos; e 1.982 vítimas (10,04%) tinham 60 anos ou mais. Não foi informada a idade de 2.908 vítimas fatais (14,72%). O Gráfico 4 demonstra estes resultados de forma comparativa em números absolutos e percentuais.

Gráfico 4: Faixa etária das Vítimas fatais em acidentes de trânsito - Brasil - 2006.



Fonte: Elaborado com base nos dados do DENATRAN (2008).

4 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DAS ENTREVISTAS

Com o objetivo de proporcionar maior aprofundamento e conhecimento específico em relação ao tema abordado no presente trabalho, procedeu-se a entrevistas com profissionais que atuam nas áreas de transporte e trânsito e veículos de comunicação de Belo Horizonte. As entrevistas foram realizadas a partir de um roteiro previamente elaborado (Anexo I), no qual as principais questões relacionadas aos problemas existentes no trânsito da capital mineira e os principais pontos referentes à atuação da mídia, neste contexto, foram abordados. O propósito fundamental é o de expor a opinião de pessoas que possuem elevado grau de conhecimento sobre assuntos relacionados ao trânsito e, dessa forma, contemplarem os aspectos fundamentais dos problemas mais graves existentes, bem como de possíveis soluções para o trânsito e ainda para uma atuação mais incisiva e comprometida com o interesse popular, por parte dos meios de comunicação, voltada para as questões essenciais da temática abordada.

Diante disso, as entrevistas foram respondidas por profissionais de comunicação e por outros que atuam juntos a órgãos de regulamentação de transporte e trânsito de Belo Horizonte, a saber: Cristine Maciel da Cruz, jornalista e redatora de jornalismo da TV Record de Belo Horizonte (Record Minas); José Carlos Ladeira, coordenador de projetos e implantações da Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte (BHTRANS); Adriana Dutra Magalhães, jornalista e profissional liberal na área de consultoria de transportes e trânsito; Geraldo Donizete, tenente da Polícia Militar (Batalhão de Trânsito); e Geraldina Monteiro Oliveira, coordenadora de trânsito do Departamento de Trânsito de Minas Gerais (DETRAN-MG).

Em um primeiro momento, foi solicitado aos entrevistados que apontassem os principais problemas que afetam o trânsito de Belo Horizonte na atualidade. De forma geral, os profissionais indicaram esta questão encontra-se fundamentalmente associada a fatores como: número elevado de veículos que transitam nas ruas, transporte público coletivo ineficiente e com tarifas elevadas, baixo investimento por parte dos órgãos públicos competentes no sistema viário interno e falta de programas oficiais de educação para o trânsito em um contexto abrangente.

A respeito da influência destes aspectos na vida das pessoas, Magalhães compreende que a educação para o trânsito se apresenta como a razão fundamental para diversas conseqüências percebidas no trânsito das grandes metrópoles nos dias de hoje. Segundo ela, “A ausência de programas eficientes e bem elaborados que estejam focados na educação para

o trânsito promove o surgimento de diversas situações cotidianas, como discussões ao volante, aumento do nível de stress no trânsito e grau reduzido de tolerância entre os motoristas, que culminam em grandes problemas. Não é de se admirar que muitos problemas de trânsito estejam, com grande frequência, associados a atos violentos que, por sua vez, desencadeiam problemas ainda maiores. Evidentemente, a falta de políticas públicas voltadas para essa área deve ser vista como um fator crucial, até porque cabe ao governo desempenhar um papel que incentive a iniciativa privada e os cidadãos a também contribuírem para a implementação de melhorias. Mas, quando o sistema público se ausenta os problemas se agravam e tendem a se tornarem verdadeiros entraves na vida das pessoas”.

Em contrapartida, Ladeira esclareceu que a tanto a BHTRANS quanto o DNIT (Departamento Nacional de Infra-estrutura de Transportes), além de outros órgãos municipais e estaduais, têm desenvolvido e implementado projetos facilitadores do escoamento do tráfego e de melhoria na infra-estrutura viária da capital. No entanto, outros fatores, como o aumento diário da frota de veículos, concorrem para que estas ações não obtenham os resultados adequados na dimensão esperada. “Temos observado uma grande preocupação dos órgãos de trânsito de todo o país em relação à viabilização de obras cada vez mais numerosas – pontes, viadutos, trincheiras e duplicação dos principais corredores. No entanto, questões como a educação para o trânsito e a renovação da frota de veículos das grandes cidades, que são elementos essenciais à melhoria da qualidade de vida das pessoas, têm sido relegadas a planos muito inferiores do que seria, na verdade, necessário para uma mudança significativa deste cenário”, afirmou o coordenador de projetos e implantações da BHTRANS.

Na opinião de Cruz, a população das grandes metrópoles está sofrendo com problemas relacionados ao trânsito resultantes de um longo processo de falta de assistência pública e privada em diversas esferas deste assunto: planejamento, controle, avaliação e remodelação de todos os fatores que provocam algum tipo de impacto nessa questão. Ela também apontou que todos os problemas identificados devem ser vistos em conjunto e não isoladamente. “Falta de investimento, ausência e programas educacionais, excesso de veículos, dentre outros problemas, formam um modelo de trânsito que caminha para o caos. Estes fatores alimentam os índices de acidente e dificultam a vida das pessoas de maneira conjunta, são partes de um processo longo e complexo que moldam o atual panorama da vida moderna. Não existem problemas grandes ou pequenos no trânsito, estão vinculados e possuem importância igualmente relevante”.

Oliveira compreende que os problemas de maior gravidade que afetam o trânsito das grandes cidades estão impreterivelmente associados ao crescimento demográfico e ao

conseqüente elevado número de veículos que transitam diariamente pelas ruas. A coordenadora de trânsito do DETRAN-MG explica que “Com a demanda de pessoas surgem bairros, vilas e aglomerados, que requerem meios de transporte eficientes para realizar seu deslocamento. O excesso de veículos provoca congestionamentos que exigirá do poder público a realização obras que impliquem em desapropriações, obras de artes especiais, ônus que será sustentado pela própria sociedade. O excesso de veículos particulares, aliando a falta de mecanismo de transporte de massas (metrô) constitui no maior problema de trânsito em Belo Horizonte”.

Além do crescente número de veículo sem circulação nos centros urbanos, o tenente Donizete também relaciona outros três problemas como sendo críticos para o trânsito na atualidade: deficiência na operação e fiscalização das vias; tratamento inadequado de pólos gerados de tráfego; e deficiência de uma parcela significativa das vias urbanas de trânsito. Para o tenente, estes são os principais problemas e dificuldades que as pessoas têm enfrentado no trânsito das grandes metrópoles brasileiras, como é o caso de Belo Horizonte.

Os profissionais entrevistados falaram também sobre os fatores que concorrem para a insegurança no trânsito. O coordenador da BHTRANS observou que todos os problemas mencionados na questão anterior são potenciais agravantes de um sistema de trânsito inseguro e que, no entanto, outros fatores reforçam esta situação. “Além dos problemas estruturais e de natureza políticas e sociais, o elevado número de jovens ao volante, principalmente nos centros urbanos, potencializa a insegurança no trânsito. Mais uma vez, neste sentido, a questão passa pela vertente educacional. A preparação para os novos motoristas não pode se ater ao processo de obtenção da CNH (Carteira Nacional de Habilitação), é preciso que ela comece na escola, dentro de casa e em todas as esferas de convívio social dos jovens. A rigidez das leis de trânsito, tanto para a emissão da habilitação quanto no cotidiano dos motoristas, tem aumentado e efeitos positivos têm sido percebidos, mas a educação para o trânsito tem sido excluída do processo de formação dos cidadãos”, explicou Ladeira.

Magalhães ponderou que a insegurança também deve ser percebida como fruto do descaso das próprias pessoas, da população como um todo. “As medidas de segurança apenas são seguidas e respeitadas quando se transformam em lei, prevendo punições para quem as ignorar. O cinto de segurança, por exemplo, é usado pela maioria dos motoristas, mas não porque eles acreditam que esta seja uma proteção para sua própria vida, mas porque não estão dispostos a pagar a multa por não utilizá-lo. Quando ainda não era uma obrigação legal, pouquíssimas pessoas faziam o uso deste aparato de segurança. Então, o comportamento das pessoas evidencia a sua despreocupação com a própria segurança, o que, aliado aos problemas

que não dependem diretamente da população, torna-se um multiplicador de riscos à vida das pessoas”. A consultora de trânsito ainda lembrou que o precário estado de conservação de boa parte da frota de veículos que circulam nos grandes centros e nas rodovias e a ineficiência da fiscalização dos veículos de carga também são fatores que devem ser considerados como risco à segurança no trânsito.

Oliveira observa que os fatores geradores de insegurança no trânsito estão compreendidos a partir da ótica de condutores e pedestres. “Do ponto de vista do pedestre é a desobediência dos condutores em relação à sinalização de: dê preferência, parada obrigatória, avanço de sinal, dentre outras. Do ponto de vista do condutor a insegurança do trânsito é causada pela inobservância da ordem de preferência nos cruzamentos, avanço de sinal, troca de faixa sem observar o fluxo de trânsito, pedestre atravessando fora da faixa, etc.”, argumentou a coordenadora de trânsito do DETRAN-MG.

Em seguida, a entrevista aplicada quis saber o que a sociedade (órgãos públicos, entidades representativas, profissionais do trânsito) pode fazer para tornar o trânsito mais seguro e reduzir o número de acidentes e mortes. Os cinco entrevistados concordaram que é preciso à implementação de ações conjuntas entre estes representantes da sociedade, com uma participação popular mais assídua no sentido de reivindicar medidas preventivas e discussões coletivas a respeito do tema.

Na percepção de Cruz, a atual lei de trânsito ainda pode ser melhorada, revendo alguns pontos que se mostram vulnerável ou ultrapassada em relação à realidade atual. Ela compreende que “A denominada *Lei Seca*, que entrou em vigor em junho deste ano, já vem demonstrando resultados extremamente positivos desde o início. Os índices de acidentes no trânsito caíram em todas as capitais brasileiras, e isso demonstra a sua eficácia, ainda que mediante as punições severas e uma campanha exaustiva feita pela mídia. Mas, ainda assim, as pessoas tentam burlar a lei e colocar sua própria vida e a de outros em risco, como, por exemplo, no caso de venda de carteiras de habilitação frias com a conivência e a participação de funcionários públicos que tem acesso a dados confidenciais. Este tipo de situação não pode ser admitido pela sociedade, precisamos cobrar punições exemplares, não apenas para quem comercializa esses documentos, mas igualmente para as pessoas que facilitam a sua confecção. A prevenção é muito importante, mas as medidas corretivas devem fazer com que os contraventores se intimidem e que este tipo de crime desapareça das estatísticas nacionais”.

Para Magalhães, o aperfeiçoamento da Lei de Trânsito deve contemplar ainda uma fiscalização mais rígida e assídua, principalmente no que se refere às condições dos veículos. “Atualmente, os veículos são vistoriados apenas por ocasião de sua transferência e, enquanto

isso, se o proprietário mantiver todos os documentos em dia, pagando suas multas adequadamente, ele não precisa se preocupar com o devido funcionamento do veículo ou com a manutenção de itens de segurança. Ele sabe que o veículo somente terá a obrigatoriedade de ser vistoriado por ocasião de sua venda. Precisamos de medidas como: fiscalizações periódicas nos veículos; maior rigor na fiscalização de veículos de carga, verificando normas de acondicionamento de mercadorias; exigência de ruas, avenidas e rodovias em bom estado de conservação; e menor tolerância, por parte das autoridades competentes, a imprudências e crimes cometidos no trânsito”.

Para que o trânsito se torne mais seguro e apresente uma quantidade menor de acidentes do que tem demonstrado atualmente, Oliveira acredita que a educação para o trânsito deve ocupar lugar de maior destaque no cotidiano das pessoas. Assim, ela comenta que deve haver maior participação direta da sociedade. “Não resta dúvida que as campanhas educativas ocupam o primeiro lugar na ordem da solução do problema. Entretanto, no Brasil, o percentual de 5% arrecadados com multas de trânsito depositadas em fundo específico das campanhas educacionais, não é sentido pela população, a não ser no período de 18 a 25 de setembro onde se comemora a Semana Nacional de Trânsito. Além disso, palestras dos profissionais do trânsito, divulgação dos perigos nos informativos tais como jornal de bairro, de associação de classe, poderão ser explorados para atenuar as mortes no trânsito”.

As campanhas de educação para o trânsito também configuram a principal medida preventiva para a melhoria do trânsito, segundo o entendimento do tenente da PMMG Geraldo Donizete. Ele entende que “Para tornar o ambiente do trânsito mais seguro, e assim, reduzir o número de acidentes e mortes, a sociedade pode investir na melhoria das vias, da fiscalização e, principalmente, em campanhas educativas focadas na direção defensiva, para condutores de veículos e pedestres”.

Foi perguntado aos profissionais entrevistados de que forma os meios de comunicação podem contribuir para a melhoria da segurança no trânsito. A esse respeito, Ladeira apontou que o papel desempenhado pela mídia em relação ao trânsito, de forma geral, tem dado contribuições significativas para a sociedade, mas que, alguns aspectos precisam ser repensados e redirecionados. Para ele, “Apesar de haver um consenso geral a respeito da importância que os meios de comunicação possuem para difusão de valores e formação de cidadãos, o que temos visto é uma participação bastante tímida da maioria das empresas deste segmento. Não se pode negar que há uma contribuição relevante da mídia no que concerne à divulgação de números (acidentes em feriados prolongados, por exemplo) e em relação casos de crimes contra a lei de trânsito, mas ela pode também suscitar e promover debates e

discussões que conduzam a sugestões de melhoria tanto para a segurança, quanto para a educação e as políticas públicas voltadas para o trânsito”.

Em outro sentido, Cruz observou que a mídia possui, dentro da sociedade, um papel bastante complexo e que, inevitavelmente alguns assuntos ou problemas são priorizados em detrimento de outros. “Existe uma gama muito complexa de assuntos e temas que precisam ser abordados pela mídia. Não que isto impeça a divulgação mais efetiva das questões relativas ao trânsito, mas o papel que a mídia – e principalmente o jornalismo – exerce nos dias atuais é cobrado por diversas esferas da sociedade e todo o dinamismo e velocidade que caracterizam a notícia nos dias de hoje contribuem para uma perda significativa de foco em problemas que não são pontuados como fundamentais. Por isso, por um lado, há de se reconhecer que a mídia tem tido uma atuação muito discreta nos quesitos educação e segurança no trânsito, podendo ampliar o foco que tem sido dado a estes assuntos. Mas, por outro lado, existem outros temas que a própria sociedade tem priorizado e, por meio desta percepção, os veículos de comunicação acabam trabalhando no que se apresenta com mais obviedade. Aliado a este panorama, surge a questão da audiência, da qual os grandes empresários da comunicação não abrem mão e, assim, buscam enfoques mais rentáveis e comercialmente estratégico”.

Na opinião de Oliveira, os veículos de comunicação precisam enfatizar, cada vez mais, o caráter educativo que está relacionado aos fatos noticiados diariamente em relação ao trânsito, deixando de lado o tom sensacionalista e demonstrando maior preocupação em contribuir com uma mudança positiva do comportamento coletivo no trânsito. “Não basta noticiar o acidente de trânsito, é necessário que a manchete e a notícia venham com conteúdos educativos. Os próprios jornalistas acentuam o caráter sensacionalista do fato, mas não adicionam o tempero educativo à tragédia. As emissoras de rádio e televisão deveriam disponibilizar um minuto apenas no noticiário focando aspectos da ética, do trânsito, saúde, etc. Em pouco tempo os resultados apareceriam com a diminuição dos acidentes, redução dos crimes, principalmente causados por disputa por drogas, e outros. Os jornais deveriam disponibilizar espaços dedicados aos especialistas de trânsito, com comentários em cada edição”, explicou.

Em relação à educação para o trânsito, foi solicitado aos entrevistados que apontassem os principais aspectos que precisam ser melhorados e de que forma isto deve ser feito. As respostas indicaram que os principais fatores que influenciam esta questão estão associados a políticas públicas educacionais ineficientes, falta de interesse de órgãos e entidades

representativas das comunidades e ausência de debates (congressos, seminários, fóruns, programas e projetos educacionais).

Magalhães ponderou que a questão da educação para o trânsito tem a sua principal base sustentada no interesse popular, uma vez que a própria sociedade é que deve demonstrar o maior e mais consistente interesse por soluções relacionadas aos problemas advindos do atual cenário. Ela justifica que “Na maioria dos casos em que existe a ausência ou ineficiência do Estado em um determinado setor de interesse público, a pressão exercida pelo povo através de seus representantes, cobrando uma posição mais atuante do governo, acaba sempre surtindo efeitos positivos. No caso da educação para o trânsito, uma medida que poderia trazer benefícios em longo prazo seria a implementação de disciplinas obrigatórias nas escolas públicas e particulares voltadas para esse tema. Em curto prazo, acredito que campanhas em massa – feitas periodicamente e em todas as camadas sociais – podem minimizar os impactos que estão sendo observados pela falta de programas efetivos”.

De acordo com Ladeira, os problemas relacionados à educação para o trânsito têm sido decisivos para o crescente aumento de mortes em acidentes de trânsito nas últimas décadas e, por isso, as medidas corretivas devem estar associadas a uma forte mudança de comportamento das pessoas. “A educação para o trânsito não está relacionada apenas a atos de gentileza ou de tranqüilidade quando se está ao volante. Este tipo de educação deve incorporar valores que sejam capazes de modificar o comportamento dos indivíduos. É preciso que o cidadão tenha a consciência de que a mistura de álcool e direção é nociva tanto para ele, quanto para as outras pessoas e não estar relacionada unicamente às punições que ele pode sofrer caso seja flagrado dirigindo embriagado. O fato de essa conduta ser proibida precisa estar associado ao fato da mesma não ser boa para ninguém. A partir dessa conscientização é que surge o interesse pelo assunto e a percepção de que esta é uma questão crucial para a melhoria da qualidade de vida da coletividade”.

Cruz argumentou que “A educação para o trânsito precisa ser estimulada e evidenciada para que as pessoas, de forma geral, percebam a sua importância no dia a dia, principalmente das grandes cidades. Atualmente, este é um assunto que tem recebido pouca atenção, por parte das entidades públicas ligadas ao trânsito, pelo sistema educacional e até mesmo pela parte mais interessada: a sociedade”.

Donizete também argumentou que a principal medida que pode trazer benefícios significativos para o trânsito das grandes metrópoles brasileiras é a educação para o trânsito. No entanto, ele compreende que se trata de um assunto tão importante que deveria assumir um papel expressivo ainda na infância dos indivíduos, contribuindo para sua formação social

e funcionando como norteador de atitudes e comportamentos futuros das pessoas. Para isso, segundo ele, é preciso que sejam feitos investimentos elevados e que a educação para o trânsito seja bem articulada e direcionada. “(...) não há dúvida de que a educação para o trânsito deve começar na infância, porém, temos que pensar também no momento em que vivemos, onde as tragédias se sucedem por culpa de motorista ou pedestres adultos. Assim, há necessidade de disponibilização de maiores recursos a serem aplicados na educação para o trânsito; os educadores devem direcionar seus ensinamentos para o público adulto através do acionamento de associações de bairros, empresas, órgãos públicos, etc. Na situação atual, temos que ensinar e resgatar o valor da direção defensiva, e não apenas mostrarmos estatísticas, fotografias e filmes tenebrosos. Todo brasileiro já sabe que o trânsito mata, mutila e causa grandes prejuízos financeiros, então é hora de mudarmos o *discurso* e ensinar ao condutor e ao pedestre o que ele deve ou não fazer no trânsito”.

As entrevistas realizadas procuraram saber dos profissionais se os meios de comunicação têm cumprido de forma eficiente a função de conscientização a respeito da importância que a educação para o trânsito possui para a sociedade. Os três entrevistados afirmaram que, de forma ampla, a mídia tem tido uma pequena e inexpressiva participação neste assunto, principalmente no que se refere a iniciativas que promovam debates e o surgimento de melhorias para a área de trânsito.

Ladeira ponderou que os meios de comunicação constituem um potencial mecanismo de influência e transformação comportamental e que, no que se refere à educação para o trânsito, estes canais podem ser explorados tanto qualitativa quanto quantitativamente. “Temos percebido a ausência de programas educativos na televisão em face do espaço que atrações de caráter apelativo e sem conteúdo educacional ou cultural vêm ocupando cada vez mais. Apesar do jornalismo estar mais dinâmico, imediato e com um conteúdo bastante abrangente nos dias de hoje, em todos os veículos de comunicação, o seu caráter informativo precisa de um reforço para que a questão da educação no trânsito seja exposta e debatida como se deve. Entretanto isto não acontece. Talvez em função dos números de audiência, talvez em face das demandas percebidas na própria sociedade ou ainda por motivos econômicos ou financeiros que são privilegiados pelos controladores destes veículos”, argumentou ele.

Neste mesmo sentido, Cruz afirmou que “(...) a atuação da mídia, evidentemente, deixa a desejar no que compete à cobertura e difusão de valores culturais, educativos e sociais. A educação para o trânsito, assim como as questões ambientais e éticas, por exemplo, não tem tido espaço nos meios de comunicação. O que se vê são os alarmantes números de

acidentes de trânsito, os reflexos da implementação da Lei Seca e, no máximo, a exposição de questões como a ineficiência do transporte público coletivo e dos – já banalizados – congestionamentos diários nos grandes centros urbanos. O papel da mídia, nesse sentido, precisa ser ampliado, resgatando valores importantes para o comportamento individual e coletivo e suscitando o debate contínuo dos problemas que precisam ser solucionados. A contribuição que a mídia tem dado nesse sentido está relegada a um patamar muito quase inexpressivo, comparado ao que a sociedade precisa e espera dos mesmos”.

Na concepção de Magalhães, os meios de comunicação demonstram uma preocupação com a questão da educação para o trânsito no mesmo nível daquela percebida nas próprias pessoas. Ela explicou que “(...) o desejo de se informar e o interesse na resolução de problemas do trânsito, como a educação, a segurança e o comportamento agressivo, precisam, em um primeiro instante ser estimulados. As pessoas não abrem um jornal ou ligam a televisão predispostas a se inteirarem sobre estas questões; existe um evidente desânimo e apatia crônica por parte da sociedade em relação à sua participação na busca de soluções para problemas de maior complexidade. Os meios de comunicação devem agir como reforço, como estímulo e no sentido de mediar às discussões elementares e não como responsáveis diretos pelo desinteresse coletivo. Acredito que o conteúdo da mídia reflete o verdadeiro interesse das pessoas”.

Para Oliveira, os meios de comunicação de massa não têm contribuído de forma significativa para haja melhorias nos problemas inerentes ao trânsito das grandes cidades. A função de formador de opinião e a conscientização coletiva a respeito da importância de uma conduta responsável no trânsito têm dado lugar aos interesses dos administradores das grandes empresas de comunicação do país. Segundo a coordenadora de trânsito do DETRAN-MG, “Não há comprometimento dos meios de comunicação com a educação. Nos contratos de concessões deveriam exigir cláusulas obrigando as emissoras de rádio, televisão e jornais a realizar divulgação de matérias de interesse da coletividade. No Brasil o interesse privado do concessionário é apenas econômico e sobrepõem ao interesse público. Se ganha o canal de Tv ou a frequência de rádio mais não oferece nenhuma contrapartida para o poder público concedente”.

A opinião de Donizete segue neste mesmo sentido, compreendendo que o papel da mídia em relação às questões de trânsito não vem sendo cumprido de forma substancial no Brasil. Nesse sentido, o tenente da Polícia Militar destacou que “Os meios de comunicação deixam a desejar na conscientização da importância e melhoria da educação no trânsito quando se prendem na divulgação apenas das tragédias ocorridas. Felizmente alguns órgãos

vêm mudando esta postura, começando a participar mais efetivamente de campanhas educativas, força tarefa, etc. É muito importante que o setor se envolva na questão juntamente com os órgãos de trânsito, principalmente no tocante ao patrocínio e divulgação de peças publicitárias”.

No que tange o papel exercido pelos órgãos públicos em relação às questões de segurança e educação para o trânsito nas grandes cidades, os entrevistados apresentaram opiniões e ponderações divergentes uns dos outros.

Cruz argumentou que “(...) o poder público, a exemplo dos representantes das camadas mais imediatas da sociedade, tem se omitido nos assuntos de valor educativo quando é exigido maior empenho na elaboração e implantação de políticas públicas de elevado grau de consistência. A educação para o trânsito e a segurança deste setor são questões complexas e que, para serem melhoradas, precisam de investimentos sólidos. Para o governo, torna-se mais cômodo e lucrativo investir dinheiro e tecnologia em radares, *blitz* policial e medidas corretivas, isto porque as medidas preventivas exigem maior grau de planejamento e demoram um tempo maior para surtirem efeitos significativos”. A jornalista também apontou que a atuação restrita dos órgãos públicos em relação à educação e segurança no trânsito encontra razões fundamentadas no comportamento passivo da sociedade e na apresentação de soluções de caráter estrutural para o trânsito.

Por sua vez, Ladeira afirmou que a implementação de programas de educação e medidas de segurança para o trânsito constitui uma tarefa de grande complexidade e com elevado grau de dificuldade quando vista como uma obrigação exclusiva dos organismos públicos. “É preciso que a sociedade e a iniciativa privada se tornem parceiros do governo para que medidas eficientes possam ser adotadas no sentido de melhorar a educação e de aprimorar a segurança no trânsito. O governo vem, ao longo dos anos, se esforçando para transformar o trânsito brasileiro em um setor mais seguro e eficiente para as pessoas. Os órgãos representativos desta área têm sido modernizados, aprimorados e recebidos maior volume de investimento financeiro para o cumprimento de suas atividades fundamentais. O que acontece é que isto parece ser pouco eficiente diante do comportamento cada vez mais agressivo e hostil das pessoas quando o assunto é trânsito. Talvez o problema não esteja propriamente na ineficiência do poder público no cuidado das questões do trânsito, e sim na falta de consciência das pessoas em relação ao próprio comportamento e às conseqüências que dele derivam”, afirmou o coordenador da BHTRANS.

Magalhães, por outro lado, observou que a educação e a segurança no trânsito exigem uma participação e atuação mais incisiva tanto dos organismos públicos, aos quais competem

as políticas desta área, quanto da sociedade, seus representantes e lideranças. A consultora de trânsito salientou que “(...) as ações empreendidas pelo poder público, voltadas para a educação e a segurança no trânsito, sejam elas eficientes ou não, precisam estar alinhadas com as necessidades mais fundamentais da população. E, para que isso ocorra em elevado nível de satisfação, a sociedade precisa se manifestar, acenar positivamente para a direção em que necessita de projetos, programas e atividades que resolvam seus problemas. É preciso que haja um forte equilíbrio entre o que o poder público pretende realizar e o que a sociedade precisa que seja realizado”.

Donizete observou que, assim como ocorre em outros setores da sociedade, o poder público precisa atentar para o desenvolvimento e a implementação de ações estratégicas geradoras de melhorias na qualidade de vida das pessoas e, especificamente, em relação a melhores condições estruturais e educacionais para o trânsito. Ele também acredita que a aplicação de recursos públicos deve ser avaliada de forma muito criteriosa, privilegiando medidas que contemplem resultados efetivos na busca de maior segurança para o trânsito. “Os órgãos públicos precisam melhorar seu desempenho em relação à segurança e educação para o trânsito nos grandes centros urbanos, aplicando maiores recursos em programas de educação, equipamentos operacionais, melhoria de vias e aumento de recursos humanos para operação e fiscalização do trânsito”, afirmou.

Os profissionais entrevistados também foram questionados a respeito da atuação dos meios de comunicação na divulgação de campanhas de educação e segurança no trânsito. Em consenso, eles responderam que, atualmente, essa participação da mídia encontra-se em um nível que pode ser considerado bastante limitado. Cruz explicou que “Existem poucos projetos ou programas voltados para essa finalidade. Tvs, jornais, revistas e rádios não têm demonstrado um engajamento natural e nem mesmo se dedicado com maior afinco na divulgação de valores associados a estes quesitos. Campanhas de educação e segurança para o trânsito, na verdade, são raras em nosso país e, por este motivo, o papel dos meios de comunicação também se mostra inexpressivo nesta esfera”.

Magalhães afirmou que campanhas de segurança e educação para o trânsito precisam ser implementadas com maior frequência e trazer em sua concepção elementos que incentivem debates mais aprofundados e com maior participação de profissionais das áreas ligadas ao assunto. Ela também indicou que, nesse sentido, o papel da mídia tem sido bastante discreto, deixando a desejar principalmente no que concerne à formação de opinião coletiva e de transformação do comportamento das grandes massas. “Além de informação, divertimento e difusão de conhecimento, os meios de comunicação possuem grande responsabilidade na

difusão e esclarecimento de problemas que assolam a sociedade. A busca de soluções para estas dificuldades, ainda que não dependa exclusivamente destes veículos, pode ser facilitada por meio de atuação mais relevante da mídia e da influência que a mesma exerce junto à sociedade. Temos presenciado uma forte intervenção dos meios de comunicação em questões importantes para o interesse popular, como no processo eleitoral e no comportamento do mercado econômico, influenciando significativamente em resultados, inclusive, de curto prazo. Considerando estes aspectos, pode-se perceber que, no caso das campanhas de segurança e educação para o trânsito, estes mesmos meios de comunicação podem ser de extrema eficiência na sua divulgação e na elucidação das questões polêmicas que permeia este ambiente”.

Na opinião de Oliveira, a atuação da mídia, de forma geral, em relação à divulgação de campanhas e princípios associados à educação para o trânsito tem sido feita de maneira bastante tímida e, por isso, os resultados não são percebidos de maneira significativa. A coordenadora de trânsito entende que, atualmente, a postura da mídia tem privilegiado o lado trágico de notícias que envolvem acidentes e mortes no trânsito e que este setor da sociedade ainda não despertou para a sua responsabilidade enquanto canal de educação das práticas relativas ao comportamento coletivo no trânsito. Ela observou ainda que:

“As emissoras de rádio-jornalismo, como a CBN e Band, abrem espaços para qualquer divulgação de interesse coletivo promovida pelos órgãos, entidades ou organizações. As TVs educativas também cedem espaços para debates. Contudo, as demais emissoras preferem, na maioria das vezes, divulgar as tragédias relacionadas ao trânsito do que enfatizar as medidas que podem ser tomadas na prevenção destas ocorrências”.

5 CONCLUSÕES

Diante das argumentações teóricas expostas ao longo do presente estudo, foi possível chegar à conclusão que a educação e a segurança no trânsito constituem questões de grande relevância para toda a sociedade, se mostrando instrumentos eficazes e imprescindíveis na busca de soluções eficientes para diversos problemas e deficiências relacionadas ao trânsito nos dias de hoje. Nesse sentido os meios de comunicação surgem como mecanismos que podem servir como reforço em diversas atividades e ações de grande importância para este cenário, enquanto difusores de informações, influenciadores do comportamento humano, formadores de opinião e incentivadores de conceitos e valores associados à formação de cidadãos conscientes de seus direitos e deveres para com a sociedade. Como foi possível constatar, estas são apenas algumas das inúmeras funções de responsabilidade dos meios de comunicação para com as questões sociais e para o atendimento de parte das necessidades verificadas no comportamento coletivo.

Também se pôde concluir que os elevados índices de acidentes de trânsito registrados no Brasil encontram-se fortemente associados a fatores sociais, comportamentais e educacionais, uma vez que a maior parte dos acidentes verificados ocorrem em razão de falhas humanas, desrespeito às leis de trânsito, despreparo dos motoristas e atos de irresponsabilidade, como o ato de dirigir sob efeito de álcool ou de drogas. Também nesta esfera, a educação para o trânsito possui inquestionável importância, enquanto mecanismo preventivo, principalmente por se tratar de uma ação que colabora para a obtenção de resultados positivos muito significativos em médio e longo prazo. Também nesta esfera a mídia possui indubitável influência, podendo, inclusive, servir de reforço para mudanças expressivas no comportamento coletivo e na reivindicação por políticas públicas mais consistentes voltadas para a melhoria ampla das questões relacionadas ao trânsito nos grandes centros urbanos.

Por meio das entrevistas realizadas, foi possível concluir que os profissionais entrevistados, de forma geral, entendem que o papel dos meios de comunicação tem se mostrado bastante inexpressivo no que se refere à educação e segurança no trânsito. Na opinião dos mesmos, a mídia tem tido uma atuação excessivamente discreta em razão da falta de políticas públicas educativas voltadas para o trânsito e também pelo comodismo da própria sociedade. Um aspecto de grande importância, na concepção dos entrevistados, é o incentivo a debates e discussões que possam conduzir a obtenção de soluções eficientes para os problemas apontados por eles (congestionamento, excesso e má conservação da frota de

veículos, ineficiência e alto custo do transporte público coletivo e ausência de políticas públicas educacionais voltadas para o trânsito e para melhoria do sistema viário estrutural). Ficou evidente, neste sentido, que a participação efetiva e continuada da sociedade caracterizam um dos aspectos de maior importância na consecução de melhores resultados para as questões mais urgentes verificadas no trânsito das grandes metrópoles brasileiras.

As entrevistas também possibilitaram a conclusão de que tanto os órgãos públicos quanto os meios de comunicação e a própria sociedade (através de seus representantes e lideranças superiores e imediatas) não têm demonstrado interesse significativo na implementação de programas de educação para o trânsito, medidas de segurança mais apropriadas ao contexto atual e de maior eficiência e ainda no que se refere a uma mudança de comportamento social e educativo da população, como forma de interferir positivamente no atual cenário. Conseqüentemente, os entrevistados compreendem que é preciso haver uma mobilização conjunta, envolvendo população, organismos públicos, meios de comunicação e agentes sociais para que, através de debates e discussões contundentes, haja possibilidade de que programas e campanhas de segurança e educação para o trânsito sejam viabilizados a partir de metas e propósitos de grande alcance e de inquestionável valor para a sociedade.

Em um contexto abrangente e de forma conclusiva, vale destacar que o atual papel desempenhado pelos meios de comunicação em relação à divulgação de campanhas de segurança e educação para o trânsito encontra-se assentado em propósitos pouco eficientes. Neste sentido, exercem pouca influência na opinião e no comportamento coletivo da sociedade, não suscitam debates e discussões proveitosas como forma de buscar soluções e melhorara as atuais condições de vida no trânsito e, por conseguinte, não despertam o interesse do poder público em relação a essa temática. Os meios de comunicação possuem grande importância para a consecução de objetivos relacionados às necessidades da sociedade, mas precisam ser revistos e trazer, em seu desempenho amplo, novas e mais eficazes formas de atuarem como agentes sociais.

REFERÊNCIAS

ABETRAN – Associação Brasileira de Educação de Trânsito. **Educação no trânsito**: para a vida seguir o seu caminho. Artigo eletrônico publicado em junho de 2007. Disponível em: <http://abetran.org.br/>. Acesso realizado em 15 de setembro de 2008.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração**: construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Maria Regina Zamith. **Comunicação e educação**: questões delicadas na interface. São Paulo: hacker, 2001.

COELHO, I. M. **A educação a cultura e a intervenção de uma outra escola**. In: VI Encontro de Pesquisa em Educação da Região Centro-Oeste. 2003, Anais. Campo Grande, 2003.

DAFT Richard. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito. **Estatísticas**: acidentes de trânsito. Disponível em: <http://www2.cidades.gov.br/renaest/detalheNoticia.do?noticia.codigo=115>. Acesso realizado em: 09 de outubro de 2008.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FERREIRA, Waldir. **Comunicação dirigida**: instrumento de relações públicas. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2002.

FRANÇA, Vera Veiga. **Jornalismo e vida social**: a história amena de um jornal mineiro. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas. **Pesquisa sobre os impactos sociais e econômicos dos acidentes de trânsito nas rodovias brasileiras**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br>. Acesso realizado em: 08 de outubro de 2008.

JUNQUEIRA, E. **A circulação de pedestres**. Revista dos Transportes Públicos – ANTP. São Paulo, Ano 25, nº 100. São Paulo, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento estratégico e excelência na comunicação**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2002.

LADEIRA, R. M.; MOREIRA, P. M. S. M.; AMARAL, M. C. A. **Tendências da prestação de serviços de transporte urbano em um novo paradigma de mobilidade**. Revista dos Transportes Públicos – ANTP. São Paulo, Ano 25, nº 100. São Paulo, 2003.

MELO, José Marques. **Comunicação e modernidade**: o ensino e a pesquisa nas escolas de comunicação. São Paulo: Loyola, 1992.

PFROMM NETTO, Samuel. **Comunicação de massa**: natureza, modelos, imagens; contribuição para o estudo da psicologia da comunicação de massa. São Paulo: Pioneira, 1984.

PINTO, V. P. **Mobilidade urbana, cidadania e inclusão social**. Revista dos Transportes Públicos – ANTP, Ano 25, nº 100. São Paulo, 2003.

POYARES, Walter Ramos. **Comunicação social e relações públicas**. Rio de Janeiro: Agir, 1988.

RODRIGUES, J. **Educação e mobilidade**: rumo a um novo caminho. Revista dos Transportes Públicos – ANTP. São Paulo, Ano 25, nº 100. São Paulo, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ANEXO I

Roteiro de entrevista

O presente roteiro de entrevista foi elaborado com a finalidade de colher dados e informações que possam servir como referência e sustentação para o estudo de caso que faz parte no Trabalho de Conclusão Curso intitulado “O papel dos meios de comunicação na divulgação de campanhas de segurança e educação no trânsito”, apresentado ao curso de Pós-graduação em transportes e trânsito do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFET-MG. O roteiro de entrevistas será aplicado junto a profissionais que atuam diretamente nas áreas de trânsito e/ou veículos comunicação de Belo Horizonte, uma vez que os mesmo possuem conhecimentos e experiência nos assuntos que se referem ao tema abordado e, assim, podem contribuir para o desenvolvimento adequado do estudo supracitado.

- 1) Em sua opinião, quais os principais problemas que afetam de forma negativa, o trânsito na capital mineira nos dias atuais?
- 2) Quais os fatores que tornam o trânsito inseguro em grandes cidades como Belo Horizonte?
- 3) Em relação à segurança no trânsito, o que a sociedade (órgãos públicos, entidades representativas, profissionais do trânsito) pode fazer para tornar este ambiente mais seguro e, assim, reduzir o número de acidentes e mortes?
- 4) Em que sentido você acha que os meios de comunicação podem contribuir para a melhoria da segurança no trânsito?
- 5) No que se referem à educação no trânsito, quais os aspectos precisam ser melhorados e de que forma eles devem ser trabalhados?
- 6) Na sua concepção, você acha que os meios de comunicação têm cumprido com eficácia o seu papel em relação à conscientização da importância e melhoria da educação no trânsito? Como deve ser a postura do setor em relação a este assunto?

- 7) Você acha que os órgãos públicos têm desempenhado de forma eficiente e satisfatória o seu papel em relação à segurança e educação no trânsito nos grandes centros urbanos brasileiros?
- 8) De forma geral, como você analisa o desempenho dos meios de comunicação em relação à divulgação de campanhas de segurança e educação no trânsito nos dias de hoje?
- 9) De que forma a sociedade (público) pode contribuir para que a performance dos meios de comunicação melhore em relação aos aspectos citados?
- 10) Você percebe uma tendência de melhora na atuação dos meios de comunicação em relação às questões de segurança e educação no trânsito? Justifique sua resposta.