

O MARKETING SOCIAL APLICADO A SEGURANÇA NO TRÂNSITO: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS - MS

Cláudio César de Alcantara¹

Patrícia de Oliveira²

Samira Gama da Silva³

RESUMO

O marketing tem uma função importante dentro das empresas, com o crescimento do terceiro setor e sua profissionalização, pouco a pouco, as modernas técnicas de gestão foram incorporadas à área social. A gerência por intenções não tem mais espaço: a sociedade espera resultados concretos, que transformem carência em atendimento e ausência em participação, interrompendo o ciclo vicioso da exclusão. A parceria das empresas com o setor público, neste caso, o departamento municipal de trânsito é essencial pois acredita-se que só através da educação para o trânsito os condutores de veículos se conscientizarão de sua responsabilidade obtendo um melhor comportamento ao utilizar as vias públicas. Para a execução deste trabalho foi utilizada a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, das empresas e os órgãos públicos de Três Lagoas que fazem parceria com o departamento de trânsito para trabalhar a educação no trânsito local. Para elaboração desta pesquisa foi utilizado e o estudo de caso. Este trabalho se justifica pela importância da parceria entre iniciativa privada e o poder público na melhoria da gestão e educação de trânsito, no município de Três Lagoas - MS. Tem como objetivo principal destacar as parcerias entre empresas privadas e poder público para melhoria da educação no trânsito no município de Três Lagoas - MS.

PALAVRAS-CHAVE

Educação; Gestão de Trânsito; Marketing Social

INTRODUÇÃO

O marketing tem uma função importante dentro das empresas, com o crescimento do terceiro setor e sua profissionalização, pouco a pouco, as modernas técnicas de gestão foram incorporadas à área social. A gerência por intenções não tem mais espaço: a sociedade espera resultados concretos, que transformem carência em atendimento e ausência em participação, interrompendo o ciclo vicioso da exclusão.

AUTORES

1 Discente do 4º ano de Administração das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS.

2 Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS – Mestre em Desenvolvimento Local em Contexto da Territorialidade – Universidade Católica Dom Bosco.

3 Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS – Mestre em Geografia (UFMS).

Três Lagoas, situa-se no estado de Mato Grosso do Sul e como todo município brasileiro deve também seguir as normas estabelecidas no Código de Trânsito Brasileiro.

Este trabalho se justifica pela importância da parceria entre iniciativa privada e o poder público na melhoria da gestão e educação de trânsito, no município de Três Lagoas - MS.

O departamento de trânsito do município mobiliza as empresas e os órgãos responsáveis pelo trânsito em nosso município para que juntos possam efetuar campanhas educativas, voltadas à conscientização dos condutores de veículos. Com o objetivo de melhorar o fluxo no trânsito, diminuindo assim o número de acidentes.

Acredita-se que só através da educação para o trânsito os condutores de veículos se conscientizarão de sua responsabilidade obtendo um melhor comportamento ao utilizar as vias públicas.

Para elaboração deste artigo foi utilizado o estudo de caso que segundo Yin (2005), é uma forma distintiva de investigação empírica e pode ter tanto um caráter exploratório, quanto descritivo ou explanatório, a estratégia do estudo de caso não é apenas uma ferramenta exploratória preliminar, mas também é perfeitamente utilizável para descrever ou testar hipóteses.

Esta pesquisa tem como objetivo principal destacar as parcerias entre empresas privadas e poder público para melhoria da educação no trânsito no município de Três Lagoas - MS. O objetivo principal é reforçado por objetivos secundários como: Levantar as vantagens competitiva da utilização marketing social; avaliar as necessidades do departamento de trânsito de Três Lagoas; Mostrar o trânsito local suas características positivas e negativas.

1. MARKETING E MARKETING SOCIAL

O marketing tem sido entendido e definido em termos de relações e trocas. A Associação Americana de Marketing tem adotado como oficial a seguinte definição: "Marketing é o processo de planejamento e execução desde a concepção, apreçamento, promoção e distribuição de idéias, mercadorias e serviços para criar, trocas que satisfaçam os objetivos individuais e organizacionais".

No aporte de Kotler (1998, p. 27) marketing é "um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros".

Marketing é a área de conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem estar da sociedade (LAS CASAS, 2006, p. 26).

O termo marketing social foi utilizado pela primeira vez em 1971, para descrever o uso de princípios e técnicas de marketing para a promoção de uma causa, idéia ou comportamento social. A partir daí, passou a significar uma tecnologia de gestão da mudança social, associada ao projeto, implantação e controle de programas voltados para o aumento da disposição de aceitação de uma idéia ou prática social em um ou mais grupos de adotantes escolhidos como alvo (KOTLER, 2004).

Marketing Social é a gestão estratégica do processo de inovações sociais a partir da adoção de comportamentos, atitudes e práticas individuais e coletivas, orientadas por preceitos éticos, fundamentados nos direitos humanos e na equidade social.

O termo é empregado para descrever o uso sistemático de princípios e técnicas orientadas para promover aceitação de uma causa ou idéia. Tem como objetivo principal transformar a maneira pela qual um determinado público-adotante percebe uma questão social e promover mudanças comportamentais visando melhorar a qualidade de vida de um segmento populacional.

Marketing social é a modalidade de ação mercadológica institucional que tem como objetivo principal atenuar ou eliminar os problemas sociais, as carências da sociedade relacionadas principalmente às questões de higiene e saúde pública, de trabalho, educação, habitação, transportes e nutrição (VAZ, 2005, p. 280).

2 GESTÃO E EDUCAÇÃO DE TRÂNSITO

Em decorrência do surgimento do automóvel e da sua crescente utilização para deslocamentos, foram constatados nas cidades os primeiros problemas relacionados ao trânsito, que deve ser entendido não só no campo histórico

e social, como também no geográfico, por influenciar diretamente a ocupação do espaço e seu respectivo uso.

Os municípios devem ser considerados como organismos dinâmicos, que crescem e se transformam rapidamente, proporcionando o surgimento diário de novas demandas e modificando o padrão e a qualidade de vida urbana, é fundamental que a ação pública seja pensada e planejada de modo constante, acompanhando permanentemente a utilização dos espaços públicos da cidade, em específico as vias de circulação, que ordenam os fluxos de pessoas e mercadorias (DUARTE, 2011).

A partir dos conflitos surgidos da utilização do espaço que surge a necessidade de instituição das leis e normas de trânsito, que agem como elementos organizadores da mobilidade e circulação urbana, servindo para regular e criar critérios e comandos normativos que garantam a mobilidade dos cidadãos e de seus veículos nas vias de circulação das cidades, além de estabelecer a competência de diversos órgãos para a gestão do trânsito.

A municipalização do trânsito quanto aos aspectos legais e institucionais, financeiros, e de capacitação para a gestão, visa contribuir para acelerar esse processo no Brasil.

A gestão integrada do trânsito e do transporte local é mais um fator impulsionador da administração municipal eficaz, já praticada em alguns municípios brasileiros.

O trânsito é uma política pública que quando mal gerenciada afeta toda a sociedade, devendo a população participar da elaboração de um programa municipal de trânsito, após o conhecimento da Política Nacional de Trânsito, ora implantado em todo o país. Diferente de algumas normas sociais que podem ser ignoradas sem que ninguém perceba, as normas de trânsito produzem efeitos imediatos, observadas ou não as regras (DUARTE, 2011, p. 3).

Hoje já não há dúvida de que a selvageria que ronda o trânsito brasileiro, precisa ser enfrentada pelo viés da educação. O atual código reflete, no conteúdo estatístico da gravidade das infrações, abstratamente consideradas, a opção política repressiva.

O Código de Trânsito Brasileiro, em vigor desde 22 de janeiro de 1998, estabelece, no Art. 1º § 2º, Abreu, (2008, p 19):

O trânsito em condições seguras é um direito de todos e dever dos órgãos e entidades componentes do Sistema Nacional de Trânsito (SNT), a estes cabendo, no âmbito das respectivas competências, adotar as medidas destinadas a assegurar esse direito.

De acordo com Santo (2001, p.133) “é indispensável, contudo a participação da comunidade, da família, da escola, da iniciativa privada, na consecução dos objetivos”. É conhecido de todos que, ao longo do tempo, o valor à educação para a cidadania diante de fenômeno devastador que a utilização dos automotores traria para o cotidiano das pessoas nem sempre ocorreu. Paralelamente, deu-se muita ênfase ao veículo, que a propaganda mostra na excelência do design da potência, da beleza e do objeto de desejo. Ademais, pouco se faz para melhoria da infra-estrutura urbana e de suas vias.

No aporte de Santo (2001, p. 132):

Educar e estimular a cidadania são prejuízo para quem deseja manipular opiniões, subjugar e humilhar os destituídos, manter o poder. Quanto mais atraso, melhor, assim o julgam. As cidades bem que poderiam investir mais em projetos educacionais para tornar o ambiente urbano mais civilizado.

Pode-se dizer que o trânsito é o espaço mais democrático que existe, porque nele convivem todas as pessoas, ora como pedestres, ora como passageiros, ora como motoristas, ora como motociclistas, ora como ciclistas. Para cada um desses papéis existem regras específicas, além das gerais de trânsito, que é preciso respeitar e fazer respeitar.

3 ESTUDO DE CASO NO TRÂNSITO DO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS–MS

A Semana Municipal de Trânsito foi criada pela Lei Municipal nº 2.098 de outubro 2006, que estabelece anualmente a última semana de abril para realizar uma ampla mobilização com a sociedade organizada, visando chamar a atenção da população quanto à necessidade da educação para a segurança no trânsito, a fim de reduzir o índice de acidentes que tem se mantido alto. É importante ressaltar que Três Lagoas é a única cidade do Estado de Mato Grosso do

Sul que possui lei estabelecendo a semana municipal de trânsito.

Através do marketing social e as parcerias entre o DEPTRAN e as empresas foi possível realizar várias atividades de educação de trânsito em todas as semanas.

A primeira Semana Municipal de Trânsito realizada na última semana de abril de 2007, teve como slogan: “No trânsito todos devem respeitar a sinalização”. Foi realizado adesivagem e panfletagem de veículos na porta das escolas e nos cruzamentos das avenidas e palestras nas indústrias.

De acordo com o DEPTRAN (2011) em 2008 além da segunda semana de trânsito realizada em abril em setembro foi realizado o 1º Seminário de “Circulação e Segurança Viária para Ciclistas e Motociclistas” abordando os seguintes temas:

- Violência no Trânsito e Resgate de Vidas;
- Sinalização Viária: Intervenção da Engenharia e da Educação; e
- Experiência da Cidade de Dourados no Ordenamento do Trânsito.

Neste Seminário foi escrita a “Carta de Três Lagoas” com propostas para nortear as atividades envolvendo o Trânsito de Três Lagoas nos três eixos: Educação, Engenharia e Fiscalização.

A terceira semana municipal de trânsito teve início no dia 27 de abril de 2009 sendo a abertura realizada no auditório da unidade um da Universidade Federal Campus de Três Lagoas, pela então prefeita Simone Tebet, o slogan da Semana foi “Respeito a vida”.

Atividades realizadas na terceira semana de Trânsito de Três Lagoas:

- Durante toda a semana foram realizadas Blitz educativas.
- As palestras foram realizadas na quarta e sexta-feira, as 19h30, na Câmara de Vereadores.
- A distribuição dos alimentos arrecadados foram feitas pelo Rotary Cidade das Águas.

No dia 23 de abril de 2010 teve início a quarta semana municipal de trânsito. O tema da semana foi “Solidariedade e Cidadania no Trânsito, Sinal Verde para a Vida”. Ao final da cerimônia foram sorteados prêmios, como capacetes e bicicletas, doados por empresas da cidade, essas doações foram possível pela

parceria entre DEPTRAN e Empresas privadas do Município, com estas parcerias as semanas e atividades relacionadas a educação de Trânsito no Município.

O DEPTRAN juntamente com DETRAN – MS em Três Lagoas e demais parceiros, tem desenvolvido inúmeras ações de educação para o trânsito no município de Três Lagoas em 2011, por meio de projetos elaborados pelas instituições acima citadas e atendendo as solicitações de outros órgãos e entidades, como exemplo a empresa FIBRIA com o projeto “Mais União no Trânsito”, a mesma fez a doação da cartilha Magia de Três Lagoas, e a Escolinha de Trânsito, realizada no Arenamix, onde mais de três mil alunos da rede pública e privada participaram das instruções de trânsito.

Em 2011, o DEPTRAN em parceria com a Fíbria realizou a V semana, com o slogan “Mais União no Trânsito Você se Compromete?” Atividades realizadas na semana:

- Escola de trânsito;
- Palestras;
- Ação Social integrada ao trânsito;
- Blitz educativa;
- Podas das árvores que prejudicam a visibilidade da sinalização;
- Orientação para os professores da rede de ensino;
- Cartilha: “A magia de Três Lagoas.”

Através das parcerias foram realizadas palestras nas fábricas e nas escolas atendendo projetos elaborados pelo DEPTRAN e DETRAN como: Desenvolvendo a Cidadania entre Pais e Filhos, no projeto do SESC, Unidade de Três Lagoas, Educação no Trânsito, Sinal verde para a vida, tendo como público alvo: Acadêmicos de enfermagem da UFMS campus de Três Lagoas e AEMS campus de Três Lagoas, Educadores, e alunos das escolas públicas e particulares de ensino e o Projeto de Ensino e Graduação: “Formação Docente e Educação para o Trânsito: Uma Proposta de Trabalho para a Educação Infantil nos anos iniciais com ênfase na portaria 147 de 02 de junho de 2009 – DENATRAN, público alvo: acadêmicos do 4º ano de pedagogia da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (DEPTRAN, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da municipalização do trânsito se constituir uma importante oportunidade para se aumentar o poder de planejamento e gestão coordenada por parte dos Municípios, estes têm relutado em assumir esse encargo.

Sendo assim, entender o trânsito em toda sua extensão é o primeiro passo para buscar solucionar os problemas por ele causados, para entender o papel de cada um dentro desse processo, procurar identificar o que causa conflitos e observar as ações de cada indivíduo nesse sistema, enfim, rever todos os vértices da questão, pois o trânsito envolve um grande número de pessoas em contato com a técnica.

O processo de municipalização do trânsito é positivo e altamente eficaz, desde que implantando de forma correta e de encontro às reais necessidades da população. Se a priori ele se mostra um processo complexo, demorado e oneroso, futuramente pode apresentar frutos valiosos, como a redução de mortes.

É importante a gestão de trânsito com planejamento em que todos possam realmente ter uma participação igualitária, minimizando os impactos físicos e ampliando a segurança da circulação.

É necessário, então, que haja participação de toda a sociedade, amplos e reiterados debates de forma a se buscar soluções práticas e efetivas para melhorar a mobilidade urbana, cujos reflexos incidirão diretamente sobre a qualidade de vida da população. Em Três Lagoas, isso já está ocorrendo através das parcerias do DEPTRAN, com polícias: militar, civil, rodoviária federal, rodoviária estadual, corpo de bombeiros, SAMU, escolas públicas e privadas, faculdades, empresas entre outros.

Com a criação da semana municipal de trânsito, foi possível realizar ações educativas, através das blitz educativas, palestras, entrega de panfletos e cartilhas educativas nas escolas conscientizando crianças, jovens e adultos da importância da educação no trânsito.

As empresas do município estão cientes de que apoiar ações voltadas a qualidade de vida das pessoas da comunidade na qual está inserida é uma boa estratégia para trabalhar e manter uma boa imagem. Então através de parceria com o DEPTRAN, estão apoiando as semanas de trânsito assim como outras atividades desenvolvidas pelo departamento de trânsito e com isso todos ga-

nam, principalmente o cidadão Três-Lagoense.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Waldir. Código de Trânsito Brasileiro, Infrações Administrativas, Crimes de Trânsito e Questões Fundamentais. São Paulo: Saraiva, 2008.

ASSOCIAÇÃO AMERICANA DE MARKETING. Disponível em <http://ama.com>.

DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE TRÂNSITO E SISTEMAS VIÁRIOS (DP-TRAN). Três Lagoas, 2011.

DUARTE, Regina Maria. A Importância da Gestão Municipal de Trânsito. Campo Grande: CETRAN, 2011.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 1998.

_____. Marketing para organizações que não visam ao lucro. São Paulo: Atlas, 2004.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos exercícios casos. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SANTO, José do Espírito. O Trânsito e o Município: a lei de trânsito vista sob a ótica do município. Brasília: IBST, 2001.

VAZ, Gil N. Marketing institucional: o mercado de idéias e imagens. São Paulo: Pioneira, 2005.