

A MÍDIA BUSDOOR E O FAVORECIMENTO DE AÇÕES ILÍCITAS

ARTUR DANILO DE LIMA LEAL

RESUMO

A incidência dos assaltos nos transportes públicos e os riscos de acidentes provocados pela pouca visibilidade, tanto do motorista quanto dos passageiros em função do local onde está fixada a mídia *busdoor*, é tema do presente Trabalho, cujo objetivo é salientar a necessidade da modificação do local onde os anúncios e propagandas estão fixados nos transportes públicos, em especial, da cidade de Aracaju e região metropolitana. As hipóteses levantadas dão conta de que a mídia *busdoor* favorece a ação de delinquentes no interior do transporte coletivo, pois torna a visibilidade menor, dificultando a visão de transeuntes ou mesmo de pessoas em veículos que possam identificar a ação de bandidos e acionar as autoridades competentes. Foi pautado em pesquisa de caráter qualitativo, com aplicação de questionário direcionado a motoristas e passageiros, fundamentando o objetivo, no sentido de oferecer sugestões para que o *busdoor* mantenha sua eficácia sem gerar riscos à população.

Palavras-chave: mídia alternativa; *busdoor*; violência urbana.

ABSTRACT

The incidence of the assaults in the public transports and the risks of accidents provoked for the little visibility, as much of the driver how much of the passengers in function of the place where the media is fixed billboard, is subject of the present Work, whose objective is to point out the necessity of the modification of the place where the announcements and merchandising are fixed in the public transports, in special, of the Aracaju city and region metropolitan. The raised hypotheses give account of that the media billboard favors the action of delinquents into collective transport, therefore become the lesser visibility, making it difficult the vision of passer-bys or people in vehicles that can identify the action of outlaws and set in motion the competent authorities. It was worked in research from qualitative and quantitative character, with application of applied questionnaire the drivers and passengers, having based the objective, in the direction to offer suggestions so that the busdoor keeps its effectiveness without generating risks to the population.

Keywords: alternative media; busdoor; urban violence.

1 INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho se apresenta enquanto proposta para colaborar com a segurança pública dos usuários do transporte coletivo, bem como no desempenho dos motoristas destes no trânsito. Tem como objetivo geral, analisar como o *busdoor* na medida em que ofusca a visibilidade, pode contribuir para a violência no transporte coletivo. A escolha do tema se deu a partir do momento em que se levantou a hipótese de que o local de fixação da mídia *busdoor* poderia estar favorecendo a prática de delitos e interferindo no desempenho dos motoristas no trânsito.

A apresentação de formas e modelos de modificação que pudessem não atrapalhar a visão do motorista, bem como tornar o interior dos ônibus mais visível é proposta pautada, uma vez que a violência urbana materializada nos ônibus vem ocorrendo com frequência nas grandes cidades brasileiras, constituindo assim, uma das questões mais discutidas na atualidade.

Em Aracaju, essa violência vem se apresentando de forma acentuada nos freqüentes assaltos de transportes coletivos. Assim, presume-se que um dos fatores que podem estar colaborando para esse crescimento é o local onde estão fixadas as propagandas nos ônibus, conhecidas como *busdoor*, que atrapalham a visibilidade do espaço interno do transporte, o que pode se constituir em condição favorável para a incidência de atos ilícitos.

Para dar fundamento a essas hipóteses foram aplicadas e analisadas pesquisas com usuários e motoristas dos transportes coletivos de Aracaju e região metropolitana. O método de pesquisa utilizado foi do tipo exploratório, que segundo GIL (1946), “objetiva determinar o campo de investigação, as expectativas dos interessados, bem como o tipo de auxílio que estes poderão oferecer ao longo do processo da pesquisa”. Outra importante ferramenta metodológica utilizada foi a pesquisa descritiva, que é a “descrição do objeto por meio da observação e do levantamento de dados ou ainda pela pesquisa bibliográfica documental”. (BARROS; LEHFELD, 2001).

Assim, com a possível mudança do local de exposição da mídia, da parte traseira superior (o vidro) para as laterais e parte traseira inferior, deixaria o transporte em si mais exposto, assim, inibindo ações de supostos assaltantes, pois estes estariam vulneráveis a ações de represália da população, onde teriam a oportunidade de se manifestar contra quaisquer

delitos, acionando assim as autoridades competentes, para que as mesmas possam efetuar um trabalho mais rápido e conciso.

Esse tema é relevante na medida em que pode contribuir para a segurança pública, em especial, a segurança dos usuários dos transportes coletivos, podendo através deste reduzir as estatísticas de violência urbana, oferecer aos anunciantes mais oportunidades de exposição dos seus anúncios, bem como colaborar para o melhor desempenho dos motoristas de ônibus.

DESENVOLVIMENTO

As mídias alternativas podem ser consideradas como designação para qualquer tipo de veiculação de propaganda que fuja dos meios mais tradicionais de se veicular mensagens com fins comerciais. Os surgimentos das novas oportunidades, a saturação dos outros meios e a segmentação do mercado, foram às causas do surgimento das mídias alternativas, passando a ser a nova tendência do processo de evolução da comunicação, onde expõe a propaganda também ao ar livre, vista por todo o tipo de gente.

Segundo Cadena (2009), o termo mídia alternativa tornou-se um termo depreciativo, quando passou a designar os canais ou veículos de comunicação não-tradicionais, no sentido de serem formas complementares de mídia, à margem das mídias tradicionais, por não serem mídias de massa, ou seja, não atingirem um grande público. Embora em dias atuais o valor da mídia alternativa tenha sido resgatado, o rótulo não lhe foi tirado pela impossibilidade prática de se nomear pelo menos uma centena de opções de mídia paralelas às tradicionais.

É importante perceber que o conceito "mídia" é muitíssimo abrangente. O ser humano é muito inventivo e já usou vários tipos de mídia para se comunicar, desde pinturas rupestres nas cavernas, sinais de fumaça, código Morse, e-mail [...] (<http://www.laboreweb.com.br/artigos.html>. Acesso: 18 out 2009).

O conceito de mídia alternativa pode estar atrelado à veiculação em meios tradicionais de forma inusitada. As mídias alternativas são de extrema importância para os anunciantes, pois existem diversos tipos dentre os quais podem ser citada algumas como: Busdoor; Taxidoor; Front Light e Back Light; Empena; Painel Triedro; Infláveis; Postdoor, plotagem, dentre outras.

As mídias alternativas, no entanto, podem apresentar, em alguns casos, situações que não constam do uso a que se destina. A mídia *busdoor*, por exemplo, apresenta conflito de opinião quanto a sua fixação, objeto de análise do presente trabalho, cujo tema relaciona sua utilização com os índices de violência no interior do transportes coletivos.

Busdoor

O transporte coletivo permite a afixação de um tipo de mídia alternativa, conhecida como *busdoor*, por oferecer um espaço publicitário de grande valor para o anunciante. Esse

espaço possui diversas vantagens, principalmente por ser uma mídia móvel, cujo anúncio atinge um grande número de pessoas, ao percorrer vários pontos da cidade, seguindo sempre a linha itinerante do ônibus e de baixo custo em relação às demais mídias. No entanto, existem desvantagens, como o favorecimento da violência dentro do ônibus devido ao local que é cedido para o anúncio, o vidro traseiro, o qual impede a visualização do interior do veículo.

As empresas de ônibus das grandes cidades têm utilizado a internet para oferecer os espaços disponíveis nos vidros traseiros dos ônibus, tanto na parte externa quanto na parte interna, para propaganda, salientando as vantagens que esse tipo de mídia oferece, sendo estas:

- Possibilita uma maior cobertura geográfica, circulando pelas ruas e avenidas de uma cidade, onde cada ônibus roda em média 300 km/dia.
- Permite a escolha das linhas de ônibus que se adaptam ao perfil de seu público.
- O custo pode ser 50% menor do que outros meios de comunicação similares.
- Maleabilidade - pode ser usado numa extensa região, numa cidade ou apenas em um bairro
- Oportunidade - pode ser usada nos momentos mais precisos e ter a mensagem substituída logo que necessário
- Ação Rápida e Constante - em todas as ruas há tráfego de pedestres, assim a ação do cartaz é constante.
- Impacto – impressiona geralmente pelo tamanho, pela cor viva, pelo contraste com o local onde foi instalado, ou mesmo inconscientemente por uma boa arte.
- Memorização - como, em uma boa campanha, passamos diariamente diante de vários exemplares do mesmo cartaz, a mensagem anunciada tende a se fixar na memória pela repetição.
- Simplicidade – por ser uma mensagem concisa e breve, é facilmente compreendida.

(Disponível em: <http://www.artdesign.com.br/busdoor-guarulhos.html>.
Acesso: 07 Nov 2009)

A MÍDIA BUSDOOR E A SUA RELAÇÃO COM A SEGURANÇA DOS USUÁRIOS DOS TRANSPORTES URBANOS

O busdoor se destaca entre os diversos tipos de mídia por se apresentar ao público de forma inusitada, onde a mensagem exposta é bastante absorvida, assim sendo eficiente no seu propósito de comunicação.

Por estar alocada em um transporte móvel, a mídia *busdoor* possui um diferencial, chamando cada vez mais a atenção dos clientes em sua grande maioria, motoristas e pedestres, gerando, assim, grande visualização por percorrer em média 300 km por dia. Hoje ela é vista como uma das mídias mais eficazes e bem elaboradas, visto que a partir do momento que passou a diferenciar o local de exposição da mídia, ou seja, utilizando até todo o espaço oferecido pelos ônibus, ficou mais prático desenvolver campanhas que despertassem interesse maior do público, assim, ressaltando a criatividade do profissional de propaganda.

A eficiência dessa mídia, por outro lado, provoca reações quando o assunto é a segurança dos usuários do transporte urbano. A violência urbana materializada nos ônibus vem ocorrendo com frequência nas grandes cidades brasileiras e em ônibus que fazem outros percursos, constituindo-se uma das questões mais discutidas, o que requer estratégias e alternativas de administração da questão da segurança.

Em Aracaju, a violência urbana vem se apresentando de forma acentuada nos assaltos aos transportes coletivos. Assim, presume-se que um dos fatores que pode estar colaborando para esse crescimento é o local onde estão fixadas as propagandas *busdoor*, que dão proteção ao espaço interno do transporte, o que pode representar uma variável para a incidência de assaltos.

A Secretaria de Segurança Pública (SSP), por meio das Polícias Civil e Militar, vem conseguindo reduzir os assaltos a ônibus do transporte coletivo da Grande Aracaju. Estatísticas divulgadas pelo Centro Integrado de Operações em Segurança Pública (Ciosp), através do Centro de Análise Criminal (Ceacrim), mostram que no primeiro trimestre de 2010 os assaltos a ônibus tiveram uma redução de 54,9% em comparação com o ano de 2008, representando a maior redução percentual dos últimos três anos. Em termos absolutos, no ano de 2008 foram registrados nos três primeiros meses do ano 284 assaltos, chegando em 2009 com 167 roubos, caindo para 128 este ano. Os fatores que explicam essa redução são três: implantação de um sistema de geoprocessamento no Ciosp, que permite uma análise da localização geográfica das ocorrências, ampliação de blitz e operações por parte da Polícia Militar e a inauguração da Divisão de Repressão de Roubo a Ônibus em junho de 2009. (<http://www.pm.se.gov.br/modules/news/article.php?storyid=1436>. Acesso em 02/02/2011)

Com base nos dados da Secretaria de Segurança Pública do Estado de Sergipe, os números referentes a esses fatos estão variando, porém, num patamar relevante. O combate a esse tipo de crime tem sido cada vez mais prioridade da polícia militar, com o propósito de tranquilizar a população que utiliza esse tipo de transporte.

“Estamos fazendo um estudo minucioso sobre a ação dos assaltantes, escutando a comunidade, usuários e motoristas do transporte coletivo [...]” Saliente o coronel da polícia militar, Antônio dos Santos, ressaltando ainda que o apoio da sociedade em geral é fundamental para que a polícia consiga novos dados sobre a ação dos assaltantes.

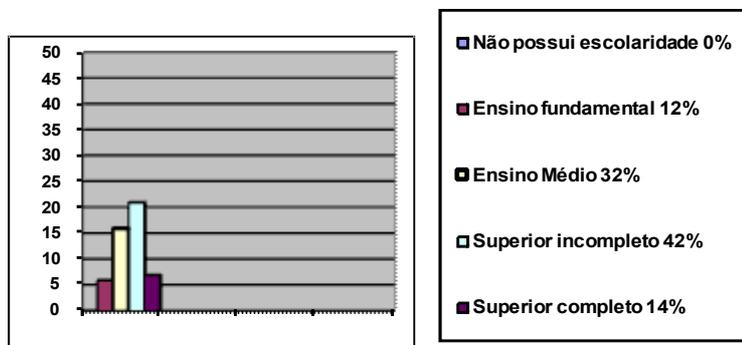
Nos dias atuais, a aplicação do busdoor no vidro traseiro dos ônibus condiz com o que é exigido pela legislação do município de Aracaju, ficando para a Superintendência Municipal de Transporte e Tráfego (SMTT), a responsabilidade de fiscalizar essa aplicação. No entanto, a *busdoor* está exposta no vidro traseiro dos ônibus, impedindo a visualização dos motoristas, o que prejudica seu desempenho no trânsito, além de facilitar práticas de assaltos, pois a aplicação da mídia bloqueia a visibilidade de pedestres e pessoas que estão nos seus carros atrás dos ônibus, impedindo-os de levantar suspeitas de violência ocorrida no interior dos ônibus, denunciando-a.

A mudança no local de fixação da mídia, sem que esta venha prejudicar a propaganda, precisa de melhor esclarecimento aos anunciantes para que não haja eventual resistência, pois muitos pensam que diminuiria o impacto dos seus anúncios se o local onde estão expostos fosse modificado.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

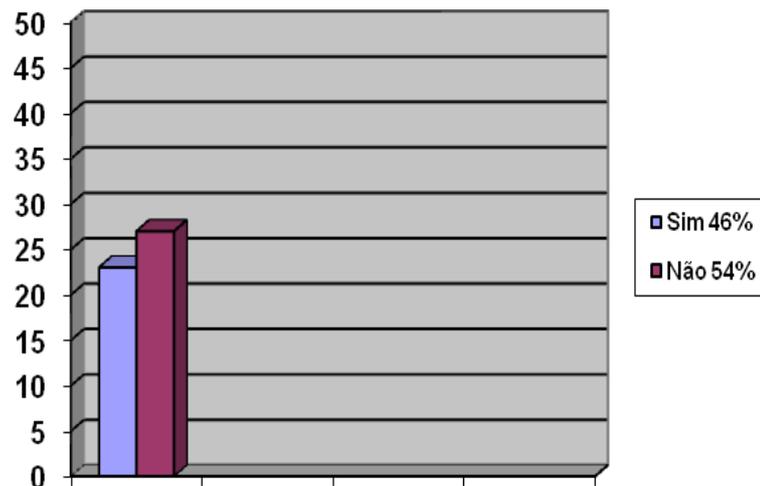
O resultado da pesquisa serviu para salientar a importância da modificação do local de fixação da mídia *busdoor*. Foram colocadas aqui as análises das questões mais relevantes direcionadas aos usuários do transporte público e aos motoristas dos ônibus.

GRÁFICO 1 – Nível de Escolaridade dos Entrevistados



Fonte: Pesquisa de Campo

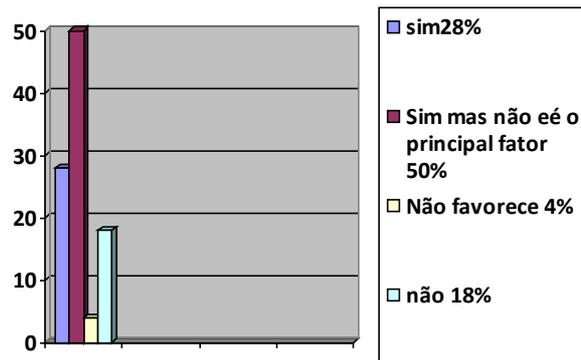
Análise: Os usuários do transporte público entrevistados possuem variados níveis de escolaridade, sendo que 42% possuem nível superior incompleto; 32% possuem o ensino médio; 14% o nível superior completo e 12% possuem o nível fundamental. Com o nível de escolaridade dos entrevistados, pôde-se observar o nível de conhecimento sobre as demais perguntas a seguir, o que veio facilitar a pesquisa.

GRÁFICO 2 – Referente ao Conhecimento do Busdoor

Fonte: Pesquisa de Campo.

Análise: O resultado obtido revela que, do universo dos entrevistados, 54% não tinham conhecimento sobre a mídia *busdoor*, enquanto 46% sabiam da existência da mesma. Isso implica dizer que, o busdoor, apesar de ser bastante visualizado pela população é desconhecido quando questionado sobre termos técnicos, como o seu nome, por exemplo, durante a pesquisa abriu-se espaço para uma breve explicação sobre o seu significado onde se percebeu a importância dos usuários de conhecer e poder opinar sobre o assunto.

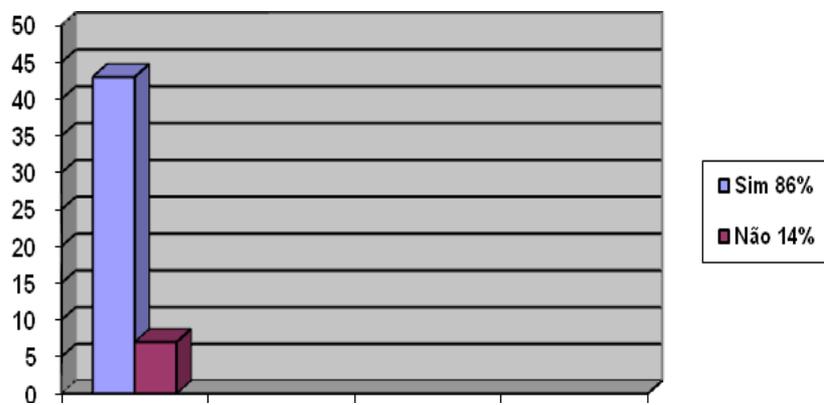
GRÁFICO 3 – Referente ao local de exposição da mídia e seu favorecimento para a prática de assaltos



Fonte: Pesquisa de campo

Análise: Com base na pesquisa elaborada, quando o assunto tratado foi o local de exposição da mídia questionando o seu favorecimento na prática de assaltos, obtiveram-se os seguintes resultados: 50% dos entrevistados disseram que favorece sim, mas não é o principal fator; 28% afirmaram apenas que sim; 18% afirmaram que não interfere e apenas 4% relataram que não favorece e não interfere na segurança dos usuários. Diante dos resultados do gráfico anterior, depois que os usuários passaram, a saber, sobre o significado da mídia busdoor, foram obtidos resultados condizentes com a situação, que anualmente vem aumentando as estatísticas de assaltos a ônibus, segundo dados colhidos na Secretaria de Segurança Pública do Estado de Sergipe.

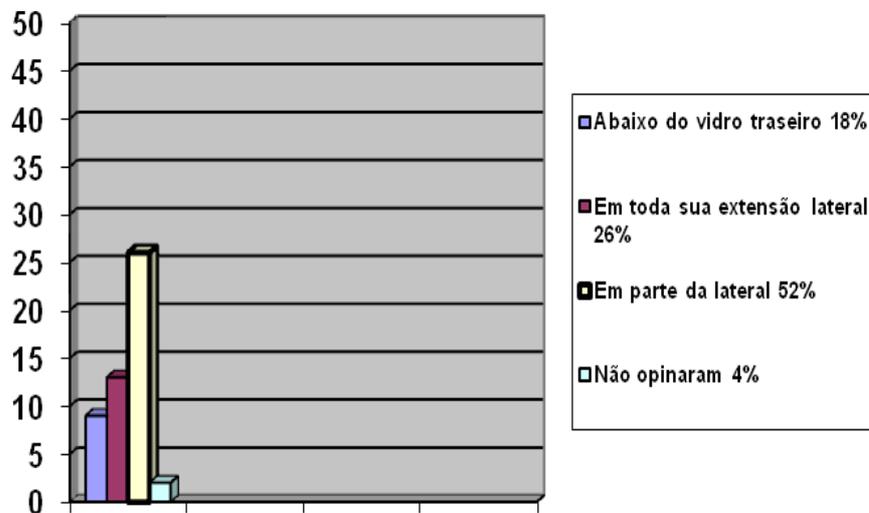
GRÁFICO 4 – Referente à Eventual Mudança do Local de Exposição da Mídia



Fonte: Pesquisa de Campo

Análise: O gráfico acima mostra a opinião dos usuários do transporte público sobre o local de exposição da mídia e sua respectiva mudança, desta forma, foi constatado que: 86% aprovam a mudança priorizando a segurança e outros 14% discordam, não acham necessária a transferência de local de exposição da mídia busdoor. Depois de mais de 50% opinarem no gráfico anterior que o busdoor favorece para a prática de assaltos, contatou-se que a modificação do local seria aceita pela maioria dos usuários, pois os deixariam mais confortáveis em relação à sua segurança.

GRAFICO 5 – Referente à Sugestão para o Local de Exposição do Busdoor



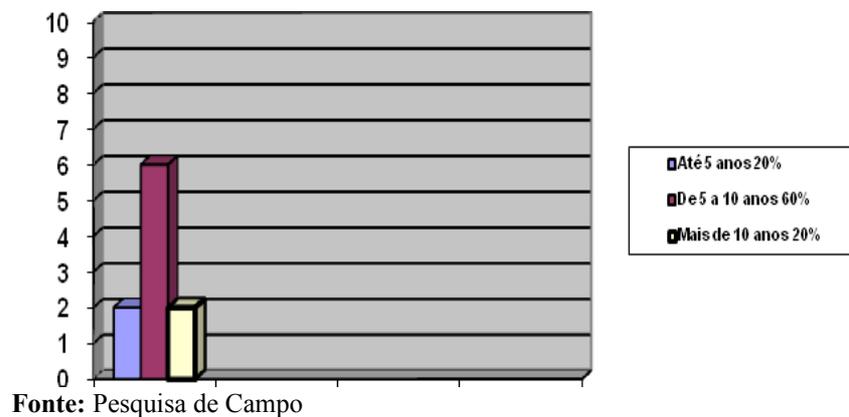
Fonte: Pesquisa de Campo

Análise: Perguntado aos usuários sobre que local seria mais indicado para a mudança do local de exposição do *busdoor* foi visto que: 52% desejam ver a mídia exposta em parte da lateral dos ônibus; 26% em toda a extensão lateral; 18% abaixo do vidro traseiro e 4% não opinaram sobre a questão. Sendo assim após opinarem sobre a eventual mudança, o local mais adequado para o público, segundo a pesquisa, seria parte da lateral dos ônibus, não impedindo assim a eficiência da mídia e favorecendo a segurança dos usuários.

Resultados da pesquisa obtida com os motoristas do transporte coletivo

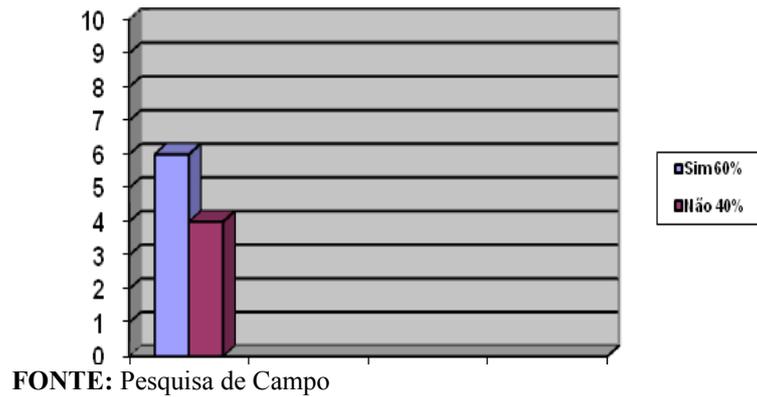
Outro foco do projeto diz respeito à segurança e a qualidade do desempenho no trânsito dos motoristas. A partir destes, foi aplicado assim como para os usuários do transporte coletivo uma pesquisa na intenção de saber dos mesmos a opinião sobre a interferência da mídia busdoor tanto no desempenho da função, quanto na segurança. Com base no resultado da pesquisa pode-se ver nos gráficos abaixo que:

GRÁFICO 6 – Referente ao tempo de profissão dos motoristas



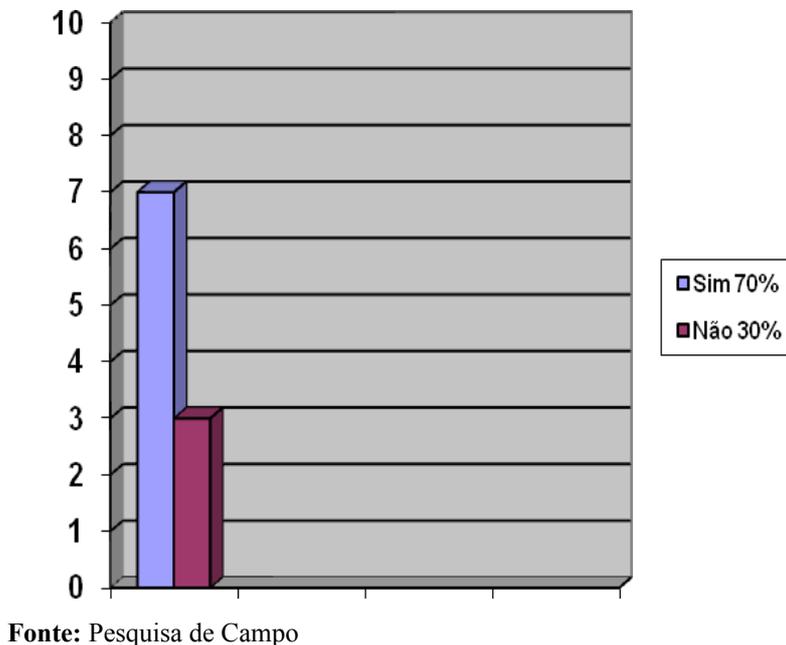
Análise: Questionado sobre o tempo de profissão exercido pelos motoristas, constatou-se que: 60% desses atuam na área em um período de cinco a dez anos; 20% a mais de dez anos de profissão e os outros 20% num período de até cinco anos de profissão. A partir desses dados percebe-se que os motoristas possuem um considerável período de experiência na função, dando assim credibilidade ao resultado das pesquisas, assegurando uma resposta mais consciente.

GRÁFICO 7 – Referente ao conhecimento dos motoristas sobre a mídia busdoor



Análise: Questionado aos motorista sobre o conhecimento da mídia em questão, 60% destes afirmam conhecer a mídia busdoor e suas características, em contra partida, 40% destes desconhecem diretamente, ressaltando, quando no decorrer da pesquisa há uma interação maior sobre o assunto, já que o mesmo foi evidenciado. A mídia passa despercebida aos 40%.

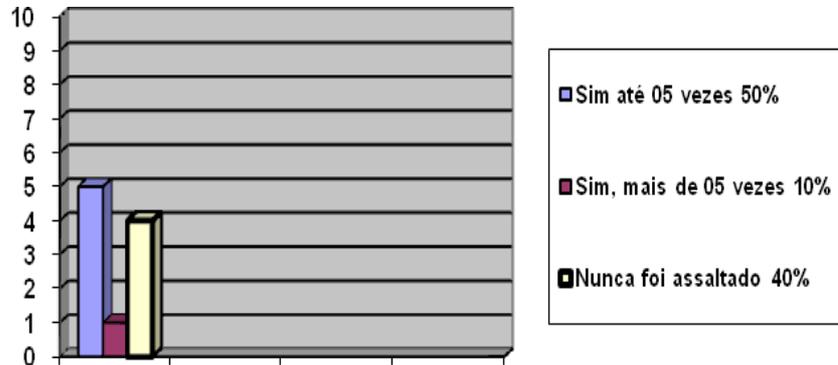
GRÁFICO 8 – Referente aos motoristas que tiveram seu desempenho no trânsito prejudicado pela exposição do *busdoor* no vidro traseiro



Análise: Uma variável importante dessa pesquisa diz respeito ao desempenho do motorista prejudicado pelo local de fixação da mídia *busdoor*. Perguntado sobre essa questão, 70% responderam que tiveram seu desempenho prejudicado, e apenas 30% disseram não ter. Vê-se que, a grande maioria já se sentiu prejudicada pelo atual local de exposição da mídia *busdoor*, o que pode tornar o trânsito mais vulnerável a acidentes. Esse resultado reforça o proposto no

projeto, que é a modificação atual do local de exposição da mídia *busdoor*, que poderá aumentar a eficiência dos motoristas no trânsito.

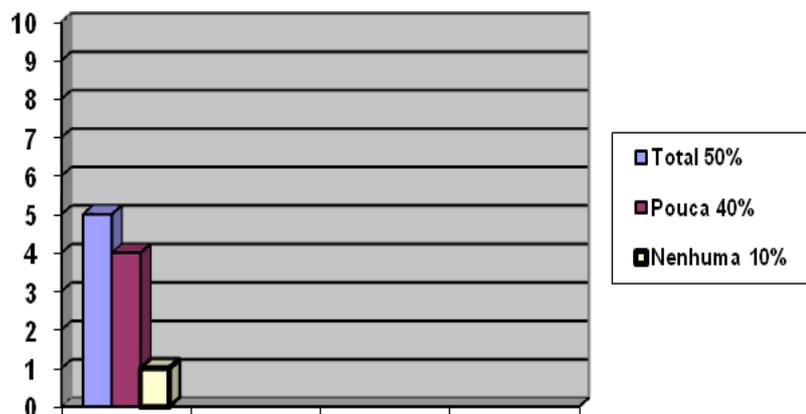
GRÁFICO 9 - Referente à quantidade de assaltos sofridos



Fonte: Pesquisa de Campo

Análise: O gráfico analisado mostra, a real intenção do projeto, a prática de delitos cometidos no interior dos transportes, em que metade dos entrevistados disseram ter sido vítimas das ações delinqüentes mais de cinco vezes, dez por cento dos pesquisados foram vitimados em até cinco vezes, número, alto em relação ao sofrimento gerado nessas investidas de criminosos, e o restantes quarenta por cento, antes da respostas se apegam a fé e citam: “Graças a Deus nunca fui assaltado”.

GRÁFICO 10 – Referente à interferência do *busdoor* na prática de assaltos

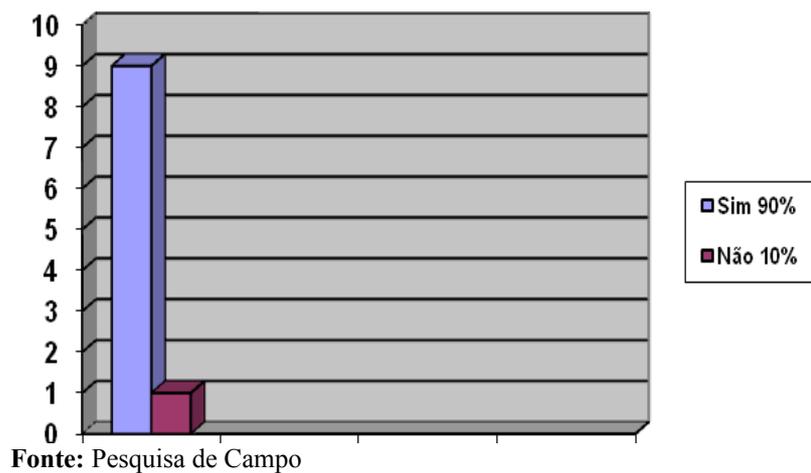


Fonte: Pesquisa de Campo

Análise: A variável de grande importância do projeto é a incidência de assaltos provocada pela mídia *busdoor*. Perguntado a opinião dos motoristas sobre esse fator, viu-se que 50% acreditam que é de total favorecimento; 40% dizem ter pouco favorecimento e apenas 10%

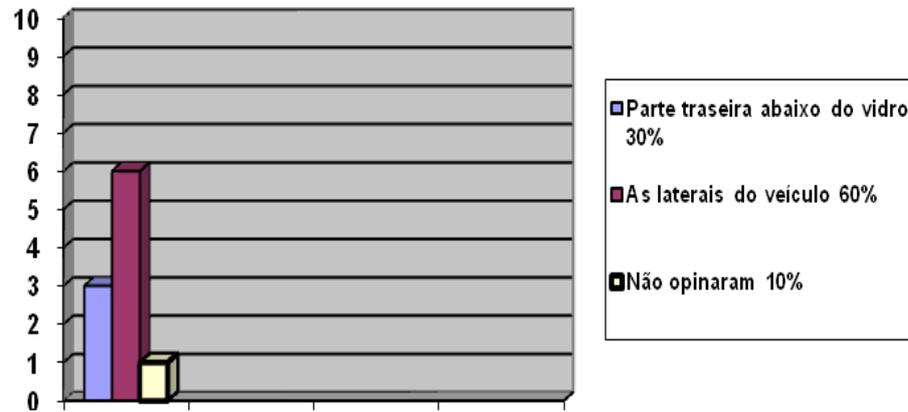
afirmam não ter nenhuma relação. A diferença da total para a pouca é quase nenhuma, mas esses dados mostram que o *busdoor* tem favorecido a prática de assaltos, o que salienta a importância do projeto, pois com os resultados dessa pesquisa, a mudança eventual no local de exposição da mídia, torna-se alvo de relevante discussão.

GRÁFICO 11 – Referente à aprovação da eventual mudança do local atual de exposição do *busdoor*



Análise: O gráfico mostra a opinião dos motoristas sobre a eventual mudança do local de exposição do *busdoor*. A grande maioria, ou seja, 90% aprovariam a mudança do atual local de exposição para outro local, e somente 10% não aprovariam a mudança. Diante dos resultados do gráfico anterior, pode-se observar que o *busdoor* favorece a prática de assaltos, e a mudança do local onde fica exposto melhora o desempenho no trânsito e gera maior segurança. A grande maioria dos motoristas aprova a idéia central desse projeto que é mudar o local de exposição da mídia.

GRÁFICO 12 - Referente à sugestão para o local de exposição do *busdoor*



Fonte: Pesquisa de Campo

Análise: Perguntado aos motoristas sobre que local sugerem para a eventual mudança da mídia, constatou-se que 60% gostariam que explorassem as laterais do veículo, 30% abaixo do vidro traseiro e 10% não opinaram. Os resultados mostram que a maioria dos motoristas prefere as laterais do veículo, pois acreditam que nessa formatação, a visibilidade é melhor e trará uma estética mais gratificante, somando ao fato que o *busdoor* não mais ofuscará a sua visão e deixará à parte interna do ônibus mais visível.

ALTERNATIVA DE EXPOSICAO DA MÍDIA BUSDOOR

De acordo com os resultados da pesquisa aplicada, foi percebido o interesse dos usuários e motoristas desse transporte em mudar o local de fixação da mídia *busdoor*, para a segurança dos usuários, bem como para o desempenho dos motoristas no trânsito. Neste capítulo são sugeridas algumas alternativas e propostas de novos locais de exposição, sem que possa prejudicar a eficiência da mídia em relação ao anúncio.

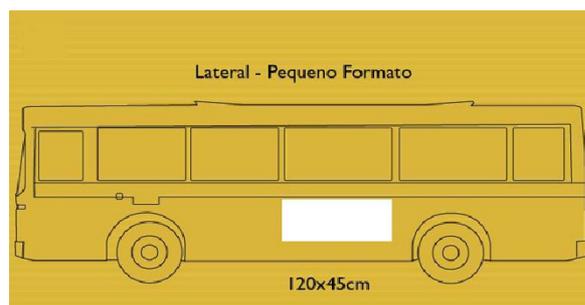
A idéia dessa temática ocorreu quando com base em dados estatísticos da Secretaria da Segurança Publica, percebeu-se a constante evolução deste tipo de delito. “A visibilidade do que se passa dentro do ônibus fica comprometida. Isso atrapalha nosso trabalho”, informou o representante da Polícia Militar, Coronel Gilson Vicente, que destacou, ainda, outras medidas para a redução dos assaltos a ônibus.

Entre outras medidas, solicitamos a retirada do busdoor, a inutilização do vale transporte e passe escolar, a colocação de câmeras nos ônibus cujas linhas registram maior incidência de roubo, além da comunicação imediata da ocorrência pelo 190 para que a PM possa tentar prender os suspeitos com maior rapidez. No entanto, não fomos atendidos, declarou o coronel Gilson Vicente, comandante do Policiamento Militar da Capital (Disponível em: <http://www.pm.se.gov.br/pm.php?var=1092848906>. Acesso em: 05 set 2009)

Ainda segundo o Coronel Gilson Vicente, medidas de segurança estão sendo propostas para evitar esse tipo de delito, no intuito de buscar soluções que satisfaçam todas as partes envolvidas nesse processo, priorizando sempre a questão da segurança. Em virtude

dessa temática, o projeto A Mídia Busdoor na Segurança dos Usuários dos Transportes Urbanos, vem apresentar novas alternativas para o local de exposição da mídia Busdoor, como se pode ver abaixo:

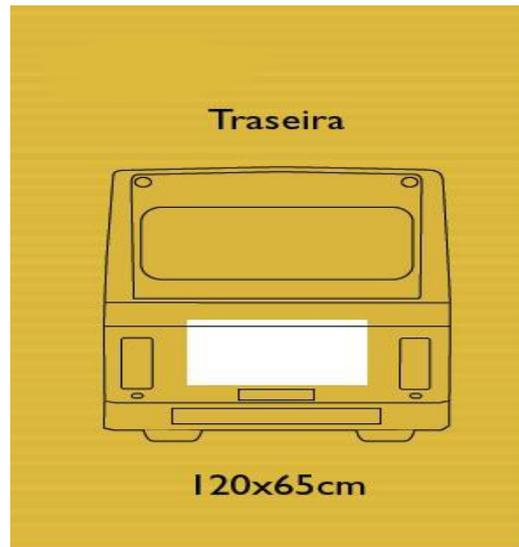
FIGURA 1– Lateral - Pequeno Formato



FONTE: Horário do Funchal Transporte Publico S.A.

O local proposto pela figura acima, representando a parte publicitária na cor branca, assim como em todas as outras opções de proposta, é uma das alternativas sugeridas pelo projeto, podendo com essas medidas explorar outros pequenos espaços nas laterais, pois além de não interferir na questão da segurança, apresenta um formato agradável e mantém a eficácia da mídia, medindo 120x45 cm. O custo mensal pode varia de acordo com a quantidade de inserções.

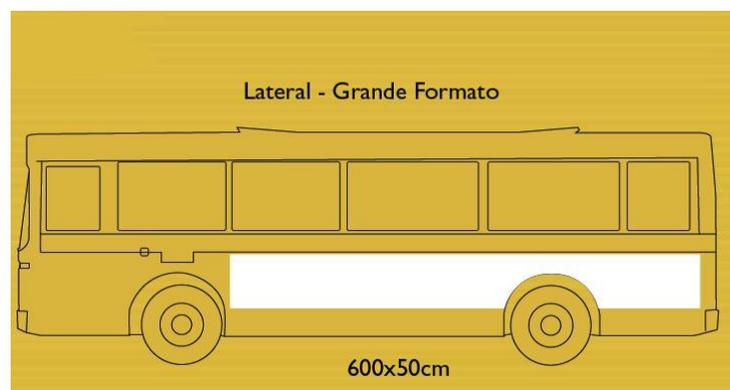
FIGURA 2 – Traseira Abaixo do Vidro



FONTE: Horários do Funchal Transporte Publico S.A.

A figura II apresenta uma proposta bem próxima do convencional, diferenciando-se por liberar a visibilidade do vidro traseiro, passando a proporcionar praticamente o mesmo grau de visão gerado pela fixação atual do *busdoor*. Tendo suas medidas em 120x65cm, representada pela parte branca da imagem.

FIGURA 3 – Lateral - Grande Formato



FONTE: Horários do Funchal Transporte Publico S.A.

Outra opção de exposição da mídia *busdoor* é a lateral em grande formato, apresentando medidas de 600x50cm, esse meio se destaca por proporcionar maior espaço, fazendo com que os anunciantes possam explorar maior criatividade e com grande número de informações a respeito de seus produtos.

CONCLUSÃO

Quando uma mídia é utilizada para anúncios e propagandas, deve ser considerada a sua relevância em cumprir o seu propósito sem comprometer a integridade do público a quem está direcionada. Analisar os aspectos que envolvem essa prática é muito importante para garantir a eficácia da propaganda, qual seja a satisfação do público.

A mídia *busdoor*, nos moldes como vem sendo afixada nos ônibus, tem gerado desconforto aos usuários e motoristas, como se pode comprovar em pesquisa elaborada, por afetar o desempenho destes e gerar insegurança naqueles, uma vez que bloqueia a visão do motorista e favorece a ação de delinquentes. A proposta apresentada neste trabalho para a modificação do lugar do *busdoor* justifica-se na pesquisa feita junto à população do município de Aracaju e região metropolitana, e com os motoristas do transporte coletivo, onde a alteração do local de fixação da mídia não comprometeria a eficácia da mesma e agregava conforto e tranquilidade para os usuários deste serviço

Os resultados obtidos mostram a necessidade da retirada de propagandas do vidro da parte superior da traseira dos ônibus para outras áreas onde a visibilidade não seja prejudicada, salientando a importância da preocupação, não apenas de promover uma marca

ou produto, ou até mesmo fazer um anúncio, mas de permitir a satisfação com tudo o que não interfira no seu direito de ir e vir com segurança.

Foram apresentadas opções de mudança o local de exposição da mídia, uma vez que despertaria ainda mais o poder de criação dos profissionais da área, onde os mesmos ficariam com um leque de opções estendida para o propósito da mídia busdoor.

É de suma importância além da qualidade do serviço oferecido, a propagação do produto anunciado e no topo destas prioridades, a segurança de quem é necessitado deste serviço, com isso o referente projeto busca contribuir de forma direta no que se diz respeito ao bem estar coletivo e social, colaborando junto com ações preventivas de entidades incumbidas de priorizar a segurança publica.

REFERÊNCIAS

BARROS, Adil de Jesus Paes; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza; **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**, 12ª ed. 2001.

CADENA, Nelson Varón. **O que é mídia alternativa**. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/242.html>>. Acesso em: 07 nov 2010.

Busdoor. Disponível em: <<http://www.artdesign.com.br/busdoor-guarulhos.html>>. Acesso em: 07 nov 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 3 ed. São Paulo, 1991.

MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências**

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. (et al).- São Paulo: Atlas, 1999.

SANTANNA, Armando. **Teoria técnica e prática**. 6 ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

ANEXOS

ASSALTO A ÔNIBUS NA CAPITAL CAÍRAM 64%.

Os registros seguem uma tendência de redução, saindo de 1207 em 2008 para 714 em 2009 e 417 em 2010.

O reforço nas investigações contra assaltantes de ônibus promovido pela Polícia Civil ajudaram a diminuir em 65,4% o número de roubos aos veículos de transporte coletivos em Aracaju e região metropolitana nos últimos três anos. Os registros seguem uma tendência de redução, saindo de 1207 em 2008 para 714 em 2009 e 417 em 2010. O serviço especializado envolve centralização dos registros, análise detalhada dos casos, identificação de suspeitos e pessoas que já foram presas por esse tipo de crime, além da realização constante de prisões e abordagens específicas, em apoio à Polícia Militar.

Exemplo desse trabalho foi a captura do desempregado Anderson Vivaldo Calado, 20 anos, na segunda-feira, dia 31, em São Cristóvão. Ele é acusado de cometer pelo menos 11 assaltos à mão armada em três meses. "Comprovamos que ele praticou pelo menos seis roubos a coletivos em setembro e outubro do ano passado e depois desapareceu. Depois ele fez mais cinco assaltos em janeiro. Então representamos pela prisão preventiva dele ao Poder Judiciário, o que foi deferido", explica a delegada Nalile Bispo, coordenadora da Divisão de Repressão a Roubos a Ônibus.

Já com o mandado de prisão em mãos, as equipes passaram a seguir os passos de Anderson e o prenderam quando ele chegava à casa da tia no loteamento Rosa Maria. "Ele pretendia fugir novamente para o interior do estado após arrumar as malas, na residência",

frisou.

Ainda de acordo com a delegada, "dos 16 roubos a ônibus do sistema de transporte coletivo urbano ocorridos na Grande Aracaju em janeiro de 2011, cinco deles foram praticados por Anderson, o qual, segundo investigações, é comprovadamente usuário de crack. Ele foi reconhecido pelas vítimas e permanecerá detido", reforça Nalile.

Os números apresentados pela Polícia Civil foram repassados pela Coordenadoria de Estatística e Análise Criminal (Ceacrim). Os relatórios são emitidos com base nos boletins de ocorrência e permitem uma localização geográfica das ocorrências e geram dados que são trabalhados e analisados diariamente pela Divisão de de Repressão a Roubos a Ônibus, unidade vinculada à Coordenadoria da Polícia Civil na Capital (Copcal).

"Informações mais concretas nos ajudam a descobrir como o crime acontece, o horário e dia mais frequente do delito, armas utilizadas, características de suspeitos, entre outros dados", esclarece a delegada Nalile Bispo, que coordena as ações contra assaltos a coletivos desde setembro de 2008 e dirige a Divisão desde a criação da mesma, em maio de 2009.

(Matéria extraída do site www.infonet.com.br em 03/02/2011)

ANEXO I – BUSDOOR



Fonte: <http://www.unifil.br>



Fonte: O autor (Visualização interna do ônibus)

QUESTIONÁRIO APLICADO AOS USUÁRIOS DO TRANSPORTE COLETIVO

1- SEXO?

- Masculino
- Feminino

2- QUAL SEU NÍVEL DE ESCOLARIDADE?

- Não possui escolaridade
- Ensino fundamental
- Ensino médio
- Superior incompleto
- Superior completo

3- VOCÊ SABE O QUE É O 'BUSDOOR'?

- Sim
- Não

4- VOCÊ CONCORDA QUE O LOCAL DE EXPOSIÇÃO DA MÍDIA FAVORECE PARA A PRÁTICA DE ASSALTOS A ÔNIBUS?

- Sim
- Sim, mas não é o principal fator.
- Não
- Não. Não interfere na segurança dos usuários.

5- VOCÊ APROVARIA A EVENTUAL MUDANÇA DO LOCAL DE EXPOSIÇÃO DA MÍDIA?

- Sim
- Não

6- SE SIM, QUAL LOCAL VOCÊ SURGIRIA PARA A EXPOSIÇÃO DO BUSDOOR?

- Abaixo do vidro traseiro
- Em toda sua extensão lateral
- Em parte da lateral

QUESTIONÁRIO APLICADO AOS MOTORISTAS DOS TRANSPORTES COLETIVO

1- HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ EXERCE ESTA PROFISSÃO?

- Até 5 anos
- De 5 anos a 10 anos
- Mais de 10 anos

2- VOCÊ CONHECE A MÍDIA BUSDOOR?

- Sim
- Não

3- JÁ SENTIU SEU DESEMPENHO NO TRÂNSITO PREJUDICADO PELA FALTA DE VISIBILIDADE A PARTIR DA VEDAÇÃO DO VIDRO TRASEIRO DO ÔNIBUS?

- Sim
- Não

4- JÁ FOI VÍTIMA DE ALGUM ASSALTO?

- Sim, até 5 vezes
- Sim, mais de 5 vezes
- Nunca fui assaltado

5- QUAL A INTERFERÊNCIA QUE VOCÊ ACHA QUE O BUSDOOR TRAZ PARA ESSAS AÇÕES DE ASSALTO?

- Total
- Pouca
- Nenhuma

6- VOCÊ APROVARIA A EVENTUAL MUDANÇA DO LOCAL DE EXPOSIÇÃO DA MÍDIA?

- Sim
- Não

7- CASO SIM, EM QUE PARTE VOCÊ SUGIRIA ESSA MUDANÇA?

- Parte traseira abaixo do vidro
- As laterais