

Relatório da Campanha “2 *Rodas a Motor*”



Barcarena, 10 de junho de 2024

Índice

I.	ENQUADRAMENTO	4
II.	CAMPANHA.....	5
1.	Assinatura	5
2.	Mensagens.....	5
3.	Imagem gráfica	6
4.	Meios de divulgação	7
5.	Alcance.....	9
III.	CONCLUSÃO.....	10

I. ENQUADRAMENTO

Os utilizadores de ciclomotores e de motociclos, quando envolvidos em acidentes rodoviários, têm um risco mais elevado de sofrer consequências graves do que as pessoas que circulam em outros veículos. Este risco deve-se à sua vulnerabilidade de não possuírem a proteção do habitáculo.

Relativamente à sinistralidade rodoviária com motociclos e ciclomotores, no período pré-pandemia e fazendo a média de acidentes nos anos de 2017, de 2018 e de 2019, verificou-se que houve 8.873 acidentes por ano, dos quais resultaram em média 126 vítimas mortais e 591 feridos graves.

Nos primeiros 10 meses de 2023, registaram-se nas estradas portuguesas 125 vítimas mortais (106 motociclistas e 19 ciclomotoristas).

É neste contexto que decorreu a campanha de segurança rodoviária “2 Rodas a Motor”, entre os dias 11 a 18 de março de 2024, com o objetivo de alertar os condutores, tanto de motociclos e de ciclomotores como dos restantes veículos, para a adoção de comportamentos seguros, respeitando as regras do Código da Estrada.

II. CAMPANHA

1. Assinatura

Sob a assinatura “2 RODAS A MOTOR”, pretendeu-se transmitir a importância de uma circulação atenta e segura, quer por parte dos condutores de motociclos e de ciclomotores, quer dos restantes veículos.

2. Mensagens

No intuito de alertar os condutores de motociclos e de ciclomotores bem como dos restantes veículos para os cuidados a ter na estrada, foram difundidas as seguintes mensagens:

- Usar capacete de modelo homologado (obrigatório), devidamente ajustado e apertado, sempre que conduzir;
- Utilizar equipamento de proteção luvas (em caso de acidente protegem as mãos, que instintivamente vão logo ao chão), casaco (com proteção dos ombros, coluna e cotovelos), botas (devem ser específicas para motociclistas, dado que possuem proteções nos pontos mais vulneráveis em caso de queda), calças (em pele ou material têxtil, com proteção “CE”, permitem a proteção das ancas, dos joelhos e das canelas) e Airbag (há modelos disponíveis de elevada qualidade a preços acessíveis).
- Devido ao facto de os motociclistas ficarem muitas vezes ocultos no “ângulo morto” dos outros veículos, a ultrapassagem só deve ser feita depois de se ter a certeza de

ter sido visto pelo outro condutor, através de contacto visual pelo espelho retrovisor esquerdo do veículo de quatro rodas;

- Não contornar filas de trânsito. É proibido sair da fila de trânsito para outra mais à direita, salvo para mudar de direção, parar ou estacionar;
- Adaptar a velocidade às condições atmosféricas e do pavimento para evitar acidentes. Andar de motociclo ou de ciclomotor em segurança é, também, cumprir limites de velocidade porque não só evita coimas, como permite ter mais tempo de reação, caso surja uma situação de perigo;
- Manter a distância de segurança, pois permite ter tempo para reagir, abrandar ou parar, se necessário.

3. Imagem gráfica

Para uma melhor ilustração da mensagem, foi divulgada a imagem alusiva ao tema, onde constava a assinatura da campanha.



4. Meios de divulgação

O lançamento da campanha foi efetuado no website institucional e nas redes sociais da ANSR no dia 11 de março, através da publicação de uma notícia onde se apresentou a imagem gráfica, o objetivo e a forma de divulgação digital da campanha.

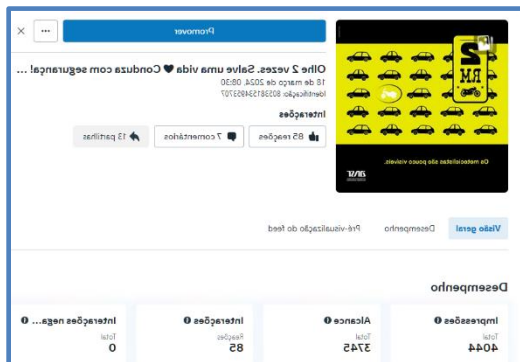
Nos dias subsequentes ao lançamento da campanha (que decorreu entre 11 e 18 de março), foram divulgadas em cada rede social mensagens com conselhos rodoviários direcionadas aos condutores de motociclos e de ciclomotores, mas também dos restantes veículos.

Website ANSR

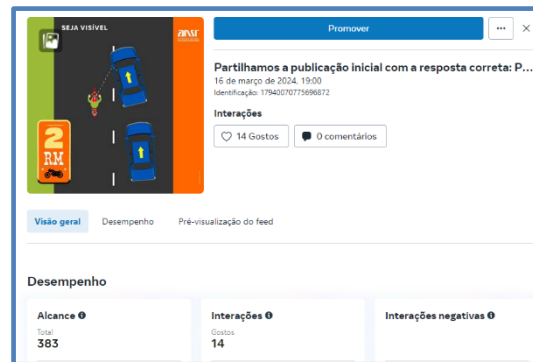


The screenshot shows the ANSR website's header with navigation links: ANSR, SEGURANÇA RODOVIÁRIA, ESTATÍSTICAS, CONTROLO E FISCALIZAÇÃO, CONTRAORDENAÇÕES, and LEGISLAÇÃO. The main content area features a news item titled "ANSR LANÇA CAMPANHA '2 RODAS A MOTOR'" published on 11-03-2024 at 16:00. The article includes a graphic with three license plates (red, orange, and yellow) each displaying "2 RM" and a motorcycle icon, with the text "DUAS RODAS A MOTOR" below them. The text of the article states that the campaign is aimed at motorcycle and moped drivers, with the goal of raising awareness about road safety equipment, responsible behavior, and road code information. It also mentions that the information will be available on social media and the ANSR website for a week, and provides a link to consult the campaign's informational leaflet.

Facebook



Instagram



X



LinkedIn

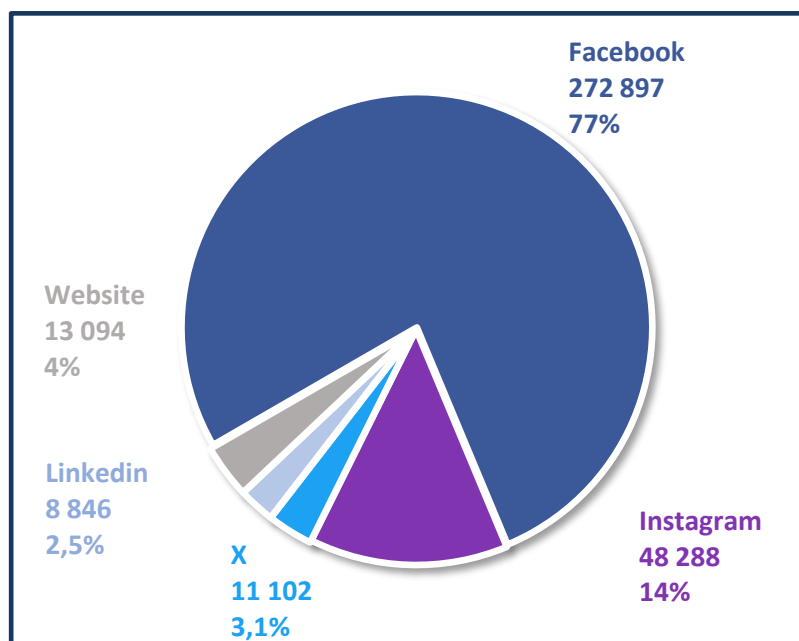


5. Alcance

Estima-se que a campanha tenha obtido mais de 350 mil visualizações nos meios digitais.

Meios digitais	N.º Visualizações
Website	9 605
Facebook	272 897
Instagram	48 288
Linkedin	8 846
X	11 102
Total	350 738

Nos meios digitais, o Facebook foi a rede social com maior alcance (77%)



Distribuição do alcance da campanha pelos meios digitais da ANSR

III. CONCLUSÃO

A Campanha de Segurança Rodoviária “Duas rodas a motor” decorreu entre os dias 11 a 18 de março de 2024, com o objetivo de alertar os condutores, tanto de motociclos e de ciclomotores como dos restantes veículos, para a adoção de comportamentos seguros, respeitando as regras do Código da Estrada.

O lançamento da campanha foi efetuado no website institucional e nas redes sociais no dia 11 de março, através da publicação de uma notícia onde se apresentou a imagem gráfica, o objetivo e a forma de divulgação digital da campanha.

Através da campanha, procurou-se dar informação e conselhos tais como: o equipamento de segurança, os comportamentos responsáveis e informação sobre o Código da Estrada, entre outros.

Com esta campanha, a ANSR apela a todos os portugueses para uma condução em segurança e para darem prioridade à vida, uma vez que, com o rigoroso cumprimento das regras de circulação, cada um dever contribuir para a sua segurança, mas também para a segurança de todos os que circulam.

A divulgação da campanha nos meios digitais da ANSR permitiu que esta tivesse atingido um alcance estimado de mais de 350 mil visualizações.