



SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

## **Concorrência Internacional nº 02/2017**

### **ANEXO 16**

PUBLICIDADE NOS VEÍCULOS



## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

### APRESENTAÇÃO

A comunicação visual tem importância fundamental, pois é o elemento que identifica de forma clara o serviço oferecido aos usuários. Além de transmitir à população, de forma positiva, a qualidade do serviço, confiabilidade, modernidade e eficiência, tem como objetivo tornar visível a dimensão do Sistema de Transporte Metropolitano.

Este Padrão Visual tem por objetivo padronizar e normatizar a exploração publicitária no sistema de transportes metropolitanos a cargo da EMTU/SP (Regular), que opere na Região Metropolitana de São Paulo.

Neste Padrão Visual encontram-se os critérios técnicos ilustrando as possibilidades existentes para veiculação de informações, de forma a complementar o manual básico de Publicidade na Frota de serviços regulares de Transportes Metropolitanos na RMSP de programação visual já existente.



## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

### 1. PUBLICIDADE EXTERNA E INTERNA

Considerando a necessidade de proporcionar melhor imagem e uma conotação mais dinâmica ao Sistema de Transporte Metropolitano, procurou-se aperfeiçoar a utilização de espaços nas carrocerias dos veículos para o desenvolvimento de peças publicitárias, sem que ocorra uma descaracterização da identidade metropolitana.

Internamente a publicidade será aplicada nos painéis localizados (no anteparo) atrás do motorista, estão previstas novas localizações e mídias alternativas

Para tanto, a exploração publicitária aplicada no transporte metropolitano deve proporcionar acabamento harmonioso com a identidade metropolitana, sendo que os materiais utilizados para tal devem ser de fácil substituição quando da troca de campanhas sem danificar os veículos.

Em virtude da grande variedade de carrocerias existentes, as ilustrações apresentadas a seguir são apenas referenciais para o desenvolvimento de peças publicitárias, devendo ser observado os padrões, no caso de carrocerias não ilustradas neste Padrão Visual, de forma a não ultrapassar as áreas demarcadas, evitando prejudicar a visualização das informações operacionais.

Outras formas de exploração publicitária, seja de conceito, seja de material aplicado, ou que necessitem redistribuição da comunicação visual operacional / institucional, que não se

encontrem elencadas neste Padrão Visual, deverão ser apreciadas pela EMTU/SP.

### 2. DIRETRIZES / OBRIGATORIEDADE

Visando regulamentar e criar parâmetros para a exploração publicitária da área externa dos veículos que participam ou que vierem a participar do transporte metropolitano, as peças publicitárias deverão estar em conformidade com as diretrizes apresentadas neste Padrão Visual, como também, por novas diretrizes, que venham a ser avaliadas pela EMTU/SP.

Em área envidraçada traseira, é preferencial a utilização de películas do tipo perfurada, que proporcionem uma transparência mínima de 50% de visibilidade de dentro para fora do veículo, obedecida as limitações impostas pelas legislações Federal, Estadual e Municipais vigentes

Deve-se, ainda, destinar 5% da área destacada à exploração publicitária de cada veículo da frota para divulgação de informações de caráter institucional, campanhas educativas e de utilidade pública, além de eventos culturais, beneficentes, artísticos, esportivos e científicos promovidos ou apoiados pelo Governo do Estado de São Paulo, Secretaria de Estado dos Transportes Metropolitanos ou pela Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo.



## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

Nas TVs de tela plana instaladas nos ônibus, 5% (cinco por cento) do tempo utilizado em cada tela deve ser destinado à propaganda institucional, conforme determinação emanada pelo Poder Concedente.

Ficará a cargo da concessionária, fornecer periodicamente para a EMTU/SP, através de relatórios, os prefixos e as linhas de operação dos veículos que contenham publicidade, especificando a área de exploração publicitária, bem como da destinada à exploração publicitária institucional.

### 3. PROIBIÇÕES

Com relação ao conteúdo das peças publicitárias, deve restringir-se a veiculação de mensagens publicitárias moderadas e objetivas. Propagandas na área externa dos veículos deverão seguir os padrões estabelecidos no presente manual, não podendo causar grandes impactos visuais e/ou desviar a atenção dos demais condutores, de forma a prejudicar a atenção indispensável à segurança no trânsito.

Assim ficam proibidas as veiculações de mensagens de caráter publicitário contrárias à legislação específica dos níveis Federal, Estadual e Municipal, tais como:

- Natureza político-partidária
- Natureza religiosa

- Fumo
- Bebidas alcoólicas
- Raciais

Ficam proibidas também as seguintes informações, cujo teor afete a moral e os bons costumes:

- Amoris
- Eróticas
- Tendenciosa

Por questões de ética, serão vetadas as campanhas que induzam ao consumo excessivo e/ou dependência de determinado produto por parte dos usuários.

### 4. QUALIDADE DOS PROCESSOS

Deverá ser utilizada uma tecnologia que garanta excelente qualidade de impressão e reprodução de imagens no material a ser aplicado nos veículos, sendo que os materiais utilizados devem garantir a durabilidade esperada para cada caso, evitando-se a descoloração e o descolamento dos materiais. Deverão possuir propriedades físicas e químicas adequadas às aplicações específicas, ressaltados os critérios de manutenção necessários, também deverão possuir características técnicas que resistam a ação de intempéries e produtos químicos, bem como o descolamento.



## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

### 5. APLICAÇÃO NO VEÍCULO

A aplicação das peças publicitárias nos veículos deverá ser realizada por pessoal devidamente treinado, sendo que o sistema de aplicação deve considerar a praticidade de manutenção, bem como, de reposição das peças, de forma a não alterar a pintura original dos veículos.

A diversidade de carrocerias existentes no Sistema Metropolitano, bem como as irregularidades das superfícies – perfis, rebites, junção de chapas, curvas - onde serão aplicadas as peças publicitárias deverão ser consideradas quando da escolha do material apropriado.

Deve-se ressaltar que o acabamento visual deverá ser harmonioso com a identidade metropolitana dos veículos.

### 6. MANUTENÇÃO

Assim como a aplicação, a manutenção deverá ser realizada por pessoal devidamente capacitado, sendo que tanto à aplicação, quanto à manutenção deverão ser realizadas em horários definidos junto às empresas operadoras, evitando prejuízos a operação do sistema.

As ações de substituição ou reparação das peças publicitárias deverão ser promovidas em um prazo máximo de 72 horas, sob pena de incorrer em sanções previstas.

### 7. MANUTENÇÃO PREVENTIVA

Deverá ser realizada manutenção preventiva das peças instaladas e películas aplicadas, de forma a manter a imagem do sistema. Em caso de vandalismo, pichações, riscos, abalroamentos, etc. deverão ser realizados reparos no prazo estipulado.

### 8. SUBSTITUIÇÃO DAS PELÍCULAS

A substituição deverá ser obrigatória, quando verificado a qualquer tempo, a degradação ou depredação das películas, observado também o prazo de até 72 horas, sendo que em hipótese alguma um veículo poderá operar por mais do que este período com as películas deterioradas.

Deve-se observar que para substituição das películas em nenhum momento a operação deverá ser prejudicada.

Com relação aos exemplos, a área em verde representa o espaço destinado a exploração publicitária. Inicialmente, não são previstos espaços para publicidade na lateral dos veículos em casos destes possuírem porta do lado esquerdo.



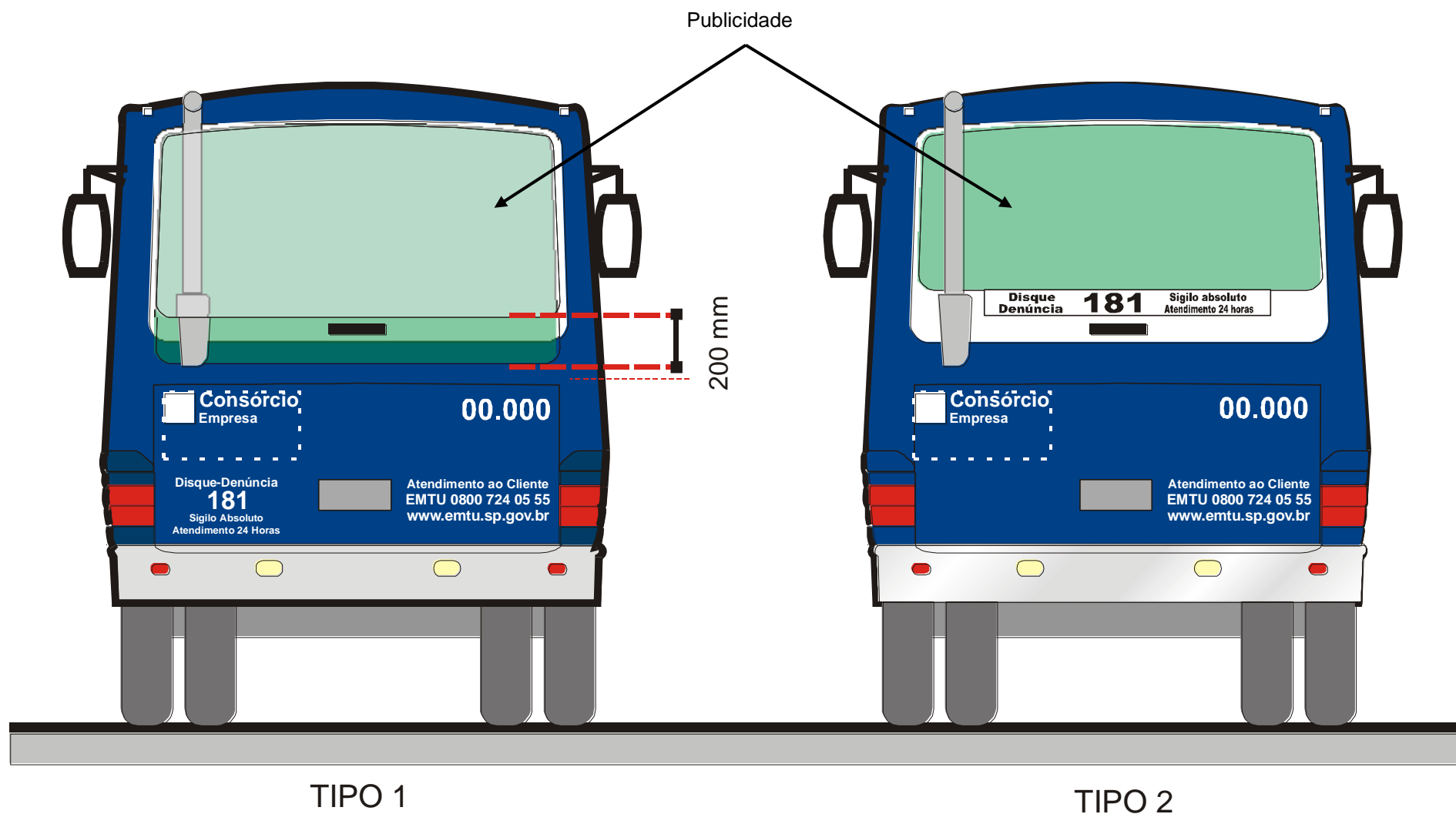
**SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS**

## **1. VEÍCULOS TIPO COMUM**

- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 1
- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 2



## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS





SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

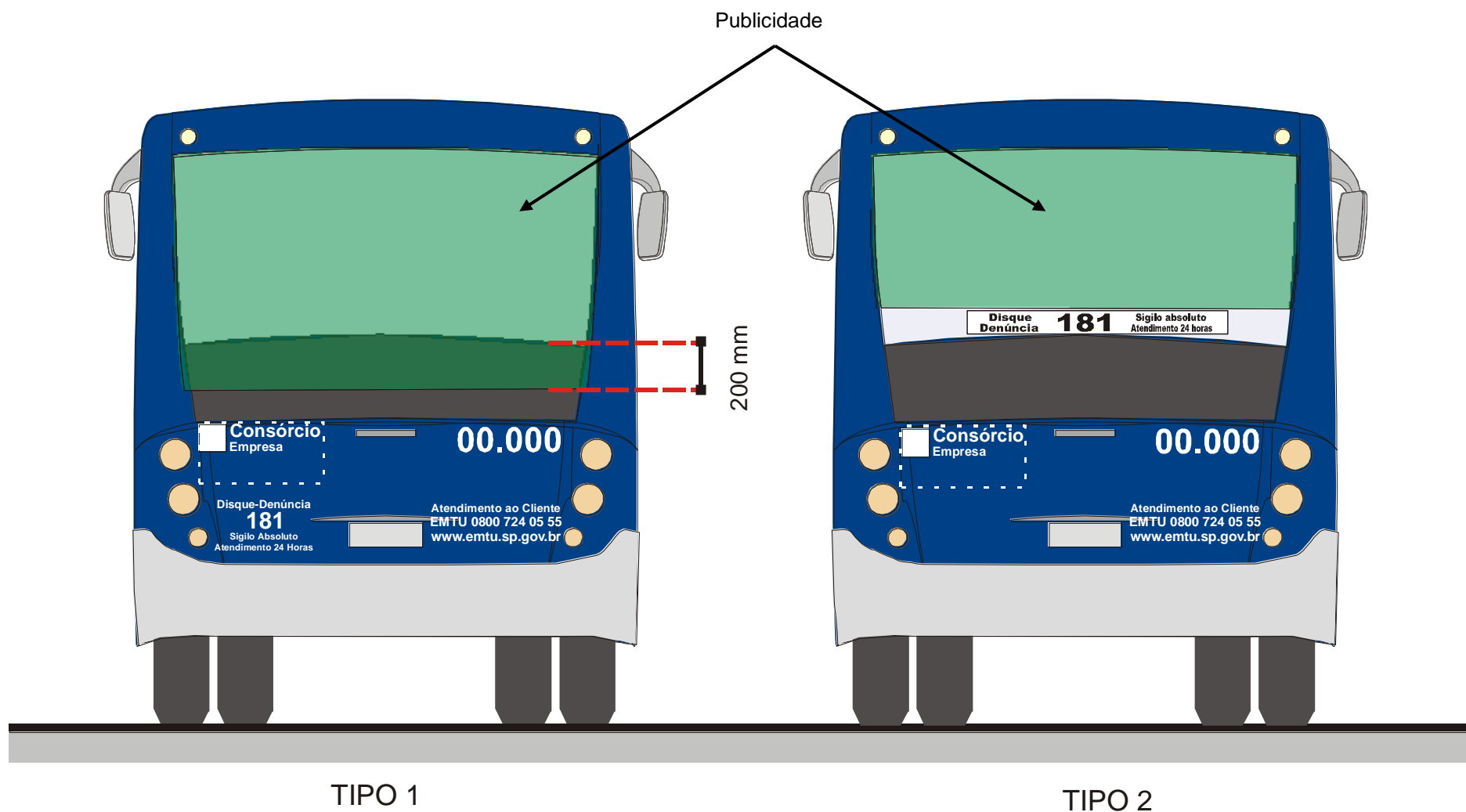
## **2. VEÍCULOS TIPO PADRON**

- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 1
- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 2





## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS





SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

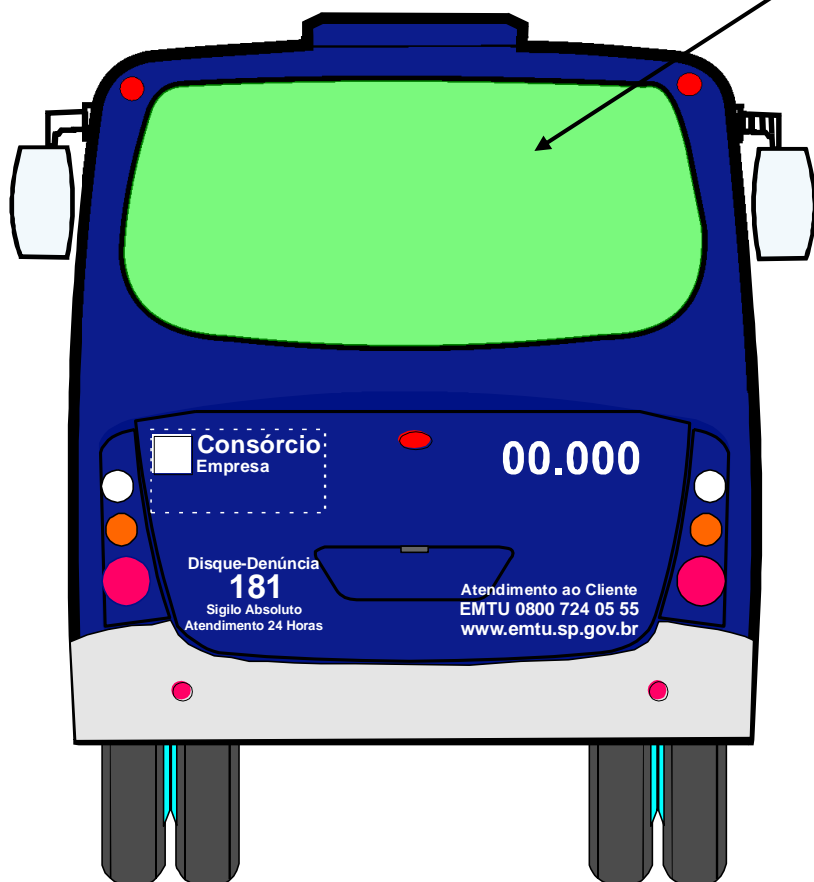
### **3. VEÍCULOS TIPO MICRO ÔNIBUS COMUM E SELETIVO**

- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 1
- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 2

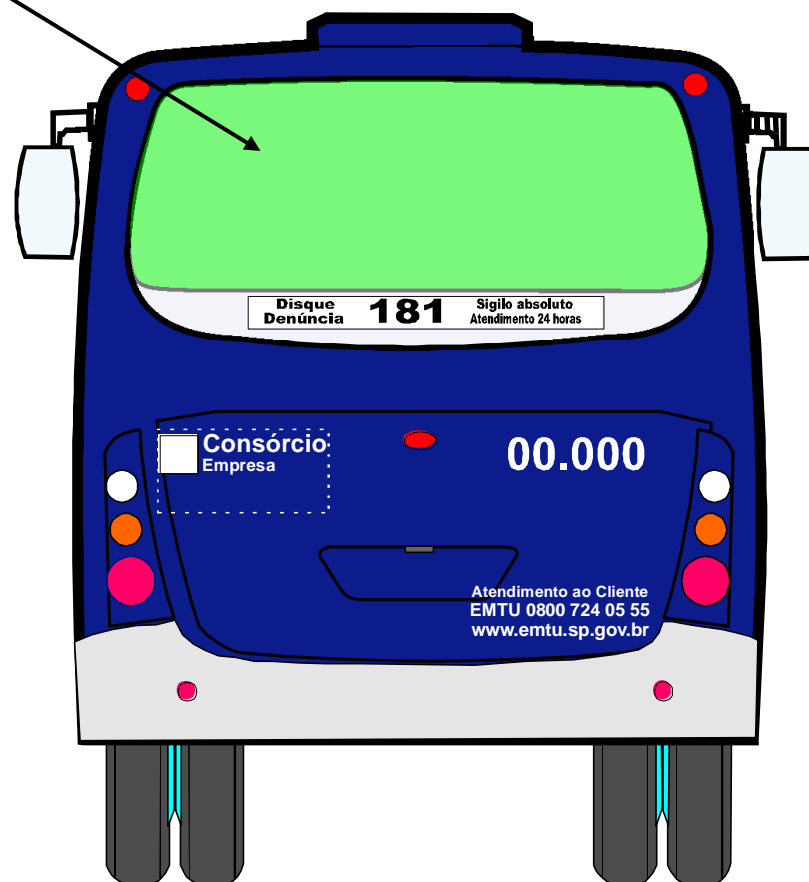


## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

Publicidade



TIPO 1

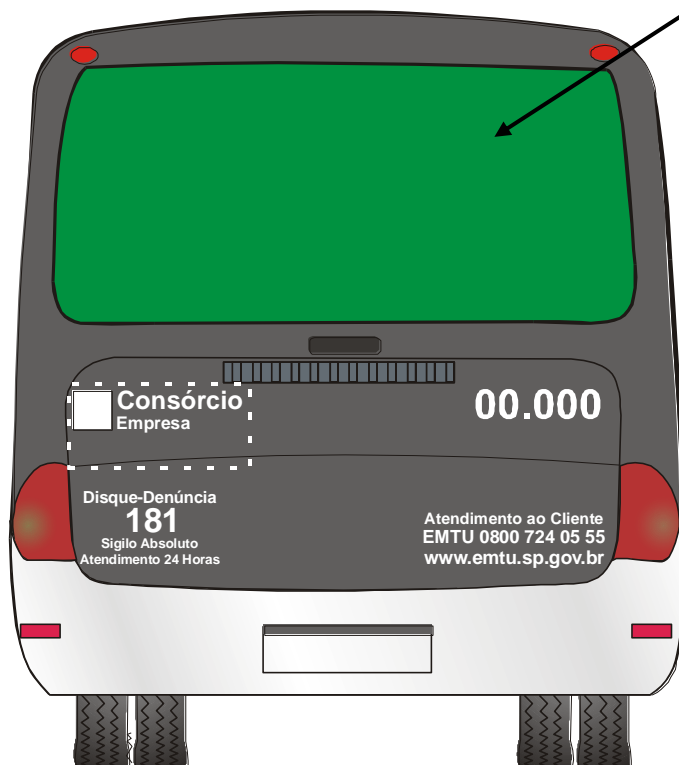


TIPO 2

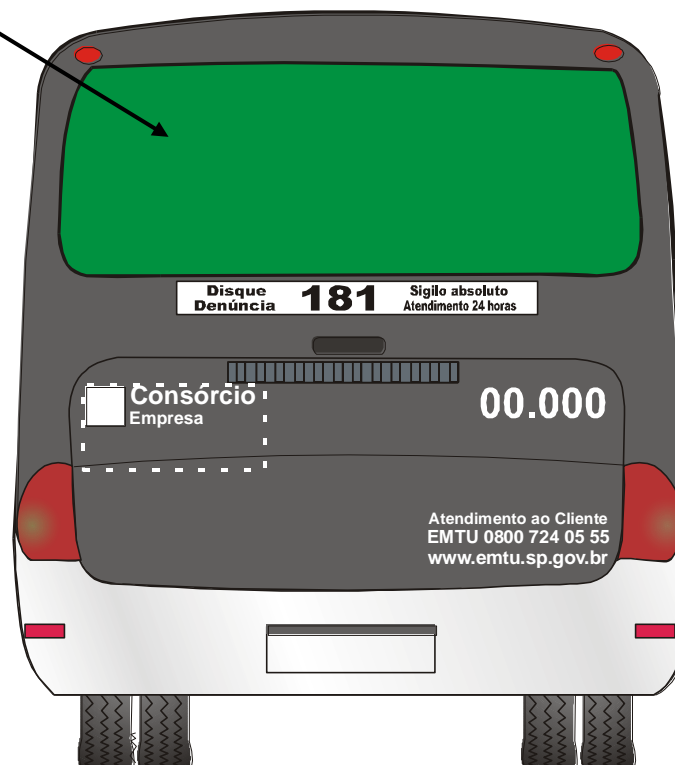


## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

Publicidade



TIPO 1



TIPO 2



SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

#### **4. VEÍCULOS TIPO SELETIVO**

- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 1
- BANDEIRA TRASEIRA TIPO 2



## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

Publicidade





## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

### 9. PUBLICIDADE INTERNA

#### 9.1. ÔNIBUS E MICROÔNIBUS TODOS OS TIPOS

Podem ser instalados painéis, localizados de forma oblíqua/inclinada entre o teto e a lateral esquerda interna e entre o teto e a lateral direita interna dos veículos, afixados com medidas que comportem folhetos de tamanho máximo A3 (420mm largura x 297mm altura). Se instalados painéis menores, deve ser obedecido o mesmo padrão dentro do coletivo inteiro.

Pode ser colocado material publicitário nesses painéis, fixado de forma segura, sujeito a inspeção pela EMTU/SP, na extensão delimitada entre a catraca (dianteira) e a porta traseira.

Pode ser prevista também a instalação de painéis LCD/LED (TVs), para veiculação de material publicitário / institucional nos mesmos locais dos painéis descritos anteriormente, bem como no anteparo atrás do motorista, conforme Documento Técnico DT DDT 005-02, anexo.





## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

Podem ser instaladas alças posicionadas no corrimão superior, proporcionando empunhadura entre 165 cm a 175 cm em relação ao piso, com espaço destinado a publicidade, desde que não possua arestas cortantes e parafusos aparentes.

As alças devem obedecer ao disposto na NBR nº 15570, e devem ser certificadas pelo INMETRO.

### **9.2. INSTALAÇÃO DE MONITORES NO INTERIOR DE ÔNIBUS URBANOS, PARA VEICULAÇÃO DE MÍDIA.**

A seguir são apresentadas as diretrizes obrigatórias mínimas a serem seguidas para implantação de projeto de instalação de monitores em ônibus urbanos pertencentes ao sistema gerenciado pela EMTU/SP.

1) A localização do monitor e do som ambiente deve atender ao seguinte:

- Não causar acidente ao usuário do ônibus quando o mesmo se movimentar, circular, sentar, levantar, etc.
- não obstruir nem dificultar o acesso a quaisquer saídas do ônibus, inclusive as de emergência.
- Não distrair o motorista nem impedir sua visão.

2) Os equipamentos não devem ter arestas cortantes, nem utilizar materiais que em caso de quebra ou acidente possam se revelar perigosos. Adicionalmente devem ser bem fixados, dentro desses mesmos critérios.

3) O projeto elétrico do monitor e equipamentos de som bem como suas conexões ao longo do veículo deve considerar a não propagação de chama nem emissão de fumaça tóxica em caso de incêndio.

4) O funcionamento do conjunto instalado não deve provocar desconforto físico ou sonoro nos passageiros ou tripulantes.

5) O conjunto instalado não deve interferir com telefonia celular, GPS ou qualquer tipo de transmissão.





## SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

6) O conjunto instalado visará essencialmente a divulgação de assuntos relacionados com a informação e o entretenimento aos usuários dos ônibus.

7) A conexão elétrica do sistema instalado com a conexão elétrica do veículo deve ser feita com utilização de fusíveis.

Para aprovação dos projetos será necessário atender as seguintes condições:

1) Deverá ser apresentado para aprovação da EMTU/SP, antes da instalação na frota, um ônibus protótipo de cada tipo construtivo e de leiaute do salão de passageiros com o conjunto instalado e funcional.

2) Deverá ser apresentada para aprovação da EMTU/SP, antes da apresentação do protótipo citado no item anterior, lista dos padrões de ética que serão seguidos na divulgação das mensagens pelo sistema de monitores e som do ônibus, dentro dos princípios gerais a seguir descritos:

a) nenhuma mensagem deve fornecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, social, política, religiosa, ou referente a sexo ou nacionalidade.

b) As mensagens não devem conter afirmações ou apresentações visuais ou auditivas que ofendam os padrões de decência, que atentem contra a dignidade da pessoa humana, que tenham como objeto conteúdo sindical, político ou religioso, ou que incitem a violência ou a atividades ilegais.

3) A EMTU/SP terá acesso a espaço de mídia, quando o solicitar, para divulgar informações sobre o Sistema por ela gerenciado.

4) A EMTU/SP se reserva o direito de fiscalizar quando necessário, o atendimento da mídia divulgada aos padrões previamente estabelecidos.

5) A EMTU/SP deverá ter acesso aos resultados de pesquisa de satisfação do usuário quando estes forem realizados.