

Este trabalho sumariza um relatório final de 106 paginas além de anexos sobre o projeto **WALCYNG** (WALking and CYcliNG) “How to enhance walking and cycling instead of shorter car trips and to make these modes safer”.

Coordenado pela Universidade de Lund na Suécia, foi realizado entre 1996 e 98 em convênio com vários parceiros, como uma associação de pedestres holandeses e as prefeituras e instituto de transporte das universidades de Helsinki e Valência, na Espanha.

Objetivo: Estimular o uso da bicicleta ou viagens a pé em vez de usar o carro para pequenos deslocamentos, além de tornar esta opção mais segura.

Políticas de informação: Coletar informações sobre os potenciais usuários e usuários de “walcyng”, que chamaremos aqui de TNM – transporte não motorizado, de maneira que as pré condições para o comportamento que eles devem escolher, possam ser atrativas.

- 1. Produtos e políticas de distribuição:** Trabalhar com soluções adequadas e tecnicamente atraentes, considerando que elas irão de encontro com as necessidades potenciais dos usuários.
- 2. Incentivos e políticas de preços:** Providenciar incentivos na sociedade, instituições, companhias, etc, em todos os níveis, para encorajar o TNM e desencorajar o uso de carro para pequenas distâncias.
- 3. Políticas de comunicação:** Usuários e potenciais usuários devem ser informados que suas necessidades e interesses são levados em consideração, nos produtos, distribuição e incentivos. O produto deve ser mostrado com sua imagem positiva.

O projeto pretende atingir usuários de carro que podem substituir o modal em pequenos deslocamentos, empregadores que possam apoiar e dar benefícios aos empregados que façam esta escolha e autoridades que possam influenciar na troca de modal, mudando as condições da infraestrutura. Restringiu sua pesquisa aos países da Europa.

Métodos

Vários métodos foram usados, como estudos da literatura existente, análise de comportamento de viagens, discussões, mesas redondas com especialistas e empresários, entrevistas com usuários, especialistas e estudo de preferências.

Resultados

Programas de trabalho e resultados das pesquisas:

Programa de Trabalho 1: “Quantidades de deslocamentos curtos por carro e deslocamentos a pé ou de bicicleta”.

A média da população européia faz em torno de de tres viagens por dia, por pessoa. Na maioria destes países a média de deslocamentos a pé está entre 0,5 e 1 viagens por dia, por pessoa e entre 2 e 2,5 viagens por dia, por pessoa, em bicicleta. A maioria das viagens são menores que 1 km para os deslocamentos a pé e entre 3 e 5 km para os ciclistas, com

variações entre países. A participação da bicicleta como modal de deslocamento na Europa está entre 5 e 10% de todas as viagens, sendo as percentagens mais altas na Holanda, 29%, e na Dinamarca 17%.

Muitos dos deslocamentos de carro são curtos e podem significar 50% de todos os deslocamentos deste modal, na maioria das cidades da Europa. Viagens consecutivas representam apenas uma parte destes deslocamentos. Outras razões, como transportar coisas e pessoas, são mais importantes neste tipo de deslocamento. Se as viagens de carro menores que 1km fossem feitas a pé, o uso de carro seria reduzido em 15%. Se o limite passasse para 2km, a redução seria de 30%. Se considerássemos deslocamentos de até 5 km, incluindo o uso de bicicletas, **a redução do uso de carros passaria para 50%, na maioria das cidades europeias.**

Diferenças importantes foram encontradas entre homens e mulheres (em geral, maior percentagem de mulheres andam a pé e maior percentagem de homens andam de bicicleta, salvo em países como Holanda e Dinamarca, onde as mulheres são a estatística maior entre ciclistas), jovens e velhos (velhos andam mais a pé, jovens andam mais de bicicleta, sobretudo os menores de idade), pessoas que tem ou não carro, trabalhadores e os que não trabalham fora. Pessoas que trabalham a tempo parcial, em geral fazem mais viagens. Tanto usam o carro quanto o TNM. São na maioria mulheres que fazem viagens consecutivas, vão ao trabalho, fazem compras, levam e trazem as crianças da escola.

Quanto maior a cidade, mais as pessoas andam a pé. Isso também se dá com o uso de transporte público, mas em geral, para distâncias maiores. O uso de carros para pequenas distâncias aumenta fora das grandes cidades e o uso da bicicleta aumenta nas áreas centrais das grandes cidades, mas nas cidades menos urbanizadas usa-se mais o TNM.

Este grupo de trabalho levantou duas tipologias de pessoas que estariam mais propensas ao uso de TNM:

1. Pessoas que já usam TNM. Analisar o que é necessário para mantê-las neste modal. Entre estas, os jovens e mulheres que trabalham meio expediente e/ou pessoas morando nas periferias dos grandes centros.
2. Pessoas que usam o carro por qualquer motivo, principalmente homens de meia idade que trabalham tempo integral e/ou moram em subúrbios.

Estes resultados se baseiam em dados individuais de deslocamento em 10 países europeus. Em alguns países não se obteve determinados dados e o baixo grau de estandarização das pesquisas de origem e destino dificultou a comparação de dados entre países.

Programa de Trabalho 2: “Produtos e esforços para pedestres e ciclistas”. São divididos em tipos:

- 1/Produtos pessoais, como por exemplo roupas especiais para proteção contra a chuva, segurança como roupas em cores reflexivas, mochilas, etc.
- 2/ Produtos específicos para bicicleta, como acessórios para carregar coisas ou pessoas, itens de segurança, etc.

3/ A categoria estrada e infraestrutura lida com design e manutenção do nível da rede de cruzamentos, estacionamentos e pontos de intermodalidades. Restrições de tráfego motorizado também pertencem a esta categoria.

4/ O objetivo dos esforços sociais (como a mídia, políticos, companhias, etc) é de atingir certas atitudes e comportamentos entre o público que defende os interesses do TNM e /ou desencorajar o uso do automóvel. Os meios podem ser a persuasão ou a indução.

Para levantar o material, dois grupos se formaram. Um pesquisando a literatura existente em todo mundo a partir de 1980 e outro fazendo entrevistas para descobrir se a tipologia acima era abrangente, a relevância dos produtos, seus efeitos, etc. Este levantamento foi importante como subsídio para outros programas de trabalho. Conclui que o uso de produtos pessoais específicos pode complicar ao invés de atrair novos usuários, como uma lei na Austrália que obrigou o uso de capacetes e reduziu o número de ciclistas. Entretanto conclui também que o uso de roupas reflexivas e capacetes diminui o risco de acidentes. Assinala que disponibilizar mapas é de grande ajuda para ciclistas. Quanto aos produtos para bicicletas, a pesquisa indicou a necessidade de faróis mais seguros e mais fáceis de trocar. Produtos de segurança como freios e cadeados e produtos para deficientes como três rodas são disponíveis e desenvolvidos. A categoria estrada e infraestrutura foi a mais recorrente na pesquisa, mostrando sua relevância, entre os itens citados destacamos:

- vias mais curtas para ciclistas que para os carros; sinalização específica para ciclistas nos cruzamentos; restrições a estacionamento de carros.
- Programas de planejamento para dar suporte a pedestres e ciclistas em vias de deslocamento importantes; manutenção de ciclovias e calçadas; evitar cabeamento sob ciclovias e calçadas; uniformizar seu design e regras de uso.

No item relativo a sociedade foi destacado a necessidade de discutir as políticas de tráfego na mídia, incentivar legislações que estabeleçam limites de velocidade, regras de tráfego que priorizem o pedestre. Existe também a necessidade de re-educar os planejadores no sentido de priorizar o TNM, fornecer aos políticos informações relevantes sobre o assunto, incentivar campanhas informativas, aumentar o controle policial e câmeras de controle de velocidade. Sugerem que as empresas usem horários flexíveis de trabalho, façam campanhas de incentivo e forneçam facilidades.

Programa de Trabalho 3: "Problemas gerais de pedestres e ciclistas"

O trabalho se fundamentou em literatura relevante sobre o assunto na Europa. Os problemas experimentados pelos usuários são analisados do ponto de vista clima social, saúde, conforto, segurança, mobilidade, estética, e vantagens financeiras.

Um problema relacionado com **valores sociais** é o mais baixo status de TNM especialmente comparado com dirigir um carro. **Saúde:** Andar de bicicleta é bom para saúde, mas não pode ser feito sem uma mínima condição física. Entretanto usuários de TNM estão sujeitos a problemas de ruído e poluição. **Problemas estéticos:** envolvem pedestres e ciclistas que tem tempo para olhar em volta e realmente conhecer seu entorno. **Conforto:** Como andar também é uma maneira de socializar, é importante que haja uma boa provisão de bancos, cestas de lixo, abrigos, banheiros públicos, etc. **Condições**

climáticas: Afetam o conforto dos usuários. Talvez o calor intenso seja pior que o frio para os ciclistas, já que existem menos ciclistas nos países mediterrâneos que nos países nórdicos e que no frio é sempre possível vestir um abrigo. **Mobilidade:** O principal problema de ciclistas é a falta de uma infraestrutura contínua e de boa qualidade.

Segurança: Ciclistas devem estar separados dos carros, e pedestres de ciclistas e carros. A segurança é também ameaçada se os usuários forem muito isolados, especialmente se a iluminação não for boa. **Vantagem financeira:** Os usuários de TNM não têm suporte econômico como os motoristas de carro (usar carro da empresa, redução de taxas), mas tem custos de aquisição e manutenção bastante reduzidos, apesar do problema de roubo das bicicletas.

Conclui-se que grupos diferentes de usuários têm problemas também diferentes. É preciso promover o uso do TNM direcionando soluções para os diferentes problemas e segmentos da população. Foram identificados 4 segmentos: **motoristas de carro habituais** (aqueles que não querem, em princípio, mudar sua rotina; **mulheres** (em geral, alto requerimento de mobilidade); **idosos** (dificuldades com degraus, necessitam de maior tempo para deslocamento); **deficientes funcionais** (compreendem os deficientes físicos, pessoas carregando coisas pesadas, empurrando carrinho de bebê ou com uma perna quebrada. Problemas similares ao do grupo anterior).

Programa de Trabalho 4: "Problemas de Segurança de pedestres e ciclistas"

A análise se baseou em pesquisa, estatísticas de acidentes, resultados do programa 1 e cálculos específicos baseados nos acidentes e condições de tráfego de Helsink.

Andar a pé ou de bicicleta é mais perigoso que viajar de carro na maioria das cidades européias. O problema pode ser mitigado, mas não resolvido :

- Introduzindo novas facilidades nos pontos cegos (lugares com pouca visibilidade e risco de acidentes)
- Implantar medidas para acalmar o tráfego em áreas de shoppings.
- Construindo novos caminhos cicláveis.

Pode parecer que quanto mais ciclistas houver em um lugar, menor será a porcentagem de acidentes, mas ocorrerá o inverso se medidas preventivas não forem tomadas. O trabalho deste grupo resultou em 8 recomendações válidas para a maioria dos países europeus. Podem ser implementadas com custos razoáveis e a curto prazo. Uma das medidas mais importantes destacadas por WALCING, é uma estratégia para se implantar zonas de 30km/h, usando por exemplo medidas físicas, controle com sensores eletrônicos (fixos e também móveis) de velocidade, limitadores de velocidades nos carros (carros com este tipo de dispositivo começaram a ser testados em 1998, na Suécia). Outra medida é a separação dos pedestres e ciclistas horizontalmente, com um desnível por exemplo, onde não for possível a responsabilidade da segurança deve ser imposta aos ciclistas (muitos acidentes ocorrem sobretudo com idosos, já que bicicletas são silenciosas ao contrário dos carros). Finalmente, ciclovias de mão dupla não devem ser implementadas sem facilidades específicas nas travessias, como quebra molas obrigando motoristas a diminuírem, boa visibilidade dos carros com relação ao cruzamento de ciclovias, faixas zebradas de travessia

recuadas em relação ao local em que o carro para. De qualquer forma os acidentes vão continuar acontecendo no curto prazo. O trabalho conclui que o uso de capacetes pode reduzir em 50% os acidentes fatais.

Programa de Trabalho 5: Uma síntese com relação a produtos e esforços

Um dos resultados mais importantes da síntese do PT 5, foi que a segmentação dos objetivos do grupo foi necessária. A razão são as diferenças significantes dos problemas experimentados pelos diversos sub grupos, igualmente entre os usuários de TNM e entre os que WALCING quer tornar usuários de TNM.

As principais barreiras para a mudança de modo de deslocamento entre os *motoristas de carro habituais*, são o baixo status social do TNM. Conclui-se que não existe um produto específico para solucionar este problema, mas medidas que valorizem os usuários de TNM podem contribuir neste sentido, como dar prioridade aos usuários, melhorar seu conforto através de infraestrutura apropriada. Quanto as distâncias, soluções de planejamento para reduzir distâncias de zonas residenciais com relação à trabalho e serviços. Em locais já estruturados, existe a possibilidade do transporte intermodal, usando o TNM como viagens alimentadoras atrativas e eficientes, possibilitando a troca de modal mesmo em viagens longas. Outra solução é incentivar trabalhos que possam ser feitos em casa. Medidas de manutenção e infraestrutura cobrindo todos os destinos importantes, são os produtos mais apropriados para incentivar a mudança de modal.

Quanto ao segmento *das mulheres*, além das medidas citadas para o grupo anterior, produtos como cadeirinhas, cestas e bolsas integradas na bicicleta, ou bolsas com rodinhas para o transporte de volumes para os pedestres, são importantes no incentivo ao uso de TNM. Outra medida importante é incentivar junto as lojas e supermercados, o serviço de entrega em casa. A possibilidade de transportar bicicletas no transporte público é também relevante. Segurança é um item bastante importante para as mulheres, especialmente quanto aos deslocamentos noturnos. A boa iluminação é apontada como solução para o problema.

No segmento dos *usuários regulares* de TNM entram deficientes funcionais, idosos, crianças e jovens. Produtos como faixas zebreadas, zonas de baixa velocidade, vias separadas para pedestres e ciclistas, pontes e túneis em zonas de tráfego denso, abrigos e bancos para descanso em distâncias regulares, boa iluminação e vias confortáveis em todo trajeto, localização de parques e praças próximos destas vias e distantes de veículos motorizados, são importantes para mantelos como usuários. Quanto aos deficientes, são citados produtos como sonorização de sinais, transporte público com acessos apropriados.

Os interesses e problemas representados por estes subgrupos também cobrem a maioria dos problemas que devem ser abordados em uma estratégia para TNM. Por outro lado ficou claro que grupos diferentes necessitam de estratégias específicas.

Programa de Trabalho 6: Entrevistas, análises de atitude, preferências constatadas.

Existem vários benefícios associados ao TNM. Aspectos de saúde são importantes, apreciar o meio ambiente e respirar ar fresco são benefícios adicionais. Surpreendentemente,

aspectos de meio ambiente não são frequentemente citados entre ciclistas. Andar de bicicleta é divertido, dá boa forma e é conveniente. Mesmo havendo muitos benefícios, há também muitos obstáculos.

Durante as entrevistas surgiram alguns “clichês”. O grupo de *motoristas de carro habituais* cita o mau tempo como se todo dia fisesse mau tempo e no grupo *usuários regulares* de TNM surgiram idéias como ser fácil tornar o trânsito moderado, ou que é possível andar rápido de bicicleta em zonas de pedestres. Estas idéias precisam ser corrigidas através de campanhas na mídia.

Uma das barreiras do TNM é a falta de habilidade para transportar coisas pesadas. Outros aspectos negativos importantes são a geografia, como montanhas, mau tempo e ar poluído. Existem também barreiras como a falta de infraestrutura, cruzamentos perigosos, carros parados nas calçadas e vias cicláveis, meio fio alto, etc. A maioria dos entrevistados assume que a diminuição do uso de carro é uma das pre condições para incentivar o uso de TNM.

Um estudo de preferências noruegues indica que viagens para o trabalho, esportes e exercícios, são facilmente trocadas – de carro para bicicleta e que a ida a pequenos mercados pode ser a pé, mas os pequenos deslocamentos de carro para deixar ou apanhar alguém, dificilmente será substituído por TNM.

A pesquisa concluiu que as medidas mais importantes em termos de infraestrutura, para incentivar o uso de TNM são:

- Mais vias cicláveis formando uma rede (por exemplo implantando-as no contrafluxo do trânsito). Mais vias exclusivas, tanto para ciclistas quanto para pedestres, em áreas sem trânsito como parques e praças.
- Calçadas mais largas, infraestrutura urbana apropriada (abrigos, bancos, bicicletários).
- Melhorar a quantidade e qualidade em termos de segurança das travessias de pedestres e ciclistas
- Vias com superfícies mais planas, uniformes.

Quanto a medidas políticas:

- Centros de cidade sem carros.
- Outras medidas para reduzir o uso do carro, como aumentar o preço da gasolina, custo de estacionamento, etc.
- Prioridade para usuários de TNM nos cruzamentos. Os usuários devem ser tratados dignamente como parte do sistema de trânsito
- Proibição da circulação de bicicleta em calçadas.
- Campanhas informativas, criação de canal exclusivo de tv, criação de eventos, jogos, brinquedos.

- Criação de centrais de informação nas ruas e na internet

Outras medidas:

- Vestiários no trabalho.
- Abrigos de bicicletas a prova de roubo.

Programa de Trabalho 7: Identificação do aspecto positivo do produto e recomendação de novos produtos.

O principal objetivo do projeto WALCYNG era desenvolver um esquema de qualidade com resultados importantes para pedestres e ciclistas e sistematicamente relacionar qualidade as características e necessidades do usuário. Resalva que um produto pode se adequar a uma determinada situação mas não a uma outra, deve ser analisado de pontos de vista diferentes e mostrada a complexidade de seu desenvolvimento e implementação.

O objetivo deste programa era discutir como avaliar as políticas e medidas que, direta ou indiretamente, afetam o TNM e levarão em conta o trabalho de praticamente todos programas de trabalho. O instrumento resultante será chamado de WQS (Walcing quality scheme - esquema de qualidade Walcing).

As tres características que o WQS deverá se adaptar são:

- Existem grandes diferenças entre as principais cidades européias e suas condições para incentivar o uso do TNM, devendo-se considerar produtos e situações variadas conforme cada realidade.
- Existem diferenças entre os usuários do WQS. O produto deve responder as necessidades de políticos, empresários, pesquisadores, usuários do sistema, etc.
- Existe um potencial considerável de viagens de carro de menos de 5km que podem ser feitas por TNM, conforme a pesquisa entre 30 e 50% para cidades européias. O objetivo do WQS é promover esta mudança.

Desenvolver idéias e propostas de medidas, soluções e estratégias para que esta mudança ocorra é talvez o ponto mais importante do projeto, sem esquecer é claro, das medidas direcionadas a incentivar os atuais usuários de TNM. A informação de base para desenvolver tal proposta é:

- O nível de uso de TNM segmentado nos diferentes grupos (motoristas de carro habituais, usuarios deficientes funcionais, idosos, mulheres, jovens).
- O uso do sistema geral de transito: percentual dos que andam a pé e de bicicleta, informação de produtos existentes , inclusive comportamento.
- A aceitação do do sistema. Mesmo que bem projetado, um sistema pode ter elementos a serem melhorados.

- A segurança do sistema. A sociedade não aceitaria bem se o nível de acidentes subisse com o aumento do TNM.
- Políticas. É preciso identificar, descrever e também relacioná-las com os objetivos explícitos das prefeituras

Será necessário usar parâmetros de padronização das informações a serem levantadas quanto às facilidades: infraestrutura, meio ambiente e equipamento (pessoal, da bicicleta e urbano); e quanto à comunicação: usuários (falta de informação), não usuários (problemas de imagem), lobbies (pré condições oficiais e políticas). Será necessário levantar os incentivos positivos e negativos para promover o TNM como isenção de taxas para indivíduos e empresas adeptas e taxação para os não adeptos.

A normatização é baseada em critérios, através dos quais será possível abordar todos os aspectos relevantes ao tema. Informações sobre os problemas levantados por usuários e especialistas (ver programa de trabalho 3), formatarão estes critérios. Os processos de mudança deverão ser avaliados por usuários e especialistas e como proposta para o futuro, o WQS depois de validado, poderia prover medições simplificadas de desempenho quanto a um produto ou uma cidade. Esta ferramenta seria a combinação matemática dos usuários, especialistas e processos.

A intenção é usar o WQS para avaliar produtos, comunicações e incentivos direcionados aos usuários de TNM.

Programa de Trabalho 8: Estratégias de Incentivo.

Incentivos são instrumentos importantes para influenciar o comportamento dos usuários. Atualmente estas estratégias estão mais centradas em andar de bicicleta e usar transporte público. Andar a pé ainda é considerado de maneira marginal.

Estratégias de incentivo deverão ter papel de maior destaque no futuro, providenciando uma infraestrutura e atmosfera mais amigável com TNM e também incentivos econômicos, de maneira a tornar o TNM mais competitivo com relação ao carro. Foram levantados alguns exemplos de sucesso entre empresas públicas e privadas.

Algumas vantagens de incentivar o TNM em empresas:

- Quanto menos vagas de carro são necessárias, mais espaço fica livre para outras atividades da empresa.
- Quanto menos vagas forem ocupadas pelos funcionários, mais sobram para os clientes.
- Quanto menos os funcionários usarem carros, menos conflitos por vagas com a vizinhança em áreas residenciais.
- Redução de custos com relação à necessidade de carros da empresa.

- Funcionários mais saudáveis.
- Imagem positiva da empresa com relação ao meio ambiente.

Os resultados das entrevistas quanto as medidas mais importantes para o incentivo ao TNM estão levantadas no PT 6 . Este programa acrescenta o fato que a indústria de automóveis conseguiu introduzir seu produto através da mídia em quase todos os ampos de nossas vidas e que da mesma forma seria possível no mínimo, fazer com que as pessoas pensem mais nas questões relacionadas com o meio ambiente e sua própria saúde.

Os especialistas ressaltaram entre outras a necessidade de se criar lobies para defender os direitos dos usuários de TNM.

Foram também levantadas estratégias de incentivo como loterias de bicicletas e equipamentos, revisões gratuitas, bicicletas exclusivas das empresas. Incentivos negativos como aumento do combustível e custo de estacionamento, foram mal vistos pelos usuários de carros, mas avaliados como efetivos para incentivar a mudança de comportamento.

Conclui-se que as estratégias de incentivo não serão bem sucedidas se as pré-condições para o uso de TNM não forem implementadas. Somente a combinação dos quatro passos de marketing (política de informação, política de produtos, política de comunicação, política de incentivos) poderão garantir uma mudança de comportamento.

Qual a relação de comunicação entre os grupos que se pretende convencer e como ela pode ser melhorada?

Programa de Trabalho 9: Estratégias de Comunicação.

Concluiu-se que medidas de comunicação (campanhas publicitárias, anúncios), devem considerar a segmentação do mercado e as diferentes características de cada grupo alvo. A pessoa que envia a mensagem pode variar, desde que seja uma pessoa confiável. A seguir algumas características importantes da “boa comunicação” que podem ser resumidas com base na literatura e experiências práticas:

- Comunicação deve ser direcionada para o público em geral e adaptada para um público alvo e instituições com as quais se deseja cooperações.
- Mensagens devem se referenciar a uma estrutura de referência existente. Elas podem se referenciar direta ou indiretamente ao comportamento esperado, desde que sem atribuir valores morais.
- Diferentes estratégias podem ser seguidas. Comunicação deve ser parte de uma estratégia de força, reforço ou persuasão.
- Os efeitos das campanhas só aparecerão no longo prazo.
- As características físicas e sociais do entorno são condicionantes. Antes de esperar alguma mudança, é preciso melhorar estas características.

A análise qualitativa de campanhas já realizadas mostra que está aumentando o número de pessoas que acredita ser possível trocar o carro por TNM nos pequenos deslocamentos, o que é uma boa pré-condição para futuras campanhas.

Como pesquisadores e usuários devem se preparar para as dificuldades estruturais que encontrarão em um tópico considerado de menor importância?

Programa de Trabalho 10: Inoculação

Este grupo de trabalho reflete a ideia que lidar com os problemas esperados mentalmente, ajuda a reagir de maneira mais relevante e objetiva quando as situações acontecem. A pessoa envolvida vai estar melhor preparada.

Os argumentos contra o TNM usados por diferentes “oponentes” (intuições governamentais, privadas ou alguns indivíduos) são diversos e podem ser divididos em três categorias:

1. Argumentos de caráter geral como falta de segurança, mau tempo, ladeiras, etc.
2. Argumentos de caráter econômicos e políticos, como falta de investimentos, maus usuários, etc.
3. Argumentos democráticos e de comunicação, como problemas de minorias e falta de competitividade.

O relatório apresenta contra argumentos relevantes. Seleccionamos alguns:

Medidas para acalmar o tráfego diminuem os acidentes graves e tornam o TNM mais seguro; o fato de usar o TNM somente quando as condições meteorológicas forem favoráveis, já reduz o uso do carro para pequenos deslocamentos, diminuindo a poluição e engarrafamentos; A bicicleta é em muitos casos o modo mais rápido de cobrir distâncias menores que 5km; Dirigir carros custa mais a sociedade do que os impostos pagos pelos motoristas de carros; Menos que 10% da população mundial pode comprar carros enquanto estimadamente 80% pode comprar uma bicicleta; A comunicação entre as diferentes organizações de tráfego, precisa ser melhorada.

Foram levantadas também as dificuldades (e possíveis estratégias) encontradas em diversas situações de uma sociedade “orientada para o carro”, como a falta de cooperação entre as organizações de tráfego, falta de verbas, etc. Indicam a necessidade de captar verbas também junto a investidores privados, mostrando as possíveis vantagens de marketing. Existem também os problemas de imagem, como pouco interesse nos problemas destes usuários e o fato de uma ciclovía não constituir um símbolo de status. A estratégia neste caso é inverter o processo e mostrar esta aplicação de recursos como símbolo de um trabalho bem sucedido em prol da coletividade, pois todos vão respirar um ar menos poluído.

Como melhorar e sustentar a importância do TNM como modo de transporte?

Programa de Trabalho 11: O lobby

Os aspectos mais importantes relacionados a lobby, são:

- Propagar os interesses dos usuários do TNM, inclusive nas esferas políticas.
- A efetividade do lobby está relacionada a poder econômico, representativo, psicológico, poder de acesso a fontes, etc.
- Lobies conduzem pesquisas existentes. Pesquisa está conectada com desenvolvimento.
- A mídia influencia atitudes e comportamentos.
- Os usuários de TNM devem lutar por uma posição similar aos fabricantes de carro que penetram em todos os setores da vida.
- Lobies bem sucedidos precisam de uma rede de cooperação.

O principal objetivo do WALCYNG era produzir um esquema de avaliação, o esquema de qualidade Walcyng apresentado na estrutura do programa de trabalho 7.

O WQS foi desenvolvido como um “software” interativo que pode ser usado para obtenção e avaliação de informação sobre as condições para o uso de TNM em uma certa área de interesse (um determinado público alvo, um tipo de produto, uma via, uma vizinhança, uma cidade, um país, etc). O WQS deve lembrar a variedade de aspectos relevantes a serem considerados, tanto quando acessam condições para o TNM, quanto para medidas de desenvolvimento. Assim o WQS parece uma “checklist”. Por outro lado, o WQS tem um caráter comparativo e analítico por conta da qualidade dos aspectos que devem ser considerados para as avaliações.

O trabalho sintetizado aqui, apresenta o WSQ em forma de anexo, contendo toda sua estrutura de perguntas e respostas esperadas, para que o usuário insira avaliações como “muito fraco, fraco, médio, bom, excelente” ou respostas como sim e não para determinadas situações. Todos os temas levantados nos programas de trabalho são abordados.

O WSQ é ainda um instrumento para pesquisadores. Esta ferramenta foi desenvolvida para ser usada inicialmente somente pelos membros do consórcio a fim de torná-la operacional para uso em maior escala.

Outras medidas de disseminação do projeto e mesmo a aplicação sistemática do WSQ não foram a frente até o momento por falta de recursos, mas muitas cidades envolvidas no trabalho através de seus centros de pesquisa foram beneficiadas com ações advindas do projeto, conforme nos relatou o professor Christer Hydén um dos coordenadores deste excelente trabalho.

Conclusões

Como promover a troca dos pequenos deslocamentos pelo uso dos transportes não motorizados, era de fato o objetivo principal deste trabalho. Os autores concluem que para atingir este objetivo é preciso uma abordagem multidisciplinar. Por exemplo, se na cidade existe uma boa infraestrutura mas os possíveis usuários não sabem ou não acreditam nisso, a troca de modal de transporte não será feita. Se por outro lado, uma boa campanha de

marketing convence os possíveis usuários e estes constatam que as facilidades prometidas são bem piores do que foi dito, a troca também não se efetivará.

Quanto a função da pesquisa neste tema, é destacado o fato de se estar lidando com mudanças de comportamento sociais necessitando portanto de muito trabalho de pesquisa criteriosa. A atratividade das facilidades para os usuários de TNM depende da perspectiva destes usuários, que está relacionada a um determinado contexto. Depende do conforto percebido pelos usuários quando se comportam de uma determinada maneira, nos valores em que acreditam, na honestidade das pre condições que estimulam seu comportamento. Todas estas variáveis mudam com o tempo, devido a mudanças de perspectivas que decorrem parcialmente da comunicação na sociedade. As pessoas tenderão a mudar seu próprio comportamento dependendo de quão honestamente são informadas, tratadas com respeito, convencidas da necessidade de mudança, e de que maneira os esforços da mudança serão distribuídos entre os grupos e indivíduos na sociedade. *O trabalho científico é portanto, o trabalho de entender, descrever e comunicar, mais do que medir e construir.*

O trabalho definiu usuários e potenciais usuários. Os usuários (mulheres, pessoas idosas, crianças e jovens) representam um grupo social que não tem muito poder e frequentemente não são escutados, portanto suas necessidades e desejos precisam ser bem explicitadas para que não troquem de modal quando tiveram a oportunidade. Quanto aos potenciais usuários, aqueles que usam o carro em pequenas distâncias, precisam de boas pre condições e comunicações eficientes para que mudem de modal. É preciso para isso, conhecer suas perspectivas e opiniões.

Ficou claro que valores como gosto, estilo de vida, enfim a cultura de cada cidade, constitui o cenário mais importante para mudanças de comportamento. Estimulos idênticos apresentados em cidades diferentes, as vezes no mesmo país, podem ter respostas diferentes. Ou seja, não há “regras para transformação”, porém quanto mais informações comparáveis forem coletadas, mais perto se estará de previsões de mudança. Pesquisas como as realizadas neste projeto, devem ser feitas regularmente.

Como vimos, o fator segmentação deve ser considerado, porém o trabalho conclui que determinadas campanhas de marketing podem atingir boa parte de todos os grupos e segmentos, já que questões como conforto e segurança são comuns a todos. Campanhas com linguagem específica, deverão ser direcionadas aos jovens e crianças.

Conclui também que é preciso avaliar na prática, a efetividade das campanhas, produtos, infraestrutura, para saber se são realmente bons. Combinado com as pesquisas de informação, descobrindo quais são as necessidades de cada público alvo, a avaliação vai medir o sucesso do empreendimento. Assim será possível adequar e desenvolver políticas de implementação e gerenciamento, buscando a melhor relação custo/ desempenho.

Um outro aspecto importante, é que muitos dos esforços para favorecer os usuários de TNM não foram a frente por falta de recursos e meios de seus representantes para implementar uma estratégia bem elaborada.

O trabalho aponta como necessidade, o **desenvolvimento de novas pesquisas** nas áreas que denominaram inoculação e loby, como por exemplo, propondo estudos de caso –

projeto piloto e de demonstração, fazendo avaliação das medidas e sistematizando a melhora dos métodos e medidas (levantando opiniões, atitudes e aceitações), como contra partida a constatação da pesquisa que algumas boas medidas técnicas não são tomadas por que vão de encontro a interesses economicos mais fortes ou por falta de organização e coordenação entre os diversos níveis de planejamento envolvidos. Políticos, empresários, líderes, precisam ser incluídos no publico alvo e convencidos das conclusões dos especialistas que, do ponto de vista social, muito dinheiro do orçamento publico poderia ser economizado com a mudança de comportamento com relação aos pequenos deslocamentos.

Mesmo na Europa, onde muito já se fez, há muito a ser vencido. O importante é aprendermos com as experiências já feitas ou em execução, para complementar, melhor entender, descrever e comunicar no sentido de conscientizar sobre a relevância do tema.

HYDÉN, C. (1998) How to enhance walking and cycling instead of shorter car trips and to make these modes safe - WALCYNG. Project funded by the european commission under the transport RTD Programme of the 4th framework programme (disponível para consulta de especialistas e pesquisadores sob demanda). Comissão Européia de Transportes. Departamento de Engenharia e Planejamento de Transporte. Lund University, Suécia. Fonte original: Disponível em <<http://www.cordis.lu/transport/src/walcyng.htm>> Acesso em 02 jul. 2004.