

Curso de Gestão da Mobilidade Urbana

Ensaio Crítico - Turma 14

É urgente que a população tenha consciência de que a mudança da mobilidade urbana começa através de cada cidadão

Juliana Maria Joly (*)

Quanto à sensibilização para a Mobilidade Urbana, há necessidade urgente que a população tenha consciência de que a mudança começa através de cada cidadão – e não somente do vizinho, do colega, do cidadão menos abastado. É importante que, para isso, haja um trabalho fortíssimo de educação, baseada no fato de que os ganhos com as mudanças de atitudes são de todos. É evidente que há urgência em investimentos cada vez mais altos para que a Mobilidade se faça acontecer de maneira eficaz; e uma das áreas em que se há de investir é na informação. Que, desde a autoescola os futuros motoristas sejam ensinados com números, como: quantos cidadãos são transportados por um ônibus e o que isso significa em ocupação de espaço numa via comparado a um carro, por exemplo. Que sejam informados qual seja a comparação do quanto um metrô transporta e que isso significa em diminuição de veículos nas ruas.

Havendo a conscientização de que a mudança de atitudes devolve uma parte considerável da qualidade de vida das pessoas, no que diz respeito a tempo de deslocamento, os cidadãos tenderão a mudar. Não significa que, para tanto, haja encarecimento desse modal de transporte, tornando-o inacessível à maioria da população, mas que esta faça a opção pelo ônibus, por exemplo, quando o transporte público faça o trajeto que atenda a sua necessidade para aquele deslocamento em questão. Não é necessário abandonar o carro sempre, mas abandoná-lo sempre que possível, e muitas vezes é.

Que haja uma forte campanha, e séria, com apresentação de tantos dados quantos forem necessários, para que as próprias pessoas compreendam que o ganho será delas mesmas com as mudanças de comportamento. Que essa campanha aconteça desde a formação dos novos condutores, como citado anteriormente, e que atinja antigos e futuros motoristas, através da mídia, de citações em jornais impressos e revistas, telejornais, campanhas de ampla divulgação em todos os meios comunicadores disponíveis. Pois, com a atual mentalidade de que os automóveis são “deuses” e, portanto, idolatrados pelas pessoas, mesmo que se criem BRTs, faixas exclusivas para ciclistas, melhores calçamentos para os pedestres, os motoristas tenderão a desrespeitá-los, por considerá-los como inferiores, como cidadãos “de segunda classe”, e o problema continuará sempre. Enquanto o usuário do transporte público não se sinta respeitado como cidadão pagador de impostos e digno de ser visto e

respeitado por todos; enquanto o ciclista não se sinta seguro ao utilizar as faixas exclusivas com a devida segurança – sem o receio de que algum motorista invada o seu espaço por considerá-lo mais frágil e menos significativo. Enquanto o pedestre não se sinta visto como parte integrante da mobilidade, e assim considerado por todos, e tenha a sua integridade física considerada com respeito por motoristas que não avançarão o sinal, que sairão das garagens dando atenção a quem passa, que não transitarão em calçadas - a Mobilidade Urbana não acontecerá na sua amplitude.

É tão urgente essa conscientização, que as pessoas reclamam em círculo vicioso: querem menos congestionamento, mas não querem deixar o seu automóvel em casa quando ele não se faz imprescindível naquele momento. Desejam que outros utilizem menos o automóvel e mais o transporte público, mas invadem as vias exclusivas para ônibus, reclamam da sua implantação em detrimento do comércio e tratam o usuário do transporte público como menos favorecido. Reclamam que há pouco espaço na via, que é necessário que se exclua estacionamentos para que haja mais pista para deslocamento, mas que isso não aconteça de maneira alguma em frente ao seu comércio. Enquanto cada um não aprender que o interesse é urgente e coletivo, assim como coletivas são as atitudes e os benefícios, a situação crítica da Mobilidade Urbana irá se agravar sobremaneira.

Havendo a criação de uma campanha nacional em favor da Mobilidade, os gastos para a sua divulgação serão compensadores e podem anteceder ou “caminhar” junto com outros investimentos como a implantação dos modais de transporte público e de toda a sua estrutura. Em havendo o investimento na estrutura, que a população possa compreender, valorizar e usufruir de maneira consciente e verificar no dia a dia que a qualidade de vida pode começar com mudanças de atitude.

() Juliana Maria Joly é Técnica de Sinalização de Trânsito da Secretaria Municipal de Trânsito de Curitiba*