

1º Encontro Nacional de Grupos Promotores da Mobilidade Urbana em Bicicleta

Aveiro, 20 de Fevereiro de 2016

<http://ciclaveiro.pt/engpmub>

NOTAS DAS DINÂMICAS DE GRUPO:

Grupo de Trabalho: **Modelo de Organização interna de um grupo**

[Formal/Informal? Como planear, organizar o funcionamento? Ferramentas de comunicação interna? Como atrair e envolver voluntários? Gerir disponibilidades e vocações de colaboradores voluntários?]

- A realidade do Brasil: os grupos são ainda informais e apenas para se proteger devido aos riscos de andar sozinho
- O exemplo da ReFood (Viana do Castelo)
- Importância da redundância (nº de pessoas) para assegurar que não há quebra
- Existência de grupos temáticos (subgrupos) que asseguram o funcionamento de determinadas tarefas
- Motivação → determinação de metas
- Importância da formalização para os contactos institucionais e obtenção de fundos (*Autonomy, purpose, mastering*) → Autonomia, propósito, competência
- Formalidade vs. Informal: de início a opção informal funcional, mas pode tornar-se difícil

Grupo de Trabalho: **Actuação conjunta de grupos promotores**
[Que causas? Que projectos? Coordenação/decisão? *Modus operandi*?]

Estratégia nacional p/ a mobilidade ciclável: CiclAndo 2.0

Plataforma industrial + Plataforma grupos promotores e associações.

- Foi levantada a questão de que as super-estruturas (tal como esta plataforma) podem acabar por criar problemas de excesso de protagonismo que as afastam da acção local e de junto das pessoas
- Foi discutida a possibilidade de a Plataforma Industrial financiar as associações/grupos mas que para isso é importante o elevado nº de membros/associados que as organizações movimentam
- A questão de formalização vs. voluntariado é bastante discutida e colocada sob o ponto de vista da possibilidade de intervenção cidadã junto das instituições mas isto não é necessariamente assim

Grupo de Trabalho: **Comunicação e Interacção com Instituições/Entidades (Lobbying)**

[Como ter impacto na tomada de decisão? Como fazer pressão e conseguir reacção?]

NOTAS

Ser ouvidos:

- Ganhar dimensão
- Associar-se a peões
- Chegar às crianças
- Comunicar bem
- Fazer-se notar (eventos e marketing)
- Envolver/parcerias com outras entidades

Ter retorno:

- Identificar elemento(s) chave na instituição (pode não ser o principal responsável).
- Preparar a informação e documentação → Ter dados e exemplos → Demonstrar necessidades → Fazer propostas/sugestões (ter a “papinha toda feita” e não se importar de deixar louros para eles)

DISCUSSÃO

- Foi levantada a questão até que ponto o voluntariado não está a ultrapassar os seus deveres, a propósito de entregar a “papinha toda feita” às entidades.

- Ser o mais profissional possível. A mensagem deve ser passada mas baseada em Dados e Exemplos.

- MUBi defendeu que é importante conseguir um equilíbrio entre o grau de perfeccionismo/profissionalismo e deixar aos decisores que aprendam com os seus erros.

Grupo de Trabalho: Como criar, divulgar e dinamizar as Ciclofincinas?**[Periodicidade, Logística, Apoios/Financiamento, Captação de público]**NOTAS**Podem ter dois objectivos principais:**

1- Apoio aos utilizadores

2- Apoio aos utilizadores + incentivo de novos utilizadores.

(Para o segundo caso, deverão promover acções de recolha e redistribuição e disponibilização de bicicletas a potenciais novos utilizadores.)

Periodicidade:

Devem ter periodicidade bem definida (inequívoca) para evitar dúvidas nos potenciais utilizadores. (De preferência semanal)

Horário fixo e bem definido (uns defendem dias uteis ao fim do dia, outros ao fim de semana)

Instalações:

Devem ter instalações físicas fixas de forma a permitir manter um stock de material e disponibilizar um espaço de convívio agradável.

Meios:

Ferramentas adequadas de forma a permitir resposta imediata a todo o tipo de necessidades.

Stock de peças para reutilizar (promover campanhas de recolha) e/ou disponibilizar peças a preço de custo.

Divulgação/estímulo à participação:

As redes/contactos pessoais são talvez mais importantes do que as redes sociais online.

Promover outros eventos e formas de atrair utilizadores para convívio mesmo que não necessitem da ciclofincina. (Ex: Festas temáticas, Workshops, Projecção de vídeos, bibliografia, *testdrives*.)

DISCUSSÃO

Foi referida a frustração da ciclofincina, por falta de adesão: A inexistência de um local fixo para guardar peças e ferramentas é factor importante.

Foi sugerido que as ciclofincinas participem nas reuniões municipais de forma a chamar atenção para problemas.

A Ciclofincina do Oriente defende que mesmo não tendo muito trabalho, se tornam num projecto político de grande visibilidade.

Grupo de Trabalho: **Comunicação para o exterior: Própria online (website, redes sociais), órgãos de comunicação**

[Quais utilizar? Em que circunstâncias? Quais as suas eficácias na promoção do uso da bicicleta?]

NOTAS

- Funcionamento em rede que facilite a partilha de peças e experiência.
- A forma mais mediática (não necessariamente a mais eficaz) são as redes sociais, mas preferencialmente passar a um blog.
- Aquisição de informação (estatística) para avaliar a eficácia das decisões e opções tomadas.
- Foi discutida a importância da **diversificação**, para que se consiga alargar o espectro
- Foi feita uma nota importante sobre a imprensa: **a comunicação social pode distorcer a mensagem**
 - Importante garantir e validar que o que sai está de acordo com a nossa palavra. Ser conciso. (Se bem que pode ser complicado)
 - O problema da comunicação nos media escritos é o risco de não permitirem a validação da informação antes da publicação.
 - Importante fazer a papinha toda para dar aos órgãos de comunicação social de forma a assegurar que a informação passada é fidedigna
 - Foi feita referência ao valor da comunicação (dar exemplo é muito importante)
- É preciso ter cuidado com a poluição da comunicação (ex. newsletters no mail). Demasiadas publicações
- Feita referência à dependência de interesses por detrás da bike
 - Problema da consistência
- Feita a sugestão de colocar em rede partes interessadas na mobilidade urbana em bike, para partilha de bens, serviços, práticas,...
 - Isto, porque alguns grupos não têm meios, que outros grupos podem oferecer
 - Enquadrar outros sectores como o turismo
 - Criar uma articulação - cidade Bike Friendly

Grupo de Trabalho: Promoção do uso da bicicleta

[Eventos cicláveis? Pedagogia infantil? Pedagogia no comércio/indústria/serviços? Sensibilização? Definição de público-alvo? Metodologias para conseguir resultados?]

NOTAS

- A principal medida é copiar as boas práticas, de outros locais, cidades... Copiar o que se faz bem e adaptar á nossa realidade.
- Sistematizar as acções para não serem eventos esporádicos. Fazer com que estes tenham consequência.
- O voluntariado não chega; os promotores, que se identificam como tal, devem profissionalizar-se.
- Promoção de condições e estruturas de segurança. O utilizador de bicicleta deixará de ter de sentir insegurança.
- É importante penalizar o uso do automóvel uma vez que a sensibilização não chega.
- Promover Dias com bicicleta em vez de dia sem carros > promover de forma positiva a utilização da bicicleta.

