



D4.2 local in national language

Aveiro

1.10.1 Mapa Pedonal

1/ Descrição da campanha;

Realizaram-se duas edições do Mapa Pedonal de Aveiro. Cada uma delas teve um propósito diferente e foi dirigida a diferentes grupos de utilizadores.

Primeira edição:

A primeira edição pretendeu sensibilizar os moradores e comerciantes do centro histórico. Foi distribuída pelo correio, acompanhada por uma carta do presidente da câmara, em todos os endereços postais da área de intervenção, intitulada “Aveiro a Pé”, do projeto Active Access.

No primeiro dia da campanha, Aveiro preparou uma ação de rua com estudantes e professores da EPA (Escola Profissional de Aveiro), em que também participaram o vice-presidente da câmara, o presidente da junta e representantes da associação de comerciantes, em que foi apresentado o mapa pedonal. Assim, e de porta em porta, foi explicado aos moradores como usar o mapa. Após este evento, o mapa foi distribuído pelo correio para todos os endereços do bairro da Beira-Mar.

O canal de televisão nacional RTP1 fez uma reportagem sobre o mapa e acompanhou evento durante a manhã, entrevistando cidadãos, a equipa do Active Access, políticos e comerciantes. Vejam o vídeo em:

http://ape.aveiro.pt/templates/GenericDetail.aspx?id_object=35200&TM=2251&id_classes=2251&CssClass=CNewTitle



Segunda Edição:

A segunda edição foi dirigida a todos os visitantes e utilizadores do centro da cidade.

O *design* foi revisto para ser ainda mais fácil calcular as distâncias em minutos a pé. Partindo do centro (Praça do Peixe) traçaram-se círculos espaçados de 4 minutos (300 metros) cobrindo por inteiro a cidade, e ainda foi acrescentada uma tabela com as distâncias em minutos a pé entre os pontos mais importantes, e assim demonstrar como são perto. Também a informação turística, já incluída na primeira edição, foi melhorada. Esta edição foi realizada enquanto ferramenta para melhorar o “Mapa Mental” para toda a cidade, e não apenas para o seu centro histórico.

Esta segunda edição foi mais largamente e em maior número distribuída, pode ser obtida no *Wellcome Center* – a loja municipal de turismo, bem como pode ser feito o *download* do sitio de internet criado para o projeto, em:

<http://ape.aveiro.pt>

http://ape.aveiro.pt/templates/GenericDetail.aspx?id_object=35203&TM=2288&id_class=2288&CssClass=CNewTitle

Terceira edição

A terceira edição de 50 000 mapas está prevista para o verão de 2012, em colaboração com o turismo municipal e a rede transnacional CENCYL (Centro, Castilha y Leon) de cidades no eixo Aveiro (Portugal) e Salamanca (Espanha).

Data/evento: 1ª Edição- Abril, 2011; 2ª Edição- Junho de 2011; 3ª Edição – Verão de 2012 (planeada)

Atividades associadas: 1ª Edição – Conferência de imprensa, distribuição porta a porta (com reportagem em Televisão Nacional); 2ª Edição – Nota de Imprensa, reportagem em TV regional.

Grupos-Alvo: 1ª Edição- moradores e comerciantes do centro histórico; 2ª Edição- utilizadores da cidade (habitantes, visitantes regulares, turistas, etc.).

Parceiros envolvidos: Políticos e Associação Comercial (distribuição porta a porta, e entrevistas nos *media*); EPA (alunos da Escola Profissional); Turismo Municipal (informação turística e *design*); AGIR Agência para o Desenvolvimento do Centro de Aveiro (informação comercial e *design*).

Custos: 1ª Edição ~1.000 Euro; 2ª Edição ~2.000 Euro.

Materiais de *marketing* e *slogans* utilizados: “Aveiro: A Cidade a Pé”; “ Aveiro a Pé é: + rápido +agradável +saudável +económico”; Ambas edições continham informação sobre o projeto AA.

2/ Experiencias, o que foi feito e conseguido, dados de avaliação quando existentes

Este projeto envolveu muitos parceiros locais (conteúdos, *design*, distribuição) bem como envolvimento político, com boa cobertura dos *media*. Ajudou a disseminar o projeto e o sitio de internet, bem como os conceitos que suportam o Active Access/ Mobilidade Ativa em geral e os benefícios de andar a pé em particular. A campanha permitiu criar uma perceção mais favorável da cidade e das distâncias a pé, estimulou o debate e poderá alterar comportamentos na mobilidade.

Para a primeira edição foram produzidos 1.000 mapas foram distribuídos em campanha porta a porta e também através do correio em todos os endereços da área de intervenção.

Para a segunda edição foram produzidos 5.000 mapas, disponíveis em vários pontos na cidade (posto de turismo, hotéis,...).

3/ Dificuldades, obstáculos

Os moradores não usam, por norma, os mapas nas suas atividades diárias; no entanto, o mapa poderá estimular o debate na família e entre amigos, acerca das distâncias e tempos a pé para as suas atividades diárias. Queixam-se acerca das condições para andar a pé – mas isso ajuda a criar massa crítica e fazer pressão sobre os decisores políticos à volta do espaço público em geral, e das condições pedonais em particular.

4/Soluções encontradas e lições aprendidas

É muito importante envolver os parceiros locais porque serão eles a assegurar a continuação e as futuras edições ou outros desenvolvimentos (como mapas turísticos comerciais com informação pedonal). A novidade associada aos mapas pedonais atrai a atenção dos *media* nacionais e regionais, o que facilita o envolvimento dos políticos e dos comerciantes.

5/ O que será feito para prolongar as atividades do AA na zona

Irá efetuar-se uma terceira edição planeada para 2012, combinada com uma sinalização pedonal (com as distâncias em minutos a pé) e exposição permanente do mapa pedonal no espaço público, em colaboração com a rede de cidades CENCYL.

1.10.2 Seminários Internacionais

1/ Descrição da Campanha;



Primeiro Seminário Internacional do Active Access: A Cidade A Pé, Aveiro Março de 2010

Em Março de 2010 (aproveitando a presença dos parceiros europeus para um encontro do projeto), Aveiro realizou um seminário internacional intitulado “A Cidade A Pé” (The city on foot) em que foram apresentados os benefícios do modo pedonal para a vitalidade urbana, bem como informação sobre o projeto Active Access (Mobilidade Ativa) e as melhores práticas internacionais. O seminário (todo o dia entre as 9.00 e as 18:00 horas) teve cerca de 130 participantes, incluindo o Secretário de Estado dos Transportes, bem como autoridades locais, técnicos, académicos, estudantes e representantes dos comerciantes. Este seminário foi particularmente importante porque se realizou no início do projeto e foi a introdução, para os parceiros locais e nacionais, dos objetivos do projeto Active Access (AA) na generalidade, e do projeto AA para Aveiro em particular. Na sequência do seminário, muitas notícias foram publicadas sobre a importância do modo pedonal, tanto na imprensa regional como nacional.

Segundo Seminário Internacional do Active Access: Espaço Público – Acessibilidade e Cidadania, Aveiro 4 de Outubro de 2011

Houve uma segunda edição do Seminário AA durante todo o dia, em Outubro de 2011, das 9:00 às 18:00 horas, com mais de 100 participantes e 10 apresentações. Houve uma apresentação sobre o projeto AA em Aveiro, mas também do projeto AA em Budapeste, apresentado por Krisztina Papp. Aproveitando a presença da Krisztina Papp durante a sua visita de *shadowing* a Aveiro, mas também da Sónia Lavadinho (transport Centre, EPFL, Lausanne- Suíça) e também de Bernard Lensel (presidente da Associação de Planeamento e Urbanismo, Lyon – França), Aveiro convidou as universidades do Porto e de Aveiro para participarem no seminário e no debate à volta do espaço público enquanto infraestrutura pedonal. Foi também ocasião para anunciar

um novo projeto para Aveiro (RAMPA) que irá produzir planos de acessibilidade para o centro da cidade e para os centros urbanos das freguesias do concelho.

Data/evento: 1º Seminário - Março de 2010; 2º Seminário – Outubro de 2011

Atividades associadas: comunicados de imprensa, cartazes, convites eletrónicos, todas as comunicações publicadas no sítio do projeto AA.

Grupos-Alvo: decisores, comerciantes, comunidade académica e técnicos;

Parceiros envolvidos: Universidades do Porto e Aveiro;

Custos: 1º Seminário ~4.000 Euros; 2º Seminário ~2.200 Euros

Materiais de *marketing* e *slogans* utilizados: cartazes, *flyers*, programas, certificados de presença, comunicados de imprensa;

2/ Experiencias, o que foi feito e conseguido, dados de avaliação quando existentes

É importante aproveitar os encontros de projeto para potenciar o impacto na população, organizando seminários ou *workshops* na véspera ou no dia seguinte ao encontro. Estes eventos têm sempre um impacto elevado nos *media* e o correspondente envolvimento dos políticos quer ao nível local como nacional. A avaliação do impacto pode ser facilmente medido pelo número de participantes (cerca de 250 participantes e 20 palestrantes e participantes em mesa redonda).

3/ Dificuldades, obstáculos

A tradução simultânea é importante neste tipo de seminários mas tem custos elevados. Dado o tema inovador, pode ser difícil atrair participantes que assistam e o transmitam, de que maneira é importante para o seu desempenho académico e profissional diário. Andar a pé não é ainda considerado um modo de mobilidade por direito próprio e os *media* estão curiosos mas não completamente envolvidos na compreensão do tema.

4/Soluções encontradas e lições aprendidas

Para ultrapassar as dificuldades atrás mencionadas há a necessidade de incluir a qualidade do espaço público e acessibilidade universal como tema central, e não falar apenas do modo pedonal, como o que foi feito no segundo seminário.