



Envolvimento dos Parceiros*



Os parceiros são determinantes para o sucesso de novas iniciativas, podendo influenciar a conquista de objetivos. Ganhando o seu apoio será mais fácil, mais entusiasmante e eficaz a execução das ações.

Princípios Adquiridos

- Os parceiros determinam os condicionalismos do projeto, podendo funcionar como líderes de opinião e influenciarem positivamente o público, na sensibilização política e social para a mudança.
- Numa localidade incluem-se nos parceiros, os políticos, as autoridades públicas, decisores e funcionários, a comunicação social, clubes locais e instituições, profissões liberais, homens de negócio influentes, comunidades escolares, polícia, líderes religiosos e líderes académicos.
- É essencial identificar e analisar os parceiros, perceber a sua opinião, a sua capacidade de influenciar e de por em prática medidas para uma mobilidade mais ativa, antes de os abordar. É ainda importante perceber quais as suas prioridades e motivação, para alinhar os vossos objetivos de mobilidade ativa com as suas pretensões.

- Assim como podem influenciar a conquista dos objetivos do projeto, os parceiros também são utilizadores dos modos de transportes, têm os seus próprios hábitos e preferências, pelo que os deveremos sensibilizar para os modos ativos. Membros dos públicos-alvo podem também ser parceiros e influenciar outros para os hábitos ativos de mobilidade, como por exemplo crianças da escola persuadindo os pais e colegas.

As nossas atividades

Para conquistar e inspirar os parceiros para o projeto Active Access, os colegas organizaram uma série de atividades específicas.

AAactive
access
www.active-access.eu

* Stakeholders, no original, pode ainda ser traduzido por "atores" ou "partes interessadas"



- **Plano para o Envolvimento dos Parceiros** – a primeira diligência para identificar os parceiros locais e analisar as suas prioridades e posição perante os modos ativos, como forma de encontrar na melhor forma de os abordar.
- **Índice de Pedonalidade** – Aprendizagem pela experiência na rua, como forma de despertar para a realidade de andar no próprio espaço público, dos vários grupos, e poder idealizar as hipóteses de melhoria.
- **Workshops e Palestras** – difundir a investigação, os resultados e as melhores práticas de outros locais, chamando a atenção e a compreensão para as vantagens dos modos ativos.
- **Troca de Experiências entre Parceiros** a conferência do Walk21 em Haia, 2010, foi uma excelente oportunidade para trabalho em grupo, onde Parceiros do projeto puderam participar, conviver e partilhar experiências, aprendendo com outros e com eles se inspirarem.
- **Relatórios** – documentação dos resultados das pesquisas, atividades e respetiva avaliação.
- **Plenários entre os colegas de projeto e outros parceiros locais** – para construir o sentido de propósitos partilhados, camaradagem ou mesmo competição saudável. As visitas de partilha com um só colega (shadowing) também proporcionaram aprender de outras experiências, e influenciar parceiros com ideias vindas de fora.
- **Participação em atos públicos e em atividades do projeto** – proporcionar exposição pública da economia e comércio local, oportunidades aos políticos de cobertura dos media e fóruns de discussão para partilhar ideias e ligar grupos.
- **Concursos de imagens** – para divulgar os aspetos positivos do projeto, promovendo a participação e prémios, por exemplo em concursos de fotografia ou desenho e ainda competição para a realização de vídeos.

Etapas para o Sucesso

Consiga o comprometimento dos parceiros assim que possível

Identificar os eventuais parceiros logo no início do projeto e conseguir o seu comprometimento no planeamento e desenvolvimento da campanha. Isto permite melhorar a compreensão relativa aos modos ativos durante o desenvolvimento do projeto e construir partilha e envolvimento, garantindo a compatibilidade deste empenho com as outras tarefas e prioridades das suas vidas.

Prepare apresentações claras e convincentes em que apresente dados perceptíveis por todos.

Retratem a situação atual com dados reconhecíveis e apresentem os dados obtidos nas pesquisas sobre atitude e comportamentos, conjugando-os em argumentos convincentes. Tentem formar opinião sobre qual é a questão e como pode ser tratada. Demonstrem o que todos têm a ganhar envolvendo-se.

Apresente uma calendarização realista para uma ação coordenada

Tome atenção ao calendário escolar e férias, eleições, festas e celebrações, festivais urbanos ou outros eventos importantes, tais como a “Semana da Mobilidade” o “Dia Europeu sem Carros”, como uma boa oportunidade para calendarizar os eventos que prepara, com a devida antecedência, e assim permitir a coordenação e divulgação das iniciativas.

Defina claramente qual o papel e responsabilidade de cada um

Encoraje a autonomia na ação tanto durante a campanha como depois, ampliando o que cada parceiro pode e deve fazer. Esteja aberto às suas sugestões e variantes que possam enriquecer o projeto.

Proporcione oportunidades para a aprendizagem através da experiência

Convide os parceiros a participar no Índice de Pedonalidade, num workshop ou numa atividade da campanha em curso, para que tenham um entendimento mais alargado das dinâmicas associadas à pedonalidade e à bicicleta, e assim poderem demonstrar o seu apoio e encorajar outros a envolverem-se também.

Valorize os seus contributos

Premiar os parceiros, reconhecendo o seu contributo nos suportes da campanha, dando-lhes exposição nos media e comemorar sempre o sucesso do projeto com todos os que participaram.



The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not represent the opinion of the European Communities. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information contained therein.