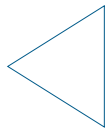


Mobilidade urbana *do futuro*

Ana Carla Fonseca (*),
especialista em economia
criativa, cidades e negócios,
fala sobre alternativas
para superar os desafios e
melhorar a mobilidade
nas grandes cidades



(*) Ana Carla Fonseca é administradora pública (FGV); economista, mestre em Administração e doutora em Urbanismo (USP). É autora dos livros *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável* e *Cidades Criativas*, mentora de projetos de inteligência urbana (Sampa CriAtiva), membro Corpo Mundial de Peritos da Unesco, dos conselhos da Pígnia 22, da Virada Sustentável, da Minha Sampa e da Creative Industries Development Agency (Inglaterra). Venceu o Prêmio Claudia 2013 em Negócios e foi apontada pelo jornal *El País* como uma das oito personalidades brasileiras que impressionam o mundo.



1.

Em sua opinião, as opções de transporte nas grandes cidades já estão esgotadas?

Entendo que ainda há muito por aproveitar, dado que as opções de transporte são fruto de uma convergência de variáveis: os modelos de veículos mais ou menos adequados aos desafios que temos de enfrentar; a infraestrutura de locomoção por meios coletivo e individual, do metrô às ruas, das ciclovias às calçadas; as regras de uso e convívio desses modais; os hábitos e atitudes dos usuários; e até mesmo a estratégia de desenvolvimento econômico urbano, uma vez que a geografia econômica e seus fluxos impactam na necessidade de locomoção.

2.

Quais seriam as melhores soluções de mobilidade para o futuro?

Depende de como gerenciamos as variáveis citadas acima, dentre outras. Temos de lembrar que mobilidade representa muito mais do que a capacidade de locomoção e reflete as possibilidades do cidadão no espaço urbano, como acesso a bens e serviços, públicos e privados, de hospitais e instituições culturais; de aceitação ou não de um trabalho em outras áreas da cidade; de onde seus filhos poderão estudar. Enfim, do direito à cidade.

3.

O que já está sendo debatido e deve ser tendência nos próximos anos?

Várias questões — de veículos com combustíveis não fósseis a novos desenhos de modais urbanos, de compartilhamento de veículos a aplicativos pelos quais o usuário consegue utilizar vários modais, incluindo vans que adaptam seu percurso ao interesse dos usuários do momento.

4.

Investir na produção de veículos menores, com menos emissão de poluentes, é uma boa alternativa para as montadoras?

Não tenho dúvidas de que os fabricantes de veículos podem contribuir para minimizar os problemas urbanos, ao mesmo tempo em que essa adequação de seu portfólio de produtos a um novo contexto é vital para a sobrevivência de seus negócios. Quão mais ativas — e não reativas aos desejos do consumidor e/ou exigências regulamentares — elas forem, mais competitividade terão.

5.

O que as pessoas podem fazer para contribuir com a mobilidade?

Serem mais conscientes de que as verdadeiras soluções devem ser pensadas em função do coletivo —



inclusive a das malhas de ciclovias, que tendem a abranger os ciclistas de áreas centrais e não os que realmente necessitam dela como solução para o deslocamento, como usualmente ocorre na periferia das grandes cidades.

6.

Nesse cenário, para onde deve caminhar a indústria automobilística?

Para não só seguir, como se antecipar às tendências, sobretudo trabalhando a inteligência coletiva urbana. Trata-se de entender a cidade como um laboratório vivo e radar de tendências, propostas e desejos.

7.

O que você considera uma cidade criativa?

Uma cidade criativa se reinventa permanentemente e possui ao menos três características marcantes: inovações em sentido amplo — das de P&D às inovações sociais; conexões entre áreas da cidade, entre público-privado-sociedade civil, com sua história etc.; e cultura, pelo caráter único que confere à cidade, por seu impacto econômico e por gerar um ambiente mais propício à criatividade. A economia criativa abrange atividades econômicas que geram produtos e serviços de valor agregado, a partir do talento criativo. ■