

JORNAL DO ESCRITOR

INFORMATIVO SOCIAL E CULTURAL DE
GEORGE ANDRÉ – O ESCRITOR PILOTO

Nº 17 / NOVEMBRO DE 2011

CIRCULAÇÃO DIRIGIDA NOS SEGUINTE MUNICÍPIOS DE ATUAÇÃO DO ESCRITOR: JUNDIAÍ, VÁRZEA PAULISTA, CAMPO LIMPO PAULISTA, FRANCISCO MORATO, FRANCO DA ROCHA, CAIEIRAS, CAJAMAR, SÃO PAULO, CABREÚVA, ITUPEVA, INDAIATUBA, VINHEDO, LOUVEIRA, VALINHOS, CAMPINAS, ITATIBA E JARINU.

NESTA EDIÇÃO

DIGA NÃO À PADRONIZAÇÃO DA EMTU



A QUEM INTERESSA A PADRONIZAÇÃO?

Quem mora na capital e num dos 39 municípios da região metropolitana de São Paulo, certamente já se acostumou àquele azulão dos ônibus suburbanos. Acostumar não significa aceitar. Principalmente quando o usuário de ônibus não pode se orientar através de uma imagem, uma cor. No supermercado, a gente identifica rapidamente os produtos que estamos acostumados a comprar através dos rótulos com cores características. O rótulo da Coca-Cola é aquele clássico vermelho, com letras de mão na cor branca. Já outros refrigerantes da Coca, por possuírem outra composição – caso da Fanta e Sprite – possuem rótulos em letras e cores diferentes, embora sejam produtos Coca-Cola. As empresas que operam as linhas intermunicipais metropolitanas possuem um histórico de serviço, de modo que cada uma possui sua logomarca, com cores próprias. A EMTU é uma empresa, como a Coca-Cola também é. Mas talvez por algum interesse político, já que a EMTU é vinculada ao governo estadual, a lógica da identidade visual de cada operadora do sistema não foi levada em conta, como no exemplo da Coca-Cola e todas as demais empresas que possuem produtos para o consumidor. Mais estranho ainda é que o cidadão usuário de ônibus nunca soube quais os critérios técnicos que explicam tal padronização visual no transporte coletivo não só desta, mas de outras regiões metropolitanas pelo Brasil.

A Região Metropolitana de Campinas, cujas detentoras do transporte suburbano também tiveram que adotar o padrão EMTU, possui segundo Censo do IBGE 2010, 87 mil analfabetos. Como um cidadão analfabeto, semianalfabeto ou mesmo que possui problemas de vista, vai sinalizar para um ônibus numa via expressa, como a Lix da Cunha, se todos os intermunicipais possuem a mesma cor? Apesar da RMC estar quase que dominada por um monopólio no setor de ônibus, a região de Americana é servida por outro grupo, que embora gerenciado pela EMTU, deveria ter respeitada sua identidade visual. Na região metropolitana de São Paulo não há monopólio no transporte suburbano, mas recentemente as empresas foram organizadas em consórcios. A formação de consórcios pode ser interessante para o próprio sistema gestor ou este ou aquele empresário, mas para o passageiro nada muda. O passageiro precisa saber quem é a empresa que serve sua cidade, seu bairro. Num consórcio, uma empresa pode prestar bom serviço e outra não, e o passageiro precisa saber quem é quem. A realidade educacional do brasileiro está distante da realidade educacional de uma Suécia ou Noruega. Identificar linhas que se alternam no letreiro eletrônico, número da linha e prefixo do ônibus, são tarefas distantes da realidade de mais de 50% dos usuários. Vale lembrar também que as regiões metropolitanas continuam recebendo pessoas de todo o

interior do país, pessoas em sua maioria com apenas Ensino Fundamental no currículo.

Enfim, a quem interessa o padrão visual da EMTU? Não é ao usuário. Se a EMTU pretende implantar padrões diferenciados de cor para suas regiões de operação (SP, Baixada Santista e Campinas), pode mais uma vez ser interessante para seu próprio gerenciamento, mas não para o usuário. O usuário precisa identificar seu ônibus pela cor da empresa que serve sua cidade e seu bairro. Se sua cidade é Osasco, ele vai identificar a cor da Urubupungá, não interessa a cor do Consórcio Anhanguera ou da EMTU. Assim, ele saberá distinguir o seu ônibus do outro que opera dentro do mesmo consórcio, que é a empresa Benfica, e não serve Osasco, e sim Itapevi.

A EMTU tem todo o direito de usar sua logomarca, seu design, mas deve, partindo do princípio ético de todas as empresas que colocam seus produtos no mercado, respeitar a realidade do consumidor. Proporcionar ao usuário a rápida identificação de sua condução. E neste caso, ao invés de adotar cores diferenciadas para as regiões metropolitanas ou para consórcios, liberar a cor de cada operadora. Alguma objeção?

Neste final de 2011, começou a circular em Jundiaí, que será sede do aglomerado urbano (mini-região metropolitana), um abaixo-assinado não apenas para coleta de assinatura, mas para conscientizar o cidadão sobre essa questão da padronização que desrespeita o usuário. O abaixo-assinado, encabeçado por mim e já compartilhado por várias outras pessoas que estão de acordo, está se espalhando pelas cidades da região e pretende atingir as três regiões metropolitanas paulistas, além das novas – Jundiaí, Sorocaba e Vale do Paraíba.

Se você pensa na dificuldade que as pessoas idosas possuem para identificar sua linha naqueles letreiros eletrônicos, se você pensa nos milhares de analfabetos e semianalfabetos para identificarem sua condução para a casa e o trabalho, assine esse abaixo-assinado e conscientize seus amigos e parentes em seu bairro, sua cidade.

A EMTU melhorou a identificação das linhas instalando placas de itinerário na lateral e caixa para o número de linha na traseira (benefícios que ainda não chegaram ao transporte urbano de Jundiaí por descaso da prefeitura). Mas tais benefícios só serão complementados com o respeito à cor da empresa operadora. Caixas de itinerários na lateral e traseira ajudam bastante parte dos idosos e parte dos semianalfabetos. Ajudam na agilização do embarque. Mas para outra parcela de idosos e os analfabetos isso não ajuda em nada. Se nos supermercados cada produto possui sua cor e seu rótulo, isso é imprescindível nos ônibus, que por estarem em movimento, a identificação precisa ser rápida.

Finalizo questionando mais uma vez: a quem interessa essa padronização que aí está??

AGENDA CULTURAL

Virada Jovem 2011 – Jundiaí

Música, teatro, dança, exposições e feira gastronômica

Dias 26 e 27 de novembro na praça central da cidade.

Realização da Assessoria da Juventude – Prefeitura de Jundiaí

Maiores informações: www.jundiai.sp.gov.br

Exposição de ônibus e caminhões antigos

Memorial da América Latina – Barra Funda – São Paulo

Também nos dias 26 e 27 de novembro, com entrada franca. Trata-se de um evento que vem sendo realizado já há alguns anos e reúne colecionadores e admiradores de veículos pesados. Apesar de o foco ser veículos antigos, por vezes é apresentado algum lançamento das encarroçadoras ou empresas de ônibus.



Evento anual no Memorial da América Latina em São Paulo atrai pessoas de várias cidades da região.

ANIVERSARIANTES DO MÊS

Kelly Cristina – Jundiaí
José Roberto L. – Jundiaí
Osvaldo César – Jundiaí
Osvaldo Hugo – Jundiaí
João Francisco (Kiko) – Sorocaba
Reginaldo Aparecido – Sumaré
Roberto – Jundiaí
Adriana P. – Jundiaí
Nelson O. – Jundiaí
Mercedes F. Z. – Jundiaí
Patrícia F. D. – Jundiaí
Rildo V. Martins – Recife
Evandro Prado – Jundiaí
Marcel Prado – Jundiaí
Jorgina F. A. Souza – São Paulo
Márcia Akemi – Guarulhos
Marcos Aguiar – Santo André
Roberto B. Pereira – Moji das Cruzes
Sérgio N. Salles – Suzano
Sidinei da Silva – São Paulo
Alex da Silva – Jundiaí
Alex Wagner – Jundiaí
Daniel Silva – Jundiaí
Cássio M. Pinheiro – Rio de Janeiro
Franciele – Jundiaí
Gustavo B. – Jundiaí
Luís José D. – Jundiaí
Claudinei Castro – Várzea Paulista
Fabiana Oliveira – Várzea Paulista
Ricardo F. – Várzea Paulista
Wellington Afonso – Várzea Paulista
Willian Mendes – Franco da Rocha

Aos amigos, parentes, colegas de caminhada... que esta data se repita por muitos e muitos anos e continuemos sempre juntos na luta por uma vida melhor para todos nós e aqueles à nossa volta.