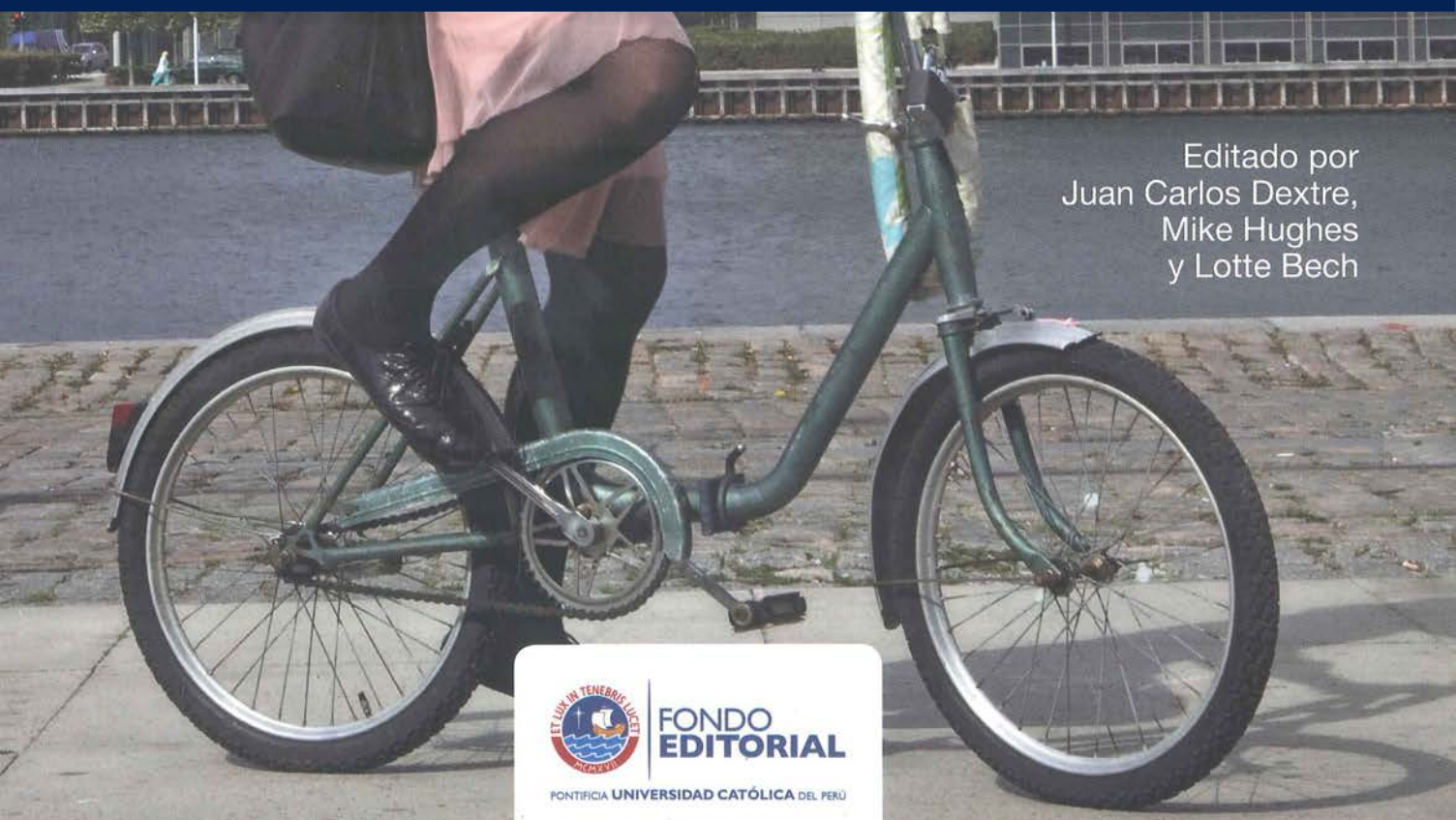


Ciclistas y ciclismo alrededor del mundo

Creando ciudades vivibles y bicicleteables



Capítulo 1



Editado por
Juan Carlos Dextre,
Mike Hughes
y Lotte Bech



FONDO
EDITORIAL

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

© *Ciclistas y ciclismo alrededor del mundo*

© Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2015
Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú
Teléfono: (51 1) 626-2650
Fax: (51 1) 626-2913
feditor@pucp.edu.pe
www.fondoeditorial.pucp.edu.pe

Primera edición en Inglés

© Juan Carlos Dextre, Mike Hughes & Lotte Bech (editors), 2013

Primera edición en español

© Juan Carlos Dextre, Mike Hughes y Lotte Bech (editores), 2015

Corrección: Sergio Rebaza (Grupo Limonta)

Diseño y gráficos: Kaenia Estudio Creativo

Fotografía: Mikael Colville-Andersen (portada y abridoras: 1, 19, 66, 123, 159, 185, 209 y 241).

Las demás fotos, salvo en los casos en que se especifique, pertenecen a los autores de los artículos.

Primera edición: mayo de 2015

Tiraje: 500 ejemplares

Esta publicación está protegida por la Ley de Derechos de Autor. Está prohibida la reproducción, parcial o total, de cualquier parte del libro sin autorización expresa de los editores: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2015-06072

ISBN: 978-612-317-091-2

Registro del Proyecto Editorial: 31501361500526

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa

Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

Cómo empezar – 10 reglas que han incrementado el uso de la bicicleta en Bogotá y en otras ciudades

Por Carlos Felipe Pardo, Mesa de Bicicleta, Bogotá (Colombia)

Introducción

Sacar adelante una política relacionada con el uso de las bicicletas en una ciudad es muy gratificante, aunque también es una tarea ardua que implica mucho trabajo y un tiempo considerable. En estas páginas, describiré mi experiencia como parte de la organización de varias actividades y grupos que promueven las políticas del uso de las bicicletas en Bogotá y en otras ciudades. Debo aclarar que discutiré las políticas sobre bicicletas en el sentido más amplio de la palabra, es decir, las políticas que se relacionan tanto con la promoción de actividades, como las relacionadas con regulaciones, y proyectos e intervenciones en infraestructura.

Foto por Carlos Felipe Pardo (en Bogotá, Colombia).





Foto por Claudio Olivares (en Santiago, Chile).

He dividido el artículo en 10 lecciones. Para una descripción más detallada de los problemas respecto de las políticas sobre bicicletas, diseños y regulaciones, dirijo a los lectores a otros autores, como Goodefrooij, Sagaris y Pardo (2009) (para referencias específicas, ver apéndice). Este artículo se relaciona con temas bastante puntuales que empezarán una discusión y pondrán la agenda en movimiento.

No soy ingeniero; soy psicólogo y urbanista, y antes de obtener estos títulos usaba la bicicleta como un deporte competitivo. Las 10 lecciones que describo a continuación reflejan mi experiencia como una persona que ha montado bicicleta durante muchos años, pero también como un promotor, asesor de políticas y ciudadano.

1. Consigue una bicicleta (apropiada)

En muchas ciudades del mundo (incluyendo Bogotá, una ciudad con una larga historia de ciclismo como deporte competitivo), la percepción generalizada es que una bicicleta es un vehículo deportivo o recreacional. De cualquier forma, quien quiera promover su uso debe tener una bicicleta diseñada para la ciudad. No tiene que ser una muy sofisticada o costosa; al contrario, debe ser muy básica. Conseguir una bicicleta de una sola velocidad, con un diseño de marco adecuado, una silla cómoda y guardabarros, definitivamente, el primer paso para convertirse en una persona que entiende lo que significa montar bicicleta en una ciudad y promueve su uso.



Foto por Carlos Felipe Pardo (en Ámsterdam, Holanda).

Ayudar a los otros a conseguir una bicicleta es también un paso fundamental para cambiar o crear una cultura ciclística, especialmente en lugares en donde las bicicletas son sinónimo de «licra y casco». Para hacer esto, se deben preparar consejos y tips, y convencer a los responsables de grandes superficies comerciales y locales de bicicletas, de que las bicicletas ciudadinas o urbanas deberían exhibirse en un lugar preferencial.

2. Encarna tu mensaje: monta bicicleta

Alguien que está promoviendo el uso de la bicicleta debe usar la bicicleta y ser consciente de las dificultades que podrían derivarse de su uso. También debe saber detalles sobre la infraestructura que existe para ellas. Montar una bicicleta hace a las personas más conscientes de lo que se necesita cambiar. Literalmente, las hace vivir y entender el problema. También es indispensable estimular a otras personas para que usen la bicicleta y que lo hagan tan frecuentemente como puedan. Conseguir que la familia, los amigos, los colegas y las «personas de influencia» se movilicen en bicicleta es ya una forma de promoción, pero también una forma de presentar los problemas de la movilidad urbana en el día a día de la ciudad.

Uno debe notar el hecho de que representa a una cultura y de que debe actuar según esto: no respetar las señales de tránsito no es la mejor forma de promover las políticas sobre el uso de bicicletas en la ciudad, porque la imagen de «el ciclista irresponsable» podría perpetuarse.



Foto por Carlos Felipe Pardo (en Copenhague, Dinamarca).

3. Ciclismo como transporte

Hay tres razones para montar bicicleta: por deporte, por transporte y por recreación. En muchas ciudades, la historia del uso de la bicicleta ha seguido progresiones similares: de ser un vehículo recreativo, pasó a ser un medio de transporte, y luego un deporte; y el ciclo continúa o se detiene en el uso de la bicicleta, por una o más de estas razones.

En Bogotá, por ejemplo, la bicicleta era identificada con los deportes –años 50–, con la Vuelta a Colombia; luego, su uso fue mejorado con incentivos de recreación desde 1974, a través del Día sin carros, que se realiza los domingos (un evento que continúa hasta hoy en día). ¿Qué tan útil es promover el ciclismo como recreación o deporte para, eventualmente, convertirlo en un modo de transporte? Nadie ha podido responder a esta pregunta completamente. Lo que sí es verdad es que el desarrollo de esquemas, como el de la iniciativa del Día sin carros, definitivamente pone a las bicicletas en la agenda pública y en la mente de las personas como algo que de verdad existe y puede ser utilizado.

En general, es aconsejable promocionar la bicicleta recreacional o como deporte como parte de la política de la ciudad, pero con la visión de desarrollar el ciclismo como un medio de transporte.

4. Aprender sobre el tema

Las reglas anteriores se relacionan con el uso correcto de la bicicleta y con la necesidad de encarnar el tema que se está promoviendo. Sin embargo, también es necesario saber del asunto y ser una fuente confiable a la hora de compartir información con otros. Conocer, por ejemplo, las experiencias en otros países, entender qué actividades específicas han funcionado –y por qué–, y aprender a adaptar esas soluciones al contexto local es no solo estratégico en términos de convertirse en experto en el tema, sino un gran beneficio para una ciudad que confía en un experto para lograr mejoras. Promover el ciclismo debe ser visto como un asunto verdaderamente técnico y no como una idea que surja de un día para otro.

En Bogotá, el conocimiento de las políticas sobre bicicletas es cada vez mayor, gracias a las visitas de técnicos expertos de varios países de Europa y a través de cursos de entrenamiento de infraestructura cicloinclusiva apoyados por agencias internacionales de cooperación. El hecho de que Bogotá haya hecho grandes inversiones en infraestructura para bicicletas entre 1998 y el 2000 también ha implicado un mayor nivel de conocimiento técnico y concientización entre ciudadanos y expertos. La buena noticia en cuanto al conocimiento y el desarrollo de capacidades es que hay muchos recursos gratis y de fácil acceso en varios sitios web (ver los detalles al final del artículo), a través de los cuales cualquiera puede aprender bastante.



Foto por Jonas Hagen
(en Río de Janeiro,
Brasil).

5. Trabajar juntos

La experiencia de Bogotá es particularmente útil en este tema. A pesar de tener varios grupos de apoyo técnico que promueven las políticas de bicicletas, no ha habido discusiones fuertes entre ellos o conflictos o falsos liderazgos. No puede decirse lo mismo de otras ciudades, en donde, a pesar del apoyo cultural, las políticas que promueven el uso de la bicicleta no han sido particularmente efectivas debido a los problemas entre los grupos.

La clave para llegar al entendimiento común de trabajar juntos a pesar de las diferencias fue un acuerdo suscrito en 2008 en el que, sin importar las complejidades de los intereses de cada grupo y sus estrategias de trabajo, todos coincidieron en promover las políticas que incluían a la bicicleta y respetarse mutuamente. Esto fue principalmente el trabajo de *Mesa de la Bicicleta*, un grupo de expertos y activistas que trabajaron promoviendo la bicicleta en Bogotá, pero invitaron a otros para hacer lo mismo de forma paralela y complementaria. Algunas reglas básicas de esta cooperación entre los grupos fue respetar los puntos de vista de los demás, reconocer el trabajo de otros en forma explícita, olvidarse del antagonismo e invitar a otros a pensar del mismo modo (o indicar activamente cuando alguien estaba teniendo una actitud negativa). Esto ha sido efectivo para crear una agenda sólida para el ciclismo y para generar efectos específicos positivos en las políticas de bicicleta en la ciudad.

6. Conseguir apoyo

Trabajar como promotor es una actividad interesante, pero se necesita el apoyo de actores estratégicos. Conseguir el interés de grupos específicos es crucial:

Foto por Cámara de Comercio de Bogotá (en Bogotá, Colombia).



- Los medios: la televisión, los periódicos, las revistas, los blogs y cualquier otro tipo de medio de comunicación que apoye el ciclismo deberían ser siempre aliados. Por otro lado, involucrarlos implica proporcionarles información precisa, llevarlos en la dirección correcta y tratar de tenerlos «de tu lado».
- El gobierno: los tomadores de decisiones son los que promulgan leyes, promueven su implementación y asignan presupuesto para las políticas de ciclismo. Hay que acercárseles y comprometerlos en promover el ciclismo; a veces, la única forma de hacerlo es a través de una fuerte –pero sensata– oposición. El riesgo de «sobreincluir» a estas personas en el tema es que podrían usar a la bicicleta como un instrumento político y trabajar en contra de las intenciones de uno.
- El sector privado: las tiendas de bicicletas, los importadores y cualquier otra compañía que apoye el uso de la bicicleta –directa o indirectamente– pueden ser usados estratégicamente para promover una política de la bicicleta. El riesgo aquí sería generar demasiados vínculos comerciales para el uso de la bicicleta.
- Las organizaciones internacionales: hay muchas organizaciones que pueden proveer apoyo, asesoría o simplemente soporte general a las acciones del grupo promotor del uso de la bicicleta. Hay poca chance de conseguir apoyo financiero de estas entidades, pero su conocimiento y asesoría son muy útiles, así como su apoyo escrito (como por ejemplo, cuando se presenten propuestas para realizar proyectos).

Recorte del periódico
El Tiempo (Bogotá,
 Colombia).

EXPERIMENTO EN HORA PICO

La bicicleta le ganó al TransMilenio en Bogotá

Una carrera experimental realizada ayer en Bogotá evidenció que, como ocurre en otras grandes ciudades del mundo, el mejor vehículo pa-

ra moverse en una hora pico es la bicicleta.

Los viajeros que utilizaron la bicicleta tardaron 20,6 minutos, en promedio, en cubrir el trayecto entre la calle 125 con carrera 21 y la calle 72 con carrera séptima.

Entre tanto, los que optaron por buses de TransMilenio emplearon 32,1 minutos y los que iban en automóvil se demoraron 34,7 minutos, en promedio.

John Jairo Salazar, uno de los participantes de la carrera organizada por Fenalco, dice que las bicicletas son 'campeonas' porque aseguran una velocidad constante desde la partida hasta la llegada y en las ciclorrutas no se padecen trancones.

1-20

ARMADO: GUA LUNA

Los datos del proyecto...
 ...del Polo Sur...
 ...ó que el líquido...
 ...telite natural...
 ...hallazgo aviva la...
 ...tomar las...
 ...das. 1-26

ELTIEMPO.COM

César Ocampo, ingeniero colombiano vinculado a la misión, habla de la importancia del hallazgo.



Foto por Claudio Olivares
(en Bogotá, Colombia).

- Los ciudadanos: muchos ciudadanos apoyan las políticas de la bicicleta, a pesar de no ser usuarios de ellas. Ellos deben estar activamente involucrados en el apoyo de la promoción de políticas para la bicicleta el cual puede ir desde poner *like* en una página de Facebook hasta participar en actividades.

7. Proveer información confiable

Para comunicar un mensaje (por ejemplo, por qué la bicicleta debería tener un papel más importante en las políticas de transporte) se necesitan argumentos, estadísticas confiables y, en general, se debe seguir el mismo guion que en un reporte científico. Esto se debe hacer especialmente porque el ciclismo es visto como una forma ineficiente de transporte o simplemente se le niega esa categoría. Si uno va a promover el uso de la bicicleta, debe proveer detalles de cualquier caso y también ser capaz de responder todo tipo de preguntas sobre el tema. No hay nada peor para el uso de la bicicleta que alguien que da estadísticas equivocadas.

8. Ser creativo y visual

Presentar un mensaje con el suficiente atractivo visual es una de las formas más efectivas para llamar la atención de las personas. La promoción de las políticas del uso de la bicicleta supondrá presentarlo como algo fácil y entretenido, con personas que las usan vistiendo ropa normal y que no sudan cuando las están montando.



Foto por Carlos Felipe Pardo (en Bogotá, Colombia).

Hay dos casos exitosos a los cuales se les debe dar el crédito por destacar la imagen del uso de la bicicleta en una forma muy atractiva: *Cycle Chic* y *Ciclismo Urbano*. La primera tuvo su origen en Dinamarca y se ha expandido por el mundo con su modelo de *Cycle Chic City*, por el que las ciudades promueven el uso de las bicicletas siguiendo el Manifiesto Cycle Chic. El segundo ejemplo es original de Chile, muy similar a *Cycle Chic*, pero su objetivo es promover el uso de la bicicleta como una «experiencia urbana». La lección que se desprende de esto es que el uso de este vehículo tiene un gran potencial para ser presentado visualmente a otros, y que uno puede usar la fotografía y otros medios visuales para promover las políticas del uso de la bicicleta adecuadamente, a la vez que se persuade a otros de ser parte de esa agenda y apoyarla.

9. Escribir, hablar, montar

Para poder complementar la información visual, uno debe ser capaz de escribir y hablar claramente. Tener una buena relación con los medios implica que uno debería ser capaz de entregar notas de prensa útiles, datos claves y proveer información crucial a periodistas y editores de tal forma que ellos puedan apoyar las políticas sobre el uso de la bicicleta a través de sus medios de comunicación. Definitivamente, es indispensable ser capaz de comunicarse con la personas de forma efectiva, para montarlas a una bicicleta o ganarse su apoyo.

10. Divertirse mientras se promueve el uso de la bicicleta

Divertirse mientras se promueve el uso de la bicicleta no es algo tan difícil de hacer, pero quiero repetir esta idea, ya que hay ocasiones en que esta labor puede ser frustrante o difícil. Aun así, siempre es bueno subirse a una bicicleta y dar un paseo.

Carlos Felipe Pardo
pardo@despacio.org