



9 y 10 de Marzo de 2015
Centro Conde Duque



JORNADAS EN MADRID
**CIUDADES
ENBICICLETA**
PERSONA.CIUDAD.BIENESTAR

Dando visibilidad al ciclismo en la ciudad. Estrategias de comunicación

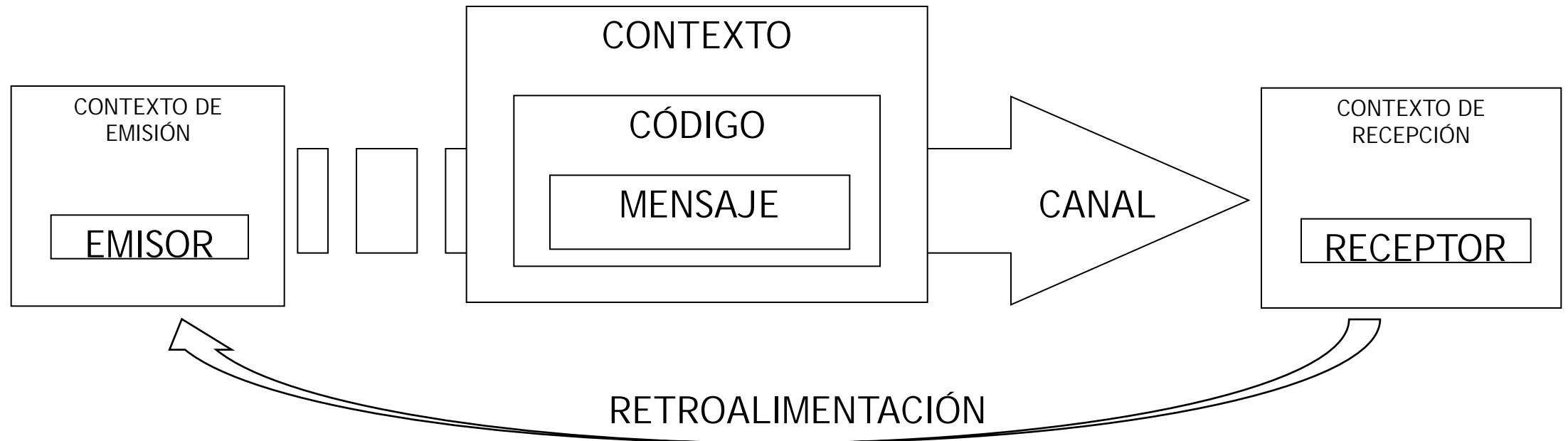
Esther Anaya

Investigadora doctoral



**Imperial College
London**

Teoría de la comunicación



Modelo de comunicación basado en Jakobson (1960)

Emisor

- Tipos:
 - Ente público - se comunica de acuerdo a las normativas y estrategias políticas. Responsabilidad con los ciudadanos.
 - Ente privado - se comunica de acuerdo a sus estrategias de negocio, que incluyen cierta responsabilidad con sus trabajadores y con la sociedad.
 - Asociaciones sin ánimo de lucro - representan un colectivo con unos objetivos comunes. Responsabilidad para con su colectivo y respeto con el resto.
 - Colectivos sociales o Individuos no institucionalizados: Pueden representar intereses colectivos e individuales diversos. Tienen la responsabilidad que se atribuyan.

Emisor: ente público

RESPETO PARA LA CONVIVENCIA



Emisor: ente privado

- Aseguradoras

A fitted camera in your taxi is like having a witness and a barrister permanently with you



WESTMINSTER WILL GIVE A 10% DISCOUNT IF YOU HAVE A PROFESSIONALLY FITTED CAMERA THAT MEETS OUR REQUIREMENTS

WESTMINSTER INSURANCE

For details of your nearest office please telephone us on: 0845 373 1336
Or visit our website: www.mywestminsterinsurance.com



Slater & Gordon Lawyers are proud to support CTC's Road Justice Campaign.

the national cycling charity

Road Justice
Supported by Slater & Gordon Lawyers

Home Cyclists' stories Report an incident Road crash case studies Get informed Get involved Contact

HISTORY HOME

Which police forces have pledged their support for Road Justice?

This map shows which police forces have responded to the report: 'Road Justice: the role of the police'. The map uses a traffic light system to show how forces have responded to the recommendations in the Road Justice report.

Colour Key

- Green - The force has pledged to implement most of the recommendations.
- Amber - The force has pledged to implement some, but not all, of the recommendations.
- Red - The force does not support the campaign or has not responded yet.

To sign the petition calling on police forces to implement the report's recommendations please click [here](#).

Sign up here to become a Road Justice campaigner and work with the police to implement the recommendations

Click on each police force area to see what's happened so far.

Support Road Justice

Donate Now

Subscribe to campaign updates

Subscribe now

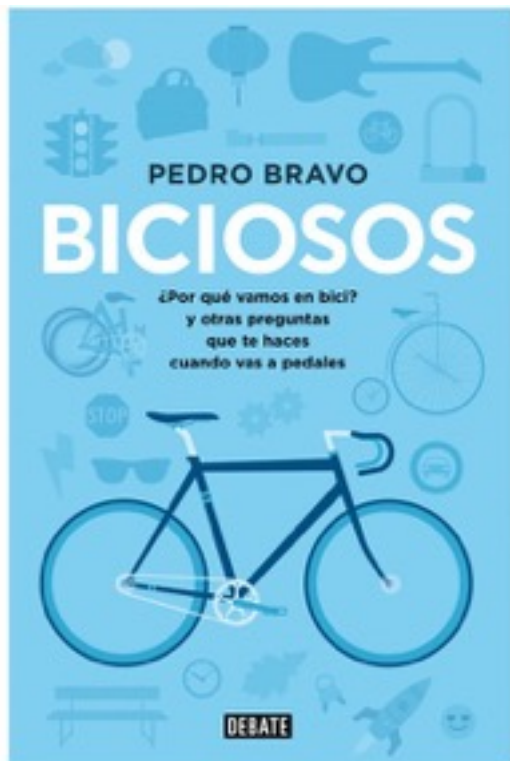
User login

Username or e-mail: *

Password: *

Log in

Canales



*múévete en bici
por Madrid*



en bici por madrid

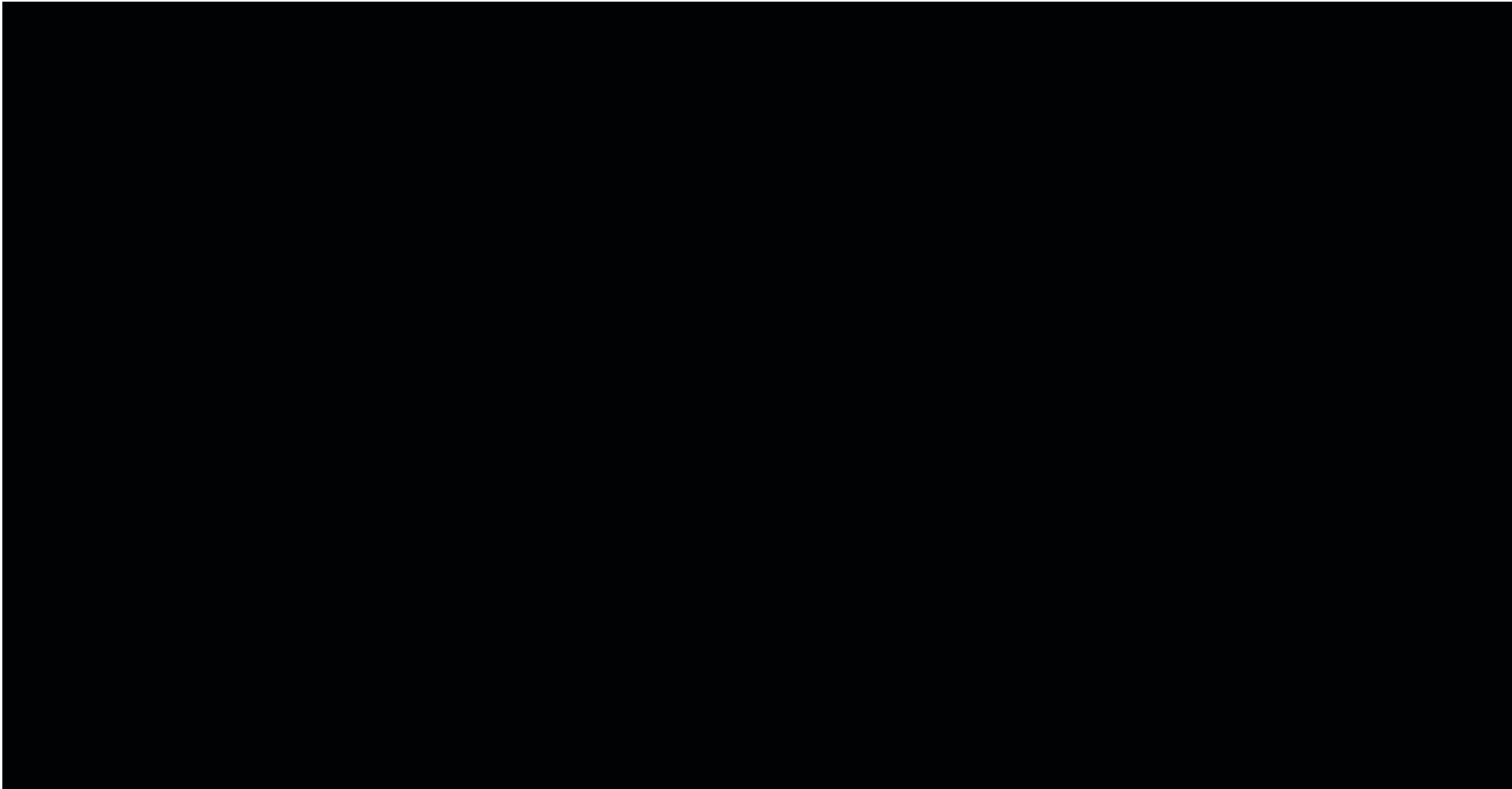
Canal

- El cuerpo como texto* - perfiles ciclistas (masculinos)



Texto: conjunto coherente de signos que transmiten un mensaje (Lotman, 1977)

Motherfucking
Bike by Sons of
Science



Canal

- La calle como texto - legibilidad



New York,
Streetsblog.com

Canal

- La calle como texto - legibilidad



Màrius Navazo (Gea21). Granollers, 2012.

Canal

- Infraestructuras



Car bike port. Cyclehoop.com

¿Cómo son vistos los receptores?

Las imágenes asociadas con ir en bicicleta pueden actuar como barreras o motivadores para ir en bicicleta.

Estereotipo del ciclista para el resto de usuarios:

- Faltas graves en su comportamiento, incluyendo falta de respeto hacia la normativa y hacia otros usuarios de la vía.
- Faltas graves de competencia y conocimiento de las normas de la vía.

Este estereotipo está vinculado a que el ciclista no necesita formación en la conducción, permiso ni seguro, y se assume que no pagan impuestos viales.

(Department for Transport, 2009)

Receptores

Diferentes mensajes para diferentes grupos, según su disponibilidad a usar la bicicleta.

- Anable (2005) por ejemplo, analiza factores que influyen en la actitud y define varios grupos objetivos según disponibilidad a dejar el coche: de los adictos al coche a los anti-coche.

¿A quién dirigir el mensaje?

- Family is the social group with the most positive influence on the decision to commute by bicycle (in Madrid). (Muñoz et al., 2013)

Receptores

- Tener en cuenta a algunos ciclistas más ...



Foto areaadaptada.org



Foto E.Anaya (Copenhague, DK)

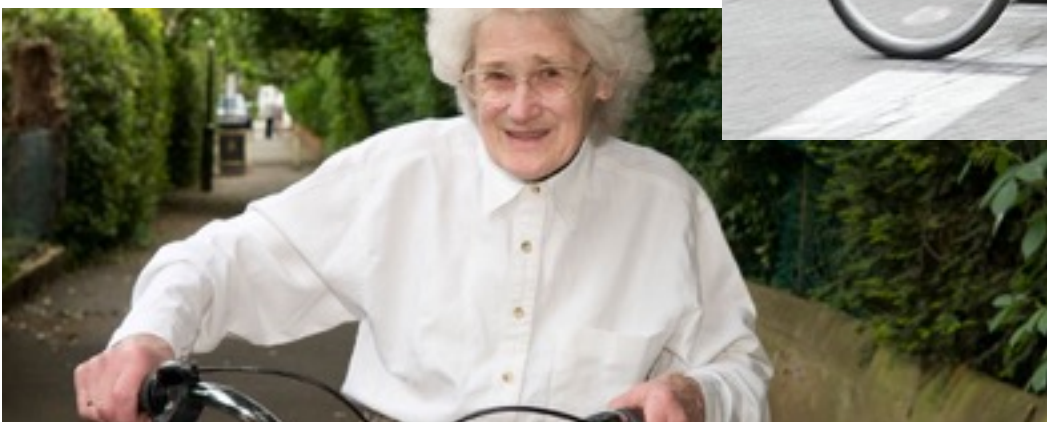


Foto de Chandra Prasad (Sustrans) en cycleboom.org



Foto aviewfromthecyclepath.com

Conceptos asociados con ir en bicicleta

Los aspectos “inmateriales” corporales y sensoriales de la movilidad han sido previamente descuidados y marginalizados.

The ‘immaterial’ embodied and sensory aspects of mobility have previously been neglected or marginalised. (Spinney, 2009)

- Ejemplo de Sidney: los temas relacionados con ir en bicicleta incluyen: ‘limpio y ambiental’; ‘saludable y divertido’ and ‘peligroso’. (Daley y Rissel, 2011)

Mensaje - conceptos

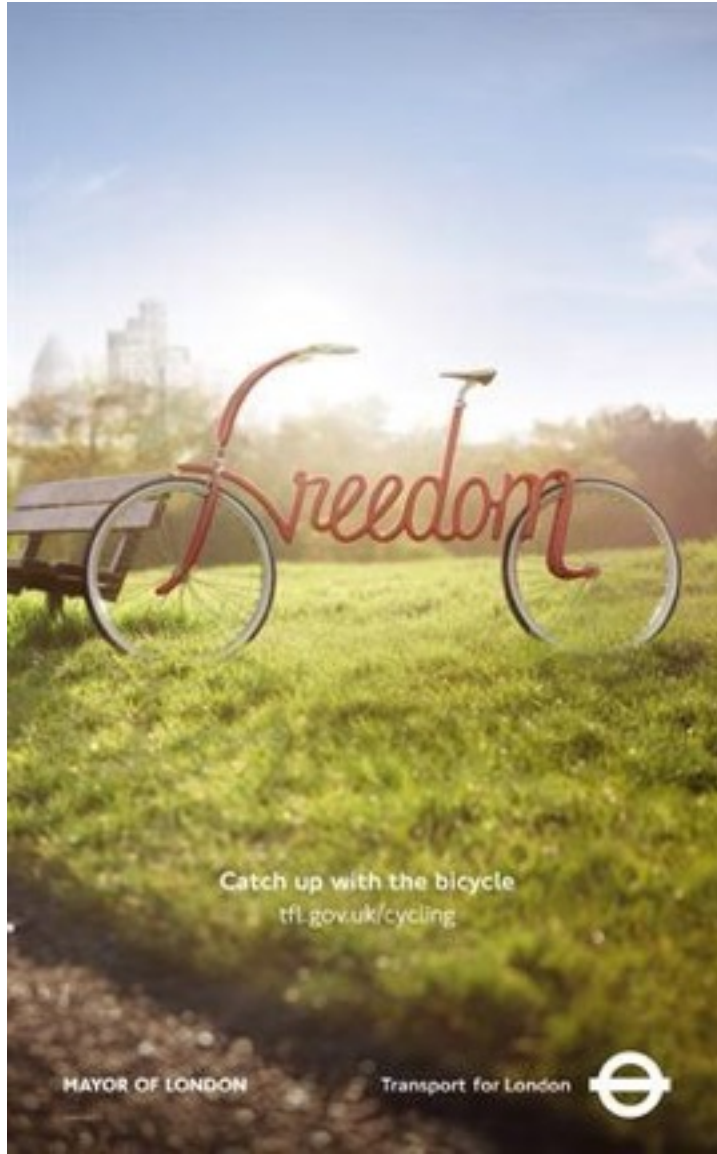
- Con qué conceptos identificamos la bici?



FACILIDAD

Aseguradora Australiana

Mensaje - conceptos



LIBERTAD

Campaign "Bike Frames" by M&C Saatchi

Mensajes - conceptos



SALUD

Mensaje - conceptos



FELICIDAD

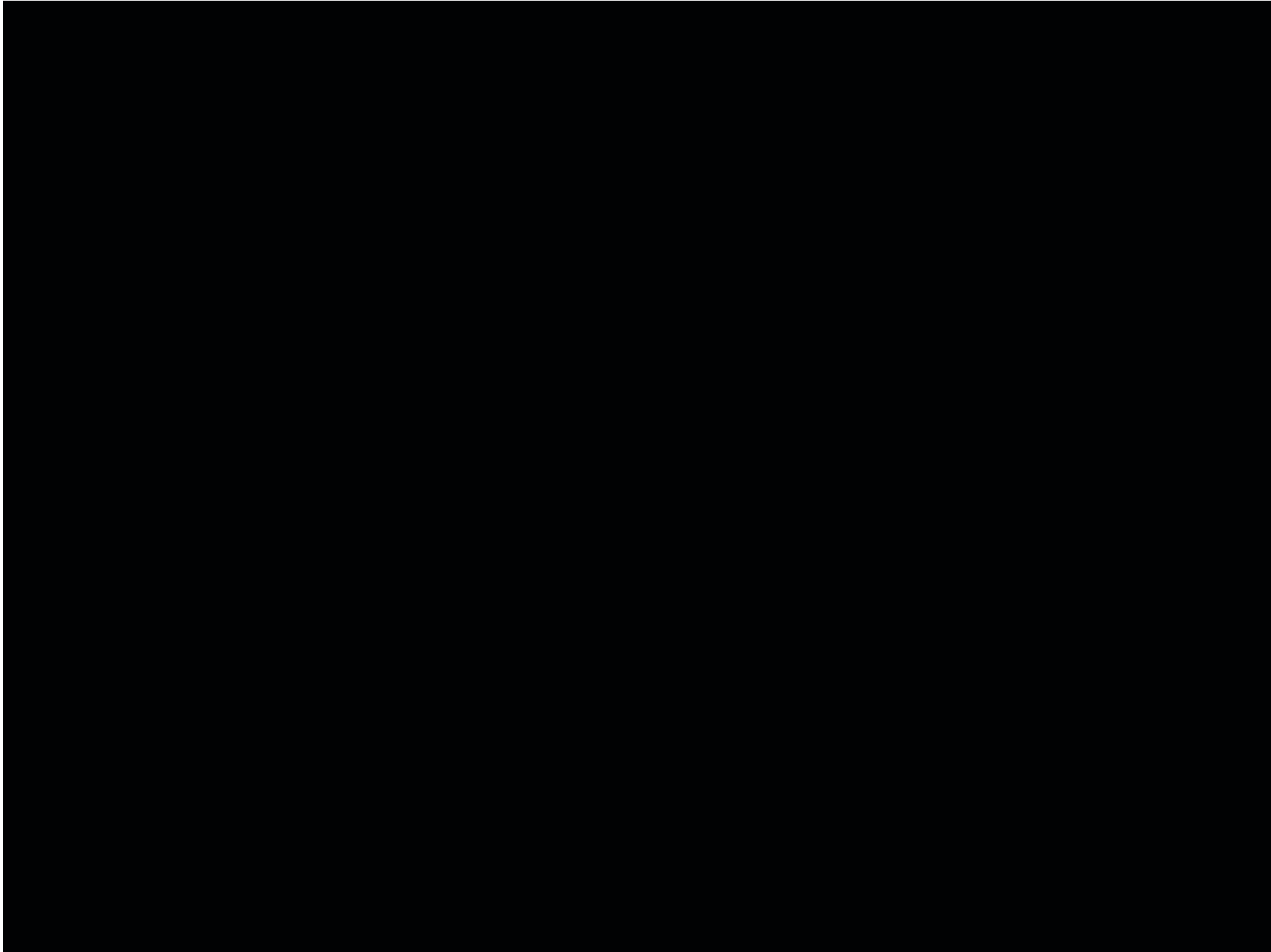
Mensajes – ejemplos



Road.cc

VISIBILIDAD

Test your awareness "Do the test". Campaña de TfL
20,5 millones de visionados
(viralvideochart)



Mensajes – ejemplos

- “Hi vis clothing” - alta visibilidad?



No hubo diferencia, salvo el caso “Policia” “Gravación con cámaras” de 117 a 123 cm

Mensajes – ejemplos

MÁS ESPACIO



Y TODAVÍA HAY GENTE
QUE VIAJA SIN SOLRED
Consiga gratis su tarjeta Solred
y ahorre en sus repostajes

2%
de descuento

SOLRED
1234 5678 9012 3456



ABSOLUT PATROCINA LA 1ª JORNADA DE CUSTOMITZACIÓ DE BICICLETES
DESCOBRIR MÉS COSES A WWW.ABSOLUT.COM

IN AN ABSOLUT WORLD

SI TOT FOS TAN PERFECTE COM **ABSOLUT.**

Mensajes – ejemplos

MÁS ESPACIO



Emisor: Espai Ambiental + 45
asociaciones, septiembre 2014

Mensajes

MÁS ESPACIO



Emisor: IKEA, Catálogo 2014

Mensajes



IDENTIDAD DE UNA CIUDAD



Mensajes



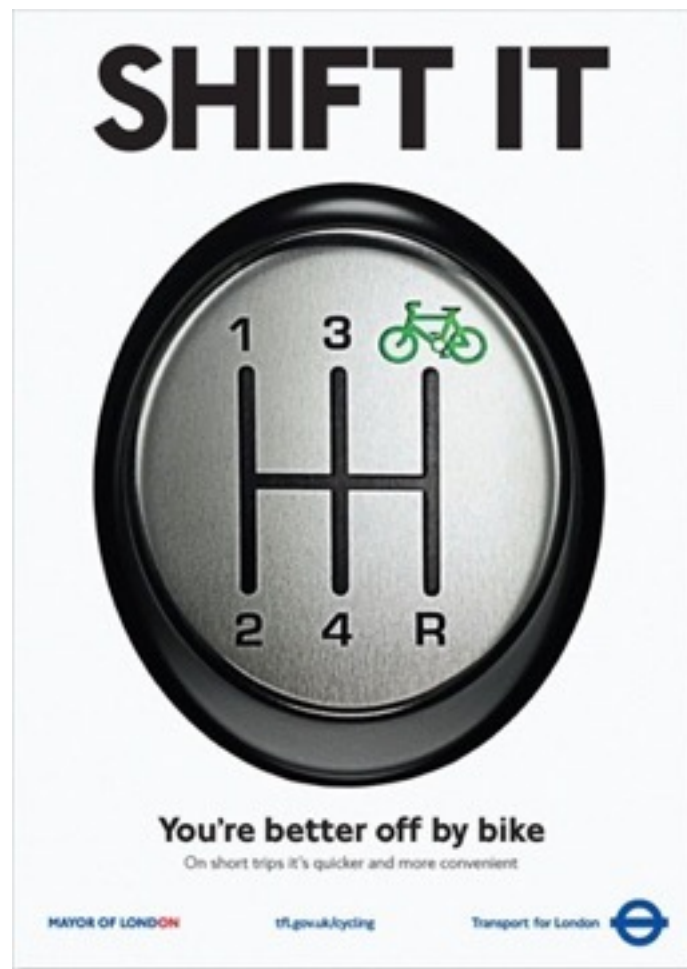
BALANCE DE ESTATUS

Mensajes

BALANCE DE ESTATUS



Mensajes



CAMBIA DEL COCHE A
LA BICI

Mensajes



VULNERABILIDAD -
APELACIÓN AL
RESPETO

Ciclonudista de Zaragoza, Heraldo.es (2014)

Mensajes



Fundació Terra



Natura Selection

RESPECTO AL MEDIO
AMBIENTE

El caso de las pegatinas (ejemplo)

- 2015: 4 cyclists dead in London in 2015. All have involved HGVs and three of the victims have been women. Last woman was using bikesharing (the 2nd fatality in the bikesharing scheme).
- 2014: 5/13 cycling fatalities involved HGVs.
- 2013: 0/14 "



El caso de las pegatinas

- Emisor institucional



Steve White/Alamy at The Guardian

El caso de las pegatinas

- Por el recetor “colectivo ciclista” fue entendido como:



El caso de las pegatinas

- El colectivo ciclista se convirtió en emisor para generar mensajes alternativos



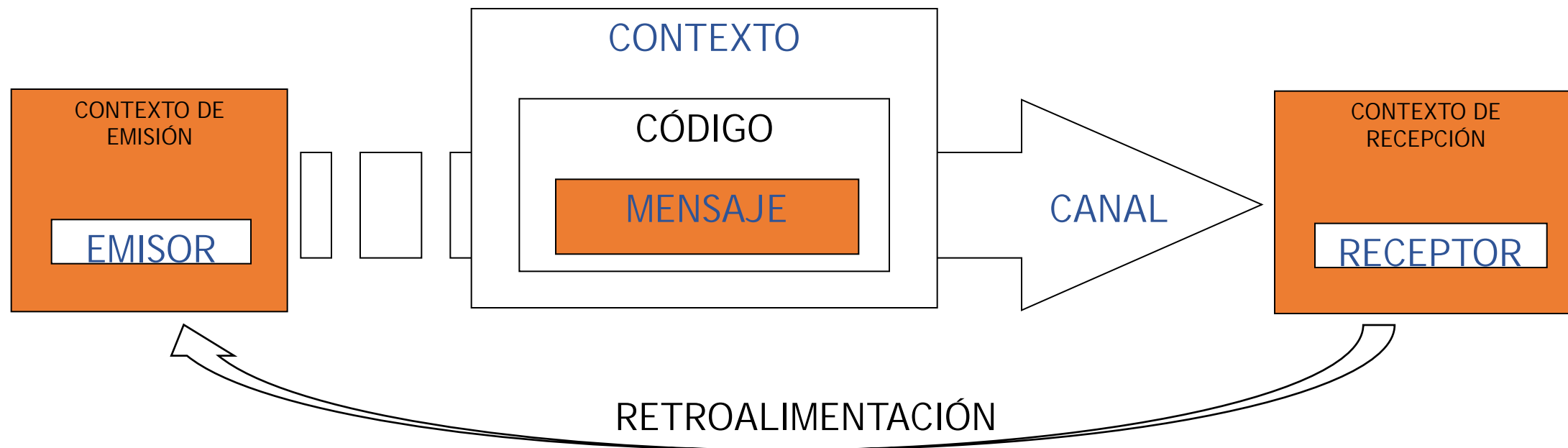
By @miniboyjim

El caso de las pegatinas

- Tras esta reacción, el emisor institucional cambió el mensaje



Teoría de la comunicación



Modelo de comunicación basado en Jakobson (1960)

Algunas reflexiones

Comunicación también es:

- Diseñar el mensaje en función de los perfiles de recepción: Preguntar y escuchar a los receptores para ver qué grupos hay y qué necesidades, barreras y motivaciones tienen.
- Ponerse en los zapatos del otro: el emisor debe conocer el contexto que tiene el receptor.
- Trabajar el mensaje. Marcar unos objetivos comunes y optimizar los canales de transmisión.
- Evaluar la legibilidad del mensaje para ver si está siendo descodificado de acuerdo a las intenciones del emisor.
- Análisis Crítico del Discurso. Explorar posibles desequilibrios de poder, marginalizaciones, etc.
- Romper estereotipos / Imágenes negativas asociadas a moverse en bicicleta y a los ciclistas - trabajar hacia la aceptabilidad

Questions and answers

¡GRACIAS!

ESTHER ANAYA



<http://imperial.academia.edu/EstherAnaya>



<http://twitter.com/anayaesther>