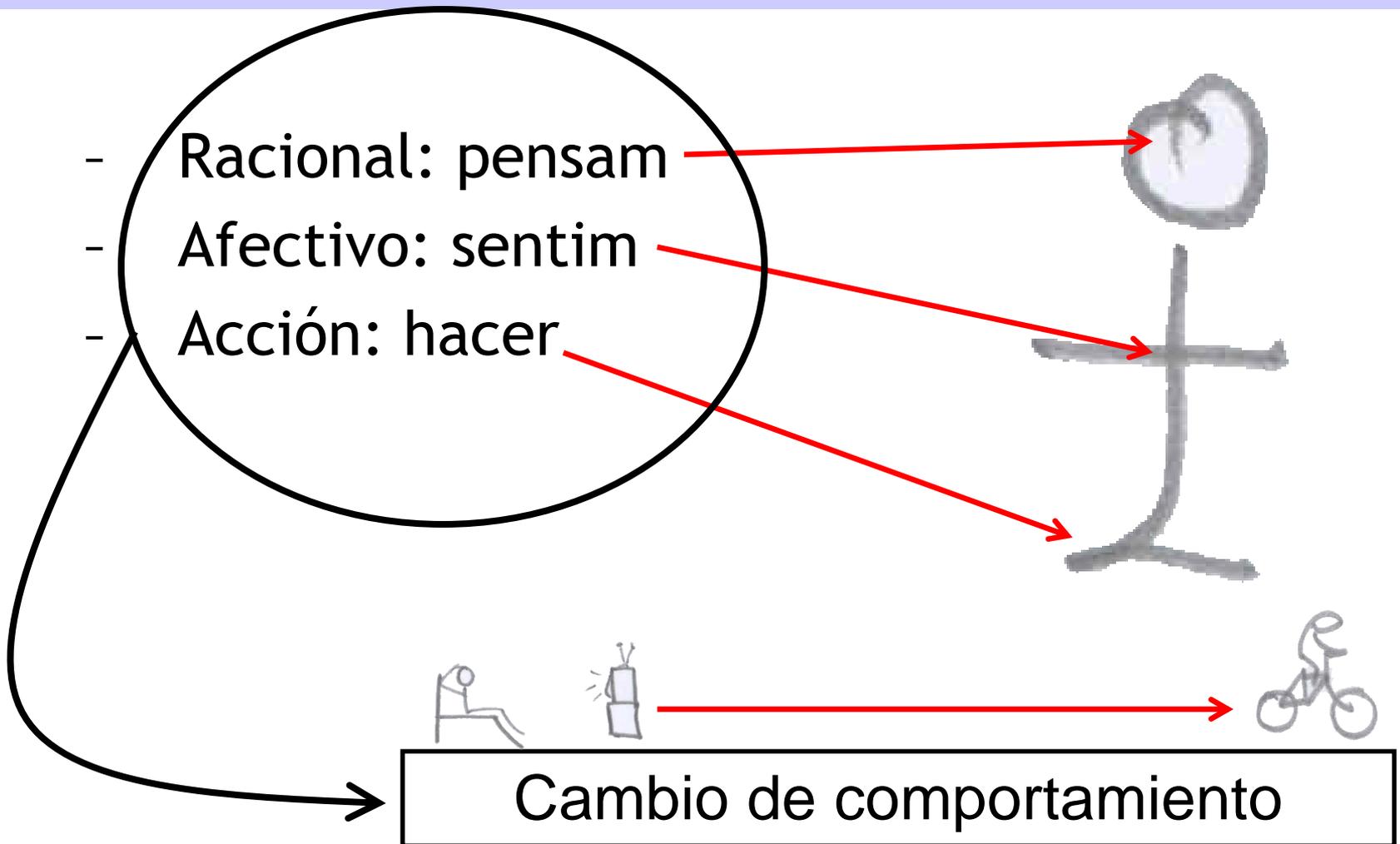


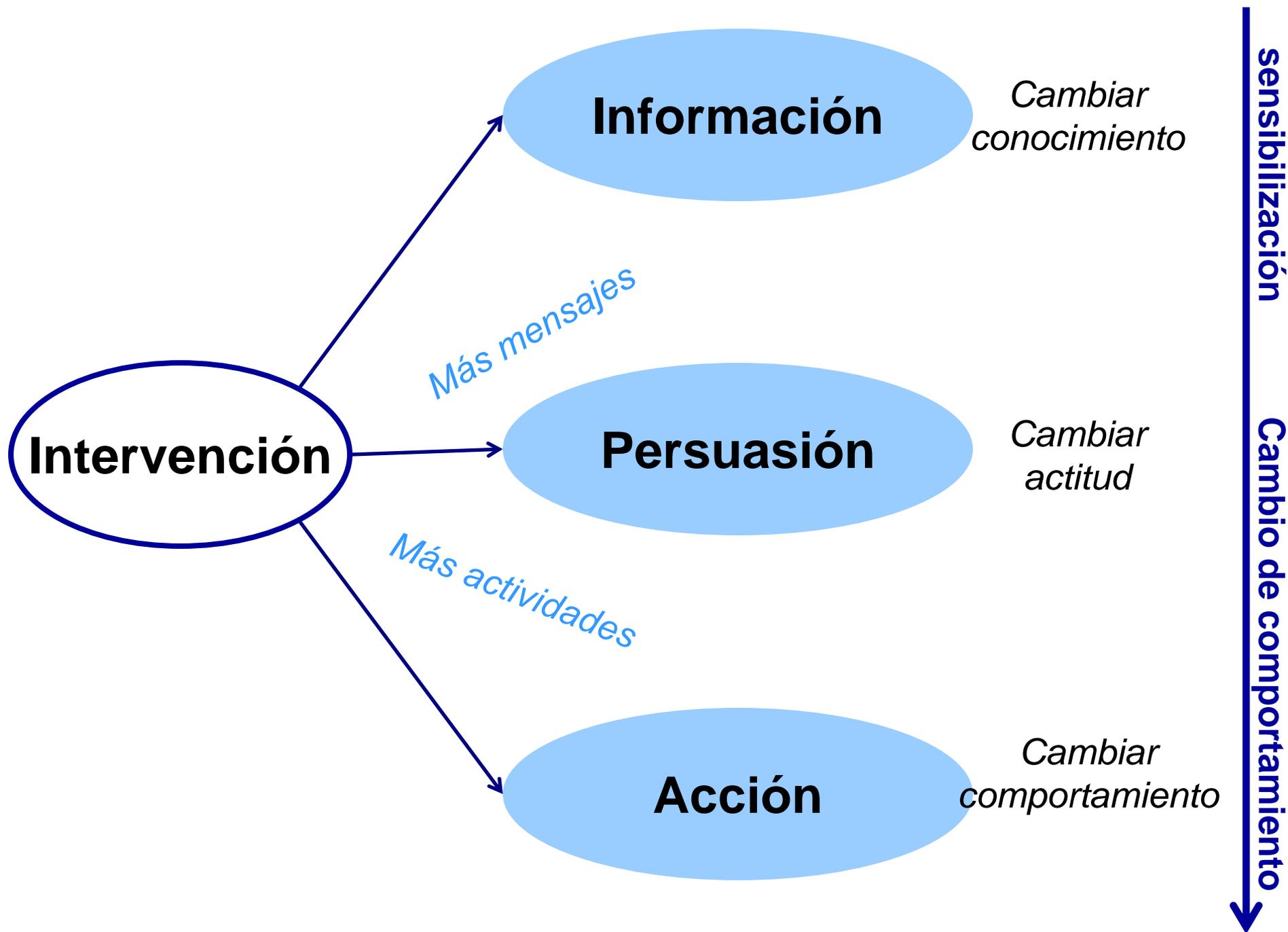
Intervención: tres tipos de acciones

Curso de transporte no motorizado
Rio de Janeiro, Novembro 2007

Carlos F. Pardo- GTZ SUTP

3 niveles de transmitir el mensaje





5.1. Información

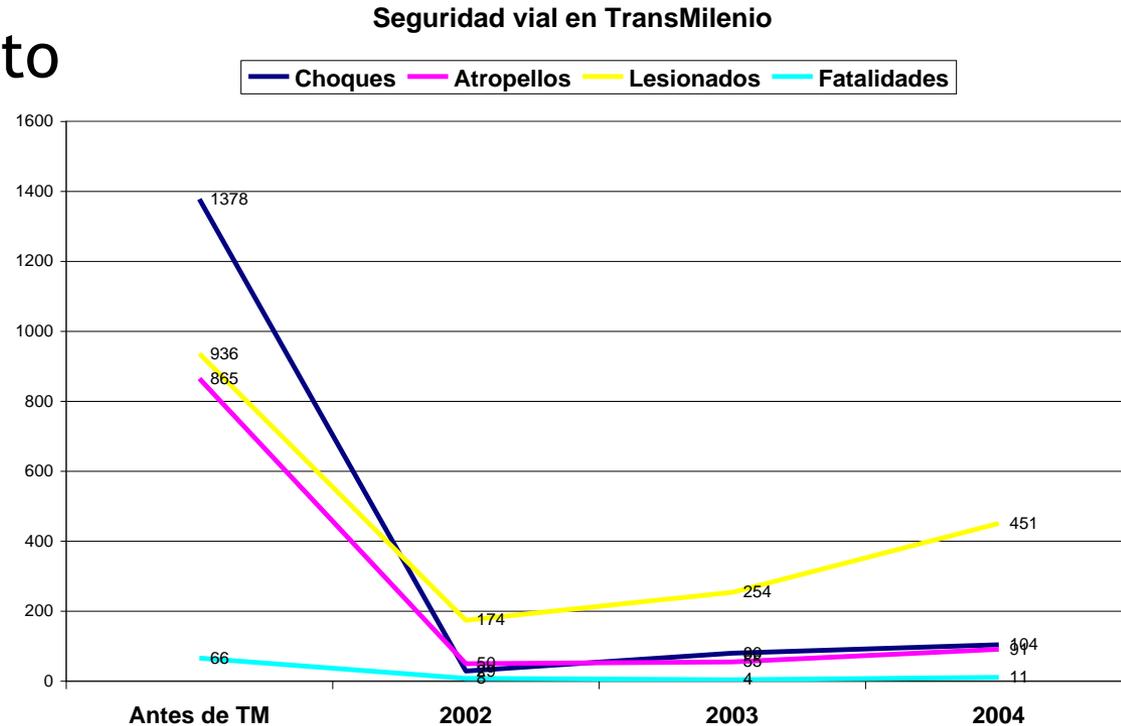
Características- funciones:

- Ciudadanos conscientes de los problemas
- Explicar y relacionar causas y efectos de problemas
- Qué pueden hacer para atenuar problemas
- Difundir actividades realizadas
- Promocionar conocimiento TS
- Promocionar disponibilidad de espacios de discusión



5.1. Información

- Generan conocimiento
- Datos específicos
- Números, estadísticas
- Retroalimentación a usuarios
- Disponibilidad!
- Contexto de entrega de información!
- Forma de entrega!



5.1. Información

Etapas de procesamiento de información:

Comprensión → procesamiento → aceptación → acción

- Información clara
- Concisa
- Datos claves
- Fácilmente accesible



5.1. Información

Ejemplo:

- Carrera de medios

Medio de transporte	A PIE	BICI	AUTOMÓVIL
TIEMPO (Minutos)	7'52"	4'40"	7'57"
Costo	0	0,01 (3,65€)	0,45 (164,25€)
Energía empleada (*)	1,25 (456)	1 (365)	87,5 (31.937,5)
contaminación (Hidrocarburos - CO2)	0	0	0,3105 (113kg. año)



(*)Datos en unidades relativas (Energía “humana”, no contaminante)

Recorrido: Centro de Día hasta la Casa de la Cultura, pasando previamente por el Ayuntamiento (Alovera, España). Fuente de datos: Juan Merallo.

5.1. Información – datos claves

- Expansión de infraestructura: mejoras temporales, a largo plazo - empeoramiento.
- 80% del espacio de vías - ocupado por 14% de ciudadanos - en carro
- Zona peatonalizada: 30- 60 % incremento en ventas, también seguridad y valor del suelo 40%.
- 1% de la energía producida por un automóvil es invertida en mover al conductor
- Transporte urbano - responsable por más del 25% de emisiones globales de CO2
- Peaje urbano de Londres: reducción tráfico 13%, incremento de velocidad - 22%
- Dispersión urbana genera depresión psicológica
- Obesidad y sobrepeso - riesgo muy grande para enfermedades crónicas
- Accidentes viales: promedio 2% del PIB de un país. Costo global 2004 US\$ 518 billones /año, 880,000 muertes por año y 10 heridos
- África: mueren más niños por accidentes de tránsito que de VIH/SIDA
- 2020: seguridad vial será el tercer problema más grande de salud del mundo.
- Día sin carro de Montreal, 2004: reducción 90% en NOx, reducción 38% ruido.
- Estados Unidos: 10,000 - 24,000 personas mueren / año por polución debida al tráfico.

5.2. Persuasión

- Tiempo de viaje percibido
- Costo percibido
- Acceso percibido
- Comodidad percibida
- Libertad percibida
- Flexibilidad percibida
- Seguridad percibida



5.2. Persuasión - los negativos



5.2. Persuasión - los positivos



5.2. Persuasión- la imagen del transporte...



Cómo se ven y cómo se deberían ver
(transporte privado motorizado)

5.2. Persuasión- la imagen del transporte...



Cómo se ven y cómo se deberían ver
(transporte público)

5.2. Persuasión- la imagen del transporte...

Nos llevan la delantera

- Porsche
- BMW



5.2. Persuasión- la imagen del transporte...

Aunque la verdad sea distinta (cuenten carros)



- 22 carros por autopista

- 9 carros por paralela

(promedio 1,4 por carro: **43,4** personas)

- **160** personas TM

- **3,7** veces más en TM

5.2. Persuasión- la imagen del transporte...



www.loveyourbike.org

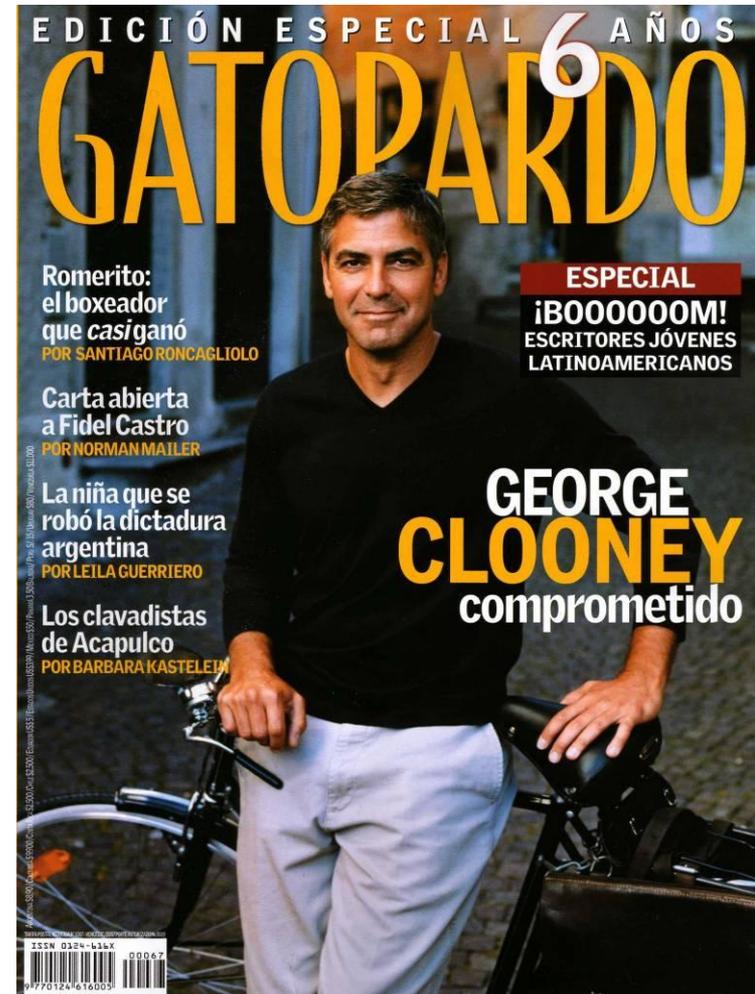
Claro, conciso, especifica qué hacer

5.2. Persuasión- claves para mensajes

- Mostrar comodidad en los medios de transporte sostenible
- Mostrar **pérdidas** (en términos de tiempo, dinero y actividad) por seguir utilizando un automóvil, en vez de ganancias por usar medio de TS
- Dar mensajes claros y atractivos
- Generar compromiso (por escrito o en público) de quien recibe el mensaje
- Especificar qué se debe hacer para resolver el problema
- Describir comportamientos alcanzables y realistas
- Referirse a reglas o creencias de conducta moralmente y socialmente aprobadas
- Vincular la violación de las “reglas” a sanciones sociales
- Entregar información para acción individual, familiar, y/o colectiva

5.2. Persuasión- la imagen del transporte...

- Modelamiento-
aprendizaje social
- Un método efectivo y sencillo
 - Modelo debe ser fácil de “identificar”
 - Que se vea otra gente (pares) con hábitos de TS



5.2. Persuasión

- Niños en los mensajes
- Muy efectivo con seguridad vial
- Padres responden mejor
- Integra una política global de desarrollo “más humano”



5.2. Persuasión - extrañeza

- Factor de extrañeza
- Genera disonancia cognitiva
- Genera atención
- Genera reacciones fuertes



5.2. Persuasión - extrañeza

años **EL COMERCIO**

VIERNES 26 DE MAYO • 2006

El mimo educa en la calle



105 teatreros se apoderan de las vías más concurridas por autos, en una campaña de prevención.

Quito | 17 Entre enero y marzo, 87 personas murieron en accidentes de tránsito. El 62 por ciento de choferes no usa el cinturón de seguridad. La táctica para inculcar su uso es el humor, con mimos de la calle que identifican a cientos de infractores.

Barrios

Los moradores de Santa Ana, al sur, cuidan su

Salu



Alho
Chor
equip

El TC s
la ver
'pasti
día de

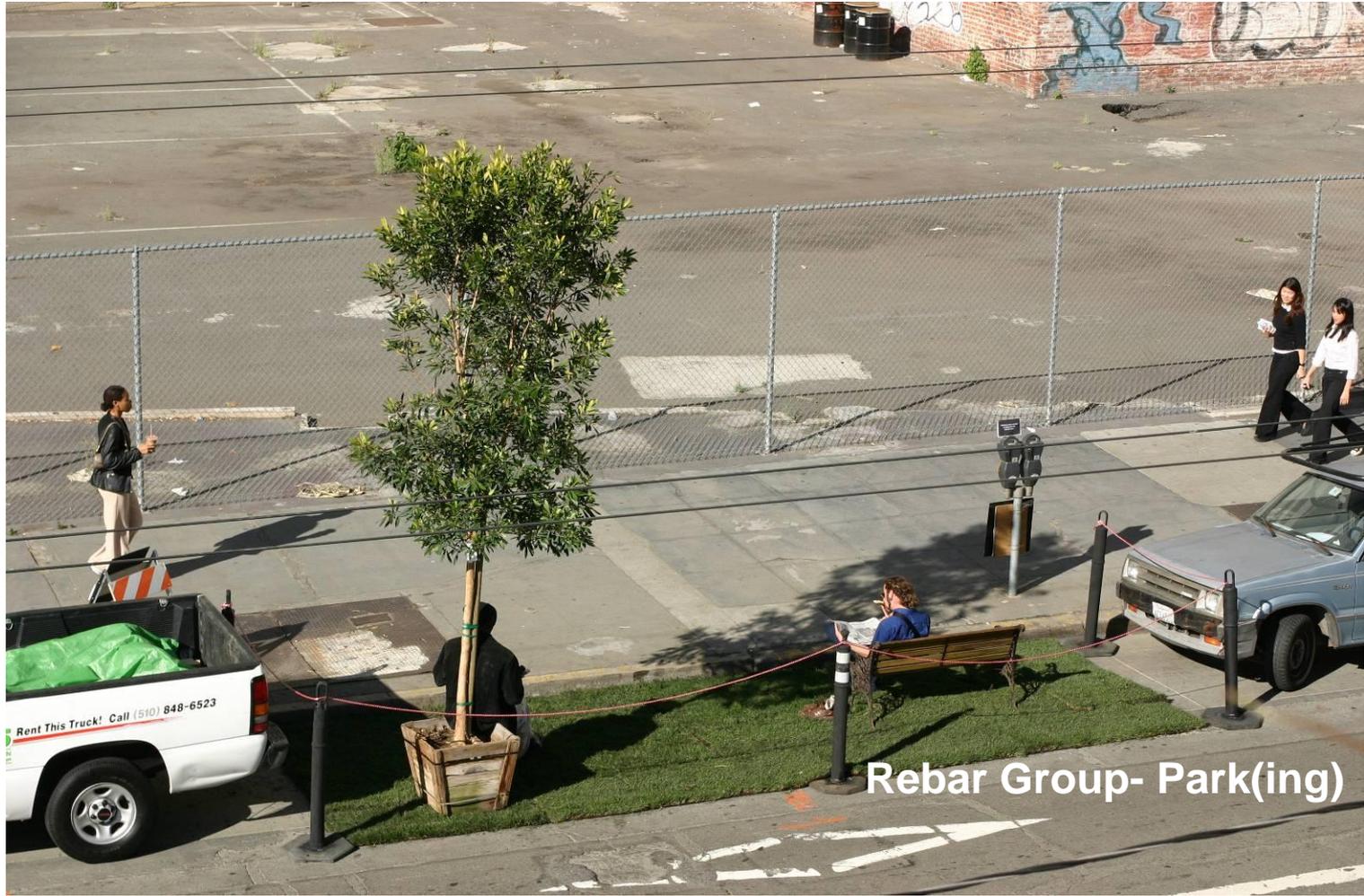
Socied



5.2. Persuasión - extrañeza



5.2. Persuasión- la imagen del transporte...



5.2. Persuasión – estatus?

- Estatus como el símbolo máximo del transporte?
- Otros valores asociados al transporte



5.3. Acción

- **Acción:** especificar el comportamiento que se quiere promover como tal: montar en bicicleta, utilizar transporte público, caminar en viajes cortos...
- **Meta:** Quien se espera que cambiará el comportamiento, la población “afectada”: en este caso, el público en general o incluso los tomadores de decisiones.
- **Contexto:** Cómo desarrollar la acción, según qué parámetros
- **Tiempo:** Momento en que realizará la acción.

5.3. Acción

Comportamientos más adecuados:

- Potencial de impacto
- Consecuencias inmediatas y obvias
- Compatibilidad cultural
- Costo
- Simplicidad
- Generalidad
- Sostenibilidad
- Grupos



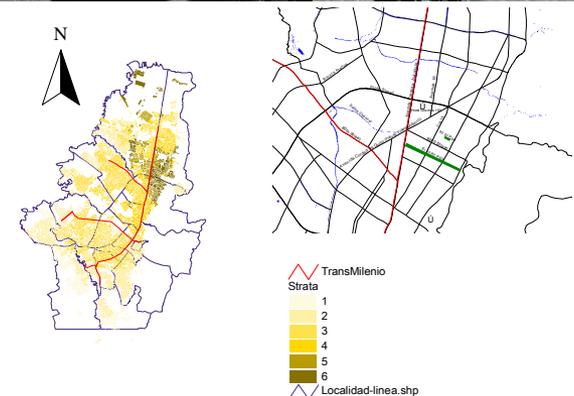
5.3. Acción – viajes gratuitos

- Introducción de un nuevo sistema
- Conocimiento de operación (sin costo)
- Demostración gratuita de beneficios
- Complementa información en estaciones



5.3. Acción - recorridos

- Asistentes al recorrido.
- Grupo de personas que guiarán el recorrido.
- Otros grupos relevantes.
- Cantidad de bicicletas y/o bicitaxis.
- Transporte de bicicletas a origen y destino del recorrido.
- Mapa de recorrido específico.
- Guión de recorrido.
- Tiempo de recorrido.
- Teléfonos de contacto.



5.3. Acción – días sin automóviles

- Muestra voluntad política

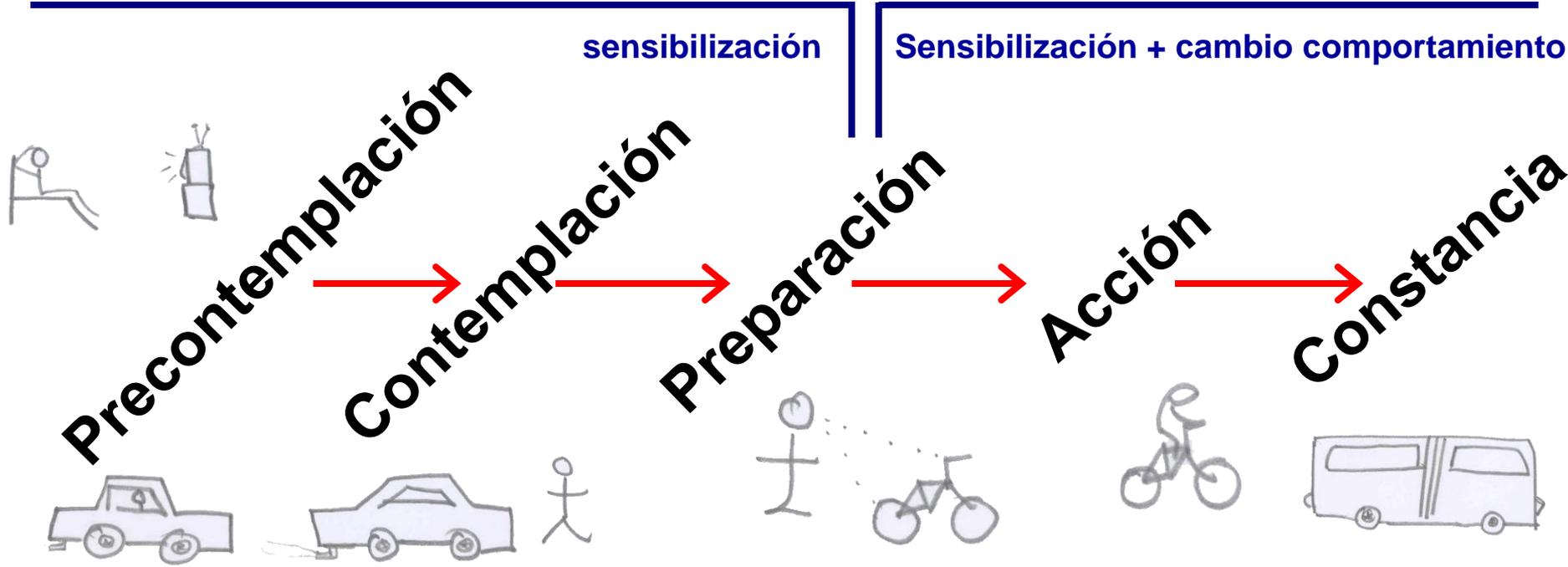


5.3. Acción – “cosas” sin automóviles

Componente	Día sin automóviles (anual, infraestructura existente)	Domingo sin automóviles (periódico, infraestructura existente)	Área sin automóviles (permanente, nueva infraestructura)
Planear el evento	Reuniones, ejercicios pilotos	Reuniones, ejercicios pilotos	Diseño, cronograma, involucrados
Información para los ciudadanos	FAQ, página web, mapas, publicidad	FAQ, página web, mapas, publicidad	simulaciones gráficas del área (3d)
Recursos físicos	Cinta amarilla para cruces, uniformes para quienes organicen la jornada.	Cinta amarilla para cruces, señales semi-permanentes, uniformes para quienes organicen la jornada.	Recursos de construcción
Recursos humanos	Cada grupo involucrado debe dar sus recursos humanos	Hay un equipo permanente del departamento/organización a cargo	Arquitectos, ingenieros, trabajadores de construcción
Evaluación de la iniciativa	Percepción de los ciudadanos, medidas ambientales, medidas económicas, fotos	Percepción de los ciudadanos, medidas ambientales, medidas económicas, fotos	Percepción de los ciudadanos, medidas ambientales, medidas económicas, fotos
Participación del sector privado	Financiar el evento	Financiar el evento, publicidad del evento	Ajustarse a la iniciativa (dueños de tiendas), mejorar áreas cerca de la iniciativa sin automóviles (terrazas, etc)

5.4. Integrar las 3 acciones

- No pueden estar aisladas: resultados deficientes
- Corto plazo: Mayor persuasión
- Mediano plazo: mayor información
- Largo plazo: mayor acción



Racional: sin conocimiento de transporte sostenible



Racional: algún conocimiento de transporte sostenible



Racional: mucho conocimiento de transporte sostenible

Afectivo: El automóvil es cómodo y placentero



Afectivo: indecisión



Afectivo: las bicicletas y el transporte público son equitativos

Acción: uso de automóvil para todos los viajes



Acción: algún uso de bicicletas o transporte público



Acción: poco uso de automóvil, más que todo uso de bicicleta y transporte público



gtz

Partner for the Future.
Worldwide.

GTZ SUTP project

www.sutp.org sutp@sutp.org

transport@gtz.de

