

30 Días en Bici como herramienta de promoción del uso cotidiano de la bicicleta

Autor: **Carlos Rodríguez González**

Índice:

1. La promoción del uso cotidiano de la bicicleta en el marco de la Movilidad sostenible.
 2. Nacimiento y desarrollo de 30 Días en Bici.
 3. 30 Días en Bici como herramienta de innovación social para la modificación de conductas en materia de movilidad personal.
 - 3.1. Misión.
 - 3.2. Desarrollo de la campaña anual.
 - 3.3. Escalas, áreas y líneas de intervención.
 4. Modelo “30DEB” de cambio de conductas en movilidad personal.
 - 4.1. Modelo convencional vs. modelo 30DEB.
 - 4.2. Invocación directa del cambio de hábitos.
 - 4.3. La gamificación.
 - 4.4. Código de comunicación positivo.
 5. Replicabilidad.
 6. Impacto.
 7. Estudio de caso local: Gijón
 - 7.1. Participación local en Gijón.
 - 7.2. Calendario Actividades 30DEB Gijón 2016.
- Notas al pie.

Palabras clave: movilidad sostenible, bicicleta, innovación social, gamificación, modificación de conducta, 30 Días en Bici,

1. LA PROMOCIÓN DEL USO COTIDIANO DE LA BICICLETA EN EL MARCO DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

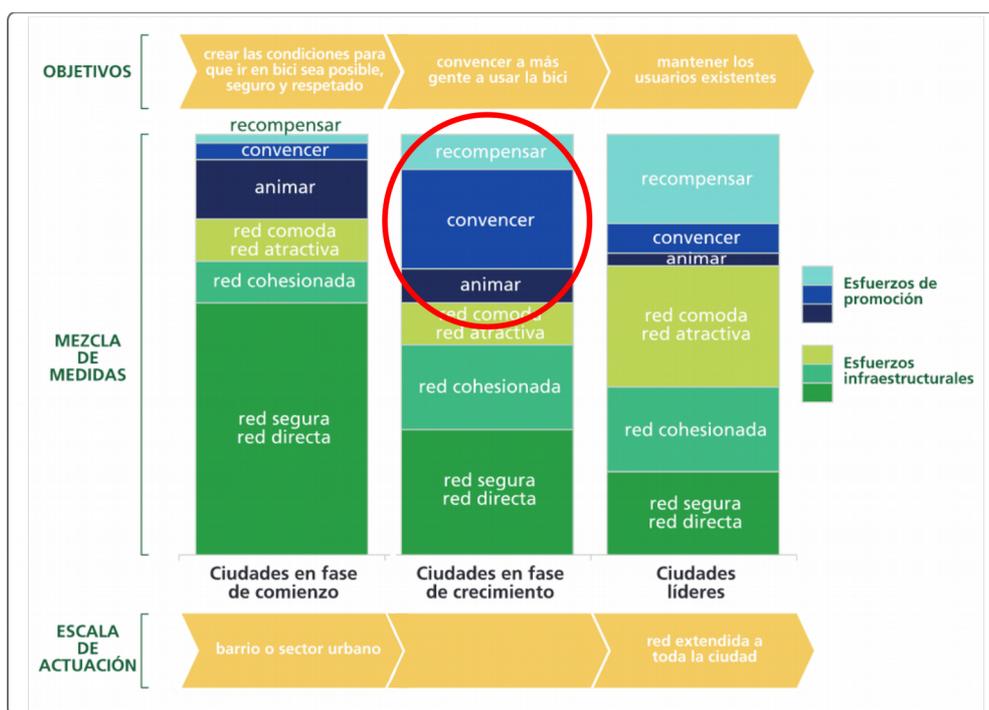
La bicicleta como medio de transporte en las ciudades españolas representa un desafío para los planificadores y un campo con infinito espacio de mejora. En muchas ciudades europeas, el uso de la bicicleta representa, desde hace años, un porcentaje muy importante en el **reparto modal** y es una **parte de la vida** de los ciudadanos inextricable del resto de su actividad diaria.

Esas ciudades que ponemos de ejemplo de movilidad sostenible y saludable para el ciudadano, nos abren un camino a seguir pero persisten las dudas sobre cómo hacer de la bicicleta un medio de transporte urbano factible y seguro. Existe un fuerte acuerdo en toda la comunidad implicada en que las **claves** están en estos ejesⁱ:

- Mejorar la seguridad vial de los/as ciclistas

- Garantizar la intermodalidad de la bicicleta
- Creación de una Red Básica de Vías Ciclistas de ámbito estatal
- Ayudas a la financiación de infraestructuras viarias para bicicletas
- Lucha contra los robos de bicicletas.
- Medidas de ámbito legislativo
- Promoción de la investigación y asesoría sobre la movilidad en bicicleta
- Campañas de promoción del uso de la bicicleta
- Medidas ejemplarizantes para mejorar la imagen de la bicicleta
- Ayudas a las entidades ciudadanas que trabajan a favor de la bicicleta.

Mientras **las infraestructuras** se llevan la mayor parte de las inversiones y monopolizan el debate sobre que hacer aquí y ahora para incrementar el porcentaje en el reparto modal de nuestras ciudades, las campañas de **comunicación, concienciación y promoción directa** de la movilidad ciclista son la hermana pequeña a la que se dedica poca atención hasta que no crezca la hermana mayor.



Tipología de estrategias de promoción según la etapa de desarrollo ciclista
Fuente: elaboración propia sobre PRESTO

Concentrándose en el área resaltada en rojo en la figura, 30DEB se convierte en la **herramienta auxiliar** ideal para las políticas de promoción de la movilidad ciclista en las ciudades. De esta manera, el programa 30 Días en Bici ha sido adoptado por el **Ayuntamiento de Gijón** dentro de su estrategia de movilidad y sostenibilidad como campaña anual de intervención a nivel **movilidad ciclista** en el municipio.

2. NACIMIENTO Y DESARROLLO DE 30 DÍAS EN BICI

30 Días en Bici nació en **2013** como una iniciativa ciudadana que conquistó el país con su propuesta para promocionar el uso cotidiano de la bicicleta en las ciudades. Su espíritu de “*ven y pruébalo*” y el impulso comunitario que ha ido ganando en estos tres años de incesante trabajo en las redes sociales, ha convencido a muchos ciclistas y no ciclistas de que la bicicleta es la alternativa más inteligente para moverse en la ciudad.

30 Días en Bici adaptó la propuesta del movimiento **30 Days of Biking** nacido en 2010 en Minneapolis (Minnesota, USA) para empezar una experiencia de innovación social en materia de promoción de la movilidad ciclista.

Con el fin de asegurar la sostenibilidad económica y técnica del evento, el movimiento ciudadano en diciembre de 2014 toma la forma jurídica de **Asociación Cultural 30 Días en Bici**, con los siguientes fines estatutarios:

1. Promover el uso diario y cotidiano de la bicicleta como medio de transporte por la salud, bienestar personal y mejora de la calidad de vida.
2. Impulsar la bicicleta como principal medio de transporte personal sostenible y no contaminante.
3. Promover y educar a la ciudadanía sobre los beneficios que el uso de la bicicleta tiene en la salud de las personas.
4. Hacer de nuestras ciudades un espacio más humano al tiempo que cuidamos al planeta.

Merced al crecimiento en notoriedad e influencia de la campaña 30DEB, en 2015 la organización apuesta por **diversificar** sus líneas de acción y el evento anual “30 Días en Bici” pasa a convertirse en el **programa estrella** de la cartera que gestiona el colectivo y que incluye: “**Activa tu Energía**” (educación para la movilidad sostenible, **premio Climate Champions** en Ecoemprendedores por el Clima #ECO4CLIM16), “**BiciLab**” (programa de ApS basado en reciclado y revalorización de bicicletas) y “**Mira Mamá ¡sin coche!**” (Servicio de alquiler social de bicicletas de carga para jóvenes). Al tiempo, el equipo técnico de la organización diseña acciones a medida para instituciones y eventos como el **Gijón Bus & Ride**, una acción de promoción de la intermodalidad bici+bus galardonada por la European Cyclist Federation como “**Best Mobility Action EMW 2016**”.

La organización 30DEB ha recibido en 2015 el premio nacional **XVI Premio ConBici a la Movilidad Sostenible** por “su trayectoria de promoción del uso cotidiano de la bicicleta como modo de transporte y por la originalidad de su acción para el cambio directo en los comportamientos de movilidad personal, familiar y/o laboral generando el hábito del uso diario de la bici en la ciudad”.

3. 30 DÍAS EN BICI COMO HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN SOCIAL PARA LA MODIFICACIÓN DE CONDUCTAS EN MATERIA DE MOVILIDAD PERSONAL.

3.1 Misión

La misión de 30DEB es **promover y fomentar el uso diario y cotidiano de la bicicleta como elemento de movilidad personal en el entorno urbano**, lo que se traduce en la mejora de la movilidad en las ciudades, su sostenibilidad y resiliencia, así como la mejora de la calidad de vida, la salud y el bienestar personal de sus habitantes.

Esta misión es llevada a cabo por:

6. El **Grupo Promotor**: es el equipo de trabajo que la organización AC30DEB designa para la realización de la campaña anual a nivel global.
7. Los **Grupos Locales**: Equipos de trabajo que, en cada ciudad, a nivel local, desarrollan la propuesta de actividad local y la implementa en solitario o en colaboración con otros agentes locales.

3.2 Desarrollo de la campaña anual

Como se deduce de todo lo anteriormente expuesto, básicamente se busca comprometer (fidelizar) al mayor número de participantes para que usen la bicicleta durante 30 días seguidos y así adquieran el **hábito del uso cotidiano de la bicicleta** y al tiempo generar una gran corriente de información positiva en los *mass media* y redes sociales sobre los **beneficios de la movilidad personal en bicicleta**.

La **propuesta** que se hace al participante es sencilla: *“pedalea a cualquier parte de tu ciudad, cada día durante los 30 días de abril -una vuelta a la manzana, 20 kilómetros hasta el trabajo, o un paseo al atardecer, lo que sea que te venga bien-, y comparte tus aventuras on line”*.

La campaña dura entre tres y cuatro meses con diferentes intensidades:

- I. Enero y Febrero: **Previo El Compromiso**. En esta primera ola la presión de comunicación es creciente. La duración y el nivel de actividad es variable a nivel local. Las actividades de calle se dirigen a generar conocimiento sobre 30DEB, fomentar un clima de expectación para marzo y atraer talento al Grupo Local.
- II. Marzo: **El Compromiso**. Del 1 al 31 de Marzo está abierto el periodo para **firmar** el compromiso. Durante todo el mes, los participantes se registran desde la plataforma on-line <http://30diasenbici.com> en la **lista mundial** de “El Compromiso” y dan **testimonio** de la razón por la que se comprometen a usar la bici cada día en abril. El nivel de presión a nivel de comunicación en redes sociales es máximo. La actividad local se dirige a obtener atención mediática y alcanzar nuevos públicos.

III. Abril: **30 Días en Bici**. La actividad en redes sociales se dirige a resaltar las actividades diarias más reseñables de los participantes individuales y a comunicar las actividades de cada Grupo Local. La actividad local busca reunir y cohesionar a la comunidad local de “alegres ciclistas”, atraer a los *mass media* y generar interés y participación del resto de la ciudadanía. Se instruye a los comprometidos a:

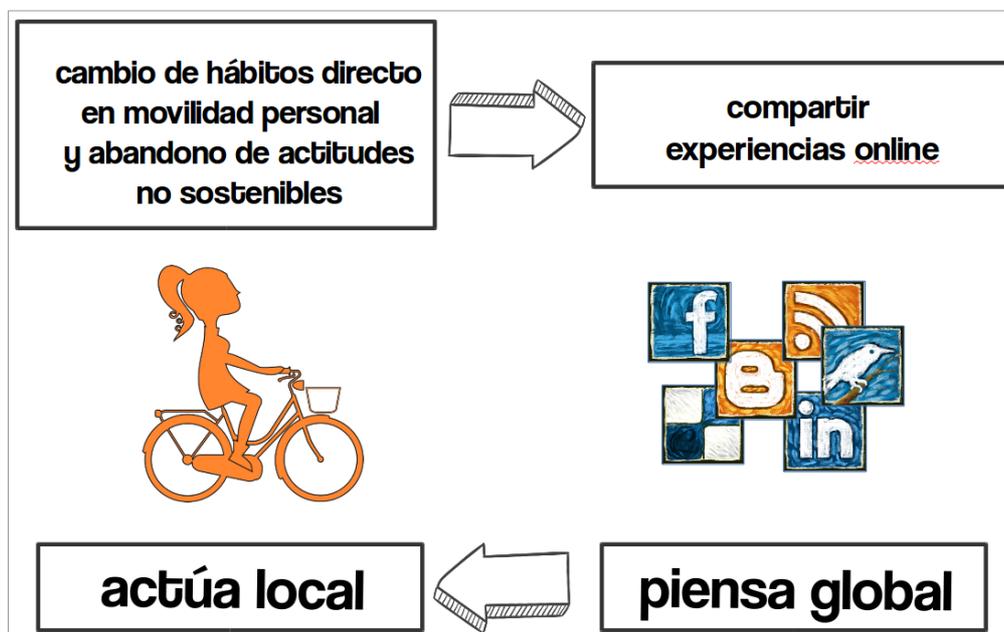
Paso 1: *Pedalea en tu bicicleta a cualquier parte, con cualquier destino. Haz amigos y pedalead juntos.*

Paso 2: *¡Comparte tus historias! Tuitea tus historias con las etiquetas #30díasenbici o #30DEB. Publica en Facebook. Escribe en tu blog. Haz un video. Sigue las historias de los demás alegres ciclistas y únete a la conversación.*

Paso 3: *Repite los pasos 1 y 2 durante todo abril y por lo menos una vez al día. Que cada día se convierta en el eslabón de una cadena de bicicleta. Estate atento al calendario de eventos y actividades locales y participa en las marchas sociales, salidas en grupo y otros eventos ciclistas que se celebran en tu ciudad.*

Paso 4: *El día 30, ¡Celébralo!*

Las acciones y actividades que por parte de los Grupos Locales se organizan y desarrollan en el mes de abril no están dirigidas exclusivamente a los “ciudadanos comprometidos” sino que también se dirigen a los “usuarios puntuales de la bicicleta” (deportivos, recreativos, etc.) al objeto de captar su atención y sensibilizarles sobre la movilidad ciclista y su estilo de vida activo y saludable.



Es decir, se busca la **participación** de todo tipo de personas a través de un calendario de actividades aptas **para todos los públicos** que ponen en valor **la bicicleta como vehículo personal útil a cualquier edad y condición**, ligando movilidad con cultura,

actividades sociales, deportivas y educativas y poniendo a la bicicleta en **condiciones reales de uso** urbano y cotidiano.

Y siempre se cuida que cada evento sea **inclusivo** por naturaleza, dirigiéndose a todo tipo de personas, edades, condiciones, etc. y facilitando la **accesibilidad** y la **equidad** de forma que la bicicleta sea un elemento de realización y **emancipación** personal.

Para ello es importante contar con la **participación ciudadana** a través de distintos agentes como Unión de Comerciantes, Asociaciones de Vecinos, AMPAS, centros municipales, empresas relacionadas con el ocio y la cultura, etc. En ese sentido se pueden desarrollar conjuntamente **acciones ad-hoc** para estos colectivos. Además, para ganar en influencia, por ejemplo, el Grupo Local de Gijón creó una red de establecimientos comerciales y hosteleros, reconocidos como “**Establecimientos Biciamigos**”, los cuales se comprometían a ofrecer servicios y/o promociones especiales a aquellos ciudadanos que participasen en la iniciativa 30DEB.

3.3 Escalas, áreas y líneas de intervención

El efecto de cada intervención se produce a **cuatro escalas**:

1. Escala **personal** - Adopción del compromiso 30DEB y/o participación en las actividades locales.
2. Escala **local** – Generación de actividad y promoción de la participación en las actividades.
3. Escala **nacional** - crecimiento del movimiento 30DEB a escala nacional
4. y atención mediática con contenido informativo.
5. Escala **internacional**, por la vinculación al movimiento global 30 Days of Biking.

Desde el primer momento se establecieron **cinco áreas de actuación** que permitían identificar los grandes grupos de líneas de intervención. Estas áreas son:

- a) Área “Movilidad personal”: uso cotidiano, en bici al trabajo, al cole en bici, ...
- b) Área “Salud”: Auto-cuidado y vida activa. Estilos de vida. Ocio familiar activo.
- c) Área “Salud y medio ambiente”: calidad de aire, ecología urbana,...
- d) Área “Participación ciudadana”: implicación, consumo responsable, sostenibilidad, educación en valores,...
- e) Área “Desarrollo económico”: innovación, creatividad, emprendimiento, turismo...

Las **líneas de intervención** específicas se plantean para cada subcampana/acción/actividad y han ido variando con los años adaptándose a las necesidades de comunicación para los objetivos concretos que se iban planteando y dando diferentes pesos a las cinco **áreas** de intervención ante citadas. El efecto de cada intervención se produce, nuevamente, a **tres escalas**: personal, local y nacional.

4. MODELO “30DEB” DE CAMBIO DE CONDUCTAS EN MOVILIDAD PERSONAL

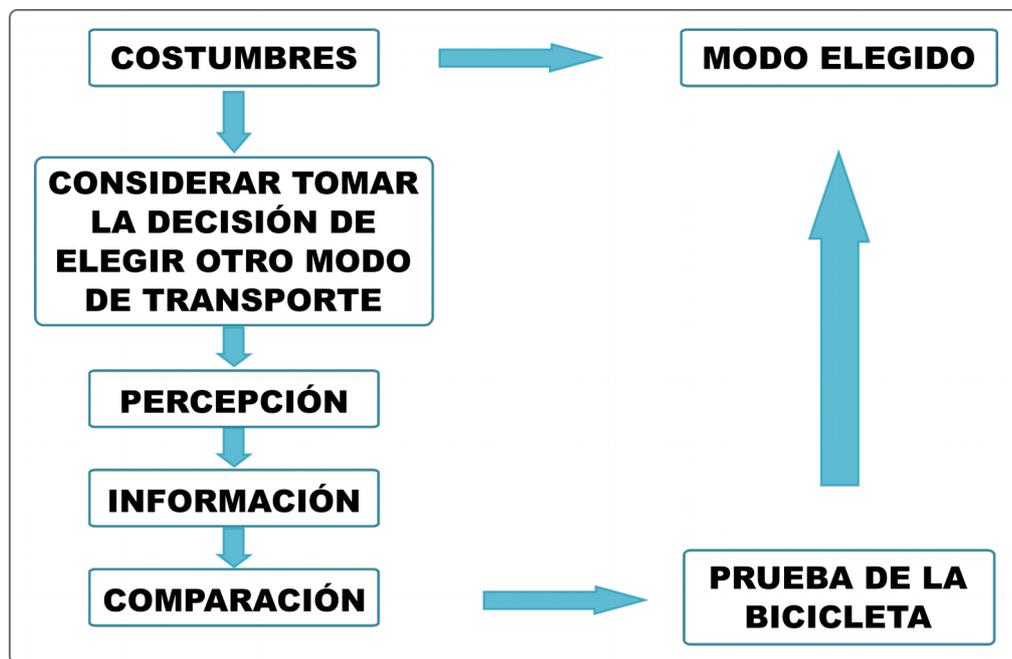
30DEB es en sí misma, como iniciativa de promoción, una **llamada para la acción**: se pretende generar un **cambio de hábitos directo** en la movilidad personal abandonando comportamientos no sostenibles.

4.1 Modelo convencional vs. modelo 30DEB

Los comportamientos relacionados con la movilidad están profundamente arraigados en procesos cognoscitivos difíciles de remover. La forma en la que estamos endoculturados para movernos rápida e irreflexivamente, hace que el proceso de adopción de patrones de movilidad personal más sostenibles sea complejo y lleno de interferencias.

El proceso de decisión está contaminado por prejuicios, desconocimiento de las normas, percepción del riesgo, eficiencia y comodidad, factores emocionales, etc. que hacen que los consejos o recomendaciones de las campañas no sean percibidas correctamente.

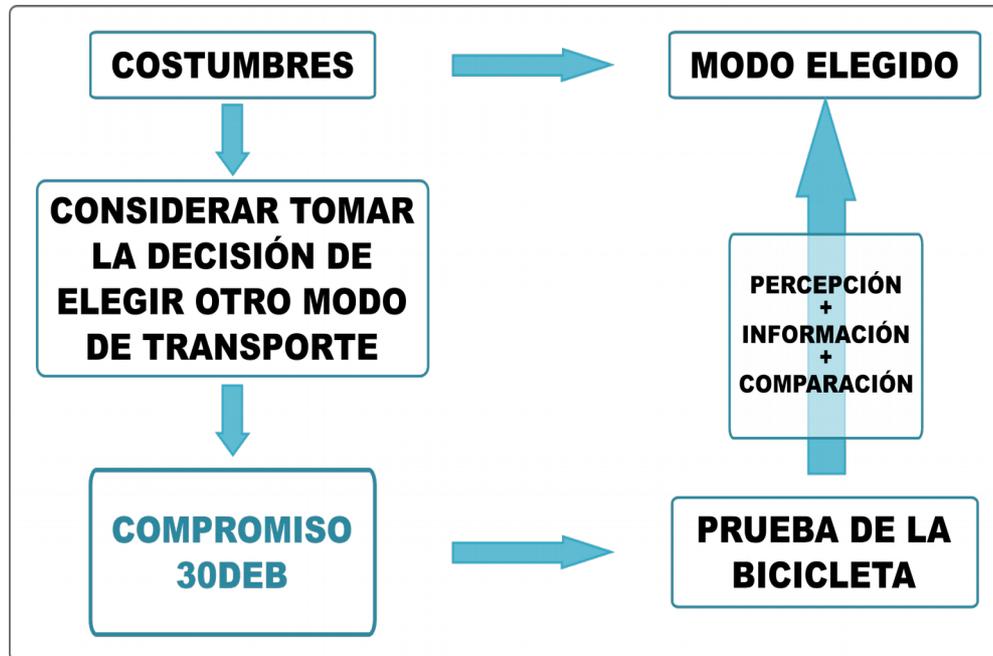
Por tanto, el camino hasta la prueba de la bicicleta es incierto y lleno de obstáculos que dificultan la evitación del automatismo movilidad = coche y la adopción de la bicicleta como parte del mix modal personal.



Proceso personal de cambio modal

Mientras otras acciones de comunicación/sensibilización se basan en su contenido informativo, 30DEB –usando metodologías de **innovación social**– apuesta por un **modelo vivencial** en el que la **experimentación directa** por parte de los

participantes de los **beneficios** del uso cotidiano de la bicicleta es lo que genera el impacto directo a nivel individual y colectivo.



Modelo 30DEB de cambio modal individual

Así, se induce al participante al reto de comprometerse a usar la bici durante 30 días seguidos y se provoca la **prueba directa e inmediata**. Durante este proceso de prueba, es la comunidad la que colectivamente hace las labores de comunicación con un **mensaje fresco, positivo, poliédrico y ajustado** a las necesidades de cada individuo que es percibido por todos como suyo.

En este modelo de intervención hay tres elementos muy importantes: la generación del hábito, la gamificación y el código de comunicación.

4.2 Invocación directa del cambio de hábitos de movilidad personal

La incitación a usar la bici durante 30 días, cada día, sin descanso, apunta a la creación de un hábito por repetición. Aunque no hay un acuerdo generalizado, hay cierta aceptación pública de que se tardan entre **21 o 28 días**ⁱⁱ para formar un hábito. Pero independientemente de los días concretos que se tarde, sí hay consenso en que los hábitos se forman por repetición gracias a la **plasticidad cerebral**.

Fue William James (1842-1910) quien desarrolló la idea de plasticidad cerebral: las influencias externas (que refuerzan hábitos o establecen nuevos hábitos) modifican el funcionamiento cerebral pero también su estructura. Neurológicamente hablando, la **repetición** crea una rutina que permite alcanzar una recompensa (el ahorro de energía

por automatizar una tarea) que actúa como reforzador. **Rutina y recompensa** son los dos elementos básicos para la formación de un hábito.

El Compromiso de 30DEB crea un **contexto** para desarrollar un nuevo hábito en conflicto con las costumbres de movilidad personal preexistentes que se pretenden modificar. Y la forma **pública** en la que se hace este compromiso rodea la decisión de una **línea de defensa** reforzada por la comunidad de “alegres ciclistas”. Además durante el mes de abril no se permite ninguna excepción. La **continuidad** del comportamiento es clave para que el mecanismo rutina-recompensa haga su trabajo.

La obligación de usar la bici cada día (individualmente, en compañía o durante las actividades promovidas por el grupo local) son la **oportunidad diaria** para desarrollar el nuevo comportamiento y cargarlo de **alicientes emocionales**, que den ese *sentido épico* a la acción por pequeña que sea. Esa es la importancia de la **comunidad 30DEB**: aportar ese **envolvente emocional** que guía hacia el hábito al comprometido. Y también entregar ese **contenido racional y positivo** que genere descubrimientos, decisiones y deseos que refuercen el cambio de conducta. ¡Parece que W. James hubiera estado pensando en 30DEBⁱⁱⁱ cuando escribió *Habit!*

4.3 La gamificación

La inclusión de elementos de juego (lo que se conoce como gamificación) ha demostrado ser un ingrediente clave en iniciativas planteadas con el objetivo de cambiar hábitos en las personas. El poder de la **motivación** a través de la diversión provoca una rápida respuesta en el comportamiento de niños, como positivamente se sabe, pero también en el de los adultos.

Un ejemplo muy significativo de la influencia positiva de la gamificación en adultos para fomentar **hábitos sostenibles** lo encontramos en ejemplos como Recyclebank^{iv} o Ciclogreen^v.

Los elementos de juego de la campaña 30DEB cumplen los requisitos de ser **eficientes económicamente**, estar enfocados a la **motivación intrínseca** (la que se realiza por placer), y tener **efectos duraderos**. Entre otros mecanismos se aprovechan las siguientes posibilidades del juego:

- La **percepción del progreso**: Ver el cambio en la propia conducta de forma incremental genera una fuerte implicación (*engagement*).

- La **percepción de inversión**: Se accionan mecanismos para hacer sentir orgullo de los progresos propios al participante, bien sea:
 - Sentido “épico”: Se motiva a perseverar para alcanzar una meta trascendente.
 - Viralidad: Se provoca cierta actitud “exhibicionista” que motiva a seguir adelante. Hay incentivos a invitar a otros a participar y comprometerse.
 - Logros propios y colaborativos.
 - Victorias parciales: la consecución de objetivos parciales que permiten alcanzar niveles superiores.
- **Teoría de la información en cascada**:
 - Bonus: recompensas inesperadas por participar en actividades paralelas.
 - Descubrimiento: El ecosistema 30DEB en las redes sociales invita a navegar y capturar nueva información útil y positiva sobre movilidad ciclista.
 - Cuenta atrás: 30DEB es un reto a cumplir en un tiempo limitado y esto refuerza su potencial.
 - Aversión a perder: El participante se ve impelido a continuar la conducta para no perder lo conseguido
 - Juego infinito: Refuerzo continuo hasta que se alcanza el objetivo

El calendario de 30DEB contiene **actividades para generar el hábito de usar la bicicleta en la satisfacción de necesidades cotidianas de movilidad** para las que habitualmente se utilizan modos de transporte que usan combustibles fósiles, como por ejemplo ir al cine, acudir a una charla, ir de compras o tomar un aperitivo, e incluso *subvertir* el concepto de ‘autocine’ asistiendo a proyecciones en ese espacio donde el coche es protagonista. Y también sirve para dar espacio en la calzada a otras **actuaciones singulares** como, por ejemplo, dar una vuelta por la ciudad formando parte de un amplio pelotón ciclista y acabar en un parque público para disfrutar de un *picnic*, o participar en un “concierto sobre ruedas”.

Es de destacar el alcance de 30DEB a través de medios convencionales y redes sociales, con la combinación de ambos para llegar a todos los públicos. La información sobre las actividades en curso es **creada y viralizada** por los propios participantes a través de las redes sociales (digitales y también convencionales) en el periodo de campaña, reforzando así las tareas llevadas a cabo en este sentido por el Grupo Promotor y los Grupos Locales de 30DEB.

4.3 Código de comunicación positivo

Ya hemos destacado en varias ocasiones cuando hablamos del estilo de comunicación su caracterización, básica y fundamental, como “positivo”.

Demasiado a menudo, en círculos *probiici*, en la legítima y necesaria acción reivindicativa, se tienden a transmitir mensajes negativos relativos a la accidentalidad, inseguridad, acoso

cochista, mortalidad en las carreteras, infraestructuras seguras en contraposición a 90% que quedarían marcadas como “inseguras”, etc. etc. Este discurso es de hecho un **arma** usada por las fuerzas contrarias al desarrollo de la movilidad ciclista para la **manipulación** de la inseguridad subjetiva.

Alimentar esta **inseguridad subjetiva** - definida^{vi} como “la resultante de procesos mentales del individuo con respecto a su entorno, amenazas, riesgos o fortalezas percibidas o asumidas según sus características individuales, experiencias o información disponible” - puede significar levantar **barreras** infranqueables para un individuo en fase de precontemplación de un cambio de hábitos de movilidad personal.

Por esta razón, se mantiene una línea de discurso positivo a los tres niveles:

1. Nivel **Básico** – En la misma concepción del programa se busca este tono positivo. Con estilo un tanto *naïf* se caracteriza a la comunidad 30DEB como “una comunidad de alegres ciclistas”. Se comparten mensajes centrados en los beneficios de la bicicleta como modo de movilidad urbana personal cotidiana.
2. Escala **personal** – Se insta a los participantes a asumir esta condición sobrevenida de “alegres ciclistas” y a compartir cada día lo bueno y maravilloso de su experiencia íntima. Esa potente corriente de información positiva es el gran valor de 30DEB que se protege con mimo cada minuto del día.
3. Nivel **local** – Mantener este código de comunicación es prácticamente el único *must* que se les impone a los Grupos Locales. Se les insta expresamente a no hacer denuncias, comunicar hechos luctuosos o conducir campañas paralelas usando los medios (web, rr.ss., hashtags, etc.) puestos a su disposición para la campaña 30DEB, transmitiendo así comunicaciones que perturben esta vibración positiva conseguida por toda la comunidad.

5. REPLICABILIDAD

Como herramienta al servicio de la promoción de la movilidad ciclista a nivel local, la principal virtud de 30DEB es **su replicabilidad**: La iniciativa 30DEB constituye una herramienta ‘**de código abierto**’ que permite que iniciar un grupo local de 30DEB sea realmente sencillo. La propuesta que se hace a las ciudades es:

1. Difundir la propuesta para la acción de 30DEB y “El Compromiso”.
2. A mayores, adherir actividades actualmente programadas en abril a 30DEB.
3. A mayores, organizar actividades específicas y/o a medida para fomentar la participación colaborativa animando a la ciudadanía para salir a la calle con su bicicleta y adquirir el compromiso de pedalear durante los 30 días de abril.

Además la AC30DEB proporciona herramientas a los nuevos grupos locales para amplificar su participación colaborativa como, por ejemplo, espacio web para cada ciudad

en 30diasenbici.com, guías, manuales, elementos gráficos, etc. Un servicio de asesoría presencial en forma de encuentros abiertos se desarrolla de junio a febrero.

El Grupo Promotor de 30DEB no impone ningún tipo de actividad a las ciudades que se suman a la iniciativa sino que deja **total autonomía** para que se adapte al territorio y las condiciones de desarrollo de su movilidad ciclista.

Ya en **2015**, varias ciudades españolas se adhirieron a la iniciativa: **Murcia, Barcelona, Zaragoza, Sevilla, Salamanca, Valencia, Burgos, Bilbao, León, Málaga y Melilla**, a las que se unieron en 2016 otras muchas entre las que destacamos **Madrid, Zamora, Palma de Mallorca, Castellón, Vitoria y Pamplona**. Los datos suministrados por los organizadores en estas ciudades indican que la participación total en actividades 30DEB es superior a las **70.000 personas** (aunque no disponemos de detalle alguno).

En el plano internacional, 30DEB se ha implantado en ciudades de **otros países de Iberoamérica**, concretamente **Uruguay, Argentina, Colombia, Venezuela, México, Ecuador y Chile**. En este salto del Atlántico la iniciativa ha hibridado con movimientos *probici*, espacios de mujeres y colectivos sociales que han dado sus frutos en fascinantes experiencias locales. En ese sentido es importante destacar la presentación de 30DEB que se hizo en el **Foro Mundial de la Bicicleta 2015** (en Medellín, Colombia) y la presencia de una embajadora de 30DEB en el **Foro Mundial de la Bicicleta 2016** en Santiago de Chile.

6. IMPACTO ALCANZADO

Hay que destacar que 30 Días en Bici tiene en **El Compromiso** una herramienta de **medición del impacto** muy potente: Los participantes se registran y se pueden contar y analizar diversas variables sociodemográficas básicas. Por otro lado, las redes sociales aportan muchos **datos** sobre alcance, participación y muchas variables sociodemográficas.

30DEB es **muy social por definición**. Las redes sociales tienen un papel fundamental en la generación de esa **conversación global positiva** sobre la bicicleta en el marco de la movilidad personal sostenible. A continuación se puede examinar el tamaño y vitalidad de la comunidad 30DEB en las **redes sociales**:

- ✓ **Facebook** ([facebook.com/30diasenbici](https://www.facebook.com/30diasenbici)) Tras la edición 2016 de 30DEB se alcanzaron un total de 7,315 *followers*, con una interesante distribución por géneros con casi un 50% de mujeres (los usuarios de la bicicleta son 63,6% de hombres y un 36,4% de mujeres según datos del Barómetro 2011 del GESOP). Un éxito producto de la perspectiva de género de la programación y mensajes de 30DEB. Seis meses después tenemos 8,327 seguidores, 1,000 más que en abril.

- ✓ **Twitter:** Partiendo de unos 700 *followers* en apenas 40 días se alcanzaron más de 1.600 seguidores en 2015 y en 2016 se ha llegado a **2,587**. Desde la cuenta se lanzaron 7900 tuits, de los cuales el 87% incluían enlaces, foto o vídeo. Sólo en abril de 2016 se lanzaron 553 tuits, dejando 168.000 impresiones.
- ✓ **Otras RR.SS.:** Se usaron en el mix de medios, además de las mencionadas, **Instagram, Pinterest y Wikiloc.**

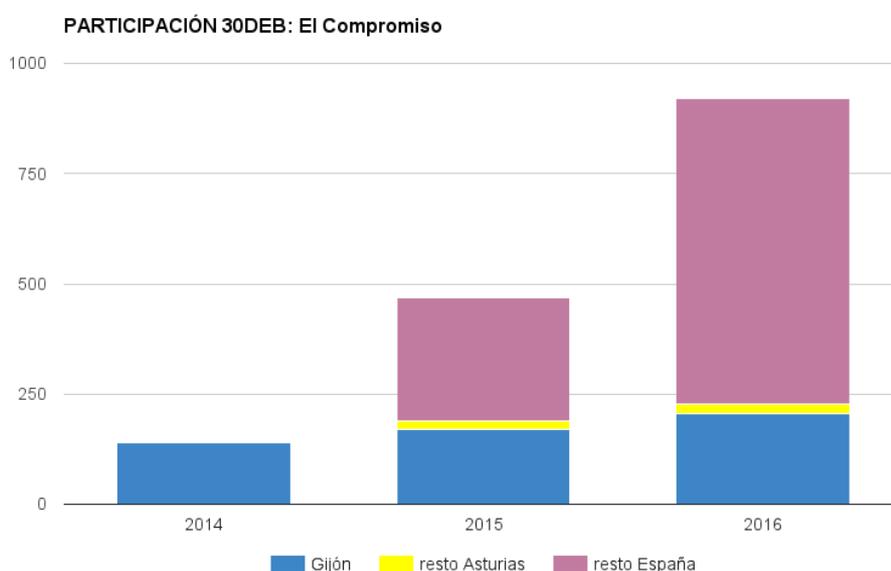
Aunque el carácter social y ciudadano de 30DEB conduce la comunicación eminentemente hacia las redes sociales, a nivel nacional se cosechó un **importante impacto mediático en medios convencionales**, aún en un contexto desfavorable creado por la proximidad del periodo electoral que generaba gran saturación.

- a) **Medio Prensa:** Un buen número de diarios de información general se han hecho eco de la iniciativa de 30DEB y sus actividades. Entre ellos destacan **Diario ABC, La Vanguardia, 20 Minutos, La Opinión de Murcia, El Correo de Burgos, la revista Ciclosfera, Opinión de Zamora, Diario El Comercio, Diario de Mallorca, Que Ver Que Hacer, El Levante, La Nueva España, etc.** con más de 170 referencias en el periodo marzo a mayo de 2016.
- b) **Medio Radio:** Emisoras de ámbito nacional como **SER, ONDA CERO, COPE**, etc. nos hicieron entrevistas a instancias de los grupos locales de 30DEB en diferentes ciudades y reflejaron la actividad local junto con otras emisoras locales como **Radio Getafe, Radio L'Horta, Radio Kras**, etc.
- c) **Medio Televisión:** Diversas cadenas locales, regionales y nacionales se hicieron eco de la iniciativa y las actividades locales: **CUATRO, RTVE (Centros Territoriales), CANAL 10, Radiotelevisión de Castilla y León (RTVCYL), Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA)** y una pléyade de **televisiones locales** de toda España, nos dieron minutos de antena.
- d) **Medios Digitales:** Es importante destacar la presencia en los medios de comunicación digital que hacen puente entre la estrategia de redes sociales y medios convencionales de 30DEB:
 - De carácter **nacional:** elconomista.es, laverdad.es, noticiaspress.es, lavanguardia.com, europapress.es, efe.es,
 - **Regionales y locales:** levante-emv.com, castelloninformacion.com, Asturias24.es, diariodigitaldeasturias.com, mallorcaconfidencial.com,
 - **Especializados:** Agencia de la Energía de Murcia, Cities for us, Red de Ciudades por la Bicicleta, Portal de la Movilidad de Gijón, Oficina de la Bicicleta de Murcia, InfoGijón, ComerciodeGijón.com, ConBici, AsturiesconBici.org, Laboral Centro de Arte, EFE Deporte Popular, etc.

Además, durante 2015 y 2016, varias ciudades solicitaron información sobre la iniciativa 30DEB, y se han mantenido diversas **charlas-encuentro**, entre otras en Avilés, Madrid, Zamora, Salamanca o Santander. Ello también ha traído aparejado un **impacto**

mediático con noticias en diarios de tirada regional y local (El Norte de Castilla, La Opinión de Zamora, ...) así como en radio (OCR Madrid, SER Salamanca, Darwinians Radio Bike y otras).

A nivel de participación, como ya apuntábamos más arriba se estiman en 70.000 personas las que participaron de una manera u otra en actividades desarrolladas por Grupos locales. A destacar el espectacular crecimiento de **El Compromiso 30DEB** que se observa en estos tres años (2014 datos nivel nacional n/d)^{vii}:



7. ESTUDIO DE CASO DE LOCAL: GIJÓN

En abril de 2014 Gijón fue el escenario de la **primera experiencia a nivel nacional** de 30 Días En Bici con un apreciable éxito mediático y seguimiento popular.

Ya en 2015, el Ayuntamiento de Gijón asumió como parte de su proyecto de desarrollo sostenible para la ciudad dar un **impulso a la movilidad ciclista adoptando 30DEB como herramienta para intervenir en el cambio de hábitos individual** de los y las gijonesas. Esta edición de 30DEB colocó a Gijón en el mapa de las ciudades ciclistas a nivel europeo atrayendo la atención nacional y mundial debido al impacto de 30DEB en la ciudad.

Así, un movimiento ciudadano, nacido de la sociedad civil, aporta a la ciudad de Gijón beneficios directos en términos de mejoras de la movilidad sostenible. Pero además aporta valor añadido a la ciudad para la consecución de diversos objetivos: conseguir el

distintivo “Destino Biosphere” de turismo sostenible de la UNESCO, el [Premio Centro Comercial Abierto del Ministerio de Industria](#) para la Unión de Comerciantes o el nombramiento de Gijón como **Ciudad Europea del Deporte 2016**.

7.1 Participación en Gijón

La nada despreciable cifra de 207 gijoneses hicieron efectivo su **compromiso**: supone un 2,5% del total de comprometidos a nivel global (muy por encima de la media poblacional) y el 45% de los compromisos registrados en toda España (sobre un total de 451 españoles). El Grupo local logró pues un crecimiento de compromisos del 21%, lo que hace que su tasa de contribución a nivel global se mantenga en los elevados niveles de 2014 y con una tasa de crecimiento superior.

El esfuerzo llevado a cabo por Gijón dentro del panorama asturiano queda aún más patente. De los 232 asturianos comprometidos, 207 son de Gijón, el 89%.

En cuanto a la **participación directa** en actividades, con los datos que dispone el G.L. de Gijón:

- ✓ Se estima en 11.676 el número de personas que participó en el total de actividades desarrolladas este año.
- ✓ Más de 3.500 personas tomaron parte en alguna salida en bicicleta en grupo (el doble de los registrados en 2014).
- ✓ Unas 7.600 personas asistieron a conferencias, charlas, actos, exposiciones y ciclos de cine. Y cerca de 1.300 participaron en fiestas y actos musicales como los dos biciconciertos.

En **términos cualitativos** y en base a las encuestas abiertas de valoración que se fueron haciendo aleatoriamente entre los participantes se concluye que el conjunto de actividades desarrolladas en 2016 ha recibido una puntuación de **8,3 puntos** (sobre 10). Las salidas en bicicleta en grupo o actividades que se realizaban **en bici** fueron valoradas con **8,9 puntos** (sobre 10). Los juegos y concursos que implicaban el uso de la bicicleta fueron descritos como las actividades más demandadas y esto nos indica un camino a seguir. Conferencias, charlas, actos, Ciclo Ciclante y demás actos *no cicloactivos*, pese a su menor repercusión en términos de participación, obtienen una muy buena puntuación rondando los **8,3 puntos** (sobre 10).

7.2 Las actividades de 30DEB 2016

El calendario de 30DEB Gijón 2016 contempló el desarrollo de las siguientes actividades:

- ✓ **Cuatro Bicicletadas Medioambientales** dominicales, destinadas a tanto peques como mayores, finalizando en parques y zonas de recreo donde se desarrollaban actividades de animación.

- ✓ Programa de promoción de desplazamientos hacia las instalaciones deportivas “**En bici a hacer deporte**” dentro del programa de Gijón Ciudad Europea del Deporte, visibilizando la movilidad ciclista como **actividad física habitual y cotidiana**. Y destacando que la **movilidad** ciclista mejora la calidad de vida de todos los ciudadanos (usuarios o no de la bicicleta) al reducir las emisiones contaminantes y liberar espacio público para la práctica segura del deporte en la calle.
- ✓ Jornadas de **sensibilización para trabajadores** de la Empresa Municipal de Cuidado Medioambiental de Gijón (EMULSA) denominada “**Campaña de Estímulo para uso de la bicicleta en desplazamientos al trabajo**”.
- ✓ Jornada “**Políticas para el uso bicicleta en el transporte europeo**” con la participación de la Fundación Asturiana de la Energía (FAEN), la Red de Ciudades por la Bicicleta, Ayuntamiento de Gijón, ...).
- ✓ Tres Concursos que incluyen el **III Concurso de Fotografía 30DEB**, el **III Concurso de Geoglifos** y el **I Gijón Bus & Ride** (juego on line para promoción y estímulo de la intermodalidad transporte colectivo + bicicleta pública).
- ✓ **Actividades infantiles** con las AA.VV. y colegios.
- ✓ **Talleres de BiciEscuela** en Colegios.
- ✓ **Bicipaseos nocturnos temáticos** que incluyen rutas por el “*Gijón Creativo*”, degustaciones gastronómicas, paseos históricos, asistencia a proyecciones de películas en el Autocine Gijón, etc.
- ✓ Cuatro **bicipaseos gastronómicos** temáticos “Gastrociclismo”.
- ✓ **Diversas actividades desarrolladas en varios centros culturales de la ciudad** al objeto de promover el uso de infraestructuras locales: **Dos exposiciones** temporales (de los materiales presentados a los concursos de fotografía y Geoglifos), presentaciones de libros, charlas, videoconferencias, mesas redondas, seminarios de biomecánica y talleres de mecánica, etc.
- ✓ **El Ciclo Ciclante**: Cuatro sesiones de cine relacionado con el movimiento ciclista.
- ✓ Exposición “**La Bici en Gijón: del velocipedo al carril bici (II)**” que mostraba la historia reciente del uso cotidiano de la bicicleta en Gijón con una muestra valiosísima de bicicletas para el trabajo, clásicas e históricas.
- ✓ **Dos Biciconciertos**, con música tocada en directo desde bicicletas especialmente adaptadas y siguiendo un itinerario por la ciudad, y “**Concierto 30DEB**” en el Gijón Sound Festival.
- ✓ **Celebración de Fiestas Sociales**: Día Mundial de la Bicicleta, Ciclo-Espicha en el Museo Etnográfico en el Pueblo de Asturias del Recinto Ferial Luis Adaro. 30DEB’s Gold Sprints, etc.

Además el programa **BiciAmigos** logró involucrar a más de 40 establecimientos, lo que logró fomentar en la ciudad un ambiente *bike-friendly* que involucra tanto al comercio de proximidad como a los establecimientos hosteleros, grandes beneficiados de la movilidad ciclista y peatonal. La actividad de 30DEB se distribuyó geográficamente de forma equilibrada en la ciudad para involucrar al máximo número de ciudadanos y

colectivos. A continuación se puede observar el programa con toda la actividad del mes de abril de 2016.

patrocinador:

colabora:

1 al 30 de abril de 2016
www.30diasenbicigijon.com
 #30diasenbici #30daysofbiking

LU- NES	MAR- TES	MIÉR- COLES	JUE- VES	VIER- NES	SÁ- BADO	DO- MINGO
			Presentación pública 30DEB 2016 CMI La Arena 19:30hrs Fiesta Kickoff Patio de la Fovarita 21:00 / 23:59 hrs * anticipos y nocturno	"Viento en popa a dos ruedas" Polígono de Pumarín 17:00 hrs Bicitapeo: "Las bicicletas son para el verano" Salida - 20:00 hrs Plazuela San Miguel	Concierto TOUR MALLETS LABoral Centro de Arte 12:30 hrs Salida - 11:30hrs Plazuela San Miguel	Bicietapada Medioambiental Salida - 11:00 hrs Explanada del Acuario
A escolar en bici Rodeadero de Mata Jove 18:00 hrs/19:00 hrs (solo para niños matriculados en el colegio)	Los Martes en Bici: Bicine al Autocine Salida - 20:15 hrs Plazuela San Miguel	El Ciclo Cicante "Bikes vs Cars" Toma 3 20:45 hrs	Ya es jueves, ¡¡¡a rodar!! "Por calles con nombre de mujer" Salida - 19:00 hrs Jardines del Tren de la Libertad Inauguración "La Bici en Gijón 2" Centro de Cultura Antiguo Instituto 19:00 hrs	Documental "14.000 kms el camino de Anantapur" CMI Gijón Sur 19:00 hrs Bicitapeo: "Anantapur no es Tolosina" Salida - 21:00 hrs CMI Gijón Sur	Biciescuela AcB Palacio de los Deportes 18:00 hrs Presentación La Bicitapeo + Bicietapada Los Meatos 12:00 hrs Fiesta Colápprints Savoy (calle Dinterna) 22:00 hrs	Bicietapada Medioambiental Salida - 11:00 hrs Explanada del Acuario
Charla "El Club Ciclista Gijonés: La bici en movimiento en el Siglo XX" Centro de Cultura Antiguo Instituto 19:30 hrs	Los Martes en Bici: "Experiencias por Etapas" Centro de Cultura Antiguo Instituto (sala de conferencias) 19:30 hrs Mi Bicicleta Cycling Shop 21:00 hrs	El Ciclo Cicante "My Stuff" Toma 3 20:45 hrs	Ya es jueves, ¡¡¡a rodar!! "Experiencias por Etapas" Centro de Cultura Antiguo Instituto (sala de conferencias) 19:30 hrs Café Macondo 21:00 hrs	Bicitapeo: "Asturias pedaleo natural" Salida - 20:00 hrs Plazuela San Miguel	"Desfile Cyclechic" Plaza Mayor 13:00 hrs BiciBus al concierto 30DEB "James Rhodes" Salida - 16:00 hrs Plazuela San Miguel (Avituallamiento Musical en el Rick's Café)	Bicietapada Medioambiental Salida - 11:00 hrs Explanada del Acuario
Charla "Políticas para el uso de la bici en el transporte urbano europeo" Club de Prensa La Nueva España 20:00 hrs	DIA MUNDIAL DE LA BICICLETA Los Martes en Bici: Bicine al Autocine Salida - 20:15 hrs Plazuela San Miguel	El Ciclo Cicante "For the love of mud" Toma 3 20:45 hrs	Ya es jueves, ¡¡¡a rodar!! EnBiciArte Salida - 19:30 hrs Plazuela San Miguel	Bicitapeo: "Bicitapeo WorldTour" Salida - 20:00 hrs Plazuela San Miguel	Taller Popular de Ciclomecánica CMI El Llano 11:00 hrs Biciconcierto CMI El Llano 13:00 hrs	Bicietapada Medioambiental + Romería Ciclista en el Pueblo de Asturias Salida - 11:00 hrs Explanada del Acuario
Charla "Claves de Ergonomía en la bicicleta" CMI El Coto 20:00 hrs	Los Martes en Bici: "Te la doy con queso" Salida - 19:30 hrs Plazuela San Miguel	El Ciclo Cicante "Piñón Fijo Gijón, del strap al Criterium" Toma 3 20:45 hrs	Ya es jueves, ¡¡¡a rodar!! Ruta por los cines históricos Salida - 20:00 hrs Plazuela San Miguel	CONCURSOS 30DEB 2016 Inauguración de exposiciones y entrega de premios CMI El Llano 19:00 hrs	Al Golf en bici Campo de Golf El Tragamón (solo para socios federados) Fiesta Final de Etapa Salida - 20:00 hrs Plazuela San Miguel (Llegada Sorpresa)	

* Durante todo el mes de abril tendrán descuentos, promociones especiales y sorpresas en la red de ESTABLECIMIENTOS BICIAMIGOS.
 **Para participar en las actividades "A rodar en bici" y "A Golf en bici" será necesario inscripción previa en la web: www.30diasenbicigijon.com plazas limitadas por número de inscripciones.
 *** Las Bicietapadas Medioambientales 30DEB se realizarán con el acompañamiento de la Policía Local de Gijón.
 ****Las bases de todos los concursos figuran en www.30diasenbicigijon.com

- i “Estudio sobre las estrategias de promoción de la bicicleta como medio de transporte en las ciudades españolas. Objetivo: 1.000.000 de ciclistas más en 2015” (2011, Baac, ConBici, Idema et Consulting)
- ii Maltz, Maxwell (1960) “Psycho-Cybernetics”: “Estos y muchos otros fenómenos observados comúnmente tienden a mostrar que se requiere de un mínimo de 21 días para que una imagen mental establecida desaparezca y cuaje una nueva”.
- iii James, William (1914) Habit.

“Para lograr la adquisición de un nuevo hábito, o el abandono de uno viejo, debemos lanzarnos con una iniciativa lo más fuerte y decidida posible. Debemos tratar de concatenar todas las circunstancias que podrían reforzar los objetivos correctos. Propicia un contexto que potencie tu nuevo camino, adquiere compromisos incompatibles con el viejo hábito, realiza un compromiso público, si la ocasión lo permite. En resumen, rodea tu decisión de todas las ayudas que se te ocurran. Esto dará a tu nuevo comienzo tal ímpetu que la tentación de abandonarlo tardará más en aparecer. Y cada día en que no recaigas en el viejo hábito, alejará aún más la posibilidad de dicha recaída.”

“No te permitas ninguna excepción hasta que el nuevo hábito esté realmente implantado en tu vida. Cada recaída es como dejar caer un ovillo que estás tratando de enrollar; un simple descuido logra deshacer muchas de las vueltas que pasaste horas liando. La continuidad del entrenamiento es la clave que hace que el sistema nervioso funcione de forma infalible... Es sorprendente con cuánta rapidez un deseo muere de hambre si nunca se alimenta.”

“Aprovecha la mínima oportunidad para actuar de acuerdo con los cambios que decidas hacer, y cada aliciente emocional que experimentes, que te guíe hacia los hábitos que aspiras a adquirir. No es el momento para que se desarrollen, sino para que produzcan reacciones en tu interior, resoluciones y aspiraciones que comuniquen tu nuevo estado al cerebro.”
- iv www.recyclebank.com, empresa que recompensando con descuentos en comercios locales a los ciudadanos por reciclar su basura logró un aumento de la tasa de reciclaje del 7% al 90% en sólo unos meses en un proyecto piloto en Philadelphia (EEUU). Actualmente la empresa tiene más de 3 millones de usuarios y 180 empleados.
- v www.ciclogreen.com, vive un momento de éxito usando la gamificación como herramienta para lograr cambios significativos en los hábitos de movilidad de las personas y potencia sus efectos incluyendo incentivos económicos en forma de descuentos y regalos con el objetivo de lograr un aumento generalizado de las prácticas de movilidad sostenible en los ciudadanos, aportando importantes beneficios ambientales y a la sociedad en su conjunto. Ciclogreen es actualmente un partner a nivel nacional de 30DEB.
- vi Una definición tomada del concepto de seguridad ciudadana subjetiva desarrollados en artículos como “el delito y la inseguridad subjetiva desde la arquitectura y el urbanismo” http://publicaties.dsp-groep.nl/getfile.cfm?file=18pvcidades_artikel.pdf&dir=rapport
- vii Fuente: “The Pledge List”. Elaboración propia.