



Minuta Mesa del Eje Prevención: Campañas de convivencia vial

Fecha: 08 de marzo de 2021 Hora:13:00

Medio: Videollamada.

Asistentes Sociedad Civil

Olivia Olvera-Reacciona por la Vida
Alfonso M. -SIRApps
Ana
Olaf Dickinson-Cultura Vial

Sonia Medina-ITDP
Paco de Anda-Seguridad Vial México

Representantes del Gobierno de la Ciudad de México

Mtro. Rodrigo Díaz
Mtra. Valentna Delgado-SEMOVI
Lic. Fernanda Rivera-SEMOVI

Jonattan Gomez-SEMOVI
Briana Reynoso-SEMOVI
Rocío Cruz-SEMOVI

Desarrollo de la sesión

1. Presentación Lic. Fernanda Rivera Flores
2. El Mtro. Rodrigo Díaz González, Subsecretario de Planeación, Políticas y Regulación expuso Campañas y Difusión de Información. Las campañas expuestas fueron:

Difusión:

- a. Fotocívicas
- b. Paneles de velocidad
- c. Escuelas Seguras
- d. Biciescuela para operadores de MB y TP, capacitación a oficiales de tránsito
- e. Operativos al TP
- f. Mapa de Infraestructura ciclista y biciestacionamientos
- g. CicloVía emergente Insurgentes, Día del Peatón, Día mundial sin auto
- h. Transparencia: Reporte Trimestral

Campañas:

- i. Reglas del Buen conductor
 - j. Manuales Guías Ciclistas
 - k. Puntos Ciegos dirigida a personas operadoras de transporte público
 - l. Sonríe a la cámara dirigida a conductores de Metrobús
 - m. Recomendaciones básicas de seguridad vial para personas repartidoras, ciclistas, motociclistas, automovilistas, de plataformas
 - n. Mirame, protégeme dirigida a conductores de vehículos motorizados
3. Discusión y comentarios por parte de las y los representantes de la sociedad civil.

Preguntas de la Sociedad Civil.



1.- Olivia: ¿Qué tan bueno o no sería replicar el esfuerzo que se hizo para los mensajes dirigidos a Metrobús?, poner las acciones que no se deben hacer y el castigo a que se hace acreedor, esto está en el Reglamento de Tránsito no lo estas haciendo de buena onda, hacer para para el caso de conductores en general.

Lic. Fernanda: Tenemos lonas que se colocaron en dos programas “Liberación de Ejes viales”, se hizo en Eje 2 Sur, se construyó el Carril bus-bici, siempre había coches estacionados, se les entregó un flyer, que fue el equipo de apoyo vial radar, este contenía “Programa de Liberación de Ejes Viales”, multa de 2 mil quinientos pesos, al siguiente día se colocaron lonas y el siguiente paso fue que fueran grúas y el otro es de Metrobús “Sonríe a la cámara” ese sonría a la cámara es para conductores de automóviles, ahora se utilizan las cámaras de metrobús para que los conductores puedan reportar si hay un coche invadiendo y esas lonas también se pusieron “Sonría a la cámara y el monto de la infracción, que esa va de 2 mil seiscientos a 5 mil trescientos pesos”.

Mtro. Rodrigo: El tema fundamental es el público objetivo y el medio en el cual se comunican las cosas, pudimos poner eso, por ejemplo, en el caso de metrobús tienen que conocerlo por que son sujetos a sanción, si se hace campaña masiva la gente en general no tiene tiempo para leer las letras chicas, personalmente desconfío de los flyers el mensaje no está llegando, es poco el público al que podemos llegar.

2.- Olaf: Entiendo esta parte y bueno en una reunión previa Víctor Alvarado comentó como se puede llegar de la mejor manera a los automovilistas, es una parte que hay que tomar en cuenta, retomando comentarios quizá no poner todo el RT o el artículo, pero sí algunas situaciones particulares, esto le da un reforzamiento jurídico, y no es, como dijo Oliva, por buena onda, se tiene que hacer en estas campañas, decir que son parte de las obligaciones desde el momento que toman un vehículo de otra manera puede prestarse a interpretaciones y el Reglamento de tránsito no esta para interpretarse, énfasis en conocer cuándo va a salir, qué medios se están utilizando, que la sociedad civil pueda hacer eco, imagenes bien orientadas; no veo tema de alcohol, de los distractores, campañas específicas para taxistas, maniobra, que estén capacitados para hacerla, la campaña “Mírame y protégeme” vaya dirigida a todos los automovilistas, vamos a ver un muy buen resultado como el de metrobús, tener para taxistas, reducir la violencia vial, dado a que están expuestos a situaciones en el trabajo, no todos tienen la empatía y facilidad, de aguantar situaciones en su cotidianidad, tema puntos ciegos ya lo vi, pero quizá podamos ir un poco más allá.

Mtro. Rodrigo: En puntos ciegos se está viendo como hacer puntos específicos, las puertas en taxis como pasajero de taxi, quien a diferencia del taxista no tiene un espejo para mirar, entonces tiene que hacer un esfuerzo para girar la cabeza y cerciorarse que no venga nadie.

3.-Olaf: Hay esfuerzos que ya se hicieron para enseñarles a las personas y porque la importancia, puede ser con interacción de las personas que dan los flyers, en caso de taxis una estampa bien diseñada, con dos, tres pasos claros como guía a los pasajeros de como abrir la puerta y porqué es importante, los conductores aunque tengamos el espejo retrovisor no brinda la vista de cuando un ciclista se aproxima, y hay una cantidad de automovilistas que no creen que los autos no tienen puntos ciegos o que estos desaparecen cuando está estacionado, esta capacitación a los taxistas quizá deba ser diferente a la de “Mírame y protégeme”.



Lic. Fernanda: Lo estamos pensando en el marco de “Mírame y protégeme”, todo está de la mano, aunque cada uno tenga explicaciones específicas, con aplicaciones específicas.

4.-Mtro. Rodrigo: Saber si las acciones (6) que presentamos son las que tiene que estar, o hay alguna que no se esté captado, o alguna que no debiera estar, o como priorizarlas.

Alfonso M. SIRApps: Hace falta hacer conciencia con manejo de alcohol, aunque ya hay campañas y operativos, siguen siendo un factor de accidentes para muchos repartidores, como una retroalimentación a conductores del espacio público, recalcar mucho aunque es algo de sentido común, sigue habiendo hechos de tránsito por consumo de alcohol.

Mtro. Rodrigo: Pasa lo mismo que con el exceso de velocidad, el alcohol, o luz roja son campañas generales que debieran estar de manera permanente, porque pone en riesgo la seguridad de todos, acá lo que queremos enfocarnos en una situación específica puntal, que por supuesto no se va a abarcar todo, que es la relación ciclistas con automovilistas con temas que son exclusivamente de ellos, como el tema de la vuelta, es algo que está generando hechos de tránsito, víctimas tanto de ciclistas como motociclistas, peatones afortunadamente no, o el tema de la invasión de ciclovías o el nivel de agresividad que se da por el hecho de que personas ciclistas ocupan todo el carril, que es algo que el RT les da derecho a ocupar.

Alfonso M. SIRApps: Dirigido a Ciclistas que van en sentido contrario y a veces en cruces de automóviles también van en sentido contrario, y ha habido choques entre peatones contra ciclistas que van en sentido contrario.

Mtro. Rodrigo: Cómo enfocar conductas inapropiadas del mundo ciclista, ausencia de luces en la noche, reflejantes, reforzar que crean irritabilidad a conductores, saber que irrita a cada uno del otro, como que: son imprevisibles, no se fijan cuando van a dar vuelta, reforzar, ser empático con los automovilistas y que advierten una situación.

Olaf: Vuelta a la derecha los automóviles regularmente no advierten la velocidad en que se mueven los ciclistas, aunque los ven en su espejo la percepción de la mayoría de los automovilistas es que les ganan, esto se debe a la diferencia de velocidad de cada uno, el automovilista tiene que dejar pasar al ciclista aunque lo vea en su retrovisor y después dar la vuelta, las vueltas a la derecha son un factor muy grave para los ciclistas, como entradas a estacionamientos y algunos casos en Patriotismo, Revolución..., algunos casos con consecuencias físicas importantes, invasión ciclovías o a cualquier espacio peatonal o de uso para peatones, mencionando y educando al automovilista, estas campañas van a tener un impacto limitado hasta que no se aplique un examen de conducción, como medida emergente, las campañas es adecuado pero no es la solución, respecto a reflejantes cuidado, hay suficiente literatura que dice que no sirven sería mala idea alentar su uso porque el automovilista no alcanza a ver los anti reflejantes; poner énfasis en el uso de luces, luces rojas atrás, blancas adelante.

Olivia: Para complementar deberían ser muy sutiles con los mensajes hacia ciclistas para no caer en responsabilizar a estos usuarios vulnerables; duda de la campaña “Mírame y protégeme” en que medios de difusión, solo flyers, tapizar la ciudad o solamente redes sociales que sabemos es un público limitado.



Lic. Fernanda: Es en 3 medios, público objetivo son automovilistas, habrá algún tipo de señalamiento de mobiliario urbano, interacción que genere más activación y más atracción de la atención a los mensajes, puede tener impacto.

6.-Alfonso M. SIRApps: Respeto al espacio exclusivo de ciclistas, ocupación del carril y en la parte frontal en el semáforo, que está destinado al ciclista.

7.-Sonia Medina: Se piensa incluir a la iniciativa privada en esto, las aplicaciones Uber, Didi, aplicaciones de transporte público compartido que tiene conductores en calle todo el día, empresas como Coca-Cola, Bonafont..., y que pudieran ayudar a que estos mensajes lleguen; las ciclovías en reglamento de tránsito; no es obligación ocupar la ciclovía, puede haber situaciones o casos en que no se puede ocupar del todo, cuando hay desperfectos etc.

Valentina: Podemos ir sumando una forma de comunicar y llevar el mensaje más efectivo, ¿cómo podríamos apoyarnos de iniciativa privada?, empezar a hacer campañas de la mano con ellos, si sumamos esfuerzo, todos los comentarios son bienvenidos y nosotros veremos cómo ponerlo en marcha.

Olaf: Impulso que hay tratar de sumar a Cimarrón, muchos conductores de radio y televisión tienen desconocimiento del Reglamento de Tránsito, si podemos poner un granito de arena para que estos conductores sepan el contenido del Reglamento, los medios de comunicación pueden replicar estas campañas, el origen es salvar vidas, disminuir hechos viales, SEMOVI está haciendo esfuerzo sólido para comunicar de mejor manera; el punto educar a comunicadores.

Lic. Fernanda: buena idea, se subirá

Valentina: Conforme se avance en contenidos, material, hasta tener el mensaje clave que podemos manejar en radio, podemos regresar revisando avances; resulta importantísimo, si tienen propuesta particular de con quien(es) se puede trabajar, nosotros estamos trabajando con empresas que tienen motociclistas también son grupos vulnerables, armar agenda de empresas para contactar y qué tipo de alianza se puede tener, para apoyar este tipo de mensajes

Mtro Rodrigo: Ideas que podemos lanzar como primeras acciones inmediatas, bajar el nivel de irritación y agresividad que se vive en las calles.

Lic. Fernanda: Vamos concluyendo, Valentina y Briana llevarán el seguimiento.

Mtro Rodrigo: Tema del portazo y que tipo de imágenes ocupar. Mensajes que consideran que llegan mejor.

Olaf: Tema de perfil, en mi experiencia y parte de lo que enseñé en algunos talleres es hablar positivo, utilizar un mensaje positivo es más poderoso que un mensaje negativo.

Sonia Medina: Hablar en positivo, reforzar mensaje que puede ser mejor en positivo.

Olivia: De acuerdo con Sonia y Olaf



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DE MOVILIDAD
DIRECCIÓN DE SEGURIDAD VIAL Y SEGUIMIENTO A LA
INFORMACIÓN

Lic. Fernanda: Trabajamos mucho con el “Poder del consumidor”, ahí podremos avanzar, esperamos nos acompañen en la activación en redes por lo menos entre nosotros.

Acuerdos:

1. En la siguiente mesa, se presentará la versión más oficial, primera gran campaña de convivencia vial.
2. Sumar a conductores de medios (radio y televisión) al conocimiento del Reglamento de Tránsito.
3. Sociedad civil, si tienen propuesta particular de con quien(es) se puede trabajar, informar.