

La neutralidad en la movilidad

Roberto Remes

NOVIEMBRE 2016

- Cuando el sistema de reglas de una sociedad define que los peatones van en la banqueta, las bicicletas en las ciclovías y los autos usarán el máximo de carriles posible para no generar congestión, esa sociedad está rompiendo con la neutralidad en la movilidad. La decisión general y las decisiones particulares que conforman el paradigma de movilidad de una sociedad corresponden a una ponderación tanto en el uso del espacio como en las reglas de convivencia entre los modos y formas de desplazamiento.
- Cuando una sociedad fija sentencias respecto a las buenas y malas conductas en la calle, está parcializando la movilidad. Sus decisiones entonces corresponden a las prioridades que en un momento dado se fijaron para la convivencia entre sus habitantes. El balance de prioridades se puede modificar en el tiempo, en la medida que una sociedad va transformando su visión sobre la ciudad misma.
- La agenda del cambio climático puso sobre la mesa la necesidad de transformar la movilidad en nuestras ciudades. Modelos exitosos de movilidad, instrumentados en otras latitudes, fueron conocidos por los actores de la movilidad: había que visitar Curitiba, Bogotá y Medellín, entre otras ciudades.
- La velocidad a la que hacemos los cambios no corresponde a la velocidad en que se incrementan las necesidades. Un proyecto de berreté transporta de 100 a 150 mil pasajeros al día regularmente y tarda de 3 a 5 años en consolidarse desde el inicio de su planeación. La demanda de viajes de los habitantes se incrementa a mayor velocidad. ¿Cuánto tiempo tardaremos en llevar las soluciones al 100% de cada ciudad si estas van más rápido que las acciones de gobierno?
- El paradigma vigente con todo y el uso del automóvil exige, además de la viralización, mayores recursos económicos para poder dar el salto y un acuerdo general respecto al rumbo a seguir. Lo económico no puede seguir frenando los avances; tampoco la falta de capacidades técnicas para la instrumentación ni la falta de socialización de los beneficios.



Índice

■ La ruptura	3
■ El cambio de paradigma.....	4
■ El peatón es la esencia.....	4
■ Viral. ¿Qué es viral?.....	5
■ ¿Y queremos transformar la movilidad?	6
■ La estrategia viral.....	6
■ La búsqueda de la neutralidad	7
■ La visión.....	8



Inicio esta presentación con un poco de filosofía de la movilidad. Reflexiono sobre la máxima neutralidad en materia de movilidad: la decisión de desplazarse de un punto a otro es un acto de voluntad de cualquier persona que tenga las capacidades físicas para hacerlo. Es decir, la decisión de moverse o de no moverse tendría que ser un acto absolutamente individual y no obligado por los demás.

Convencido de esta neutralidad, salgo a la calle, coloco una silla y me siento a tomar el sol en uno de los carriles de circulación vehicular. Bajo esta neutralidad nadie me puede obligar a moverme. Sin embargo, al permanecer en un espacio, estoy impidiendo a los demás el uso del mismo.

Partir de la neutralidad en esta reflexión es un elemento importante: cualquier paradigma de movilidad rompe con esta neutralidad y asume un valor, por muy cercano o lejano que se encuentre de ella.

Mi actitud de sentarme a media calle, con ropa veraniega y lentes oscuros, obedece a una actitud de máxima neutralidad: asumo el derecho de unos para desplazarse y de otros para no desplazarse y ocupar el espacio público.

Cuando el sistema de reglas de una sociedad define que los peatones van en la banqueta, las bicicletas en las ciclovías y los autos usarán el máximo de carriles posible para no generar congestión, esa sociedad está rompiendo con la neutralidad en la movilidad. La decisión general y las decisiones particulares que conforman el paradigma de movilidad de una sociedad corresponden a una ponderación tanto en el uso del espacio como en las reglas de convivencia entre los modos y formas de desplazamiento.

- “Ese conductor se pasó el semáforo en rojo”.
- “Ese ciclista no lleva casco”.
- “Ese peatón cruzó por la mitad de la vía”.

Cuando una sociedad fija sentencias respecto a las buenas y malas conductas en la calle, está

parcializando la movilidad. Sus decisiones entonces corresponden a las prioridades que en un momento dado se fijaron para la convivencia entre sus habitantes. El balance de prioridades se puede modificar en el tiempo, en la medida que una sociedad va transformando su visión sobre la ciudad misma.

La decisión de dar prioridad al automóvil obedece a nociones como:

- El automóvil es percibido como símbolo de progreso
- El automóvil forma parte del modelo de productividad de la ciudad: los ciudadanos más productivos usan el automóvil más veces, mientras que los ganapanes sólo ocupan un viaje de ida y de regreso al trabajo
- El automóvil conforma un paradigma de orden aceptado por las élites dominantes que difícilmente es reemplazado por otros paradigmas de orden

La ruptura

Una sociedad como la mexicana –y con ello me refiero a la gran mayoría de ciudades mexicanas– ha tenido una construcción paradigmática en torno al automóvil relacionada con:

- Las diferencias sociales y la figura del éxito
- Mejores condiciones para facilitar el acceso al automóvil como las que han tenido las ciudades del norte
- La dependencia del automóvil que se ha elevado por la expansión horizontal de las ciudades

De pronto, la agenda del cambio climático puso sobre la mesa la necesidad de transformar la movilidad en nuestras ciudades. Modelos exitosos de movilidad, instrumentados en otras latitudes, fueron conocidos por los actores de la movilidad: había que visitar Curitiba, Bogotá y Medellín, entre otras ciudades.



La sigla BRT¹ o *berreté* fue parte de nuestro léxico común: León (Optibús), Ciudad de México (Metrobús), Guadalajara (Macrobús), Ecatepec (Mexibús) y Puebla (Ruta), entre otras ciudades, se abocaron a la instrumentación de sistemas de transporte en carril confinado.

En ninguno de los casos mexicanos podemos decir que la instrumentación se haya basado en las máximas posibilidades teóricas: el Transmilenio de Bogotá incluye rebases, cosa que en México pocos servicios han podido instrumentar; el GBRT de Guangzhou cuenta con escaleras eléctricas y pasillos de conexión al metro. Podríamos sofisticar el servicio casi al nivel del servicio de un metro con costos sustancialmente menores.

Los *berretés* mexicanos lucen incompletos: pueden llegar a ser una solución parcial pero, salvo algunos proyectos, las fallas, la saturación y la competencia con servicios tradicionales de transporte, entre otros elementos, han limitado sus posibilidades. Con excepción de la Ciudad de México, que ha expandido constantemente y con cierta calidad su Metrobús, el resto de los servicios muestran la limitante de los autobuses de tránsito rápido.

El cambio de paradigma

Para construir vialidades hay fondos por todos lados. Sin embargo, para construir metrobuses hay que hacer estudios, proyectos y trabajar durante varios años hasta obtener financiamientos parciales. Para demostrar la necesidad de hacer vialidades basta con pasar una tarde en el tráfico, pero para hacer transporte público es más complejo y para hacer ciclovías aún más debido a que se exige que ya tengan demanda cuando en realidad deben construirse para inducirlos.

Además, el financiamiento se enfoca regularmente en la infraestructura, no en la operación, salvo que sea a tasas de mercado. Esto añade algunos grados de dificultad a la transformación del transporte. Es decir: la banca de desarrollo financia la construcción de estaciones y carriles

confinados, mas no los modelos integrales de operación.

En la práctica esto deja estados y municipios en desventaja: o se abocan a construir sus *berretés* o se conforman con una modificación limitada de su transporte público.

Claramente, el automóvil se mueve más rápido: mientras se fondea y construye un sistema de transporte, todas las marcas cambian de generación sus automóviles, incorporan avances tecnológicos y los vuelven más atractivos. El paradigma sigue siendo sumamente seductor: quieres guardar la dieta y te ponen una bombonera llena de chocolates. Si puedes pagar, el auto es para ti; si no, la sociedad desigual es para ti.

Nuestro paradigma está sesgado.

El peatón es la esencia

En este esfuerzo de transformación de la movilidad hemos repasado un amplio recetario de cocina:

- Todos sabemos que hay que poner parquímetros en zonas saturadas
- No construyamos autopistas urbanas
- La infraestructura libre de semáforos ha de ser de cuota
- Cobremos al auto para financiar el transporte
- Hagamos ciclovías y paseos dominicales
- Mejoremos infraestructura peatonal
- Reduzcamos velocidades
- Densifiquemos
- Si no limitamos el uso del auto ni facilitamos el uso de medios sustentables, jamás veremos el cambio

Y con este recetario las ciudades mejoran plazas y calles, instalan bicicletas públicas, confinan

1 Bus Rapid Transit.



carriles, cancelan lugares de estacionamiento, etcétera. Está bien, pero las soluciones son aisladas y lentas. Cada una es instrumentada con calzador. Y además llueven las críticas:

- No a las fotomultas (frase utilizada en muchas campañas políticas)
- No a los parquímetros
- No a la línea 2 del Macrobus (al final se construyó un tren ligero más caro e invasivo que el Macrobus)
- No al reglamento de tránsito

Las transformaciones enfrentan cada vez más resistencia en sociedades más demandantes de procesos participativos. Se hacen esfuerzos descomunales para convencer a vecinos hasta para modificar una banqueta y hacerla más segura. Y ni los gobiernos son buenos para convencer, ni los ciudadanos para cambiar de opinión.

A final de cuentas, las transformaciones son lentas... pero tenemos un recetario bastante completo.

Lo que sí ha salido con relativa facilidad son las leyes de movilidad de los estados (buenas y malas). En general, los congresos estatales optaron por hablar de movilidad y no de transporte. Nunca más. La visión completa ahora incluye el concepto de “movilidad activa” (aquella que se desarrolla usando la energía de quien se transporta: caminata, bicicleta, patineta, etcétera). Y las leyes de movilidad hablan de la famosa “pirámide” (la asignación de prioridades en la movilidad ya sea por criterios de sustentabilidad o vulnerabilidad) que no significa nada mientras sus implicaciones no se especifiquen en el papel.

No hay cambio de paradigma, al menos no todavía, porque hay que convencer a la sociedad y allí está la esencia de todo.

Llevamos años hablando de movilidad en foros, publicaciones y redes sociales; discutiendo

con los *cochistas*, colocando calcomanías a vehículos en la banqueta, incluso caminando sobre los automóviles de conductores abusivos. Se han tomado decisiones. A veces se avanza más rápido y otras veces más lento. A veces, sin embargo, hay que detenernos a pelear contra la instalación de un puente antipeatonal, contra una autopista urbana o contra un centro comercial elevado en el camellón de una avenida con patrimonio histórico. Así de difícil es el cambio de paradigma. Necesitamos acciones virales para transformar nuestros espacios, ciudades, calles y avenidas.

Viral. ¿Qué es viral?

- “Lady 100 pesos” es viral. Ebria y prepotente choca, baja de su vehículo con un pequeño vestido y trata de sobornar con 100 pesos a un policía. Ojos claros, cejas pobladas, cierto parecido con una artista famosa. El video que la ridiculiza se reproduce rápido en todos los teléfonos y computadoras.
- “Ya wey, no wey”. Edgar se viralizó en redes sociales menos poderosas que las actuales. De haber sido humillado por su primo pasó a ser protagonista de un anuncio de galletas y, en febrero de 2016, se publicaron artículos conmemorativos de los 10 años de su caída al río.
- El video del presidente Enrique Peña Nieto tratando de hacer conversación con Barack Obama y Justin Trudeau, nervioso, sin posibilidad de conectar con sus homólogos, sirvió de plataforma a críticas incluso discriminatorias por la estatura del mandatario mexicano. Fue viral.
- #LordFerrari, #LordRollsRoyce, #LadyBasura, #Lordmelapelas, etcétera, son virales.

Vivimos en una sociedad que consume imágenes virales. Todos los días hay una nueva imagen, un meme o video viral. Los adolescentes ya no se entretienen en la televisión abierta ni en la de paga; admiran a los *youtubers* y les piden su autógrafo cuando salen de gira. Las formas de comunicación han cambiado.



¿Y queremos transformar la movilidad?

La velocidad a la que hacemos los cambios no corresponde a la velocidad en que se incrementan las necesidades. Un proyecto de berreté transporta de 100 a 150 mil pasajeros al día regularmente y tarda de 3 a 5 años en consolidarse desde el inicio de su planeación. La demanda de viajes de los habitantes se incrementa a mayor velocidad. ¿Cuánto tiempo tardaremos en llevar las soluciones al 100% de cada ciudad si estas van más rápido que las acciones de gobierno?

Las ciclovías generan cada vez más resistencia entre los habitantes: si se ubica en una avenida, porque quita carriles; si se ubica en una vialidad secundaria, porque quita lugares de estacionamiento y “nadie la usa”. La velocidad de instrumentación no corresponde a una estrategia de cobertura total de la ciudad mediante este tipo de infraestructuras. La capacidad misma de las ciclovías no corresponde tampoco a un escenario en el que más de 10 por ciento de los viajes de una ciudad se realiza en bicicleta: no cabrían los ciclistas en las ciclovías que estamos construyendo. Nuestras estrategias dan para abrir paso a la bicicleta; no para que la bicicleta sea un modo de transporte predominante.

Lo que quiero decir es que nuestras estrategias no apuntan al 100 por ciento de cobertura de una solución, sea transporte, bicicleta, o ampliación y mejora de banquetas.

El automóvil sí logra esa totalidad de cobertura. Nadie se opone a la pavimentación de una calle de tierra, aunque luego los alcaldes presuman la foto de la inauguración y se evidencie que la nueva calle carece de banquetas. Un bache es un problema público, una banqueta rota no lo es; un semáforo descompuesto es un problema público, la ausencia de semáforos peatonales no lo es; un congestionamiento es un problema público, un espacio sin banquetas no lo es. La voz ha sido de los automovilistas. Esto empieza a cambiar, en efecto, pero me pregunto qué tendría que ocurrir para que las banquetas se corrijan a la misma velocidad que se corrige un

bache (y eso que a algunos baches les hacen pastel de cumpleaños).

Hay que definir esa ruta entre la situación deseada y el ritmo de transformación actual, pero en la práctica sólo se podrá seguir si hacemos de los temas de transformación de las ciudades algo viral. Los *berretés* no son virales, el reemplazo de microbuses y autobuses por nuevos estándares de operación no es viral, las ciclovías no son virales, las calles compartidas, los parquímetros y la reducción de velocidades, tampoco. ¿Cómo hacerlos virales?

La estrategia viral

Lo más importante es tener claro hacia dónde va la transformación de la movilidad. Hablar de un cambio de paradigma es muy abstracto, así como hablar de la pirámide de la movilidad. La Carta Mexicana de los Derechos del Peatón² es un instrumento que surge de la sociedad civil (Liga Peatonal) con la máxima prioridad de dejar en claro los derechos peatonales, más allá de una retórica en torno al peatón.

La ruta para hacer que se cumpla la CMDP (pues nunca falta quien, al hablar de esta carta, pregunta por las obligaciones) es convertirla en parte de todas las personas y ese es un camino largo.

Al hablar de lo viral me refiero a mecanismos de dispersión, polinización o multiplicación de las buenas prácticas: ejecutamos bien una acción, luego se repite en cinco lugares, después en 25, luego en 125 y posteriormente en 625, hasta llegar a todos los rincones.

La viralización también se da por la vía del conocimiento, de la educación. El esfuerzo debe estar en “evangelizar” a los no convencidos: en educar a la ciudadanía sobre estas transformaciones, educar a los niños y jóvenes sobre las posibilidades de las ciudades y hacerlos partícipes de la transformación de conductas en su entorno familiar, educar a sus maestros, formar

² <http://ligapeatonal.org/carta-mexicana-de-los-derechos-del-peaton/>



el conocimiento de ciudad. Si llegamos a todas las personas será mucho más corto el camino para escalar los beneficios de los buenos proyectos de movilidad y espacio público a todos los rincones.

La calidad de los proyectos y los principios generales como inclusión, equidad de género, respeto al medio ambiente y accesibilidad universal también deben ser transmitidos a todos los ciudadanos; en paralelo con las nociones sobre el cambio en la cultura de la movilidad, las posibilidades del espacio público, y el respeto y la máxima jerarquía del peatón.

Necesitamos medir más, identificar los beneficios cuantitativamente y generar empleos a partir del nuevo paradigma de movilidad. Hoy todo parecería perdido debido a una menor velocidad, mayores costos de estacionamiento y transporte, menos carriles y reducciones inexplicables del espacio vial. Si el conocimiento acerca de la movilidad se viraliza, entonces habrá oportunidad de hacer programas holísticos; de lo contrario, nos enorgulleceremos de proyectos aislados que no alcanzan a conformar la inclusión de todas las personas y sólo alteran la vida en los barrios más visibles de una ciudad.

Al hablar de viral me refiero a pasar de la receta de cocina al pastel recién horneado, a que los beneficios sean más tangibles que teóricos, a hacer que la población conozca los proyectos que se están haciendo, que los viva y entienda, que se expliquen mejor que como ha ocurrido hasta ahora.

Un error frecuente en los proyectos de movilidad sustentable es no ver sus defectos como inherentes al proyecto mismo. Los *berretés* a veces terminan compitiendo contra rutas en paralelo sin paradas fijas, las ciclovías a veces le quitan espacio a vecinos, algunos espacios peatonales conllevan problemas nuevos a los barrios, y algunos barrios se gentrifican cuando son atendidos.

Nuestros proyectos de mejores ciudades luchan contra realidades no previstas, lo cual demanda un mayor activismo a favor de ellos para

compensar las resistencias generadas. Insisto, es “evangelizar a los no convencidos”.

La búsqueda de la neutralidad

Inicié esta presentación con el tema de la neutralidad en la movilidad que, aunque no es aclanzable, permanecemos en esa búsqueda: ¿en qué me voy a mover si no sabré qué lugar ocuparé en la sociedad? Es un tanto como el velo de la ignorancia de John Rawls: ¿qué movilidad queremos si no conocemos nuestras necesidades de movilidad?

La búsqueda de la neutralidad en la movilidad conlleva un problema adicional: ¿A qué precio? Me refiero a precio en términos económicos y también de esfuerzo. Si el precio no importara —en cuanto a necesidades de inversión y a la operación misma—, si hubiera recursos inagotables, la oferta debería ser tal que facilite los movimientos en caminata, bicicleta y transporte público. La limitación del uso del automóvil es precisamente la fijación de un precio, así que el precio sí importa.

Ya sea por un precio monetario, por esfuerzo o restricción, las limitantes del uso del automóvil son necesarias. Es decir, la neutralidad en la movilidad sólo puede existir si no hay neutralidad en los precios de la movilidad. El esfuerzo por viralizar las buenas prácticas y políticas pasa por la fijación de precios monetarios y no monetarios. A su vez, el encarecimiento —este sí monetario— del uso del automóvil es la única puerta para la viralización. Los recursos nunca serán ilimitados, pero lo más aproximado es un flujo constante de recursos que garantice la transformación, incluyendo la creación de empleos y la formación de capacidades basadas en este cambio de paradigma.

El paradigma vigente con todo y el uso del automóvil exige, además de la viralización, mayores recursos económicos para poder dar el salto y un acuerdo general respecto al rumbo a seguir. Lo económico no puede seguir frenando los avances; tampoco la falta de capacidades técnicas para la instrumentación ni la falta de socialización de los beneficios.



La visión

La pinza que vincula los elementos virales con la suficiencia económica es la visión con la que sustentamos las transformaciones. La neutralidad de la movilidad se rompe precisamente cuando, más allá de sus derechos, los ciudadanos buscan construir una visión. El cambio paradigmático corresponde a la suma de voluntades. La visión de movilidad sostenible y los paraísos peatonales no pueden ser modestos porque el paradigma vigente, el del automóvil, jamás lo ha sido.

Una vez que esa visión ambiciosa haya sido construida, los recursos y la estrategia de polinización o viralización serán fundamentales para concretar la transformación.



Autor

Roberto Remes Politólogo por la Universidad Autónoma Metropolitana, con estudios en Políticas Públicas en el Instituto Tecnológico Autónomo de México y estudios de Doctorado en Economía por la Facultad de Economía de la UNAM. Creador del concepto Rey Peatón®. Ha sido director de Ciudad Humana México y de Transporte Público del Institute for Transportation and Development Policy. Actualmente es Autoridad del Espacio Público de la Ciudad de México.
Contacto: robertoremes@gmail.com

Pie de imprenta

Fundación Friedrich Ebert en México
Yautepec 55 | Col. Condesa.
06140 | México, DF | México

Responsable
Christian Denzin
Director del Proyecto Regional
Transformación Social-Ecológica
Teléfono +53 (55) 5553 5302
Fax +52 (55) 5254 1554
www.fes-transformacion.org

Fundación Friedrich Ebert en México

La Fundación Friedrich Ebert (FES), fundada en 1925 en Alemania, es una institución privada de utilidad pública comprometida con las ideas de la Democracia Social. Lleva el nombre del primer presidente del Estado alemán elegido democráticamente, Friedrich Ebert, y es portadora de su legado en cuanto a la configuración política de la libertad, la solidaridad y la justicia social. A este mandato corresponde la Fundación en el interior y exterior de Alemania con sus programas de formación política, de cooperación internacional y de promoción de estudios e investigación.

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la FES está prohibido sin previa autorización.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente los puntos de vista de la Friedrich-Ebert-Stiftung.

ISBN: 978-607-7833-75-8