



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>



Universitat Autònoma de Barcelona

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura

El ciclismo urbano como movimiento social y su comunicación en el
ciberespacio. Ciclonautas de Mexicali y Barcelona

Tesis que presenta:

Liliana López León

Para obtener el grado de Doctora en Medios, Comunicación y Cultura

Director de tesis:

Dr. Jaume Soriano

Bellaterra, Cerdanyola del Vallès, 22 de junio de 2017.



Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura

El ciclismo urbano como movimiento social y su comunicación en el
ciberspacio. Ciclonautas de Mexicali y Barcelona

Tesis que presenta:
Liliana López León

Para obtener el grado de Doctora en Medios, Comunicación y Cultura

Director de tesis:
Dr. Jaume Soriano

Firma de la doctoranda

Firma del director de tesis

Bellaterra, Cerdanyola del Vallès, 22 de junio de 2017.

El ciclismo urbano como movimiento social y su comunicación en el
ciberespacio. Ciclonautas de Mexicali y Barcelona

Liliana López León

AGRADECIMIENTOS

A los ciclistas de Mexicali, Barcelona y otras ciudades porque aprendí de ellos cómo querer más a mi comunidad. Porque me ofrecieron siempre su confianza. Es esperanzador saber que hay una gran red de personas en el mundo que está activa mejorando el mundo. A Denahí, Juan Carlos, Carolina, María, Carles, Carlos, David, Jalal, Toni, Damián, Esther, Laura, Jelen, Carla, Adrià, Karin, Jonathan, Alejandra, Nacho, Miguel y Lucía. A todos los cicloactivistas: no caben tantas lindas personas en este espacio pero espero que la tesis sea un reflejo de las experiencias, de los que se mueven por la ciudad mediante el equilibrio.

A mi director de tesis, el Dr. Jaume Soriano, que ha sido un guía y apoyo esencial. Por su admirable paciencia y capacidad de formular las preguntas y respuestas precisas. Porque no solo fue un experto en la disciplina, sino un gran ser humano que me motivaba a seguir.

A mis profesores y lectores que me motivaron a culminar esfuerzos y creer en mi proyecto. Con una mención especial al Dr. Jordi Berrio quien fue mi primer guía en este trabajo.

Gracias al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México y a la Secretaría de Educación Pública por permitir que el conocimiento no tenga limitaciones. Porque en las instituciones aún hay personas que se preocupan por los estudiantes y por el país.

A la Universitat Autònoma de Barcelona, y en específico al Departament de *Mitjans, Comunicació i Cultura*. Desde el primer correo electrónico hasta el último, me encontré con la armonía y la disponibilidad necesarias para desarrollar mi trabajo. Por facilitar la vida estudiantil, porque siempre recibí

una sonrisa por sus pasillos. Quiero agradecer especialmente cómo los profesores ayudaron a que tuviera la experiencia de ser evaluada pero siempre con un trato cálido. Por reafirmar la decisión de haber viajado a este continente: Moltes gràcies!

Al Instituto de Investigaciones Culturales de la UABC, quien tanto en la distancia como en la presencia, siguieron apoyando a mi formación. Por que ni ellos, ni yo, olvidamos que me formé en sus aulas. Por los estudiantes que me enseñaron tanto (creo que más de lo que ellos aprendieron de mis clases).

A Luis Ongay, mentor y amigo, a quien le agradezco su gran herencia: otras culturas son posibles. En nuestra última conversación apoyaste este proyecto cuando apenas nacía. Donde quiera que estés, espero que te guste mi tesis. Al mundo le harán falta varios Dr. LAOF.

A Elma Correa, porque nunca me imaginé que le daría clases a una gran escritora de mi tierra. Porque ella cree que no es disciplinada, pero es una de las personas más dedicadas que conozco.

A Elisabeth Lorenzi, por ser un gran ejemplo del equilibrio: es posible ser activista y académico, es posible ser riguroso y amable. A Horacio Espinosa, por interesarse en mi proyecto, por apoyarme con entusiasmo y visión crítica. A Elisenda Ardèvol, porque gracias a sus textos me aproximé a estos temas desde hace algunos años. A Galvão y a Ezequiel, porque el trabajo de un doctorando es mucho mejor si no está solo.

A mis amigos de ambos países, por recibirme con los brazos abiertos al bajarme de un avión y despedirme con un abrazo apretado al subirme a otro. Ustedes saben, vosotros sabéis, vosaltres sabeu, quiénes.

A mi familia, por todo el amor demostrado, por apoyar este proyecto y por creer en mí siempre.

Índice

AGRADECIMIENTOS	7
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	17
<i>Estudiar el ciclismo urbano desde la comunicación.....</i>	<i>17</i>
<i>Antecedentes y estudios emergentes sobre la red y el ciclismo.....</i>	<i>19</i>
<i>¿Por qué estudiar el ciclismo si no se pedalea en la red?.....</i>	<i>25</i>
<i>Objetivos del estudio.....</i>	<i>28</i>
<i>Hipótesis no demostrativa.....</i>	<i>29</i>
1. DOS TECNOLOGÍAS: INTERNET Y LA BICICLETA	33
1.1 <i>Cibercultura y comunicación interpersonal.....</i>	<i>33</i>
1.2 <i>El ciclismo urbano, la Masa Crítica y otras iniciativas probici.....</i>	<i>49</i>
1.3 <i>¿Por qué el ciclismo urbano es un movimiento social? (O porqué no lo es).....</i>	<i>57</i>
1.4 <i>Ciberactivismo: redes y participaciones.....</i>	<i>63</i>
2. TRES ESPACIOS: MEXICALI, BARCELONA E INTERNET	71
2.1 <i>Usos de Internet y Redes Sociales.....</i>	<i>72</i>
2.2 <i>Las acciones colectivas en Mexicali.....</i>	<i>78</i>
2.3 <i>Barcelona, movimientos sobre el espacio público.....</i>	<i>81</i>
2.4 <i>El vehículo del futuro se inventó hace 200 años.....</i>	<i>83</i>
3. LA CICLORUTA METODOLÓGICA.....	95
3.1 <i>El trabajo de campo en un entorno virtual.....</i>	<i>95</i>
3.2 <i>Una mirada a la tecnología y a lo urbano desde lo ciberetnográfico.....</i>	<i>98</i>
3.2.1 <i>Participantes.....</i>	<i>100</i>
3.2.2 <i>Instrumento.....</i>	<i>103</i>
3.2.3 <i>Etnografía y narrativa.....</i>	<i>104</i>
3.3 <i>Pasos del análisis y la etnografía.....</i>	<i>105</i>
3.3.1 <i>Categorías.....</i>	<i>109</i>
3.3.2 <i>Unidades de análisis.....</i>	<i>110</i>
4. COMUNICACIÓN Y BICIACTIVISMO	113
4.1 <i>Usuarios y comunicadores.....</i>	<i>115</i>
4.2 <i>Caja de herramientas digitales.....</i>	<i>121</i>
4.3 <i>Mensajes y publicaciones.....</i>	<i>130</i>
4.4 <i>Actividades y prácticas alrededor de la bicicleta.....</i>	<i>138</i>
5. ETNOGRAFÍA EN LA PANTALLA Y SOBRE RUEDAS	149
5.1 <i>Las iniciativas y la comunicación para el ciclismo urbano en Mexicali.....</i>	<i>151</i>
5.1.1 <i>La ciudad que atrapó al Sol, pero no quiere ser un pueblo bicicletero.....</i>	<i>163</i>
5.2 <i>Celebrar un cop al mes, pedalejar tots els dies a Barcelona.....</i>	<i>173</i>
5.2.1 <i>La normativa y las putas bicis.....</i>	<i>185</i>
5.3 <i>Lo que hacen aquí y allá.....</i>	<i>192</i>
5.3.1 <i>Mexicali: en la llanura también se necesitan cambios de marchas.....</i>	<i>193</i>
5.3.2 <i>Barcelona: negociaciones y avances graduales.....</i>	<i>196</i>
6. CICLONAUTAS, ACTIVISTAS Y COMUNICADORES.....	205
6.1 <i>El activista que comunica y el comunicador que hace activismo.....</i>	<i>205</i>
6.2 <i>La revolución no será motorizada pero sí digital y cotidiana.....</i>	<i>210</i>
7. CONCLUSIONES.....	225
7.1 <i>Entender cómo se pedalea en la red.....</i>	<i>225</i>
7.2 <i>Propuestas para grupos y asociaciones probici.....</i>	<i>231</i>
7.3 <i>Estudiar la cultura de las máquinas.....</i>	<i>238</i>
7.4 <i>Ciclo-academicus.....</i>	<i>241</i>
REFERENCIAS	243
ANEXO	253
Glosario ciclonauta.....	253

Índice de tablas e ilustraciones

Tablas

1. Entrevistados en Mexicali	101
2. Entrevistados en Barcelona.....	102
3. Datos sobre usuarios de las fanpage 2016.....	114
4. Datos sobre usuarios de las fanpage 2017.....	114
5. Etapas del movimiento ciclista en Mexicali y Barcelona.....	201

Ilustraciones

1. Pirámide invertida de la movilidad urbana.....	54
2. Frecuencia en el uso de Internet en usuarios de Baja California.....	75
3. Equipamiento de las TIC en hogares de Catalunya.....	77
4. Mexicali, convivencia de vehículos y de culturas distintos.....	84
5. 1972: un niño ciclista urbano mexicalense.....	85
6. Una lowrider en una zona residencial de Mexicali, 2015.....	87
7. Ciclistas participando en la carrera de 50km. 1916.	89
8. Resumen. Frecuencia de uso en porcentajes.....	90
9. Modos de transporte en México.....	91
10. Captura de pantalla, MXLiBiCi en la BICIREM México.	124
11. Critical Maps en uso.....	126
12. Meme con los personajes de Rage Comics.	131
13. "La importancia de invertir en movilidad urbana sustentable".....	132
14. Viñeta de la ilustradora barcelonesa Flavita Banana.....	132
15. "It seems drivers love to hurry up and wait..."	133
16. "¿Qué mejor terapia que dibujar y pedalear?	139
17. Captura de pantalla. Evento de Dibuja y Pedalea.....	140
18. Publicación en el Facebook de MXLiBiCi	142
19. Fanpage de Facebook de MXLiBiCi 10 de marzo de 2016.....	156
20. Fanpage de la Masa Crítica Mexicali, 2016.	167
21. Captura de pantalla del Taller de Ciclismo Urbano MXLiBiCi.	170
22. Fanpage de Facebook de la Masa Crítica Barcelona.	174
23. ¿Quién organiza la masa crítica?	177
24. Captura de pantalla del evento de la Masa Crítica Barcelona.	188
25. "La Bici, la mejor idea del mundo".....	197
26. Coronar es llegar a la cima de una montaña.....	257
27. Hacer el molinillo.....	259

RESUMEN

En los últimos años en varias ciudades del mundo se han multiplicado los grupos con iniciativas probici y han dado lugar a movimientos sociales en los que las herramientas de comunicación digital brindan la posibilidad de construir espacios para compartir tanto a nivel global como local, con las libertades y limitaciones que las tecnologías implican.

Esta tesis ofrece resultados para comprender la comunicación en el ciberespacio de dos grupos de iniciativas pro ciclismo urbano en Mexicali y Barcelona, conocimiento que puede ayudar a comprender otros contextos culturales. Asimismo, se comparan las estrategias de comunicación en los espacios virtuales en cuanto a los datos, foros, eventos, interacciones, y objetivos del grupo de activistas *MXLiBiCi* y la *Massa Crítica Barcelona*, para también describir cómo es la participación de estos grupos en el ciberespacio. Este es un estudio ciberetnográfico en el que se ha realizado observación participante y entrevistas en profundidad. Se ha estudiado cómo Internet tiene un papel no solo como medio de comunicación, sino como un espacio social y herramienta de organización, por lo que los significados y prácticas alrededor del movimiento probici son importantes en la configuración de las iniciativas probici, la construcción de la movilidad urbana y el espacio público.

Palabras clave:

Ciclismo Urbano. Redes Sociales. Ciberetnografía. Ciberactivismo. Movimiento Social. Mexicali. Barcelona. Masa Crítica. Cibercultura. Bicicleta.

Abstract

In recent years, in several cities around the world, groups have proliferated with proven initiatives, giving rise to a social movement in which the tools of digital communication offer the possibility of building spaces to share both globally and locally, with freedoms and limitations that technologies imply.

This thesis offers results to understand the communication in cyberspace of two groups of pro- urban cycling initiatives in Mexicali and Barcelona, knowledge that can help to understand other cultural contexts. It also compares communication strategies in virtual spaces regarding the data, events, forums, interactions and objectives of the group of activists *MXLiBiCi* and *Massa Crítica Barcelona*, to also describe the

participation of these groups in the cyberspace. This is a cyber-ethnographic study with participant observation and in-depth interviews have been conducted. It has been studied how the Internet has a role not only as a media, but as a social space and organizational tool, so that the meanings and practices around this movement are important in the configuration of the pro-cycling initiatives, the construction of the urban mobility and public space.

Keywords:

Urban Cycling. Social networks. Cyberethnography. Cyberactivism.. Social Movement. Mexicali. Barcelona. Critical Mass. Cyberculture. Bicycle.

Resum:

En els últims anys en diverses ciutats del món s'han multiplicat els grups amb iniciatives probici, donant lloc a un moviment social en què les eines de comunicació digital brinden la possibilitat de construir espais per compartir tant a nivell global com local, amb les llibertats i limitacions que les tecnologies impliquen.

Aquesta tesi ofereix resultats per a comprendre la comunicació al ciberespai de dos grups d'iniciatives pro ciclisme urbà a Mexicali i Barcelona, coneixement que pot ajudar a comprendre altres contextos culturals. Així mateix, es comparen les estratègies de comunicació en els espais virtuals pel que fa a les dades, fòrums, objectius, interaccions i esdeveniments del grup d'activistes *MXLiBiCi* i la *Massa Crítica Barcelona*, per també descriure la participació d'aquests grups en el ciberespai. Aquest és un estudi ciberetnogràfic en què s'ha realitzat observació participant i entrevistes en profunditat. S'ha estudiat com Internet té un paper no només com a mitjà de comunicació, sinó com un espai social i eina d'organització, de manera que els significats i pràctiques al voltant del moviment probici són importants en la configuració de les iniciatives probici, la construcció de la mobilitat urbana i l'espai públic.

Paraules clau:

Ciclisme Urbà. Xarxes Socials. Ciberetnografia. Ciberactivisme. Moviment Social. Mexicali. Barcelona. Massa Crítica. Cibercultura. Bicicleta.

INTRODUCCIÓN

Estudiar el ciclismo urbano desde la comunicación

El tema desarrollado en la presente tesis se ubica en la línea de investigación de la Antropología de la Comunicación y Estudios Culturales, y aborda un estudio comparativo de los procesos comunicativos mediados de grupos del movimiento probici.

Estos grupos se encuentran activos o en desarrollo en varias ciudades del mundo, y a partir de distintas iniciativas probici conforman un movimiento social en el que las plataformas y aplicaciones digitales tienen un papel clave. Muchas de sus prácticas se conectan aunque difieran geográficamente. Antes de la accesibilidad a Internet ya existían las relaciones entre grupos de activistas del mundo, pero este medio ha dado lugar a ciertas prácticas de comunicación.

El movimiento social que reivindica el ciclismo urbano está integrado por distintas iniciativas. Estas pueden ser paseos masivos en bicicleta por la ciudad como la Masa Crítica (del inglés *Critical Mass*), los talleres de compra, venta y auto-reparación, paseos ecoturistas, hasta asociaciones civiles, entre otras. Estas iniciativas están presentes, organizadas y comunicadas mediante plataformas de redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea móvil, por lo que la comunicación mediada tiene un papel importante en la conformación de estos grupos y sus iniciativas.

La presente tesis está organizada por una introducción, seis capítulos y un anexo. En este apartado se presentan la definición del tema de investigación, así como los objetivos y el porqué del estudio. En el primer capítulo se encuentra el marco teórico, el cual dirige hacia los conocimientos de comunicación, cibercultura, ciclismo urbano y movimientos sociales, así como al ciberactivismo. El segundo capítulo aborda algunos datos estadísticos e

históricos sobre Internet y la bicicleta, así como un breve esbozo de los movimientos sociales en las ciudades estudiadas. El tercer capítulo contiene la explicación del proceso metodológico, así como una descripción y reflexión de la etnografía virtual.

En cuanto a los resultados del estudio, estos se muestran en los capítulos IV, V y VI a través de la narración de distintos pasajes y experiencias observadas, así como varias tipologías de las categorías estudiadas. En el capítulo VII se encuentran las conclusiones, que están compuestas por las propias del tema objeto de estudio, algunas líneas de acción posibles para cada ciudad, tanto en lo virtual como en la movilidad urbana, y conclusiones pertenecientes al aspecto de la reflexividad investigadora. Por último, como anexo, se incluye un glosario ciclonauta, que es imprescindible para entender el argot de la cultura ciclista.

Esta tesis se encuentra en un nuevo ámbito de estudios sobre la bicicleta como nuevo paradigma de la movilidad urbana. En la última década se han realizado encuentros y congresos en todo el mundo acerca del tema, y aunque el objeto de estudio es comúnmente más estudiado desde la arquitectura, el urbanismo, la ingeniería e incluso la ecología, en los estudios sobre el comportamiento humano aún hay camino por recorrer. Este trabajo ha procurado mostrar observaciones que van más allá de las estadísticas: la parte humana y cultural.

Resulta importante que existan observaciones etnográficas que ayuden a pensar en la cultura y la comunicación, y cómo éstos aspectos sociales han conformado las ciudades en las que vivimos ahora y en las que queremos vivir en un futuro cercano. Los espacios urbanos en los que nos movemos diariamente pueden pensarse desde dos tecnologías, una muy antigua; la movilidad en bicicleta y otra más reciente, la comunicación por Internet.

Antecedentes y estudios emergentes sobre la red y el ciclismo

Los estudios ciberculturales son recientes. Las primeras investigaciones acerca de la tecnología e Internet fueron realizadas en el área de la ingeniería e informática. Cabe señalar que Internet fue apenas integrado en algunas instituciones educativas durante las décadas de 1980 y 1990. Por lo que las publicaciones se enfocan al carácter instrumental de Internet y realizan acercamientos para el análisis del impacto en la vida humana, y se centran en visiones futuristas. Posteriormente se difunden artículos periodísticos y científicos vinculados a exponer o cuestionar la relación del individuo con su entorno tecnológico. Este tipo de artículos cuestionaron generalmente el papel de Internet en el futuro de la comunicación humana, así como los cambios en la vida social que pudieran replantear.

Hay que mencionar que durante estos años las preocupaciones sobre la desigualdad en cuanto al acceso a la información y a la comunicación ya tenían un carácter mundial. El informe MacBride, publicado por la UNESCO en 1980, sugería un nuevo orden comunicacional que reflejara el actuar frente a los problemas de comunicación y a la deontología periodística. La propuesta del informe fracasó porque afectaba los intereses económicos de algunos países.

Es interesante revisar las líneas de acción que planteaba el informe, ya que surgen de análisis que siguen vigentes, como la idea de que la comunicación es un derecho ciudadano, que existe desequilibrio y desigualdad en la difusión de la información, que esta sea democrática e incluyente con las identidades culturales, así como la importancia de que se realicen políticas e investigación científica relacionadas con la comunicación (MacBride, 1980). Es decir, son cuestionados el control, la centralización de la información, la censura periodística, la publicidad y la forma en que se administran los medios de comunicación, sobre todo respecto a las empresas trasnacionales y su responsabilidad frente al derecho a la información.

A finales de la década de los noventa, Internet se comercializa y en algunos países las compañías telefónicas o de televisión comienzan a ofrecer el servicio de conexión en cada hogar u oficina. Es por estas fechas que el interés académico en el ciberespacio se expande hacia otras disciplinas y surgen publicaciones de carácter antropológico y sociológico, así como las primeras etnografías virtuales o *ciber*.

A mediados de los noventa, Sherry Turkle estudió situaciones para comprender la construcción de la identidad en el ciberespacio desde la psicología social, y destacó los aspectos de la libertad de desplazamiento y anonimato de los usuarios. Publicó entonces *The Second Self* (1985) poniendo sobre la mesa el debate de nuestra relación con la tecnología, y posteriormente *Life on the Screen* (Turkle, 1997).

Más recientemente, Turkle plantea en *Alone Together* (2011) que la comunicación mediante Internet es intensa, y que el ciberespacio puede ser tanto un espacio de inclusión como de exclusión (en términos de la brecha digital y la desigualdad de acceso a la tecnología). Estudios como los de Turkle dieron lugar a conocimientos desde la perspectiva psicológica para comprender cómo la vida social cambió mediante las tecnologías, y además dieron lugar a la reflexión sobre la relación entre la identidad y la comunicación digital.

Respecto al ciberactivismo o movimientos sociales en la era digital, los estudios datan de finales del siglo XX, y sobre todo se han dedicado a describir ciertos casos específicos y realizar propuestas para el uso de los medios en la construcción de la democracia. En este sentido Donna Haraway propone la metáfora del individuo *cyborg* (organismo-máquina) como una cultura para repensar las categorías como el género, la etnia, las tecnologías de la comunicación y la política.

El trabajo de Haraway aporta planteamientos para repensar qué es la

naturaleza, la tecnología y cómo se ubica el pensamiento científico en estos. Se crea la tecnología a partir de los paradigmas humanos, se transforman también las actividades que están permeadas de lo tecnológico: oficios, comunicaciones y adaptación al mundo social. Es decir, somos *cyborgs* en tanto que necesitamos de las máquinas para sobrevivir y socializar, y también en la tecnología pueden encontrarse espacios de inclusión y exclusión, así como de empoderamiento (Haraway, 1995).

Actualmente, los estudios del ciberactivismo se alejan más del debate sobre el ser humano y su relación con las tecnologías y focalizan su atención en propuestas interdisciplinarias para comprender una “sociedad de movimientos” (della Porta & Mario, 2012). Por otra parte, la mayoría de los estudios actuales sobre activismo digital, también se alejan de la postura entusiasta, y analizan también las limitaciones de acción política en este entorno. Como *Ciudadanía Digital* (Robles, 2011) apuntan hacia la reconceptualización del ciudadano, como un “ciudadano digital” y la urgente necesidad de poseer una postura crítica en el uso, apropiación y producción de los medios.

Autores como Melucci (2002), Lin (2000), Putnam (2003) estudiaron la acción colectiva en relación al capital social, y plantean que la participación política, (entendiéndose esta participación tanto el voto, escribir al Congreso o reunirse con los amigos a jugar bolos) no ha disminuido, sino que ha cambiado de escenario y de formas. Uno de estos nuevos escenarios es el ciberespacio y las redes sociales en Internet, recordando que las redes sociales existen dentro o fuera de Internet, solo que ahora adquieren otros matices con las plataformas digitales.

En cuanto a la bicicleta como objeto de estudio, cabe decir que las investigaciones sobre el ciclismo urbano son relativamente recientes. En *Cycling Cultures*, Peter Cox muestra la relación entre activismo y academia; relación que no es sencilla pero que al menos en el caso de las iniciativas probici como

movimiento social, pueden encontrarse ejemplos de multiculturalismo y empoderamiento de grupos diversos (Cox, 2015).

En “Lessons Learned Through Training Immigrant Women in the Netherlands to Cycle” (Kloof, 2015), se ilustra cómo la edad, el género, el nivel educativo, la densidad poblacional, y otros factores demográficos predeterminan muchas actividades diarias como lo es el uso de la bicicleta. En el capítulo se enfocan en las categorías de género y movilidad urbana, aunque además se muestra cómo han sido las experiencias de enseñanza para mujeres inmigrantes que nunca habían montado una bicicleta y que provienen de contextos culturales donde este vehículo no es bien visto para la mujer. Estas narraciones también ayudan a comprender la integración y libertad de movilidad que puede representar la bicicleta.

Los estudios emergentes sobre el ciclismo urbano y la comunicación son diversos e interdisciplinarios, pues este movimiento tiene relación con el activismo, nuevas prácticas culturales y el diseño urbano. Al respecto, hay que destacar los estudios de John Urry; como *Mobilities* (2007) en donde expone las transformaciones que atraviesa la vida social a partir de las tecnologías, y analiza los cambios en la movilidad en las sociedades contemporáneas. Se propone estudiar la movilidad como un producto cultural, como un sistema comprendido por los viajes físicos de los sujetos sociales, el movimiento físico de objetos, los viajes imaginados, los viajes virtuales y los viajes comunicativos.

En la obra de Urry se encuentran importantes aspectos para comprender la comunicación como movilidad o bien como parte de esta. En *Un Mundo sin Coches* (del título original en inglés *After Car*) (Kingsley & John Hurry, 2011) se visualiza un sistema posible que no implique que el transporte esté basado en la industria automovilística y los problemas de contaminación y exclusión social que esta genera.

Existe un abordaje acerca de este objeto de estudio desde la psicología

ambiental, tratado en: *Ventanas en la ciudad. Observaciones sobre las urbes contemporáneas* (Vivas i Elias, et al., 2005) Es un trabajo coordinado en el que Vivas i Elias, Mora, Vidal i Moranta, Rojas, López, Valera i Pertegàs, Pol i Urrutia y García comparten distintas visiones de la ciudad. Este trabajo es importante para entender porqué la movilidad en las ciudades no consiste en un solo espacio, sino una multiplicidad de estos en los que intervienen las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y también se toma en cuenta que el individuo se desarrolla en un entorno que tiene dimensiones biológicas, sociales, tecnológicas y políticas.

Otro trabajo que Vivas i Elias realiza en coautoría es *Barcelona: una ciberciudad en tránsito* (Vivas i Elias, Ribera-Fumaz, López Catalán, & Pellicer Cardona, 2008) que aporta el repensar en la ciudad como una serie de espacios que tienen con relaciones complejas con lo *cyborg*, es decir, que las personas acceden y viven experiencias en distintos espacios virtuales que se conectan a su vez con espacios físicos. Por ello, llamarles ciudades actuales o ciberciudades puede ayudar a comprender el uso de las tecnologías: “las ciberciudades actuales se construyen a partir de un cúmulo de espacios que se interconectan entre ellos y a través de las prácticas, interacciones, movimientos, comunicaciones, deslizamientos, navegaciones, que hacemos por ellos” (2008, p. 725).

En otras palabras, la ciudad se experimenta a partir de los espacios que compartimos, ya sean físicos o virtuales. Actualmente, a las experiencias les caracteriza la información proveniente de fuentes que llegan a los individuos mediante el hipertexto y la interacción mediante aplicaciones virtuales. Confiamos actividades rutinarias como revisar el horario del transporte, el camino para llegar más rápido a un sitio o bien, pagamos productos que llegan a nuestra casa sin haber visitado las tiendas física de estos. El trabajo de Vivas i Elias, Ribera-Fumaz, López y Pellicer, además aporta una etnografía de lo urbano que considera las interconexiones entre el movimiento de los ciudadanos y lo virtual, de modo que, en casos como el metro de Barcelona, las prácticas sociales están mediatizadas por las tecnologías.

En relación a la etnografía y su variante *online*, Mayans (Género Chat: o Cómo la Etnografía Puso un Pie en el Ciberespacio, 2007) y Ardèvol (Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea, 2003) son autores que proponen que la ciberetnografía estudie espacios virtuales no solo por la gran cantidad de información a la que puede accederse desde un solo sitio, sino porque son nuevos espacios de sociabilidad y por lo tanto para entender las nuevas formas en que se distribuye el poder.

Hay que señalar que aunque el tema de la bicicleta como objeto de estudio está emergiendo en el campo científico, gran parte de la producción de conocimiento se encuentra en obras de divulgación e informes oficiales, ya que el interés por el tema proviene del cambio en la urbanización y políticas públicas por parte de asociaciones y autoridades, entendiendo una política pública como las acciones orientadas a solucionar problemas en una comunidad. La investigación científica sobre el ciclismo urbano y su comunicación, se encuentra en un espacio permeable en el que intervienen labores de consultoría, la filosofía, el activismo, la industria de la construcción, y debates públicos de urbanización y desarrollo sostenible.

Aquí conviene mencionar a algunos estudiosos del mundo de la movilidad urbana que trabajan en la academia y en estos espacios multidisciplinares. Se encuentra el trabajo de Esther Anaya, que realiza trabajos de consultoría de la bicicleta pública en Barcelona, en España y en otros países, y publica un capítulo en coautoría para el libro *Cycling and Sustainability* (Anaya & Beroud, 2012) en el que analiza cómo la organización administrativa interviene en los sistemas de transporte público, en este caso de la bicicleta pública de España y Francia.

Respecto al tema del ciclismo urbano como acción colectiva, Elisabeth Lorenzi realiza estudios de antropología situada sobre la *Bicicrítica*: la Masa Crítica de Madrid y plantea esta actividad como expresión y participación ciudadana.

Lorenzi estudia sobre todo la manera en que los ciudadanos transforman la ciudad moviéndose en ella, y relaciona las iniciativas de movilidad sustentable con otras acciones cívicas, como las de *okupación* y autogestión de centros y talleres vecinales. En el texto "*Alegría Entre Tus Piernas: To Conquer Madrid's Streets*" (Lorenzi, 2012) se relaciona el aumento de la difusión mundial del movimiento de la Masa Crítica con la ampliación de los servicios de Internet y los espacios virtuales, y que a su vez, los datos, las opiniones, los eventos y objetivos de las iniciativas probici, se debaten de forma dinámica.

¿Por qué estudiar el ciclismo si no se pedalea en la red?

En las últimas décadas Internet se ha convertido en un espacio de encuentros y desencuentros, el ciberespacio es ahora el sitio inmaterial en el que se expresan, organizados o no, los activistas y todo aquel que integra o se incorpora a un movimiento social. En la actualidad, casi cualquier manifestación ha de emplear las tecnologías, ya que de la vida social se encuentra mediada y permeada por ellas.

Internet, el medio que en sus orígenes era exclusivamente de objetivos militares (Guazmayán, 2004), fue incorporándose a través de varias compañías a los hogares e instituciones educativas. Para el 2015, se calcula que el 46% de la población mundial, es decir 3 419 millones personas ya eran usuarias de Internet y un 31% del mundo ya se encontraba activo en medios sociales, como las redes. En México, del total de la población que son 121 millones de habitantes, el 49% son usuarios activos de Internet y 46% de la población son usuarios de las redes sociales. España, país conformado por 46,5 millones de habitantes, de los cuales 77% son usuarios activos de Internet y 47% de la población son usuarios de las redes sociales (We Are Social, 2016).

Los datos descritos de ambos países ayudan a identificar cómo estos espacios

sociopolíticos representan ciertas características geográficas que también forman parte de la cultura de la movilidad urbana. Asimismo, la acogida y percepción de las tecnologías digitales ayuda a entender que aunque con una penetración distinta de la tecnología, en ambos casos el uso de los servicios de comunicación digital penetran con fuerza en la ciudadanía y el uso de las redes sociales es importante para entender que este es un medio de sociabilidad.

Con sus limitaciones y libertades, el ciberespacio posee características propias que otros medios no habían manifestado, o por lo menos no con tal intensidad. Por así decirlo, ni la televisión, ni la radio o la prensa escrita, pudieron anteriormente brindar la posibilidad de una retroalimentación inmediata. Si bien todos los medios son relativamente espacios de encuentro y de cooperación, Internet brinda la capacidad de que cada persona genere y comparta sus propios contenidos.

Gracias a estas características, en el ciberespacio se han construido procesos de comunicación importantes para la organización de las movilizaciones sociales y otras acciones colectivas. Entre algunos ejemplos recientes de movimientos sociales que se organizan y manifestaron en el ciberespacio se encuentran: *Yosoy132*, donde varios grupos juveniles mexicanos en distintas regiones del país demandaron el ejercicio limpio de elecciones para presidente de la república, entre otras cosas, proponían que hubiese una prensa alternativa (YoSoy132, 2013).

Por su parte, el *Movimiento 15M* en España que surge en las redes sociales por la unión de diversos colectivos y que cuestiona el sistema democrático y la situación económica (Movimiento 15M, 2013). Así, de este movimiento se desprendieron otras agrupaciones como: *Democracia 4.0* que propone un nuevo sistema de votos, *STOP Desahucios* para los afectados de las hipotecas, *Marea Verde* en el área de Educación y decenas más, que abordan distintas temáticas.

Estas y otras acciones colectivas se organizan por los medios digitales y han adquirido características que no habrían sido vistas antes de la popularización de la web. Este es el caso del movimiento *Critical Mass* o Masa Crítica, (en catalán *Massa Crítica*) que apuesta por la resignificación de los espacios urbanos mediante el uso de un transporte no motorizado. Tiene además una repercusión directa en el cuerpo de los individuos y en las prácticas cotidianas. Las formas de cooperación y de establecer contacto para sus participantes se facilitan y se vuelven complejas a través de las mediaciones en la red.

Estamos frente a grupos que utilizan los espacios virtuales para buscar otros usos y apropiaciones de los espacios físicos y justo uno de los más complejos: la ciudad. El peatón, el ciclista, y el automóvil comparten, negocian o luchan por el espacio público, por la necesidad de vivir y moverse dentro de este, para llegar a un sitio.

Hay que señalar que el estudio de los movimientos sociales se ha realizado normalmente observando sus dinámicas económicas, políticas o sociodemográficas, lo cual permitía situarlos históricamente y explicar su lógica. El estudio de los movimientos sociales desde los procesos comunicativos es un enfoque nuevo y permite conocer el papel que tienen las mediaciones tecnológicas de finales del siglo XX y de este modo conocer cómo se conforman los nuevos movimientos actuales, sus necesidades de acción y los significados en nuestra cultura. Los resultados de este proyecto pueden ofrecer líneas para comprender el fenómeno actual del activismo, de los movimientos sociales y sus procesos comunicativos. El papel de los medios de comunicación en la participación ciudadana es importante porque representa una herramienta que permite la interacción y la distribución del poder.

El estudio del ciclismo urbano como movimiento social que se manifiesta y utiliza la red, ayuda a comprender cómo participa e interactúa la sociedad civil en la transformación y significación de las ciudades. Comprender esto, tanto en el contexto bajacaliforniano, como en el catalán, contribuirá a la incidencia en

políticas públicas en cuanto a transporte alternativo y planeación urbana. Es decir, puede proporcionar información que ayude a identificar situaciones, toma de decisiones y desarrollar estrategias tanto para la sociedad civil, como para las autoridades de gobierno. Y habría que agregar una de las premisas que los activistas de este movimiento expresan: las ciudades modernas, en su mayoría, tienen problemas por contaminación por dióxido de carbono, el sedentarismo, siniestros de tráfico y un ascenso en los precios de combustible: algo hay que cambiar en la forma en que nos desplazamos.

La comparación de ambos contextos genera conocimiento sobre ciudades que fueron construidas después de la invención del automóvil y cierta industrialización que desplazó los espacios de trabajo y vivienda, así como ciudades antiguas que fueron diseñadas pensando en el peatón o en vehículos no motorizados, pues no existían antes de la construcción de sus calles.

Objetivos del estudio

General

Comprender la comunicación en el ciberespacio de dos grupos de iniciativas pro ciclismo urbano en Mexicali y Barcelona, a partir de la comparación de ambas culturas activistas.

Específicos

Comparar las estrategias de comunicación en los espacios virtuales en cuanto a los datos, interacciones, eventos, objetivos y foros del grupo de activistas *MXLiBiCi* en Mexicali y la *Massa Crítica Barcelona* de Barcelona.

Describir las estrategias de comunicación y participación que estos grupos utilizan en el movimiento social ciclista urbano en el ciberespacio.

Hipótesis no demostrativa

Las hipótesis de trabajo cualitativo son: “generales, emergentes, flexibles y contextuales, y se afinan conforme avanza la investigación” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p. 370). En este caso, la hipótesis no pretende demostrar una premisa, sino funcionar como una guía en la descripción y comprensión del objeto de estudio:

El papel de Internet como medio de comunicación, como espacio social, y herramienta de organización, tiene un papel esencial en la configuración de las iniciativas probici como movimiento social. En distintos contextos culturales pueden encontrarse usos diversificados de las herramientas que ofrece Internet: es decir, las personas se apropian y adaptan dichas herramientas pero también mantienen un contacto global con iniciativas que se encuentran en otras partes del mundo, lo cual permite una red de grupos que coinciden en objetivos similares.

1. DOS TECNOLOGÍAS: INTERNET Y LA BICICLETA

Así, lo que está en juego cuando hablamos de recurrir a la bicicleta no es algo menor. Se trata de saber si, frente al auge de un urbanismo galopante que amenaza con reducir la ciudad antigua a una concha vacía, con transformarla en decorado para los turistas o en museo al aire libre, es posible restituírle algo de su dimensión simbólica y de su vocación inicial de favorecer los encuentros más imprevistos.
(Augé, Elogio de la Bicicleta, 2009)

1.1 Cibercultura y comunicación interpersonal

Cuando se habla de cultura y tecnología es necesario aclarar la dimensión o dimensiones de la cultura de las que se habla. Puede decirse de forma muy general que cultura es todo lo que hacen las personas, pero además que toda actividad además siempre relacionada con alguna tecnología, incluyendo aquellas creadas antes de la electricidad y la robótica, pero es necesario abordar otras definiciones. La tecnología es cultura y no solo un artefacto cultural: esta tiene aspectos vinculados a valores específicos, se diseña pensando en una necesidad u optimización de las actividades humanas.

Los paradigmas tecnológicos se crean a partir de criterios humanos, por ello los vestigios arqueológicos funcionan como una especie de documento que habla de la cultura en turno que no es posible presenciar. Hay que señalar que la tecnología surge de ciertas actividades humanas y a su vez transforma también las actividades que están permeadas de lo tecnológico; como los oficios, comunicaciones y la adaptación al mundo social.

Las personas son *cyborgs* en la medida que necesitan de las máquinas para vivir y sobrevivir. La producción de alimentos, necesaria para nuestra supervivencia, está integrada por tecnologías distintas, tanto de modificación genética para

asegurar las cosechas, como de una distribución que necesita transporte, logística y mercado. La medicina ha desarrollado aparatos de diagnóstico específicos, tratamientos y fórmulas que utilizamos varias veces en nuestra vida, y a veces sin cuestionar mucho toda la tecnología que está implicada en la recuperación del cuerpo.

El cine de ficción plantea estos argumentos de forma hiperbólica en filmes en los que las máquinas y robots inteligentes se apoderaban del mundo social; sin embargo la vida social actual no difiere mucho de la relación que ya describían algunos cineastas hace unas décadas. Aunque la metáfora del estilo *cyberpunk* en el cine corresponde a la ficción y a la literalidad del apoderamiento de las máquinas contra los organismos vivos, las personas utilizan las tecnologías en la mayoría de los aspectos de su vida cotidiana y muchos grupos, e instituciones basan su organización y procedimientos en ellas.

Al respecto, las posibilidades de comunicarse con los demás también cambian con el uso de la tecnología, y nuestra relación con los dispositivos ha dejado de ser instrumental desde hace tiempo. Se experimentan intensos procesos globales y locales; vivimos una época donde la descentralización de la información brinda nuevas posibilidades y nuevos obstáculos. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) acercan a personas que se encuentran a kilómetros de distancia, acercan a las personas que ya se conocían y en ocasiones alejan a personas que se encuentran cerca físicamente.

Es decir, se ha deslocalizado la comunicación interpersonal y se generan entornos y espacios virtuales que van más allá de la comunicación mediada por computadora y de la posibilidad de acortar distancias geográficas. Las TIC permiten nuevos escenarios y “plazas públicas” donde los individuos inician y construyen debates sobre exclusión, género, pobreza, y otras problemáticas sociales. Es también un espacio lúdico donde las personas comparten intereses en común.

No ha de entenderse Internet y ciberespacio como sinónimos: Internet es el medio, es la infraestructura que ha integrado la mayoría de las funciones de todos los medios anteriores a él. Al hablar de ciberespacio, nos referimos a las posibilidades de desplazamiento, búsqueda y contribución de información así como de socialización. Es un entorno cultural donde existen intercambios y cooperaciones “reales”.

De este modo, el ciberespacio se define como un entorno basado en la comunicación mediada por computadora (CMC) que permite acceder a contenidos y plataformas sin un horario determinado como lo que ocurría con la televisión o la radio. Y bien, permite que personas de distintos espacios se comuniquen y compartan parte de su vida.

En este orden de ideas, la vida del individuo que accede a la cibercultura, aunque sea limitado o indirecto, ha cambiado principalmente por la forma de concebir las relaciones sociales. Se facilitaron algunas formas de construir amistades y matrimonios interculturales, el intercambio de mercancías, entre otras cosas, las personas no necesitan trasladarse grandes distancias para conocer a alguien o visitar un sitio.

Lo anterior tiene sus matices. Si bien el ciberespacio representa mayor libertad para el usuario, tiene sus limitaciones. Existe cierto control de los contenidos, cierta censura, como con toda tecnología, y no todos los países tienen la política de puertas abiertas a sus sitios web. Por ejemplo en Corea del Norte, no es posible acceder a los servidores, establecer redes sociales o promover un sitio externo en sus foros. En China hay un control gubernamental de la producción y distribución de contenidos en la red, y en Cuba el acceso está restringido a ciertas salas, que además son vigiladas por el gobierno.

Mark Andrejevic realiza una propuesta para entender Internet. En el ensayo *Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade* (Andrejevic, 2009) explica que la interactividad no resulta ser política *per se*, es decir, que los usuarios se hayan

convertido en emisores y receptores más activos no significa que tengan mayor libertad o que las interacciones lleven automáticamente a desarrollar prácticas de empoderamiento. Por ello, los estudios críticos de los medios de comunicación necesitan reentender el rol de las tecnologías dentro de la lógica de la economía política en la era digital, y no solo focalizar la atención en las nuevas prácticas y cambios sociales.

Aunque observar lo social es importante, hay que tomar en cuenta que nuestra capacidad de acción en la red está predeterminada por los intereses de distintas empresas que concentran y administran la información. Puede afirmarse, que esta capacidad de acción en la red conlleva también a la vulnerabilidad de los datos personales: el manejo de nuestros intereses y desplazamientos en Internet facilita el marketing y también la persuasión.

En relación a la crítica que Andrejevic realiza respecto cúmulo de datos que se manejan en Internet, Carlos Scolari emplea el término hipermediación, y marca la importancia de cómo los efectos de las hipermediaciones no se quedan en el espacio virtual:

[...]No estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos, sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir toda la textualidad a una masa de bits, permite articular dentro del sistema mediático [...] nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima– de los medios tradicionales. (Scolari, 2013, p. 114)

Si bien, se había hablado antes de mediaciones (Martín-Barbero, 1987) para comprender la relación entre los medios y las sociedad, por ejemplo, sobre el impacto que tenía la televisión en la culturas populares, al hablar de hipermediaciones ya se está hablando de otro espacio simbólico donde suceden los intercambios, y entonces en lugar de entender un medio de comunicación específico y una cultura en un espacio político territorial, se pretende entender cómo es confluencia de lenguajes y fragmentaciones formados a partir de la interactividad en un espacio político virtual (Scolari, 2013).

Existen varias perspectivas sobre la cibercultura. Desde la perspectiva antropológica, Marc Augé utiliza una metáfora del síndrome de Charcot-Wilbrand (incapacidad para soñar) para explicar lo que sucede en la sociedad por el consumo actual de información mediada. En *La Guerra de los Sueños*, Augé (1998) describe cómo la gran cantidad de productos recreativos en los medios de comunicación y la intensidad de la vida social por Internet, provocan que la capacidad para imaginar se reduzca: entorpeciendo las posibilidades creativas y expresivas.

Además el autor explica las consecuencias de que los medios de comunicación actúen como mediaciones en la comunicación interpersonal: entre ellas menciona la saturación de información de la mente humana y también el porqué estas mediaciones no logran sustituir la interacción cara a cara. Asimismo, describe cómo los medios, como la televisión, no pueden ser una ágora pues por la forma en que circula la información y se presenta al público, hay distorsión debido a la fragmentación de visiones generales del mundo.

Sin embargo, en el ciberespacio el usuario es el creador activo de los mensajes y significados, por lo tanto, no tendrían porque limitarse ni la imaginación, ni la expresión. La materialidad del cuerpo en el ciberespacio no es tan determinante como en la vida cara a cara, por lo que supone una ventaja para algunas comunicaciones. La propuesta de Augé, es que la cibercultura representa una sobreinformación incluida en todos los aspectos de la vida diaria, y que aún no conocemos con certeza las consecuencias a largo plazo, por lo que explica la necesidad de evaluar de forma crítica nuestra relación diaria con las tecnologías y del tipo de fuentes mediante las que recibimos información.

Para el autor, es en la cibercultura donde la dialéctica entre identidad y sus representaciones pueden crear imágenes ficticias de la persona y de los demás; y que se construyan relaciones interpersonales en base a referencias (Augé, Los no lugares, espacios del anonimato: Una antropología de la sobremodernidad,

1997). Aunque el texto es previo al uso popular de las redes sociales virtuales como Facebook o Twitter, anticipa una postura crítica de la relación entre la identidad y las tecnologías de la información, y narra cómo la estructura social contiene formas de control sobre la imaginación humana.

Un texto también anterior al ciberespacio, incluso anterior a la penetración mundial de los medios de comunicación como la prensa, la radio o la televisión, es *La presentación de la persona en la vida cotidiana* de Goffman publicado en 1959. A partir del uso de metáforas teatrales, el autor explica que el individuo adapta “máscaras” dependiendo de la situación, y que “actúa” dependiendo de las reglas sociales y lo que la sociedad espera de este, por lo que el *yo* está realmente formada por un conjunto de máscaras, es decir, de interacciones que tenga con los demás (Goffman, 1987).

Por lo tanto, aunque el modelo de interpretación de Goffman habla de la interacción presencial, y no se refiere al diseño de un perfil en una plataforma con un soporte visual, si trasladamos este análisis para entender lo que ocurre en las redes sociales, las personas diseñan perfiles personales en parte de modo deliberado, pero básicamente por socialización, por el cómo queremos que nos vean los otros y además limitadas por las posibilidades dadas por la plataforma.

En este sentido, el individuo tiene herramientas variadas para generar esta visión de su persona en el ciberespacio, pero también se enfrenta a la multiplicidad de espacios donde tiene que proyectar esfuerzos para mostrar una imagen de sí mismo:

En el amplio y variado elenco de redes sociales – muy diversas en cuanto al modo en que la persona puede presentarse –, un elemento común es que el usuario dispone de un «perfil», en el que ha de proporcionar la información textual y visual que permita identificarle. Completar de un modo u otro esta información es un modo claro de expresión controlada del usuario: será él quien decida qué datos proporciona al resto de usuarios. Según el tipo de red social, será un campo más o menos rico de información en el

que el actuante se presente ante su audiencia (Serrano-Puche, 2012, p. 5).

El diseño en Internet de estas presentaciones en la vida cotidiana son deliberadas y expuestas. Por ejemplo, cualquier usuario regular en la red puede anticipar el perfil de una persona variará dependiendo del objetivo de la plataforma: no serán los mismos elementos visuales ni la misma información proporcionada la que se encuentre de una persona en la aplicación para encontrar pareja sentimental, como Tinder o Grindr, que la que pudiera encontrarse en la red profesional LinkedIn o InfoJobs que funciona como bolsa de trabajo.

Respecto a la *presentación de la persona en la vida cotidiana*, y a la consideración de que ahora dicha presentación tiene una relación con el tiempo y el espacio distinta a la que había antes de los medios masivos, conviene explorar la relación entre el cuerpo y lo virtual. Le Bretón menciona que es en la red donde el individuo puede despojarse temporalmente del cuerpo para explorar la pluralidad del *yo*, de “jugar” con la identidad y experimentar pocas limitaciones para la expresión a través de simulaciones y artefactos específicos (Le Breton, 2007).

Le Breton realiza una crítica a la visión posmoderna en la que la ciencia y tecnología no avanzan de mano con la ética. Aunque el autor describe la situación del cuerpo en la modernidad, y de cómo se desdibujan los limitantes para moverse e interactuar, el autor afirma que también hay una ruptura con el cuerpo, y que se le considera a éste como una idea obsoleta; atribuye que esto proviene del pensamiento posthumanista adoptado de forma declarada por pensadores e investigadores: “El hombre biónico, el cyborg, se anuncian, quizás, en el horizonte de un futuro no muy lejano: resto humano realzado por prótesis, por estimuladores, por pilas, por microprocesadores, que sustituyen las funciones fisiológicas o los órganos que no funcionan bien” (Le Bretón, 2002, p. 45).

Esta crítica invita a retomar la apreciación del cuerpo, y replantear las modificaciones que se realizan a partir de la medicina o la estética. Para Le Breton estamos comparando el cuerpo con las máquinas, olvidando el origen de la tecnología:

Por otro lado se encuentra el proceso "Matrix". Aquí la idea es que nosotros somos la información almacenada en el cerebro y el resto no tiene ningún interés. Entonces, si somos capaces de construir una máquina que duplique todas las neuronas de nuestro cerebro, ésta se transformaría en nosotros mismos. En este caso nos encontramos en la prolongación del paradigma cibernético de Norbert Wiener, con esta idea de que "subir" la mente a Internet o a la computadora nos liberaría del peso del cuerpo, siendo el término "peso" muy empleado por estos teóricos. (Le Breton, 2010)

En este sentido, al hablar del movimiento probici y de movilidad urbana en general, también se habla indirectamente del cuerpo: se trabajan en la red temas relacionados con la salud, la seguridad vial, contaminación y espacios urbanos, entre otros. Dos usuarios que discuten en la red, por anónimos que fueran o por lejanos que estuvieran, están compartiendo experiencias sobre su cuerpo al moverse por la calle, de su necesidad de ir de un sitio a otro, por lo que la corporeidad es tema principal, aunque el medio por el que interactúan no se requiera el encuentro cara a cara.

De este modo, la descorporeización no es la disolución del cuerpo (lo cual ya de hecho, es imposible), más bien debe entenderse como las posibilidades de expresar el discurso, la comunicación y los sentidos, facilitadas sobre todo por los medios, y por la interacción en el ciberespacio. Esto no significa que la edad, el género, el cuerpo, o las clases sociales desaparezcan o pierdan importancia en la pantalla. Quiere decir que la cibercultura potencia aspectos de la vida cotidiana, y elimina las limitantes de la interacción cara a cara, pero no resuelve por sí sola la desigualdad y los problemas que tenemos en comunidad. Cada vez su distribución es más amplia, el acceso a la tecnología no es equitativo. Aunque debe aclararse que la distribución de la tecnología ha sido desigual, y

no comienza con la integración de Internet a los hogares.

Si bien poseer tecnología sofisticada representa estatus, otro tipo de desigualdad en el ciberespacio está conformada por niveles de satisfacción (Levine, 2004). Es decir, la desigualdad en el ciberespacio está dada por la calidad de banda ancha, el espacio físico donde se encuentre el soporte tecnológico, las restricciones legales de contenido con derechos de autor de cada país, hay que añadir la habilidad y capacitación para su uso. De acuerdo a estos niveles de satisfacción descritos, puede compararse la conexión mediante un *smartphone*, pues el individuo es libre de movimiento, y de conectarse desde una biblioteca o café Internet donde la navegación puede ser limitada.

Ya “habitando” dentro del ciberespacio, para la mayoría de los usuarios estas desigualdades son casi imperceptibles, sobre todo si no se conocen las condiciones del otro usuario. Esto pone en desventaja a las personas que no están conectados a la misma velocidad que su interlocutor, y la inmediatez de la información por lo tanto, es relativa.

Al respecto, Castells afirma que aunque hay una gran diferencia de conectividad, y los territorios no conectados a Internet pierden competitividad económica y oportunidades de sumarse al nuevo modelo de desarrollo, las tasas de crecimiento de Internet son altas en todas partes, y que este problema disminuirá rápidamente. Sin embargo, apunta a que la desigualdad más preocupante además de la conectividad técnica, es la de cómo procesar la información:

Esa capacidad de aprender a aprender, esa capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende, esa capacidad es socialmente desigual y está ligada al origen social, al origen familiar, al nivel cultural, al nivel de educación. Es ahí donde está, empíricamente hablando, la divisoria digital en estos momentos (Castells, 2001).

De acuerdo a lo anterior, aunque la *brecha digital* en sus diferentes dimensiones:

conectividad técnica, capacidad de educarse y entender la cultura de Internet, son asuntos pendientes, Internet puede valorarse como un medio de interacción donde es posible en mayor medida, en comparación con otras formas de comunicación mediada, que cada usuario construya y exprese su discurso y se represente a sí mismo.

Por este camino, la prensa escrita, la radio y la televisión, habían dado lugar ya a la retroalimentación y participación, sin embargo estas no eran inmediatas ni tenían mecanismos claros para propiciarla, esto ocurre porque por el tipo de producción de estos medios la participación de los televidentes, radioescuchas y lectores no es equitativa. Los mismos formatos y géneros periodísticos, radiofónicos y televisivos, poseen estructuras que predeterminan los mensajes: sus públicos no participaron en la producción general de estos productos mediáticos. Los medios digitales permiten procesos menos lineales o unidireccionales, aunque la mayoría de las plataformas tienen una estructura establecida para la comunicación, el usuario tiene más oportunidad de modificar y personalizar de acuerdo a sus necesidades, y por lo tanto, tener apropiación de las formas de comunicación.

Como se ha mencionado antes, para Turkle (2011) la comunicación interpersonal mediante Internet es intensa, refiriéndose a que el ciberespacio puede ser tanto un espacio de inclusión como de exclusión. Una persona o un grupo de personas pueden preferir la interacción con otros mediante la red y evitar las relaciones con vecinos o gente que comparte el entorno. Así como una persona puede preferir ciertas actividades con un grupo de personas en la "vida real" y mantener asimismo interacciones con sus contactos *online*. El observar a una pareja comiendo en un restaurante, mientras que "textea": escribe y envía mensajes a otras personas mediante el móvil es ahora más común que lo que era hace unos años.

Este espacio virtual que cambió las posibilidades de comunicación, también replantea las formas de pensar en el tiempo, en el espacio y sobre todo en lo

social. Además abre una posibilidad a nuevas formas de convivencia y participación ciudadana.

El fácil acceso y la inmediatez representan algunos cambios sociales. Por ejemplo: la percepción del tiempo ha cambiado. Vivimos una época en la que las formas sociales cambian a paso más acelerado que en otras épocas por lo cual es más complejo definir sus referentes. En este sentido, Zygmunt Bauman nombra *modernidad líquida*, y compara las instituciones premodernas con las actuales (Bauman, 2009). En esta obra el autor propone una metáfora que consiste en comparar las épocas anteriores con objetos sólidos y a la época actual con el estado líquido de la materia, difícil de describir y prever por sus cambios constantes de forma. Lo *líquido* también se le atribuye a la información: lo global en Bauman puede entenderse como un mundo donde todo tiene contacto con todo, en constante transformación.

Para el autor a la época moderna o posmoderna le caracterizan relaciones sociales que cambian rápidamente, y concluye que los seres humanos estamos creando lazos muy frágiles. Asimismo, al Estado moderno lo caracteriza una separación entre el poder y la política; y este poder entonces “se está desplazando al políticamente incontrolable espacio global (y extraterritorial en muchos aspectos)” (Bauman, 2009, p. 8). Esto da lugar a que se rompa la percepción sobre una identidad colectiva y que los roles no se encuentren preescritos. Esto supone una dificultad para comprender el mundo social y cultural: para entender los fenómenos sociales actuales, implica repensarlos y entenderlos dentro de su propia lógica de cambios continuos y formas no concretas.

Además, Bauman propone que, para entender la cultura global hay que visualizar al individuo sobre la estructura social y que este a su vez, siente un desencanto por el Estado “protector”, así como el miedo, la desconfianza son características de la época actual. Es decir, a la cultura le caracteriza la disolución de las ideas heredadas en la modernidad respecto al progreso y la

revolución industrial. La propuesta del autor es que se desarrolle “una mejora compartida para una supervivencia individual” (Bauman, 2009, p. 145).

Un ejemplo cotidiano del cambio social respecto a la percepción del tiempo, es la espera. En la comunicación mediada interpersonal, hay una certidumbre de que el otro puede responder en cualquier momento, no es necesario que una persona esté presente para que reciba nuestros mensajes. A su vez, tampoco hay que esperar a que la prensa escrita imprima una edición para acceder a las noticias.

Entonces, cambia la percepción de la distancia entre las personas. El tipo de mensajes interpersonales se caracterizan por una economía del texto y también la función fática de comunicar está dada por algunos dispositivos que muestran cuándo el usuario está “disponible” o “en línea” sobre todo en el intercambio de mensajes *online*, como el chat o mensajería instantánea:

La comunicación interpersonal en Internet se realiza mediante el intercambio de textos, tanto en la forma simultánea (sincrónica) de las conversaciones en línea, o asincrónica a través del correo electrónico.

En el primer caso (chat), la estructura de la interacción es análoga a la conversación cara a cara y a la comunicación telefónica, es decir, de un modo dialógico; mientras que en el correo electrónico, los conjuntos textuales son más extensos y el intercambio no necesariamente obtiene una respuesta inmediata. (Kiss de A. & Castro, 2004, p. 6)

Con la oportunidad de intercambiar mensajes con respuestas más o menos inmediatas, las personas crean nuevos espacios para la comunicación, hasta ahora el texto predomina en la comunicación interpersonal en Internet, pero es complementada por audio, video e íconos que emulan una conversación cara a cara. Esto parecería indicar que es la cultura cibernética la que propicia estas extensiones o imitaciones de las interacciones “naturales”, pero las simulaciones no son aspectos propios de la comunicación digital, pues el lenguaje hablado y escrito son construcciones humanas que también crearon

nuevos códigos y formas de generar conocimiento (Baudrillard, 1978).

Puede decirse que la comunicación digital, no solo está imitando el lenguaje hablado y el escrito, sino que es un sitio donde se construyen novedades: desde neologismos hasta polisemia de palabras antiguas. Asimismo, nuestra relación con el lenguaje, el hecho de que tengamos acceso a un entorno de interacciones que no tiene un espacio físico, repercute en muchas áreas de la vida social.

De acuerdo a lo anterior, hay un proceso importante que explicar respecto a las tecnologías y los cambios sociales: la *desterritorialización*. Esto se refiere a que la cultura no tiene una relación natural con los territorios geográficos y por lo tanto la economía, la política, y los movimientos sociales se desarrollan de forma descentralizada (Ianni, 2007).

Esta disolución de centros es una de las características del mundo global, y las tecnologías de la información tienen un papel importante en esta nueva lógica: un usuario en Internet puede cometer una acción ilegal en un Estado distinto al que se encuentra físicamente. Por lo tanto, esto conlleva a una armonización entre Estados-nación que estandariza la jurisdicción y campos de acción de las autoridades, y en consecuencia, todos los acuerdos y conflictos que tienen que llevarse a cabo entre culturas distintas.

El desarrollo industrial dio lugar a una revolución de las telecomunicaciones, hay facilidad de acceder a una enorme cantidad de información de distintos orígenes, acercándonos a culturas que antes se encontraban lejanas. Al globalizarse los medios de comunicación, la economía, la política, la industria cultura y la informática; en esa misma escala se globalizan los intereses y objetivos, ideologías y visiones del mundo (Ianni, 2007).

En relación a la interactividad de los medios, algunos autores ya han discutido distintas categorías para diferenciar los grados de interacción de las personas con los medios. Según el modelo de Bordewijk y Van Kaam (1986), la

interactividad en los medios tiene cuatro dimensiones: 1) de transmisión, que se refiere a los sistemas unidireccionales; 2) de consulta, en los que el usuario puede elegir; 3) de registro, en aquellos medios donde se puede registrar información de los usuarios y en base a ello responder a sus necesidades; y 4) conversacional, en aquellos que tienen el potencial de que el usuario produzca su propia información, ya sea de forma sincrónica o asincrónica. En el ciberespacio las personas pueden encontrar rasgos de las cuatro tipos de interacciones, y otra más: el grado de interacción en Internet hace posible la interacción presencial aunque sea de modo virtual. Es decir, los procesos de comunicación no se limitan al intercambio de información, sino a socializaciones que tienen rasgos de la comunicación interpersonal presencial.

Respecto a las consecuencias de la desterritorialización, Augé denomina *no-lugares* a aquellos espacios públicos que contienen una cultura no arraigada a una situación geopolítica (Augé, 1997). Estos serían los aspectos negativos: que existen más espacios de tránsito e incertidumbre, como los aeropuertos, los parques de atracciones, las franquicias, entre otros a causa de la sobreinformación y la hiper individualización.

Una discusión sobre la comunicación actual se haya en el trabajo de John B. Thompson, quien distingue tres tipos de interacción creadas por la utilización de los medios de comunicación: 1) *la interacción cara a cara*, que se refiere a la situación dialógica y de copresencia, una conversación entre dos personas; 2) *la interacción mediática*, que implica el uso de medios técnicos y que se extiende a través del espacio y tiempo, por ejemplo cartas, y; 3) *la casi-interacción mediática*, que:

Se trata de una situación estructurada en la que algunos individuos están implicados en la producción de formas simbólicas para otros que no están físicamente presentes, mientras que otros están fundamentalmente implicados en recibir formas simbólicas producidas por otros a los cuales no pueden responder, pero con quienes pueden establecer lazos de amistad, afecto o lealtad. (Thompson, 2010, p. 119)

Es decir, el tercer tipo de interacción según el autor, se refiere a escenarios como las de un lector de un libro, o los televidentes de un programa, que reciben formas simbólicas, pero no tienen un grado de respuesta inmediato para el emisor, aunque estos receptores van construyendo significados y comparten estas mismas formas simbólicas en su entorno cara a cara.

La tipología de Thompson no implica que todas las situaciones encajen en estos tres tipos y además el autor apunta a la posibilidad de que surjan nuevos tipos de interacciones. Esto coincide con que en la actualidad la creación de nuevas tecnologías que generan diversos espacios de comunicación y además, la interacción cara a cara puede tener un carácter híbrido, por ejemplo, al utilizar un *smartphone*, estando acompañado de una persona, pero comunicándose a ratos por voz con otra y a su vez en interactuar mediante textos con otros grupos de personas. Es decir, dos personas que conversan y se encuentran en el mismo contexto físico no necesariamente suspenden su situación espacio-temporal por completo para adentrarse en otra.

Thompson también sugiere la posibilidad de nuevas tipologías a partir del desarrollo de los *media* y las tecnologías de la información. Para ello es importante señalar un concepto que, incluso antes de la popularización de Internet, el autor utilizó para entender las formas de interacción a partir de los *media* y cómo se experimentan en la estructura espacio-temporal de la vida cotidiana del receptor, a esto lo llama "*experiencia de discontinuidad espacio temporal*" (Thompson, 2010, p. 129). Aunque en el contexto del autor utiliza como ejemplo la televisión, las personas igualmente son capaces de negociar interpolaciones entre los contextos que ofrece la televisión y el contexto de copresencia del televidente.

Esta combinación de presencia y ausencia puede distinguirse de forma más sencilla en medios no interactivos como la prensa escrita, pero Internet supone

una reformulación de la definición de presencia, que supone una ausencia en el espacio físico, pero implica varias formas de presencia virtual y de participación activa.

La aparición de múltiples canales de flujo de comunicación e información ha contribuido de manera significativa a la complejidad e imprevisibilidad de un mundo ya excesivamente complejo. Al crear una variedad de formas de acción a distancia, permitiendo a otros responder de manera incontrolable a acciones y acontecimientos que tienen lugar en lugares lejanos. (Thompson, 2010, pp. 158-159)

Así, además de las tipologías de Thompson y sus variaciones (2010), hay que señalar que algunos espacios virtuales como las redes sociales parecen ser ágoras y plazas públicas en las que los temas de la “vida real” se discuten y se comparten, existen conexiones entre Internet respecto a otros medios de comunicación (Berraquero-Díaz, 2016). La prensa observa y retoma sucesos que suceden en el ciberespacio, así puede leerse en un diario: *Más de un millón de tweets para apoyar al candidato de la oposición en el debate*, por mencionar un ejemplo. Por lo que los elementos comunicativos experimentan nuevas formas de relacionarse dentro y fuera de las redes: lo *online* y lo *offline* tienen fronteras desdibujadas.

En otro sentido, por las restricciones de Internet como tecnología de la comunicación, así como la brecha económica y educativa que representa la desigualdad digital, no puede decirse que el ciberespacio sea un espacio público tal y como lo define Jane Jacobs, es decir, entendiéndole como un territorio donde pueden estar y circular libremente las personas, en paz y armonía, con capacidad para actividades diversas (Jacobs, 2011). Sin embargo en él ocurren mecanismos que permiten otra distribución del poder simbólico, como lo es el acceso a comunicar hacia personas que antes no hubieran podido hacerlo mediante otros medios.

Otra perspectiva sobre las tecnologías de la información se encuentra en la obra de Slavoj Žižek. El autor afirma que a las élites dominantes les interesa

mantener el poder sobre la realidad, y por lo tanto el lenguaje se constituye como poder y construcción de la vida social (Žižek S. , 1999). Para el autor las élites están interesadas en mantener sistemas de creencias a través de los medios de comunicación, por lo que rechaza el uso desmedido de las tecnologías de la información, porque representan un vehículo para la dominación y aplica términos como *suicidio*, *síntoma* y *paranoia* para explicar algunas ideas que permean los medios de comunicación.

Respecto a las relaciones interpersonales en la red, Žižek plantea que el control que el individuo posee sobre la imagen que quiere proyectar en las redes sociales o las aplicaciones de citas, hace que sea poco factible el desarrollo de un lazo afectivo. Desde el psicoanálisis y la filosofía aporta que el amor ocurre a partir de las imperfecciones, que funcionan como elementos identificativos, como “pequeñas perturbaciones” que le hacen particular a alguien, y desde la identificación de que estamos ante otro ser humano, lo cual no ocurre en las plataformas, en las que las personas se esfuerzan por mostrarse a sí mismas de forma perfecta (Žižek S. , 2015). Las reflexiones anteriores de Žižek resultan interesantes para entender las interacciones en general, y no solo aquellas en las que se busca una pareja. La comunicación en Internet no ha podido sustituir la interacción cara a cara, pero ha creado extensiones y significados respecto a ella.

1.2 El ciclismo urbano, la Masa Crítica y otras iniciativas probici

La Masa Crítica es un evento ciclista que se realiza cada mes en diferentes ciudades del mundo. Consiste en un paseo previamente pactado en una fecha fija al mes en el que se reúnen cientos de ciclistas para reivindicar y celebrar el uso de este vehículo como medio de transporte. El concepto de masa proviene de una observación realizada por George Bliss, un diseñador de bicicletas que en una ciudad de China observó “una masa” de ciclistas por las calles. Eran

tantos, que formaban un grupo muy visible y los automovilistas tenían que dejarles pasar en calles que se suponía, estaban destinadas a los coches (Bravo, 2014)

El movimiento se origina en la ciudad de San Francisco, Estados Unidos en 1992, en donde después de una convocatoria entre amigos y conocidos de *boca en boca* y a través de *flyers*, se dio lugar al primer paseo al que acudieron 58 personas, nombrándose *Commuter Clot* (coágulo de viaje) pero poco después cambiaron el nombre a Critical Mass. El movimiento se extendió a otras ciudades, en donde se logran paseos de 500 personas o a veces de miles.

En una de las Masas Críticas del 2004, en Nueva York, la policía intervino y detuvo a más de 260 ciclistas por realizar un paseo, alegando que alteraban el orden público y que invadían las calles. Documentales como “We are the traffic” (White, 1999) muestran que varias de las acciones represoras que se llevaron a cabo en aquella época se debían en parte a la poca claridad del reglamento de tránsito y por lo tanto al desconocimiento de los derechos peatones y ciclistas, así como el derecho a manifestarse en la vía pública. El desconocimiento, sumado al hecho de no saber cómo actuar ante la situación, también supuso un buen espacio para repensar en la forma en que la policía debía mantener el orden de la ciudad (Democracy Now, 2004). Uno de los aspectos más discutidos, en ese entonces y actualmente, es la normativa de tráfico en varios países, que explica que un grupo de ciclistas debe tratarse como un único vehículo, y a su vez el derecho ciudadano a manifestarse pacífica y libremente.

La *Critical Mass* también tiene sus orígenes y relaciones con el movimiento de Reclama las Calles o Recupera las Calles (En inglés *Reclaim the Streets*, RTS) que proclama que los espacios urbanos han sido invadidos por el transporte motorizado, que además de la contaminación por emisión de gases y la contaminación auditiva, invaden la mayoría del espacio físico para la convivencia de las personas. En este movimiento se organizan actividades de

carácter lúdico y familiar en las calles, bloqueando el tráfico motorizado que normalmente transita por estos sitios. Entre las actividades organizadas se realizan paseos ciclistas, en los que también están incluidos paseos no motorizados y sobre todo peatonales.

La *Critical Mass* definió el término *xerocracia*, con el que define su forma de distribuir el poder y la información dentro del movimiento:

[la xerocracia] sugiere un gobierno cero y una distribución horizontal de la información a través de las fotocopias (que convocaban al encuentro, planteaban itinerarios y difundían información de todo tipo, por lo general ligada a prácticas contestatarias o antisistema). Años después, las fotocopias han dado paso a Internet, pero con idénticos preceptos: no hay un website “oficial” ni jerarquías, y cualquiera puede participar. Por eso la “masa” puede ser muchas cosas a la vez: una protesta política, una manifestación pacífica o un agradable paseo por la ciudad. (Ferreirós, 2012)

La palabra *xerocracia* o la otra menos utilizada *fotocopiocracia*, combina las ideas de burocracia cero y la libertad total de fotocopiar (Massa Crítica Barcelona, 2017), aunque el término también juega con la palabra Xerox, nombre de la empresa de fotocopadoras más grande del mundo.

En San Francisco, el uso de fotocopias para organizar la Masa Crítica fue esencial para desarrollar la iniciativa, pues se relaciona el hecho de que las ideas no son oficialmente de nadie o de alguien que se esté haciendo cargo, y por lo tanto pueden difundirse libremente, llevando a un sistema descentralizado, sin líderes y en donde las personas realizan tareas de forma voluntaria:

No quisimos usar los medios para difundir el mensaje. La idea era tener un movimiento lento, evolucionando de raíz, que no dependiese de las vías tradicionales de comunicación existentes. Queríamos el boca a boca, Xerocracia, sin líderes, cada cual a su aire, gente auto-responsable que se reúne entorno a la bici, que vaya por libre y que se junte y lo comparta. (Verdekal en White, 1999)

Antes de la popularización de Internet, podía observarse el hecho de que antes de una Masa Crítica circulaban los folletos, octavillas y posters por la ciudad. Esto también contribuyó a que la filosofía de la *Critical Mass* fuese entendida por mucha gente que veía pasar a los ciclistas pero no poseía información sobre los objetivos. Esto también le distinguió de otros paseos lúdicos o deportivos, y ayudó a que la comunidad le reconociera.

Actualmente, la xerocracia traslada estos conceptos a Internet, donde potencia algunas de sus premisas y encuentra espacios para el activismo: están las nubes y documentos compartidos, que permiten distribuir todos los formatos de difusión impresa, y están las redes sociales que permiten que sus participantes interactúen y generen debate respecto al movimiento probici.

Toda esta cuestión sugiere la importancia que tiene la comunicación en los procesos de organización activista. Es decir, en la vida cotidiana la comunicación deja de ser algo dado y preestablecido, por lo que adquiere un sentido intencional, los medios son herramientas visibles y se les reconoce el poder que representan y por lo tanto el porqué son importantes su acceso y distribución.

Posiblemente estemos ante una de las iniciativas de acción colectiva más modernas, donde Internet ya juega un papel destacado. Esta comunicación organizada e intencional se ha institucionalizado por la vía de la división de trabajo y existen miembros de los colectivos dedicados especialmente a ello. El trabajo voluntario de diseño de panfletos, de administración de social media o de diseño de páginas web resulta elemental para la organización de las agrupaciones ciclistas.

Sin embargo, Internet también representa ciertas contradicciones. Es una tecnología que aunque brinda mayor libertad de desplazamiento entre información e interacciones al usuario, tiene restricciones: un usuario regular no tienen capacidad de autogestionar sus reglas ni estructuras. Existen hacktivistas

y otros personajes de la era digital que transgreden el sistema del ciberespacio con distintos objetivos, pero las actividades de las iniciativas probici no se relacionan demasiado con esto.

Lo anterior también habla de cómo los medios de comunicación, los *offline* y *online* han sido clave para la filosofía de la Masa Crítica, pues no solo centran su objetivo en el aumento del ciclismo urbano, sino que también buscan dar paso a un sistema de libre participación. Esto es importante para hablar del aspecto global de la Masa Crítica ya que para el año 2012, se contabilizaron 400 Masas Críticas (Ferreirós, 2012) en distintas ciudades del mundo, y cada una adapta la ideología de la Critical Mass a los contextos locales.

Es importante señalar cómo algunas frases para promover la Masa Crítica, se utilizan en distintos idiomas y se conservan desde su origen en 1992. El “Usa la bici a diario, ¡celebralo una vez al mes!” aparece en publicaciones de distintos países, adaptado también a distintos estilos de diseño. Frases como “No bloqueamos el tráfico, somos tráfico” o “Quema grasa, no gasolina” (Burn fat, not oil) también siguen utilizándose en otros formatos no digitales, como pins (chapas), banderines o camisetas. Así, hay símbolos que identifican a los activistas en cualquier parte del mundo, y habla también del carácter global del movimiento probici.

Algunas frases de promoción de la Masa Crítica que están alrededor del mundo:

- Pon alegría entre tus piernas.
- Usa la bici a diario, ¡celebralo una vez al mes!
- No bloqueamos el tráfico, somos tráfico
- No contamina, ni gasta gasolina
- Yo pedaleo y no me cabreo
- Cuido mi planeta yendo en bicicleta

- Tengo el culo duro y no me gasto un duro
- Quema grasa, no gasolina (Burn fat, not oil)

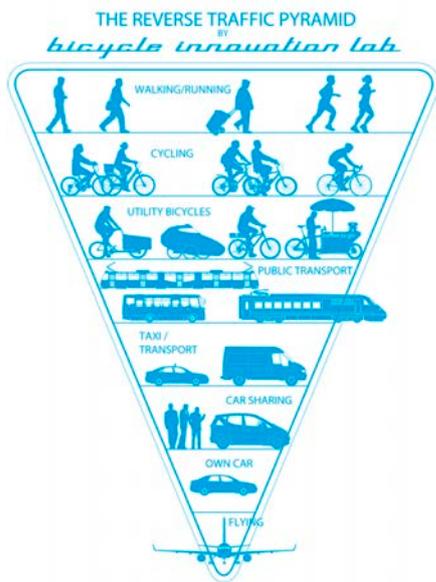


Ilustración 1. Pirámide invertida de la movilidad urbana. Fuente: bicycleinnovationlab, 2011.

La *Critical Mass* tampoco puede considerarse radical, porque actualmente las políticas públicas que se desarrollan a nivel mundial, afirman que la convivencia entre distintas modalidades de transporte deberían armonizar según una jerarquía o pirámide de la movilidad urbana. Esta pirámide establece que el peatón debe ser el más importante: a este le siguen las bicicletas, el transporte público y por último el vehículo privado (Bicycle Innovation Lab, 2011). Es decir, la mayoría de los activistas probici concuerdan con gran parte de las normas que regulan el espacio, pero reconocen que la cultura de convivencia vial en la que se encuentran no respeta esta jerarquía. Hay ciudades donde el peatón, la unidad básica de movilidad pasa a ser el menos importante, y la ciudad se construye alrededor del vehículo privado.

Actualmente el movimiento probici es internacional, y se manifiesta con variaciones en cada país y ciudad, pero todos los grupos tienen la constante de reunirse y dialogar con las personas para cumplir sus dos objetivos principales: generar confianza en el ciclista al desplazarse y generar conciencia en el automovilista,

El activismo ciclista es el conjunto de acciones de la sociedad organizada que buscan mejorar situaciones sociales, ambientales, económicas y de salud a través del uso de la bicicleta. Una parte del activismo ciclista se ha avocado al reconocimiento del uso de la bicicleta como un medio de transporte en las ciudades, a la vez que promueve sus beneficios

económicos, sociales y ambientales y demanda situaciones seguras para el ciclismo urbano. (BICIREDMX, 2016, p. 9)

A los grupos les caracteriza el uso de los medios digitales para establecer contactos, comunicación, objetivos, difusión y persuasión.

Los valores explícitos que se promueven o se comparten son los siguientes:

1. El uso de un transporte mecánico que no utiliza como combustible los hidrocarburos.
2. El fomento de una cultura vial alternativa e inclusiva, en la que los ciclistas sean respetados y también ellos aprendan a respetar el reglamento de tránsito.
3. Promueven evitar la sedentarización y por lo tanto las enfermedades causadas por esta.
4. Están conscientes de que en las ciudades se emiten grandes cantidades de dióxido de carbono y de que esta contaminación afecta la salud de toda la población.
5. El trabajo en equipo para realizar paseos por la ciudad, en los que apuestan que al ir en grupo el paseo será más seguro porque son más visibles para los automovilistas y que a su vez es una manifestación que da visibilidad y por lo tanto reivindicación a la bicicleta.
6. Utilizan medios digitales en lugar de panfletos o carteles impresos para cuidar los recursos naturales, pero eventualmente utilizan estos medios impresos para llegar a grupos que no acceden a la red.

El movimiento del ciclismo urbano se manifiesta en diferentes espacios virtuales: y como está conformado por distintas iniciativas probici, ha producido contenidos diversos. Algunas iniciativas han sido desarrolladas por grupos heterogéneos que coinciden en algunos objetivos pero tienen distintas maneras de vivir la bicicleta y las TIC.

Por otra parte, es interesante el tratamiento que realiza Don Ihde para analizar la relación entre tecnología y cuerpo. Desde la filosofía, Ihde ubica varias dimensiones para entender el cuerpo: nombra *Cuerpo Uno* a la dimensión como experiencia motriz y emotiva; *Cuerpo Dos*, al cuerpo como experiencia social y cultural; y reconoce una tercera dimensión en la conexión entre ambos cuerpos: la tecnológica (Ihde, 2004). En este sentido, Ihde explica cómo las tecnologías más sencillas siempre han representado la sustitución o refuerzo del cuerpo por una extensión, pero que nuestros encuentros con las tecnologías, en este caso de la información, contienen conexiones más complejas en las que están involucrados deseos e interacciones sociales. También explica cómo las tecnologías de la comunicación son extensiones sensoriales, y que a pesar de las limitaciones las personas expresan diferentes sentidos:

Las tecnologías más tempranas como el teléfono y el fonógrafo, las fotografías o las películas de cine mudo eran monosensoriales en tanto medios visuales o auditivos. Fenomenológicamente, sin embargo, los usuarios constantemente experimentan el medio de forma multidimensional. Así, la cualidad monosensorial de estos medios fácilmente revela que las reducciones tecnológicas ocurren a la par que dramáticas amplificaciones y magnificaciones en esos mismos medios auditivos o visuales. Inicialmente, la respuesta al hecho de no poder ver quién estaba al otro lado del teléfono, ni escuchar lo que decían los actores en una película de cine mudo, era enriquecer la única dimensión disponible: el cantante grababa para el fonógrafo exagerando sus tonos vocales y las películas mudas requerían de mimos, significaciones gestuales más poderosas que generasen una especie de visible exageración. (Ihde, 2004, p. 31)

Lo anterior ayuda a discutir la visión entusiasta que a veces se tiene sobre Internet y las tecnologías multimedia, aunque en los últimos años ya no es tan general u homogénea. Comúnmente se habla de estos medios de comunicación como tecnologías que tienen menos barreras y en los que se puede compartir casi todo. Como se ha dicho antes, la comunicación mediada sigue siendo una extensión de la comunicación interpersonal y por lo tanto, seguirán existiendo estas significaciones gestuales que exageran aquellas dimensiones de la

expresión humana que el medio no puede sustuir.

En este sentido, se puede hablar de cómo el mismo medio ha generado ciertas herramientas para la expresión humana, como el intercambio de *emojis*, desde aquellos que surgieron con la combinación de caracteres como dos puntos y un paréntesis para mostrar una sonrisa, hasta los que expresan sentidos, sentimientos o conceptos, los que poseen movimiento, sonidos, mini videos personales de reacción y otros, que son exageraciones y extensiones de la comunicación no verbal.

1.3 ¿Por qué el ciclismo urbano es un movimiento social? (O porqué no lo es)

Para comprender el movimiento ciclista urbano como movimiento social, primero habría que revisar el concepto y recorrido de esta cultura de los movimientos sociales. En este apartado se explica cómo el ciclismo urbano es un movimiento social no tradicional, conformado por iniciativas diversas relacionadas con la bicicleta en la ciudad y que estas tienen actividades comunican y se organizan mediante plataformas digitales, por lo que para entender la movilización hay que comprender la comunicación mediada de sus participantes.

Según la definición de Neveu, un movimiento es una acción colectiva organizada que tiene unos objetivos; su actuar se desarrolla dentro de la lógica de la reivindicación, de la defensa de una causa o de la busca de ciertos cambios (Neveu, 2006). La propuesta es considerar que los movimientos sociales son más que personas en una situación marginal o débil que se reúnen para estar en contra de algo o alguien (Neveu, 2006). También permite pensar los conceptos de acción colectiva y movilización; en como no todos los movimientos sociales se expresan o protestan de formas públicas o mediatizadas, y como no todas las acciones colectivas se refieren a minorías, ni todas expresan descontento contra

algo.

Hasta aquí se entiende que categorizar una movilización dependerá bastante de la idiosincrasia que tenga cada grupo. Por lo que, un movimiento global y local como la Masa Crítica, tiene distintas manifestaciones según la comunidad donde se desarrolle, sobre todo porque el movimiento estará conformado por iniciativas que respondan o que actúen sobre las necesidades de esa cultura en particular.

A diferencia de una revolución, que es una ruptura radical de la organización social, el movimiento social es una herramienta racional y articulada en que algunas agrupaciones ciudadanas modernas buscan reivindicar o cambiar una cultura, básicamente actuar como catalizadores de un cambio social que ellos creen más conveniente o más justo (della Porta & Mario, 2012).

Un movimiento social también difiere de las empresas u organizaciones formales por su alto grado de división de trabajo y la estricta organización de la acción colectiva, es decir, si bien en ambas las personas acuden por cierta voluntad propia, existe mayor presión sobre el empleado que responde al llamado del jefe y en la movilización las personas acuden en su mayoría porque apoyan los objetivos de esta, a menos que se les “acarree” (que se les pague por asistir). La diferencia también consiste en el sistema de creencias: puede trabajarse en una empresa sin creer o tener fe en los valores de esta, pero para manifestarse por una causa hay que creer en ella (Neveu, 2006).

El movimiento ciclista, aunque lleve a cabo pocas protestas como las que otras movilizaciones realizan (como bloqueos con pancartas o cacerolazos, por mencionar algunos) contiene actividades colectivas en bicicleta para “celebrar” y mostrar que puede utilizarse este transporte colectivo como una opción. Lo que hacen es legal en todas las ciudades, pero culturalmente, no toda la población está habituada a que un grupo utilice los espacios que se creían designados para transportes motorizados. Estamos frente a un movimiento que

tiene matices de otros tipos de organización colectiva que corresponden a sus necesidades de acción, sobre todo en las formas de comunicación, por el acceso que hoy supone el ciberespacio.

Por lo tanto, los movimientos actuales o agrupaciones que realizan movilizaciones no necesariamente tendrían que ser iguales a los generados hace cincuenta años. En lo que se refiere al ciclismo urbano, este no es descrito completamente por todas las categorías que manejan autores como Melucci (2002), Neveu (2006) o Feixa (2002) respecto a las acciones colectivas como se han estudiado anteriormente. Es a partir de estas categorías que funciona pero también está involucrado en otras más, pues sus participantes utilizan algunos canales institucionalizados para dialogar con las autoridades, incluso cuando otros participantes no estén de acuerdo con utilizar canales oficiales o cabildear.

Aquí recae lo complejo de hablar del ciclismo urbano como movimiento, más allá de compararle con movimientos más antiguos como el movimiento obrero que en su momento no tuvo acceso al ciberespacio para su organización. Puede definirse al movimiento ciclista urbano desde su propia experiencia y contexto, aunque sea un movimiento global, y que además es un sistema de acción colectiva conformado por grupos interdependientes, comunicados entre sí, que a su vez son integrados por personas con convicciones e intereses plurales respecto al ciclismo y que coinciden en al menos un objetivo, por esto pueden encontrarse personas que empatizan y participan con el movimiento en distintos niveles.

Es además, un movimiento reivindicativo, con tintes políticos y antagónicos, es decir que es un movimiento que “tiende a una redistribución de los recursos y a una reestructuración de dichos papeles” (Melucci, 2002, p. 51), además retoman procedimientos del sistema político para cambiar los canales de participación, y es antagónico porque aunque su filosofía maneja conceptos de libertad y decisión, es claro que la acción colectiva está dirigida contra algo, en este caso a las relaciones sociales dominantes y a la estructura de dominación que

representa la movilidad en transporte motorizado y cómo está implicado en la urbanización y modo de vida de una ciudad.

Hay que añadir que el ciclismo urbano es un movimiento cultural, ya que aunque parte de su discurso maneja el hecho de adaptar las leyes que protegen al peatón y al ciclista, también busca fomentar la cultura vial para que se utilice menos el automóvil y que los ciclistas cambien ciertos hábitos que no se consideran seguros o buenos para la ciudad. Es decir, la persuasión va dirigida a distintos sectores de la población: sus miembros expresan frases como: “no vas a ir solo a pegarle de gritos al gobierno cuando le puedes pedir a tu vecino que te acompañe a experimentar una rodada, también es invitarlo a adoptar buenos hábitos” (Denahí, MXLiBiCi, 2015).

Es un movimiento conformado por participantes que realizan distintas acciones colectivas de carácter local y global, así como de iniciativas probici que tienen una presencia importante en lo virtual.

Melucci, que realiza una revisión del estudio de los movimientos sociales y la acción colectiva, señala la necesidad de una revaluación teórica para comprender la acción colectiva y sugiere ciertas características para entender las nuevas formas de acción colectiva en las sociedades complejas en la década de 1970, pero que igualmente funcionan para entender algunos aspectos de los movimientos actuales:

- 1) Las nuevas formas de agregación social son permanentes y no coyunturales, y coexisten con otras categorías: como la clase social y los intereses.
- 2) Estas formas de acción colectiva dan lugar a espacios que tienen la función de socializar y que abren canales para la participación y el agrupamiento, por lo que se redefinen los medios tradicionales de innovación institucional y cultural.
- 3) Las nuevas formas de acción no son fácilmente adaptables a los canales

de participación existentes y a las formas tradicionales de organización política, y esto aumenta también el grado de incertidumbre de los resultados. (Melucci, 2002, p. 35).

Así, los movimientos son construcciones sociales (Melucci, 2002), y más que signos de disfunción social son sistemas de acción que integran varias pluralidades con ciertas posibilidades y límites, distintos comportamientos y por lo tanto no pueden estudiarse solamente como unidades empíricas en el sentido de que comparten objetivos e intereses en común.

Al respecto, hay que decir que los grupos no son homogéneos ni en Barcelona ni en Mexicali. El movimiento está conformado por distintas agrupaciones que realizan varios tipos de acciones. Por ejemplo, en la ciudad de Mexicali, el grupo MXLiBiCi comenzó en el 2010 como una agrupación entusiasta, y ahora representa un conjunto de varias agrupaciones que aunque tienen en común la bicicleta urbana como interés, se dedican a desarrollar iniciativas distintas. Los participantes del movimiento continúan buscando mejoras en la infraestructura, ejerciendo actividades de persuasión e integración.

En Barcelona por su parte, el ciclismo urbano reivindicativo tiene sus orígenes en la década de 1980 y empieza a tener acciones colectivas de reivindicación a mediados de la década de 1990 con eventos masivos de iniciativas probici, que replicaron lo que sucedía en otras ciudades como San Francisco o Ámsterdam. Desde principios del siglo XXI está compuesto por distintos grupos que organizan paseos y eventos para invitar a las personas a usar la bicicleta o cualquier vehículo no motorizado como medio de transporte. La iniciativa probici más emblemática es la *Massa Crítica Barcelona*, que reúne a cientos de ciclistas para “tomar” las calles de la ciudad y celebrar el uso de la bicicleta.

Pueden nombrarse otros grupos que actúan de forma similar a los que apoyan el movimiento probici pero con otros objetivos, como *genteporlosanimales.org*, que comenzó con la publicación de fotos de perros y gatos abandonados en

Mexicali, utilizando la web. 1.0 y que ahora es una Asociación Civil auspiciada por empresas e instituciones internacionales pero que muchos de sus miembros y simpatizantes siguen realizando actividades independientes a la organización, porque al estructurarse jurídicamente hizo más metódica y compleja la manera en que se podía adoptar un animal abandonado. Por lo que ellos continuaron rescatando voluntariamente animales por su cuenta, o ayudando a encontrar mascotas perdidas por la ciudad mediante *Facebook*. Esta comunidad se extiende en Mexicali con pequeños grupos interdependientes que difunden información, “reclutan” y mantienen discusiones públicas sobre temas de salud y educación derivados del problema de los animales abandonados en las calles.

En ejemplos como este y el del ciclismo urbano, no puede decirse que todos integrantes de los grupos que coinciden en algunas premisas actúan del mismo modo y por lo tanto los efectos y significados de estas acciones colectivas se orientarán a distintos sitios: así estos movimientos carecen de predictibilidad pero también funcionan de manera autónoma.

La agrupación utiliza algunas herramientas propias del sistema para actuar, como es la difusión mediante canales propios del ayuntamiento y sus departamentos de comunicación, apoyo de la policía en eventos masivos, entre otros. Algunos integrantes de MXLiBiCi han manifestado la intención de fundar una asociación para poder tener otras posibilidades como grupo. Se encuentran adheridos a la BiciRed, que es una red nacional y formal de ciclismo urbano. Estos aspectos pudieran “alejarse” de la noción tradicional de movimiento social, pero indica sobre todo que es un movimiento conformado por distintas iniciativas que corresponden a sus necesidades y campos de acción, pues en este caso desean tener mayor alcance de cultura legal.

Si bien se ha dicho que es un movimiento multigeneracional, los grupos están constituidos en su mayoría por adultos jóvenes, de entre 25 y 35 que son los que movilizan las actividades. Estos toman algunos hechos ajenos al grupo para

hacer parte de su agenda, como los accidentes viales donde hay ciclistas involucrados. Por lo que es una agrupación que identifica a cualquier ciclista como parte de si misma o al menos expresa empatía con ello. Asimismo, al realizar celebraciones o protestas “alegres” tiene un carácter de club o de asociación juvenil.

Lo anterior coincide con la afirmación de que las culturas juveniles son las que dinamizan los cambios sociales, o bien, vistos como aquellos que desarrollan las maneras de materializar dichos cambios (Feixa, Costa, & Pallares, 2002). Esto ocurre sobre todo porque son los jóvenes quienes mayormente desde su propia condición cuestionan el orden social y la distribución del poder.

Las relaciones entre los jóvenes y ciclismo reivindicativo son visibles pero describirlas implica comprender que dentro de la diversidad de iniciativas probici que existen, se da lugar a distintas prácticas colectivas e individuales, así como a la coexistencia de elementos antiguos y nuevos respecto a la movilidad alternativa no motorizada.

Además de que el movimiento es multigeneracional y mayormente juvenil, como ya se ha dicho anteriormente sus participantes comparten intereses y socializan en ciberespacio sin estar limitados a un espacio geográfico. Los foros por ejemplo, son conformados por usuarios de distintos sitios del planeta, y la cultura ciclista se discute a partir de distintas perspectivas y necesidades, por lo que las personas que colaboran o debaten en ellos, están formando parte del ciclismo en otros sitios. Y aunque aún están presentes las barreras lingüísticas, a la comunicación producida en los distintos espacios virtuales tiene un carácter global.

1.4 Ciberactivismo: redes y participaciones

El ciberactivismo, también llamado activismo *online* o digital es el uso de

Internet y sus herramientas para posibilitar la comunicación y difusión en función de una causa (Sádaba & Gordo, 2008). Es un tipo de activismo en el que sus actividades pueden ir desde recaudar fondos y firmas, generar comunidad, organizar movilizaciones hasta crear campañas *virales*, como fue el caso del *Ice Bucket Challenge* (ASL, 2016). Se diferencia del hacktivismo porque no necesariamente transgrede las normas de una zona geopolítica. Como movimiento, se dedica básicamente al uso de estrategias informáticas para la colaboración y la publicación de acceso abierto en el desarrollo del software (Himanen, 2004).

Las herramientas digitales son importantes en los procesos de organización y comunicación de grupos activistas. En este sentido, la apropiación de las tecnologías y su uso con un objetivo específico cumplen una función importante en las labores de informar, concientizar, denunciar, movilizar a otras personas, y el conjunto de estas acciones y las herramientas digitales ayuda incidir en políticas públicas. Asimismo, es posible facilitar la creación de grupos y comunidades con intereses y causas comunes, lo cual facilita la gestión y el encuentro de personas que no se están cerca o que cuenten con poco tiempo para reunirse. Azuela y Tapia enlistan cinco principales actividades en el activismo online:

1. Crear materiales y capacitación para apoyo y organización
2. Formar, organizar y visibilizar alianzas y coaliciones
3. Estrategias efectivas de comunicación
4. Organizar o complementar acciones de apoyo y movilización, así como de simbolización y adhesiones
5. En ciertos momentos, para cabildear e influir directamente en los tomadores de decisiones (2013, p. 10)

También señalan cuatro habilidades para poder realizar el activismo digital: 1) conocer la causa; 2) Entender los procesos políticos de su localidad y país; 3) Identificar la diversidad dentro del grupo para legitimar el movimiento; y 4) Saber utilizar las tecnologías de la información y comunicación (Azuela & Tapia, 2013). Por lo anterior, puede decirse que estas habilidades ya habían

sido consideradas previamente antes del auge de las herramientas digitales, pero el último punto, el manejo de las TIC, conviene especificarse más, pues en este caso la tecnología no tiene solamente un carácter utilitario, representa también significados y herramientas discursivas que no se tenían antes.

En este sentido, algunas actividades del activismo digital tienen más anclaje en la vida cara a cara que otras: por ejemplo, puede proponerse una marcha que involucre la presencia física de muchas personas o firmar desde un dispositivo una petición haciendo *click* en una causa. Igual que el activismo tradicional, tiene distintos grados de participación; así algunas personas pueden dedicar unos minutos a difundir una publicación o correo electrónico, y otros pueden involucrarse en acciones que demanden trabajo voluntario o grupos de cabildeo, que requieren de un conocimiento más profundo de la problemática a querer resolver.

¿Un movimiento social puede manifestarse solo en la red? La acción misma de informar, persuadir, organizar e interactuar en un foro respecto a la Masa Crítica, ¿ya se considera parte de la movilización? La Masa Crítica, como lo dicen sus activistas, no pudo haber tenido tanto impacto en algunas ciudades si no fuera por Internet, aunque conserve algunas formas de difusión y organización tradicional, como los panfletos y carteles.

Hay que considerar que no son las tecnologías mismas las que permiten la movilización y que tampoco son meros artefactos. Las TIC dan lugar a otro tipo de espontaneidad, otro tipo de convocatoria, las estrategias de persuasión y cantidad de participantes serían diferentes sin estos dispositivos (Sardar & Boris, 2005), y el tipo de participación también es distinta.

En un movimiento como este, en el que se involucra el cuerpo, los objetivos deberán recaer tarde o temprano en el uso de este fuera de la pantalla: pero gran parte de los objetivos de la Masa Crítica y otras iniciativas probici son proponer otras formas de pensar la calle y la ciudad. Este objetivo se manifiesta

en el debate virtual, en el compartir artículos de interés, en intentar educar en lo técnico y en lo ético, entre otras cosas, donde recae el entusiasmo por la bicicleta.

Además, los participantes se encuentran en una “zona de confort digital” que ayuda a reducir los costos del activismo y refuerzan su solidaridad interna a través de prácticas de activismo lúdico (Gerbaudo & Treré, 2015) Por lo que los ciberactivistas encuentran una coyuntura que antes de la popularización de Internet no era posible: los costos de producción y difusión de contenidos en redes sociales son accesibles a más personas, por lo que un mayor número de activistas pueden recuperar su papel de confrontación, en el caso del ciclismo urbano, de reivindicación, y también ofrece la oportunidad de no centralizar los esfuerzos del movimiento en pocas personas.

Aunque no es el caso del ciclismo urbano, existen iniciativas de otros movimientos, por ejemplo el del movimiento *hacker*, que solo se manifiestan en la red y los efectos de sus acciones se ven mayormente en la pantalla. Aunque este aspecto de que las acciones solo tienen repercusión en lo virtual es muy discutible porque aquello que se extiende en las pantallas llega de cualquier modo a la vida cotidiana de los usuarios y e incluso de los no usuarios.

Respecto a la dinámica del activismo digital, hay que mencionar que aunque existen guías para llevarlo a cabo de manera eficiente, no es posible categorizar una serie de pasos que al seguirse garanticen el cambio social. Las guías representan un avance en la divulgación de la experiencia de ciertos grupos, pero también debe considerarse que las iniciativas tienen un grado de espontaneidad y que ciertos objetivos pueden no cumplirse en su totalidad, lograrse otros que no se tenían planteados o se logran pequeños cambios graduales que en muchas ocasiones no son visibles a corto plazo.

Así también hay que señalar que no todo el uso que hacen algunos grupos de las redes sociales es activismo. Aunque en algunos casos, las iniciativas de

promoción de la bicicleta benefician la reivindicación, hay que reconocer que hay grupos que tienen sus intereses específicos y su discurso se mantiene en relación a este. Por ejemplo, hay grupos de ciclismo deportivo que utilizan las redes sociales para invitar a los usuarios a participar en sus paseos y competencias, pero esto no significa que necesariamente todos estos grupos conciben que los espacios urbanos necesitan espacios para el peatón y la bicicleta o aprecien la bicicleta como un medio de transporte.

En el caso del activismo urbano, Berraquero-Díaz (2016) define a los grupos probici como *multitudes vigilantes*:

Así, partiendo de la base de que estos grupos o asociaciones tienen como objetivo la incidencia para provocar cambios en las políticas de movilidad y en las propias tramas urbanas en las que se encuentran, es lógico pensar que el uso que hagan sobre las TICs en general sea mucho más generalizado; y usado como una herramienta de contrapoder en la que se comportan como *multitudes vigilantes*, es decir, nuevas formas de movilización social que superando el concepto de masa –de los movimientos obreros tradicionales– lleva a cabo acciones colectivas que se desarrollan offline y online, de carácter no planificado o intermitente (Masas críticas, bicis críticas, bicifestaciones, pero también ciberacciones centradas en las redes sociales). (Berraquero-Díaz, 2016, p. 1376)

Berraquero-Díaz hace hincapié en el hecho de que los grupos biciactivistas utilizan más la red y también se encuentran más activos en ella que las empresas u organizaciones que promueven la bicicleta como deporte, y señala cómo se categorizan sus actividades *online* en tres temáticas generales: a) *Infraestructuras asociadas a la bici*, que va desde la reclamación para la construcción, difusión de la información o la participación en los planes para el diseño de la infraestructura de carriles bici, aparcamientos, servicios de bicicleta pública, entre otros; b) *movilidad urbana e interurbana*, que son las discusiones relacionadas con la normativa, las políticas públicas, como la obligatoriedad o no del casco; y c) *moverse en bici*, que son aquellos consejos, experiencias, información y formación respecto al usuario, por ejemplo, tips para comprar una bicicleta o encuentros para pasear en grupo o aprender a

reparar bicicletas.

A partir de estas temáticas, es posible delimitar el trabajo que están ejerciendo los grupos probici en Internet y entender sus alcances en la red. Asimismo, también es importante el concepto de *multitudes vigilantes* para comprender que estas acciones tienen un carácter activo y no solo se limita a la difusión de información sobre el movimiento, o a la organización de encuentros.

2. TRES ESPACIOS: MEXICALI, BARCELONA E INTERNET

En el presente capítulo se pretende ofrecer un panorama a partir de datos estadísticos y cifras importantes en el contexto de la movilidad y comunicación digital en ambos espacios estudiados.

Aunque el movimiento probici tiene un carácter global, se expresa de manera local de formas distintas. En ambas ciudades pueden encontrarse algunas pautas para entender estas expresiones. Mexicali tiene 1 025 984 habitantes (INEGI, 2015) y fue fundada en 1903. Tiene un clima desértico con temperaturas de 52°C máxima en verano y -8°C como mínima en invierno, con una orografía de relieves llanos en la zona urbana y suburbana (IMIP, 2014). Es una ciudad construida a partir de la popularización del automóvil y ha ido urbanizándose en torno a éste.

A Mexicali le caracteriza también la construcción de carreteras y caminos orientados a facilitar a la industria de la manufactura que se estableció en la década de 1960. Es además multicultural porque le constituye grupos de migrantes de origen nacional e internacional, por ejemplo, la población china en esta ciudad es de las más numerosas en latinoamérica (Auyón, 2003). También hay que mencionar que en ella ocurren intercambios culturales y actividades comerciales intensas en gran parte por estar situada en la frontera con Estados Unidos y justo al lado de uno de los estados más ricos de este país: California, por lo que la inversión extranjera se instala comúnmente en parques industriales de Mexicali, afectando la contaminación ambiental, sonora y lumínica.

Por otra parte, Barcelona tiene una historia más antigua. Se fundó aproximadamente hace 4 mil años (Vilar, 2011) por lo que su edificación y urbanización varía bastante de otras ciudades más jóvenes de España. Barcelona tiene un clima mediterráneo, una orografía de relieve llano y

montañoso por lo que es relativamente fácil transportarse en bicicleta, aunque en esta apreciación confluyan más factores, como lo son los culturales y la integración de los sistemas de transporte. La capital de Catalunya tiene 1 millón 602 mil habitantes (Instituto Nacional de Estadística, 2012) tiene una actividad turística y comercial intensa, por lo que el transporte público es esencial para que la población pueda moverse en cuanto a lo que necesita para vivir. Barcelona es multicultural y es una ciudad con muchos proyectos urbanísticos en puerta.

2.1 Usos de Internet y Redes Sociales

En el presente apartado se exploran algunos datos que ayudan a la comprensión del uso de Internet y las Redes Sociales de ambos contextos estudiados. Hay que señalar que las cifras mostradas cambian de un año a otro de manera notable y que esto también habla de la rapidez con la que las tecnologías se expanden y se diversifican en el mundo. Los instrumentos utilizados por algunas organizaciones para recoger datos sobre las prácticas en torno a Internet, en la década de los noventa eran aplicados como parte de otros estudios, categorizados en áreas como “acceso a la información” o “tecnologías”. Para el 2016 han desarrollado indicadores y preguntas más específicas, así como líneas de investigación propias.

Las tecnologías de la comunicación están creciendo y penetrando rápidamente en todo el mundo. Para el 2016, la población mundial era de 7 395 miles de millones de personas, y de esta cifra: el 46% era usuaria de Internet, el 31% usuario de las redes sociales, el 51% usuarios de teléfonos móviles, y el 27% ya era usuario activo de dispositivos móviles como *smarthphones* (We Are Social, 2016).

Hay cifras que apuntan a un crecimiento en el uso específico de medios digitales en México y España, países a los que pertenecen las ciudades

estudiadas. En México, de 121 millones de habitantes que conforman el total de su población, el 49% son usuarios activos de Internet y 46% de la población son usuarios de las redes sociales. Las redes sociales más utilizadas son Facebook con 26% de usuarios, Google+ 17%, y Twitter con un 15% de la población usuaria activa. Y en cuanto a mensajería instantánea, las aplicaciones de Whatsapp y Facebook Messenger son utilizadas por el 28% y 24 % respectivamente (We Are Social, 2016).

Por su parte, España es un país conformado por 46,5 millones de habitantes, de los cuales 77% son usuarios activos de Internet y 47% de la población son usuarios de las redes sociales. Las redes sociales más utilizadas son Facebook con 33% de usuarios, Twitter con 17% y Google+ con un 11% de los usuarios activos en Internet. Respecto a la mensajería instantánea, Whatsapp es la más utilizada con un 42% y Facebook Messenger con un 20% de los usuarios activos de Internet (We Are Social, 2016).

En relación a la brecha digital, el acceso a conexiones de banda ancha aumentó entre el 2010 y el 2015 en América Latina, sobre todo en la modalidad de conexión móvil, que pasó del 7% al 58% de la población (CEPAL, 2016). Según un mapeo de Open Signal del año 2016, México tiene en promedio 7,93 Mbps de velocidad promedio de navegación vía celular y la disponibilidad de redes de telefonía 3G o superiores a esta es de 84,35% (Open Signal, 2016). Estos datos indican que hay acceso a la tercera o cuarta generación de transmisión de voz y datos a través de telefonía móvil mediante el servicio universal de telecomunicaciones, que proporcionan la posibilidad de enviar y recibir voz y datos.

Este aumento en la calidad de la conexión a Internet se traduce en capacidades de acción y desplazamiento dentro de la red. Este aspecto es importante porque la diferencia en el acceso se refleja en las rutinas cotidianas: un usuario que tiene que esperar varios minutos para descargar un contenido o que no puede manejar varias aplicaciones al mismo tiempo se encuentra en desventaja con

otros.

Además, según la CEPAL el 22% de la población latinoamericana de ingresos bajos prefiere tener mayor conectividad a través de su teléfono u otro dispositivo, aunque esto signifique solo tener una comida al día (2016). Esto habla también de cómo la penetración de las tecnologías no se relaciona solamente con la infraestructura, sino que ha penetrado culturalmente en las aspiraciones de todas las clases sociales.

El uso de los medios de comunicación en Baja California resulta interesante, pues no siendo uno de los estados más poblados del país se ubica en el quinto lugar en cuanto a hogares que cuentan con acceso a la red, con un total de 437 931 hogares (INEGI, 2013). Asimismo, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información de INEGI arrojó que cinco de cada diez hogares cuentan con una computadora, esté conectada a la red o no.

En cuanto a los usuarios de computadora en el estado, en Baja California existen 1 805 017 usuarios, que representan el 4% del país. Asimismo, en cuanto a usuarios de Internet, la cifra no varía mucho en el estado: con 1 761 286 usuarios, pero la cifra nacional, en comparación con el número de usuarios de computadora desciende a casi 4 millones menos (INEGI, 2013). En relación a la frecuencia de uso de Internet, estos fueron los resultados en Baja California:

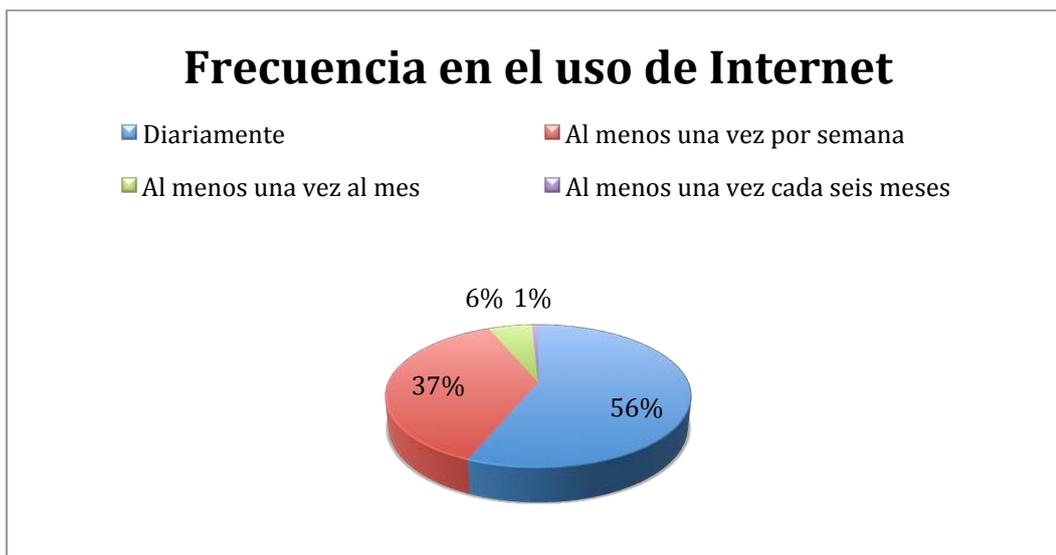


Ilustración 2. Frecuencia en el uso de Internet en usuarios de Baja California. Elaboración propia con datos del INEGI 2014.

Por los datos anteriores puede decirse que más de la mitad de la población utiliza este medio de manera frecuente. Además, Baja California se encuentra arriba del promedio nacional: en México el 46% de la población accede a Internet diariamente, mientras que en Baja California accede el 56%.

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información (INEGI, 2013) en Baja California, el principal uso que se da a la computadora es para obtener información (63%), seguido del acceso a las redes sociales (53.8%), así como actividades vinculadas con el entretenimiento (48.9%), la comunicación (42.2%), y para apoyar la educación (30.2 por ciento). Solo un 2.2% afirmó utilizar la red para operaciones bancarias en línea y un 0.8% para interactuar con el gobierno.

El medio de conexión que parecen utilizar la mayoría de los bajacalifornianos es la banda ancha, siendo el 92.8% usuarios de esta. Este dato es importante para entender cuál es la calidad de conexión, la velocidad con la que se descargan los datos digitales y también la capacidad de inmediatez para comunicarse los usuarios: en este caso puede decirse que 9 de cada 10 tiene una conexión rápida.

Por otra parte, para el 2013 el 95% de la población contaba con servicio de telefonía, de los cuales el 49.7% solo cuenta con teléfono móvil; el 5.7% solo línea fija; y el 44.7% cuenta con ambos servicios. Este tipo de resultados, permiten ver la importancia del teléfono móvil como un dispositivo que está cada vez más presente en la vida cotidiana.

Hay que mencionar que para el 2015, la densidad de bajacalifornianos con teléfono móvil fue de 103 suscriptores por cada 100 habitantes, lo que quiere decir que hay personas que cuentan con más de un teléfono, y además que para entonces, 6 de cada 100 habitantes contaba con Internet móvil (IFT, 2016).

Asimismo, considerando que la tendencia actual es utilizar tecnologías como los *smartphone* o *tablets* que también pueden funcionar como teléfonos, la barrera entre ordenador, computadora, teléfono y otros medios, se desdibuja. Los datos anteriores pueden ayudar a describir un perfil del usuario de las TIC en Baja California. La mayoría de los usuarios se conecta con fines lúdicos y de comunicación interpersonal.

Por otra parte, Catalunya es una comunidad autónoma española que para el año 2016 contaba con 7 448 332 de habitantes. Es la segunda comunidad autónoma más poblada de España y la que tiene mayor número de medios de comunicación, tanto audiovisuales como escritos (IDESCAT, 2016). Para el 2013, el 72% de los hogares en Catalunya contaba con acceso a Internet, un porcentaje ligeramente mayor comparado con la media en España que es de 70% y más bajo que el promedio de la Unión Europea, que tiene al 79% de personas conectados a Internet. Además, de todos los varones catalanes encuestados, un 74% son usuarios habituales de Internet, mientras que del total de mujeres un 65% lo son (IDESCAT, 2013). En Catalunya, el uso de las tecnologías de la información se distribuye de la siguiente manera:

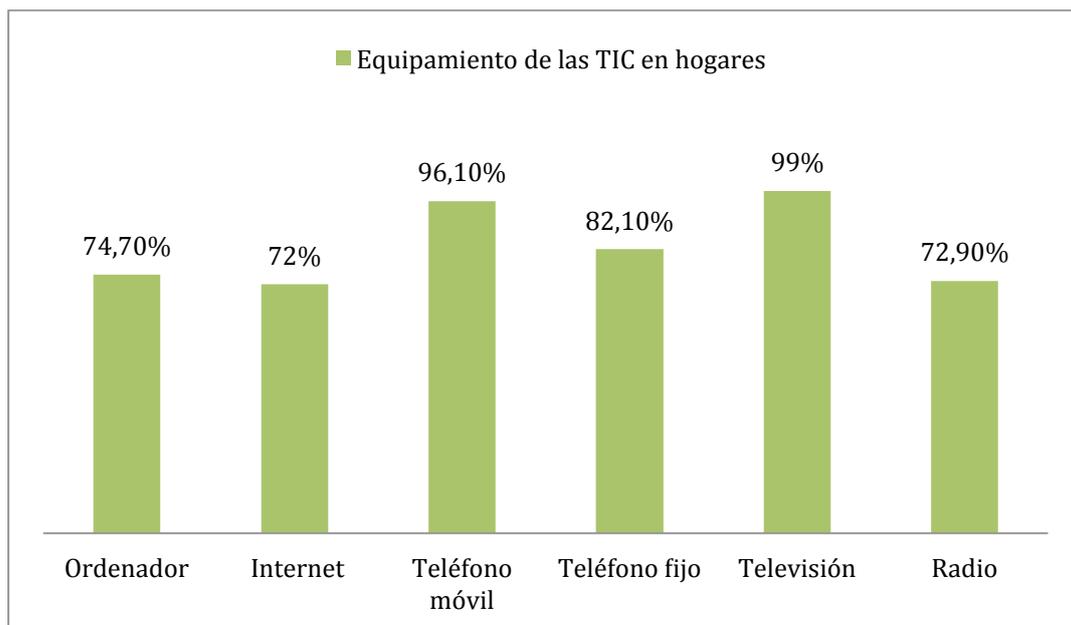


Ilustración 3. Equipamiento de las TIC en hogares de Catalunya. Elaboración propia con datos de IDESCAT 2013.

Estos datos implican que la mayoría de las viviendas se encuentran equipadas con distintas tecnologías de la información, y que actualmente, el uso del teléfono móvil supera al ordenador.

Por otra parte, la frecuencia del uso de Internet resulta ser diaria en la mayoría de los usuarios, resultando así un 75.9% del total de las personas encuestadas, y siendo mayor el porcentaje en el grupo de edad más joven, de 16 a 24 años. De este grupo de edad, ninguno afirmó conectarse menos de una vez por semana.

En este sentido, la mayoría de la población, es decir el 90.2%, afirmó conectarse desde su vivienda, y un 35.3% desde su puesto de trabajo. La cuarta parte de las personas encuestadas afirmaron realizar compras por Internet, e igualmente el rango de edad más joven es el que muestra más actividad en este hábito y del rango de edad más grande, de 65 a 74 años, sólo el 5.6% afirma realizar compras por Internet. Esto va dibujando las características generacionales respecto al uso de los medios de comunicación digitales: implica que los jóvenes tienen más actividades en línea que los adultos de la tercera edad.

Los datos descritos de ambas ciudades y sus contextos nacionales ayudan a identificar cómo estos espacios sociopolíticos representan ciertas diferencias geográficas que también forman parte de la cultura de la movilidad urbana. Asimismo, la acogida y percepción de las tecnologías digitales ayuda a entender que aunque con una penetración distinta de la tecnología, en ambos casos los servicios de comunicación digital cada vez extienden más su uso.

2.2 Las acciones colectivas en Mexicali

Mexicali es la capital del estado de Baja California, el cual está ubicado en el extremo noroeste del país. El origen del nombre *California* proviene del latín "cálida fornax" (horno caliente) y esto se debe a que las primeras colonias que llegaron de Europa reconocieron que era un territorio con temperaturas extremas. Es frontera con California, Estados Unidos, por lo que tiene un continuo tránsito internacional y le caracterizan las familias binacionales y multiculturales. Baja California está compuesto por una población de 3 155 070 de habitantes, la mitad provenientes de distintos estados del país. Es una comunidad conformada mayormente por jóvenes, dos terceras partes de la población es menor de 34 años de edad (INEGI, 2010).

A la historia de Baja California le caracterizan varios movimientos sociales importantes. A finales del siglo XIX y principios del XX la frontera norte de México experimentaba cambios legislativos en cuanto a la venta de terrenos para la agricultura. Asimismo, se intensificó la construcción de casinos y prostíbulos, encaminados a los juegos de azar, carreras de caballos, peleas de box, producción y venta de bebidas alcohólicas. Este tipo de negocios aparecieron muy poco tiempo después de que en Estados Unidos se iniciara la prohibición, y por causa de esto los principales clientes eran estadounidenses que deseaban burlarla (Ortoll & López, 2011).

Esto cambiaría el estilo de vida de los indígenas y de los campesinos pues se

enfrentaron a una situación económica precaria: la mayoría de los terrenos le pertenecían ahora a los extranjeros, por lo que el movimiento campesino y revolucionario de la época se unió contra el Porfiriato. La mayoría de los grupos y movimientos se encontraban experimentando la Reforma Agraria del entonces presidente Lázaro Cárdenas en la tercera década del siglo XXI.

Para finales la década de 1980, el desarrollo de la cultura política se enfocaba en que tanto una parte de la sociedad civil como de los partidos políticos se oponían y manifestaban en contra del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Esto da como resultado que Baja California fuese el primer estado en ser gobernado por un partido de oposición (PAN) y que durante la década siguiente elaborara su propio padrón electoral y su propio carnet para votar. México había tenido unas elecciones para presidente muy polémicas y la sociedad civil deseaba administrar sus propias elecciones locales.

En el siglo XX, Baja California experimenta una multiplicidad de grupos, movimientos sociales y manifestaciones. Los grupos más representativos son los sindicatos de profesores, los manifestantes en contra de los aumentos en el cobro de la electricidad, el combustible y los impuestos fronterizos. Las formas en que los movimientos comienzan a expresarse también se multiplican: desde el bloqueo de la frontera con barreras humanas, paros laborales que se prolongarían por días o años (algunas con resultados otras fracasando), “apagones” colectivos, que consisten en desconectar cualquier uso de la energía eléctrica y que ocasiona que las compañías de energía pierdan ganancias, y en los últimos años: formas de expresión y convocatoria por los medios digitales.

Algunos autores como Valenzuela Arce (2000), relacionan la vida social y política en Baja California con la vida en Estados Unidos, implicando que los intercambios culturales y económicos influyen en que la cultura bajacaliforniana tenga hibridaciones culturales. Y ciertamente, por su origen histórico, que difiere culturalmente del centro del país, Baja California posee ciertas características identitarias.

En el año 2013 se manifestó una iniciativa independentista que solo se manifestó en la red. Un grupo de personas propuso de manera anónima, que Baja California junto con Baja California Sur se separaran de la República Mexicana. En términos generales, los motivos aludían a que estos estados producen un Producto Interno Bruto per cápita mayor que otros y el presupuesto federal que reciben no es proporcional. El movimiento incluía una página en Facebook, el diseño de una bandera para la *República de Baja California*, un escudo, el diseño de su propia moneda, la cual equivaldría a un dólar norteamericano. El sitio consiguió tener alrededor 90 mil seguidores en sus primeros meses de creación.

Durante la segunda década del siglo XXI, en Baja California se desarrollan algunas acciones colectivas que luego se cimentaron en grupos organizados, algunas relacionadas con movimientos ambientalistas como la Fundación Hélice, que promueve el reciclaje y reutilización, otras agrupaciones animalistas como el ya mencionado *Gente por los Animales* que tiene el apoyo de varias empresas en la misión de rescatar perros y gatos de la calle.

También hay que mencionar la formación de la reciente adhesión a finales del 2016 de grupos activistas bajacalifornianos a la organización *It Gets Better Project*, quienes realizan labores de cabildeo, formación y servicios a la comunidad LGBTQ (Lesbianas, *Gays*, Bisexuales, Transexuales y *Queer*). Estas organizaciones se han consolidado mayormente a través de la comunicación digital y de la posibilidad de compartir experiencias e información de grupos activistas similares en otras partes del mundo.

A finales del año 2016 e inicios del 2017, la capital de Baja California experimentó una serie de movilizaciones ocasionadas por una coyuntura política: el alza de precios de combustibles derivados del petróleo nacional, así como algunos procesos polémicos alrededor de la privatización del agua, entre otros descontentos en relación a desigualdad económica, fermentaron espacios

de diálogo entre ciudadanos activistas y autoridades. En un hecho histórico, en la ciudad de Mexicali se llevaron a cabo manifestaciones donde más de 40 mil personas se reunieron en el Ayuntamiento de Mexicali (Rosillo, 2017).

Algunas de las formas de protesta incluyeron el bloqueo de la distribución de combustible en la ciudad, por lo que durante algunos días la población tuvo que administrar sus viajes en automóvil u optar por caminar e ir en bicicleta a sus centros de estudio o trabajo. Esto generó que antes de estas manifestaciones algunas personas que eran indiferentes al movimiento probici de la ciudad se integraran a las iniciativas de movilidad urbana sostenible, pues la ausencia de combustible “paralizó” a la ciudad. En este sentido, puede decirse que Mexicali, aunque no se caracteriza por tener una cultura de acciones colectivas o manifestaciones organizadas, en el último año ha experimentado el surgimiento de grupos nuevos de asociacionismo activista.

2.3 Barcelona, movimientos sobre el espacio público

La crisis española de inicios del siglo XXI ha desencadenado una serie de problemáticas sociales, principalmente afectando el empleo, la educación y la sanidad. Asimismo, Europa atraviesa una serie de debates sobre la situación de la guerra en Siria y los refugiados. Las manifestaciones por los problemas con los bancos e hipotecas, y la comunidad universitaria por los cambios administrativos y académicos de los grados universitarios así como por el presupuesto rectoral de algunas universidades.

Una de las manifestaciones cívicas más importantes actualmente en Catalunya son las expresiones independentistas. El 11 de septiembre del 2013 (se realizó una de las manifestaciones pacíficas más numerosas del mundo en el que se proclamaba la independencia y la soberanía de Catalunya: la Vía Catalana. Esta consistió en una larga cadena humana de más de 400 kilómetros que rodeaba

de sur a norte toda la Catalunya. Fue organizada por la Asamblea Nacional Catalana (ANC) y tuvo manifestaciones en otros países. El suceso es un ejemplo de cómo es la comunidad catalana en la actualidad y su sentir general respecto al estado: manifestándose pacíficamente, solicitando un trato económico y cultural más autónomo.

El movimiento de okupación es también característico en Barcelona como en varias ciudades de Europa. Este movimiento se ha intensificado como resultado de que los bancos desahuciaran de sus hogares a aquellas personas que pidieron préstamos para adquirir un inmueble y que se quedaron sin dinero para seguir pagando su deuda. También surge de que algunas casas y edificios abandonados se utilizaran para autogestionar centros culturales, así como para vivir. El movimiento es complejo, pues se encuentra en algunos vacíos legales sobre bienes e inmuebles así como al derecho de los ciudadanos a vivir en dignidad.

Hay que tomar en cuenta que Barcelona se transformó como ciudad después de los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992, que como en otras ciudades que han sido sede de eventos masivos de grandes niveles de organización, se realizaron inversiones en infraestructuras que buscaban posicionar a Barcelona como un referente turístico. Para la preparación de los Juegos Olímpicos, desaparece el barrio de la antigua Icària, se construye la Vila Olímpica, que se recupera del mar y parte de Montjuïc (Mansilla, 2014).

Aunque Barcelona ya había sido sede de otros eventos importantes a nivel mundial que motivaron su transformación. Durante la alcaldía de Josep Maria de Porcioles i Colomer en la década de 1960, se puso en marcha el Plan Barcelona 2000 que básicamente buscaba modernizar y colocar a la ciudad como una de las grandes urbes. Se intentaba albergar una Exposición Universal en Barcelona para el año 1982, considerando que ya se había realizado una en 1888, pero no sucedió (Sinca, 2014). Sin embargo, durante esta época se sentaron las bases para que se llevaran a cabo los Juegos Olímpicos en 1992:

como alcalde de Barcelona [a Porcioles] se le ha criticado con dureza que fomentase en exceso la circulación y el tráfico viario dentro de la ciudad [...] Otros lo han acusado de eliminar los tranvías y de haber municipalizado excesivamente el transporte público con la implantación del autobús urbano, porque la medida tampoco logró desatascar de coches la ciudad.

Las descripciones anteriores explican que gran parte de los cambios en el entorno urbano de la ciudad no siempre correspondieron a las necesidades de los habitantes, de quienes vivían la ciudad diariamente, sino a intereses internacionales y en muchas ocasiones, turísticos.

La población catalana en relación a la movilización social se mantiene activa en la red y también en las plazas públicas. Es decir, el mundo de Internet recoge el mundo político pero recoge también otros mundos. La organización de distintos quehaceres como la organización del movimiento del 15M en Catalunya, indica que las personas están utilizando las TIC para establecer redes de comunicación en torno a una configuración de la sociedad civil.

2.4 El vehículo del futuro se inventó hace 200 años

De todas las modas que han llegado de París y Nueva York,
hay una sin igual, que llama la atención.
Son bicicletas que transitan de Plateros a Colón,
y por ellas he olvidado mi caballo y mi albardón
(Polka mexicano de Salvador Morlet, 1896)

Se dice que Leonardo Da Vinci fue el primer inventor de la bicicleta. Aunque no se sabe con certeza si la documentación encontrada con los primeros arquetipos de lo que hoy conocemos como bicicleta sean de la autoría del autor de otros tantos inventos. Se dice que es un mito, que Da Vinci no dejó las bases para construir el vehículo de dos ruedas.

Pero como otras tecnologías, ha tenido varios desarrolladores y diversificaciones. La bicicleta no ha terminado de inventarse, porque es una tecnología en movimiento y se adapta con distintas estrategias a cada ciudad y necesidad.

Es una tecnología que surge en un contexto de escasez de alimento para caballos, y se presumía que podía cuadruplicar la velocidad del transporte a pie, por lo que entre las clases pudientes se populariza su uso. Por ello en Inglaterra le apodaban *dandy horse* (Caballo de Dandy) aunque también era conocida como el caballito de madera (IDARTES, 2015).

Aunque en un inicio la bicicleta fue pensada para finalidades específicas, por Drais en 1817, por Michaux en 1861 y Starley en 1885 (Bravo, 2014) como un objeto en dos ruedas con un mecanismo que facilitara la velocidad del desplazamiento humano, las prácticas que rodean este objeto varían en cada cultura.

A Mexicali la bicicleta llegó antes de que la ciudad se fundara, es decir, antes de 1903. La bicicleta fue complementando el transporte y carga del caballo, de la mula y del burro, y convivió paralelamente con el automóvil en las calles.



Ilustración 4. Mexicali, convivencia de vehículos y de culturas distintos. Imagen de archivo. Fuente: Archivo Histórico de Mexicali, 1900.

Las bicicletas que se encontraban disponibles en aquella época, eran aquellas que tenían un cuadro sencillo, que se impulsaban y frenaban con los pies, por lo que la comodidad no era una característica. Las calles de la ciudad eran de terracería, y los caminos arenosos o empedrados hacían derrapar al ciclista de entonces. Sin embargo, al ser Mexicali una ciudad plana, el transporte personal

o de cargas pequeñas o medianas no resultaba ser de mucha dificultad en ese aspecto.

La bicicleta fue el transporte más utilizado para los mensajeros o repartidores de pan y tortillas, así como de pequeños animales de granja y productos del campo (Trujillo, 2003). Aún ahora la mayoría de los carteros va en bici. Antes de cualquier normativa de tránsito de la bicicleta, era más común



ver a un hombre transportando a su familia en un solo vehículo, acomodándolos en los manillares, o en el

Ilustración 5. 1972: un niño ciclista urbano mexicalense en la Colonia Pro-Hogar: "Tuve un accidente que me alejó de la bicicleta hasta hace algunos años".

Fuente: Cortesía de Daniel Mohedano.

asiento del conductor, mientras él pedaleaba de pie, sin descanso. Hoy esto implicaría una multa de varios salarios mínimos, por conducción temeraria y por poner en riesgo a personas menores de edad. Pero las velocidades de los vehículos motorizados en las calles en la ciudad de Mexicali no sobrepasaban los 40 kilómetros por hora en aquél entonces, y una caída era lo peor que podía pasar andando en dos ruedas.

A los acostumbrados a ver la tecnología ciclista actual, quizá les es difícil imaginar el cambio que significó para el transporte no motorizado la implementación de frenos, velocidades y la cadena. Hay que señalar que no siempre se utilizaron ruedas infladas con aire y que en un principio, tanto los velocípedos como los primeros prototipos de la bicicleta del siglo XIX, requerían de cierta destreza para mantener el equilibrio en terrenos desiguales, y que para frenar había que bajar el cuerpo del vehículo por completo.

Por esto, puede decirse que la bicicleta como parte de un sistema de movilidad segura, necesitó llegar hasta este punto de la tecnología actual, en el que el

conductor no necesita habilidades especiales de conducción y en el que la invención de bicicletas adaptadas para personas con movilidad reducida son el ejemplo de que el desarrollo tecnológico facilita la pluralidad de un artefacto.

México fue un país donde el uso de la bicicleta como medio de transporte estaba bastante arraigado: “hasta mediados del siglo XX constituía una manera segura de desplazarse por las localidades nacionales. Por supuesto estas no eran las metrópolis de hoy en día, en las que el automóvil acapara el espacio público” (BICIREDMX, 2016, p. 9). Se tiene registro de que ya había bicis en la capital del país hacia 1888 y que eran un símbolo de status y privilegio, y que para principios del siglo XX había casi 4 000 bicis, por lo que era un objeto popular que al poco tiempo tuvo sus propios clubes de aficionados y desfiles por el Paseo de la Reforma (López , Rangel, & De la Sierra, 1982).

El éxito de la bicicleta disminuyó con la llegada del automóvil, volviéndose un vehículo únicamente para las clases trabajadoras que no podían adquirir un automóvil. Esto también significó, que la bicicleta se encontraba ausente en las ideas de la modernidad y progreso que enmarcaban la época, ideas que también fueron el motor para el diseño de infraestructura pública y que por consecuencia, han tenido hasta ahora una distribución poco equitativa de los espacios urbanos.

Se tienen pocos registros del surgimiento de clubs ciclistas y de ciclistas profesionales que fomentaran la práctica de este deporte en Mexicali, pero se sabe que a mediados de la década de 1960, existió el club ciclista *Pedal y Fibra*, coordinado por los ciclistas mexicalenses Cheto García, Miguel Vallego y Carlos Orozco, quien participó compitiendo en el Tour de France de 1968. Esto indica que en Mexicali las primeras iniciativas probici surgen de la afición al ciclismo deportivo, lo cual habla también del tipo de obstáculos que tuvieron los ciclistas de aquella época, ya que no existían ciclistas y pocas calles estaban pavimentadas. No se había inventado la bicicleta de montaña, que surge de la inspiración de tener un vehículo pudiera desplazarse, sin derrapar, en la

orografía hostil como la de California en Estados Unidos y Baja California en México.

La introducción de las bicicletas de montaña o BTT (*Todo Terreno*) en la década de 1980 en California (Grant & Ballantine, 1992) y la cercanía de Baja California con los distribuidores de esta nueva bicicleta, fomentaron que la bici fuera el regalo más deseado para los niños y jóvenes en fiestas decembrinas, pero este desarrollo de la tecnología también permitió que fuera además de un deporte de pista, un pasatiempo que podía trasladarse al desierto, a la montaña, y atravesar zonas difíciles sin *traquetear*.

La introducción de las bicicletas tipo BMX y BTT también impulsaron otras iniciativas lúdicas en la década de 1980 y principios de 1990. Los colegios de educación básica organizaban desfiles ciclistas, como concursos de disfraces o de decoración de la bicicleta. Estos eventos se organizaban por profesores y padres de familia, casi siempre en torno a la primavera o a celebraciones nacionales, y tenían el objetivo de retomar las calles de su barrio para que los niños pasaran en grupo.

En Mexicali, así como en otras ciudades de Baja California y California en Estados Unidos, el ciclismo urbano también ha sido caracterizado por el uso de bicicletas *chopper*, *lowrider* o *torito*. En la última mitad del siglo XX estas bicicletas representaban paseos en grupo de ciertas subculturas:

sobre todo las de los cholos y pachucos, quienes personalizaban las bicicletas con símbolos del barrio o la pandilla, pero también han sido adoptadas por



Ilustración 6. Una lowrider en una zona residencial de Mexicali, 2015. Fotografía: Carlos Cruz.

personas que no se identifican con estas subcultura. Estas prácticas aún son comunes y aunque ya no representan a la mayoría de los ciclistas urbanos en estas zonas de ambos países, heredaron la cultura de la apreciación estética tanto en bicicletas y motocicletas y la importancia de que cada usuario se apropie de la estética de su vehículo.

En Barcelona, el artefacto en dos ruedas se popularizó y distribuyó de forma más directa de sus inventores en Europa. En el siglo XIX las personas utilizaban el velocípedo, pero en 1885 se populariza la “moderna bicicleta segura”, que permitía que gracias a la cadena, la fuerza aplicada en los pedales se transmitiera a la rueda trasera. Esta integración solucionó el problema de la desproporción de las ruedas que hacía que su conductor tuviera que sentarse a una altura mucho más alta que sus piernas, y la pérdida del equilibrio era más fácil de resolver apoyando los pies en el suelo (Balmaceda, 2011).

Además, hay que señalar que en todo el continente europeo, la bicicleta tuvo un papel importante durante la Primera y Segunda Guerra Mundial. Un transporte que por su practicidad, fue utilizada para vigilar silenciosamente. Igual que el automóvil, el teléfono, la radio y otras tecnologías, fue durante estos eventos que la bicicleta integró nuevos aditamentos para la batalla, siendo desarrollados por varias marcas de bicicletas importantes en la actualidad, como Bianchi (Cabezas, 2016).

En la ciudad condal, la bicicleta representó una herramienta de empoderamiento para las mujeres. Susan B. Anthony, feminista diría en 1896: “la bicicleta ha hecho más para emancipar a las mujeres que cualquier otra cosa. Da a las mujeres un sentimiento de libertad y auto-confianza. Me pongo de pie y me regocijo cada vez que veo a una mujer montar en una rueda ...la imagen de la mujer libre.” (Anthony, 1997) (traducción propia). Con esto se refiere a todos los mecanismos que movilizó, literal y retóricamente la bicicleta para la mujer, y cómo ayudó a que tomara el espacio público: algunas mujeres desafiaban las costumbres, se liberaron del corsé y empezaron a utilizar

vestimenta más cómoda, pero sobre todo empezaron a desplazarse con mayor libertad por la ciudad.

Además, a finales del siglo XIX en Catalunya empezaron a surgir clubes de ciclismo deportivo en toda la comunidad autónoma. La construcción de velódromos y la organización de los primeros campeonatos ciclistas impulsó el uso de la bicicleta en el deporte y en las calles.



Ilustración 7. Ciclistas participando en la carrera de 50km organizada por el Sport Ciclista Català con el Arc de Triomf al fondo. 1916. Autor: Josep Maria Co i de Triola (AFCEC_CO_X_0542). Fuente: Arxiu Fotogràfic Centre Excursionista de Catalunya.

Para el siglo XX se diversificaron las prácticas ciclistas en Catalunya: el ciclo-cross, el BMX (Bicycle Motocross), el trial y el ciclismo *indoor* ya formaban parte de la cultura deportiva. La organización de eventos masivos y de importancia mundial como la Volta Ciclista a Catalunya que desde 1911 organizada por el Club Deportivo de Barcelona, atraviesa las ciudades de Barcelona Tarragona, Lleida, por lo que sus competidores realizan 363 kilómetros (100 Anys d'Història , 2016) .

La introducción de la bicicleta de montaña en la década de 1980 también significó un cambio trascendente en Barcelona:

A principios de la década de 1980, la ciudad estaba al borde de la saturación vial, y justo en ese momento irrumpieron en el mercado de la bicicleta las bicicletas de montaña. El vehículo mecánico más antiguo que existe después del tren se puso de nuevo de moda. Gracias a la entrada de aire fresco que implicó la irrupción de la bicicleta de montaña, aumentó de forma tímida la nómina de osados que se atrevían a pedalear por la ciudad. Y empujadas por aires ecologistas que soplaban en la sociedad, las

autoridades municipales decidieron impulsar los primeros carriles bici de la ciudad. (Pernau & Climent, 2015, p. 49)

Lo anterior también indica que la coyuntura del movimiento ecologista hizo repensar a las autoridades en otras necesidades de urbanización. Además, con los Juegos Olímpicos de 1992 en Barcelona se impulsaron infraestructuras y otras iniciativas deportivas relacionadas con la bicicleta.

Según el Barómetro de la Bicicleta 2015, la mitad de los españoles es usuario de la bicicleta y uno de cada diez la utiliza a diario. Asimismo, durante el año 2015 se registraron más de un millón de bicicletas vendidas, cifra que supera las ventas de coches (Red de Ciudades por la Bicicleta, 2015).



Ilustración 8. Resumen. Frecuencia de uso en porcentajes. Fuente: Barómetro de la bicicleta en España. Septiembre 2015.

Para la primera década del siglo XXI la bicicleta representa un paradigma moderno de movilidad; es decir, se le considera como parte de un sistema de convivencia urbana. A partir de ejemplos de otras ciudades con altos porcentajes de ciclistas, se ha observado que la bicicleta permite hacer un mejor uso del espacio y que por consiguiente esta invade menos el paisaje, tiene una huella ecológica mínima y además contamina menos visualmente. Asimismo, estas ciudades son percibidas como más seguras:

Al aumentar el uso del espacio público, se crea un sistema cívico de seguridad informal que transforma la vía pública en un espacio más incluyente y con un tejido social más robusto. Además, transitar en bicicleta posiciona a los ciudadanos como iguales, aumenta la democratización y la equidad al desplazarse por la ciudad, demerita el significado social que confiere el uso del automóvil y suaviza la brecha que separa a los ciudadanos cuando conviven en el espacio público. (Ciclociudades, 2011, p. 47)

En específico, en la ciudad de Barcelona se tiene registro de que se realizaron 117 415 desplazamientos diarios en bicicleta durante el 2015 (Ajuntament de Barcelona, 2016) y en toda Catalunya se calcula que durante el 2014 hubo 150 millones de desplazamientos anuales, cifra que representa el doble de desplazamientos que había en el 2006 (Red de Ciudades por la Bicicleta, 2015).

Se planea que el crecimiento en el uso de este transporte aumente a partir de algunos proyectos a corto plazo del ayuntamiento, por ejemplo: se pretende que para el 2018, el 95% de la población de la ciudad condal tenga a menos de 300 metros de su domicilio un carril bici.

En Catalunya, el aspecto de la seguridad sigue siendo un tema pendiente. El 6% de la población dice no utilizar la bicicleta porque tiene miedo. Este dato indica en qué áreas debe trabajar la Generalitat de Catalunya. Según el Barómetro de la Bicicleta 2014, se implementan vías segregadas a través de espacios como los carriles-bici y la señalización de carreteras compartidas (Red de Ciudades por la Bicicleta, 2015).

Por otra parte, en México, el 74% de las personas saben utilizar la bicicleta, pero solo el 11% es usuario frecuente (BiciRed, 2016).

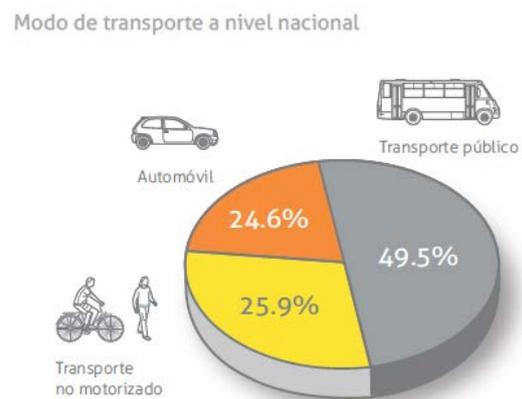


Ilustración 9. Modos de transporte en México.
Fuente: Ciclociudades.

En Mexicali se estima que para el 2017 ya hay 6 mil ciclistas (La Crónica, 2017), cifra que aumentó a partir de donaciones organizadas por MXLiBiCi y el

ayuntamiento municipal, y del desarrollo de iniciativas probici de esta década. Asimismo, los cicloactivistas de esta ciudad atribuyen que haya más ciclistas urbanos a la coyuntura entre otros movimientos, como el ecologista y la situación económica de país, que hace insostenible para algunos sectores el transporte motorizado.

Actualmente, la bicicleta trasciende otros ámbitos que interesan actualmente en cualquier ciudad: la movilidad urbana y sostenible, el espacio público, las estadísticas de accidentes viales y también la diversidad: porque moverse por la ciudad de una forma alternativa representa también cierta visión de ver y construir el entorno urbano. La bicicleta se considera como un vehículo en todos los reglamentos de tránsito, por lo que también representa derechos y responsabilidades del ciclista.

Uno de los obstáculos en relación a la bicicleta como parte de una nueva cultura de movilidad urbana, son los prejuicios que se heredaron a partir de la llegada del automóvil. Se consideraba que la bicicleta era únicamente para clases trabajadoras que no podían adquirir un coche, sumado a la publicidad que enaltecía los aspectos de status y confort de este, dejándo a la bici como un juguete para los niños. El cambio cultural de la bicicleta no reside en la imposición de esta como el mejor vehículo, o como la solución a todos los problemas que hay en la calle, sino a resignificarle como un vehículo que puede ser para todos los géneros, todas las clases sociales, todas las edades y todas las ciudades.

3. LA CICLORUTA METODOLÓGICA

3.1 El trabajo de campo en un entorno virtual

Existen algunas consecuencias de la deslocalización de la investigación etnográfica que recaen en nuevas estrategias o cuidados en el diseño y planificación del método (Soriano, 2007). Cual sea el objeto de estudio o la etapa del trabajo, se considera que el trabajo de campo es un conjunto de vivencias intensas que permiten al investigador comprender e interpretar las motivaciones y actividades de algunos grupos humanos. Ahora, que con el estudio de los medios de comunicación y en específico de los medios digitales el investigador debe estar más consciente de que accede sólo a una parte de la vida de los demás, y que necesita mayor arraigo hermenéutico para comprender los procesos comunicativos.

Otra de las discusiones principales sobre el estudio ciberetnográfico, es la relación usuario-personaje, manejada por Sherry Turkle desde los noventa. La autora establece tres posturas para explicar esta relación. La primera es la que habla sobre la facilidad de presentar personalidades alternativas y “jugar” con ello incluso de manera que pudiera ser terapéutico para algunas personas. La segunda explica esta situación como algo temporal y con el hecho de que las personas al final terminarán presentándose con su identidad. La tercera, que es la más importante para Turkle es la que plantea que el ciberespacio, si bien da oportunidades para jugar con aspectos del *self*, éstas nunca son ajenas a la persona y presentan aspectos que están inhibidos fuera de ella (Turkle, 1997).

La postura de Turkle y el hecho de la posibilidad de jugar en el ciberespacio con la propia identidad, forma parte del objeto de estudio. Es decir, no habría que buscar la verdad pura en un informante –considerando que esta nunca es totalmente alcanzable-, sino considerar que las declaraciones que este haga “ya

no se toman como formas de confirmar aquello que se observa sino que se han integrado en la observación como unas acciones más” (Soriano, 2007, p. 9). Desde esta perspectiva, sobre todo en la etnografía digital, es a través de las entrevistas que pueden observarse también las interacciones y significados de los que hablan los participantes.

En general, el ciberespacio representa un espacio de problematización y alternativa para entender las nuevas formas en que se manifiesta la cultura. Y aunque varios autores han tratado de establecer algunas pautas sobre la ciberetnografía y sus herramientas, esta sigue siendo tanto un método como un objeto de estudio que sigue adaptándose a la intensa marcha del mundo virtual.

Una estrategia para estudiar la cibercultura radica en la capacidad del investigador de ver la relación entre cultura y artefactos, las mediaciones y particularidades. Al respecto, Maigret señala la importancia de comprender las relaciones humanas, por lo cual no es posible reducirlas ni a las técnicas ni a los grupos. Es decir: evitar caer en la perspectiva medio-centrada o socio-centrada 2005 (Maigret, 2005), pues lo que interesa son tanto los actores como las interacciones en el ciberespacio.

Los medios promueven efectos de distintas categorías y por lo tanto conviene observar un matiz importante: las personas hacen cosas muy similares a lo que hacen fuera de línea (Castells, 2001). Comparten fotografías, visitan bibliotecas, leen noticias, realizan transacciones que antes hacían en la oficina bancaria, platican con personas conocidas o desconocidas, son honestos o deshonestos . Es decir, en el ciberespacio no se inventan las actividades o nuevas sociedades, pero se producen nuevas formas de realizarlas, compartirlas o nombrarlas, así como nuevas formas de crear lazos comunitarios:

la utilización de Internet para desarrollar tareas políticas o personales, o de intereses concretos, es lo que realmente genera los niveles de interacción más fuertes. Por tanto, más que ver la emergencia de una nueva sociedad, totalmente on line, lo que vemos es la apropiación de

Internet por redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener off line, se pueden establecer on line. (Castells, 2001)

Por otra parte, en los estudios del ciberespacio la mediación técnica siempre está presente durante el proceso etnográfico: “La mediación técnica (el registro textual, en audio, fotografía o vídeo) es clave en la investigación etnográfica porque fija la experiencia y descontextualiza la memoria del observador, creando un nuevo contexto para el análisis” (Ardèvol, Bertrán, Callen, & Pérez, 2003, p. 5). Por lo tanto, registrar adquiere otra dimensión en este medio: la desventaja y ventaja para el investigador, es que al mismo tiempo que hay mayor facilidad para el acopio de datos; entonces se debe saber sistematizar una cantidad mayor de información y no solo acumularla.

Uno de los planteamientos más discutidos sobre la veracidad de los estudios ciberculturales es la diferencia entre una charla presencial y otra virtual. Se argumenta que las conversaciones entre un informante y el investigador, no serán tan enriquecedoras si éstas no se construyen “cara a cara”, y que hay códigos que no pueden obtenerse mediante las TIC. Aunque esto es en parte cierto, la expresión y el sentido se comunican de formas también variadas en el ciberespacio. Hay expresiones y códigos que no pueden detectarse como en una conversación, pero se obtienen recursos extralingüísticos que ayudan a comprender los significados, además de que en la pantalla hay una suerte de permanencia de estos.

En este caso, el campo no es únicamente un espacio exótico donde se da el encuentro con *el otro*, aunque pudiera serlo. El ciberespacio es método y objeto de estudio: “La etnografía virtual no es pues una mera adaptación de un ‘viejo’ método a un nuevo ‘campo de estudio’, sino que en su diseño están inscritas formas de estructurar y entender la sociabilidad” (Ardèvol, Bertrán, Callen, & Pérez, 2003, p. 18).

Se plantea que la entrevista se lleve a cabo mediante encuentros en el ciberespacio entre el investigador y el informante, éste se enfrenta a dificultades metodológicas como la expresión involuntaria por dibujos o emoticones y el posible *netsplit*. En la etnografía llevada cara a cara también pueden ocurrir interrupciones diversas e igual de repentinas.

Otro obstáculo en el desarrollo de la ciberetnografía es la aparente banalidad: “La trivialidad de las conversaciones y mi empeño metodológico no me dejaban ver que, en realidad, estaba captando información etnográfica de primer orden, el primer grado del conocimiento etnográfico” (Mayans, 2007). Este carácter lúdico, hace parecer en ocasiones que lo ciber sea visto como un entorno donde no ocurren eventos significativos. La etnografía urbana se enfrentó a un problema similar al enfatizar la importancia de observar lo cotidiano y los detalles. Mientras las ciencias sociales vislumbren nuevos campos de estudio y situaciones culturales, la etnografía tendrá que problematizar y desarrollar su método: “Si en los entornos virtuales la cultura y la comunidad no son productos directos de un lugar físico, pues la etnografía tampoco tiene por qué serlo” (Galvez & Tirado, 2006, p. 18).

3.2 Una mirada a la tecnología y a lo urbano desde lo ciberetnográfico

El presente es un estudio cualitativo, de alcance descriptivo y comparativo. Se trabajó mediante las técnicas ciberetnográficas de corte antropológico enfocadas al estudio de la comunicación, y se han desarrollado como técnicas: la observación participante (conversaciones en grupos virtuales de discusión y organización, chats, webs, interacción en redes sociales) y entrevistas presenciales semi estructuradas.

La etnografía se desarrolló en ambas zonas, desde julio 2014 hasta junio 2016. Se realizó una estancia académica en el Instituto de Investigaciones Culturales de

la Universidad Autónoma de Baja California en Mexicali, Baja California, durante todo el mes de marzo del 2015. Se añaden además algunos viajes cortos con fines etnográficos a Mexicali, pero sin ser estancias académicas formales: una estancia breve durante dos semanas en diciembre de 2013, otra durante cuatro semanas en noviembre del 2016 y la última con fines de retroalimentación con los participantes de la etnografía en marzo del 2017.

Este proyecto de metodología cualitativa no busca medir la realidad, cuantificar datos o prever, lo que se busca es describir y comparar para los fines mencionados en el apartado de la justificación del estudio.

La postura ante la búsqueda de conocimiento se basa en el interpretativismo. Considerándole como “la necesidad de comprensión del sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes” (Abatedaga, González, Haiquel, Siragusa, & Brondani, 2008). De modo que tanto la realidad, como el objeto de estudio no son “descubiertos”, sino que ya se encuentran en la realidad. Se busca comprender a los informantes desde su propia realidad y discurso. En este proyecto se realizan entrevistas presenciales, por lo que para ello y para realizar observación participante se realizaron las estancias mencionadas anteriormente en en Mexicali, Baja California. Para la sistematización del trabajo empírico se desarrollaron unidades de estudio relacionadas con las categorías del tema principal, que se desarrollarán en los siguientes apartados.

En Mexicali el movimiento ciclista está formado por grupos que mayormente pertenecen a la clase media pero que a su vez procuran ser incluyentes y son multigeneracionales y que trabajan en la reivindicación desde el 2010. Como en muchas ciudades, la planificación urbana está basada en el automóvil como transporte, y la cultura vial margina a los peatones y ciclistas. En cambio, en Barcelona, muchos de sus activistas tienen entre diez y quince años organizando actividades en torno a la Massa Crítica y, aunque la urbanización y el transporte urbano favorecen el uso de la bici como transporte no

motorizado, la cultura vial aún tiene tareas pendientes. Estos escenarios son desarrollados en los apartados: *Las iniciativas y la comunicación para el ciclismo urbano en Mexicali* y *Celebrar un cop al mes, pedalejar tots els dies a Barcelona*, respectivamente.

El punto central será conocer y estudiar cómo se comunican y organizan los participantes y activistas: cómo utilizan y qué piensan de las tecnologías de la comunicación como cultura para sus objetivos. Es un estudio comparativo, y en el análisis se toma en cuenta los contextos culturales y se valoran la información recogida de ambas ciudades, en el sentido de que estas expresan significados sobre la movilidad urbana y que ayudará a comprender los diferentes usos y concepciones que tienen las redes cibernéticas para los activistas.

Además, el estudio se realiza tomando en cuenta que ambos casos concretos han tenido una permanencia suficiente como para estudiarles, y se considerarán tanto sus acciones en la red y las originadas fuera de ella. El estudio partirá de un marco de referencia social, político e histórico de cada contexto a analizar, pues dichos datos son importantes para entender y comprender el discurso de cada movimiento en la cultura de cada zona.

3.2. 1 Participantes

Los activistas y participantes de los movimientos ciclistas tanto de Mexicali como de Barcelona fueron las personas a entrevistar y con aquellos con los que se interactuó cara a cara y por los medios digitales. Es necesario que estén involucrados directa o indirectamente, por lo cual, pueden ser informantes con las siguientes características: 1) Activistas que coordinan u organizan actividades en uno o varios grupos del movimiento ciclista; 2) personas que participan activamente, son ciclistas urbanos, pero no coordinan ningún grupo; 3) personas que empatizan con el movimiento, e interactúan con las personas de distintos grupos por la red, pero no participan en el ciclismo o lo hacen

eventualmente.

Es interesante explicar la aproximación a los participantes. A todos se les explicó el proyecto y los objetivos de este, se conversó con ellos sobre el tema y el espacio donde ocurrieron las entrevistas fue de mutuo acuerdo. Se aclaró el hecho de que sus respuestas no podían ser buenas o malas, sino significativas para comprender la realidad. Así también se les ha explicado que al final del proyecto se compartirían los resultados y se escucharían sus comentarios.

En total se realizaron veinte entrevistas, diez para cada ciudad. Hay que aclarar que cinco entrevistas no pudieron realizarse por desconfianza o falta de disponibilidad del participante: algunos se encuentran en otros movimientos además del ciclista y expresan tener conflicto con permitir que se grabe su voz o se utilice su nombre para ciertas declaraciones.

Tabla 1. Entrevistados en Mexicali. Fuente: Elaboración propia.

Entrevistados en Mexicali			
Nombre	Edad	Grupos en los que participa	Fecha
Karla	40	Mujeres al Pedal	Enero 2014
Denahí	31	MXLiBiCi, BiciRed	Marzo 2015
Carolina	34	MXLiBiCi	Marzo 2015
Toni	41	MXLiBiCi	Marzo 2015
Nacho	35	MXLiBiCi	Marzo 2015
Hilario	34	Periodista	Marzo 2015
Pedro	33	Guía y tallerista	Marzo 2015
David	32	Ciclista urbano	Abril 2015
Silvia	-	Responsable de movilidad sustentable	Abril 2015
Perla	32	Guía de paseos del sector verde.	Abril 2015

Tabla 2. Entrevistados en Barcelona. Fuente: Elaboración propia

Entrevistados en Barcelona			
Nombre	Edad	Grupos en los que participa	Fecha
Pep	23	Ciclista urbano	Junio 2015
Jelen	-	Activista, Bicitetas	Julio 2015
Carla	-	Activista, Bicitetas	Julio 2015
Fabi	38	Ciclista urbano	Julio 2015
Esther	39	Consultora de la bicicleta en Barcelona	Junio 2015
Juan Carlos	40	Massa Crítica Barcelona, Cicloamics Sabadell.	Julio 2016
Roger	39	Massa Crítica Barcelona	Julio 2016
Alejandra	39	Massa Crítica Barcelona, Cyclolock	Julio 2016
Jonathan	30	Massa Crítica Barcelona, Ciclista Rodando	Julio 2016
Adrià	27	Massa Crítica Barcelona	Julio 2016, Abril, 2017

Estos obstáculos, aunque se haya trabajado suficientemente tiempo el rapport y se expliquen los procedimientos, existen *a priori* al acercamiento; según los informantes han tenido malas experiencias con la prensa y con otros investigadores. Esto da pie para reflexionar qué tipo de experiencias se intercambian durante el proceso de investigación y si los investigadores están trabajando con empatía, sean periodistas o científicos sociales.

Todos los participantes aceptaron que se utilizara su nombre, sin embargo, para evitar seguimientos innecesarios, se emplea en el texto solo el primer nombre o apodo del informante. Las entrevistas realizadas fueron hechas cara a cara en la ciudad señalada

3.2.2 Instrumento

El siguiente cuestionario fue la guía para realizar las entrevistas, y hay que señalar que en dichos encuentros se procuró que hubiera un ambiente propicio para la charla. Como se recomienda en el texto de Rosana Guber : “La entrevista etnográfica o el arte de la no directividad” (Guber, 2001) donde se explica que entrevistar conlleva realizar preguntas indirectas, descriptivas y de contraste.

Es decir, este instrumento contiene preguntas muy concretas pero durante la entrevista estas ayudaron a desarrollar temas más profundos, se abordaron de manera más flexible o no era necesario plantearlas como preguntas ya que en la mayoría de los casos el informante iba respondiendo conforme desarrollaba los temas y daba lugar a preguntas más significativas.

Las entrevistas se registraron en audio con permiso expreso de los participantes y posteriormente se transcribieron. No se tomaron notas durante las entrevistas para conservar la charla lo más íntima posible.

De las veinte entrevistas realizadas, la duración media fue de 70 minutos: estas duraron entre 50 y 90 minutos. Durante las charlas, los entrevistados realizaron algunas aportaciones documentales de sus espacios virtuales, mostrando ejemplos de lo que hacen o de algunas estrategias, esto cuando se hacían preguntas específicas sobre sus desplazamientos en la red.

Asimismo, puede decirse que existieron dos tipos de entrevistas, en el sentido de las habilidades comunicativas que tenía cada informante. Es decir, en algunos casos, los participantes se limitaban a responder brevemente y no desarrollaban sus respuestas, en otros casos, el mismo informante brindaba información valiosa que incluso no estaba prevista en el instrumento.

Guía para la entrevista

Temas	Preguntas
Datos personales	Nombre. Apodo o alias. Medios que más utiliza. Ocupación. Edad. Origen.
Participación en el movimiento	Tipo de participación en el movimiento. Objetivos personales y objetivos colectivos.
Descripción de las TIC y el ciberespacio en la vida personal	Actividades en los medios digitales. Vida antes y después de Internet (depende de si son nativos o no digitales)
Postura ante el movimiento y objetivos	Apreciación de las actividades y el movimiento. ¿Cómo se manifiesta el movimiento en la red? ¿Quién/ cómo es el ciclista? ¿Porque es un movimiento reivindicativo? ¿Como se diferencia del ciclismo deportivo?
Uso y postura sobre los medios e Internet	Opinión y experiencia personal. Hábitos y trayectoria en la web durante un día
Experiencia personal y apreciación.	Narrativa de la relación entre el movimiento y los medios utilizados. Integración, persuasión, riesgos y libertades de algunas plataformas. ¿Por qué no utilizaron el nombre de <i>masa crítica</i> aunque utilicen el concepto?
Mexicali	Las publicaciones como videos, notas, ¿qué objetivos tienen?
Barcelona	Dificultades y objetivos del movimiento actuales. La red, ¿qué papel tiene en la actividad de este movimiento?
El movimiento offline	¿Cada cuánto tiempo se reúnen cara a cara para realizar asambleas? ¿Qué papel juegan la personas que participan en Internet pero no acude a los paseos?

3.2.3 Etnografía y narrativa

El análisis de la etnografía tiene un enfoque narrativo. En este enfoque el estudio de la cultura es un campo interdisciplinario y sus herramientas surgen del campo literario y etnográfico. Según Kohler, “El análisis narrativo se refiere a una familia de métodos para interpretar textos que tienen una historia en común” (Kohler, 2008, p. 11). el por qué los individuos cuentan historias, cómo lo hacen y qué dice de ellos mismos y de su mundo. Por lo que el contexto

sociocultural a las prácticas narrativas de los sujetos son parte central del análisis. Las historias de ambos movimientos procurarán ser narradas desde lo que narren los mismos individuos que han vivido y observado la acción colectiva.

Una etnografía narrativa pretende establecer una colaboración entre el etnógrafo y el sujeto, de manera que el primero no establezca de forma determinante todas las pautas de la historia narrada. Se exponen los hechos y datos observados con prosa y algunos recursos literarios como la metáfora, y aunque se produzcan tablas o diagramas del estudio a partir de la información recabada, la presentación de la etnografía tiene la morfología de una historia que corresponde al escenario, la descripción de sus actores sociales, la presentación y resolución de conflictos y el cierre (Angrosino, 2012).

En este caso, la narración y la memoria juegan un papel central en las entrevistas. Los relatos, las experiencias y las percepciones individuales de la información o de sucesos significativos tienen peso en la narración de la etnografía. Por ello, se presenta una etnografía que cuenta la historia del movimiento, de los grupos y del contexto a partir de experiencias personales de los participantes.

3.3 Pasos del análisis y la etnografía

Paso 1. Inmersión informal. Realicé formas de registro básicas: escritos descriptivos y narrativos, así como la captura de imágenes fotográficas en campo (presencial) y capturas de pantalla de espacios virtuales. Para las entrevistas el uso de medios auxiliares como la grabadora de audio y su posterior transcripción, así como a la identificación de las categorías. En este paso se tomaron notas y se registraron datos. Cabe señalar que el registro de

información en este paso fue amplio, porque aunque es posible detectar aquellos datos que aporten a la investigación, aún no es determinante cuál de estos resultarán clave para entender el objeto de estudio.

Paso 2: Identificación de categorías e historias. Tanto en las conversaciones virtuales, y textos, como en las entrevistas, esta identificación preliminar ayuda a enfocar la observación. Como en el primer paso la información registrada es amplia, en esta parte ya es posible descartar tema. En la red hay un gran campo semántico sobre el mundo ciclista y hay mucha información respecto, por ejemplo, hay datos y narraciones sobre el ciclismo deportivo como récords mundiales o polémicas sobre el *antidoping*, que si bien repercuten en la ciclocultura y en cómo es vista exteriormente, pudieran no ser tan importantes para comprender los significados dentro de las agrupaciones.

Paso 3. Al mismo tiempo que se realiza la etnografía, comienza el análisis. Aquí ya es posible identificar las comparaciones entre ambos grupos. Puede realizarse un resumen de cada colectivo, describirle e identificar sus cambios.

Paso 4. Observación, participación y encuentros. En este paso se realiza lo que se recomienda en cuestiones metodológicas para adentrarse en un grupo: ofrecer ayuda de forma honesta para obtener mayor confianza e integración (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Aquí se trabajó de forma colaborativa con las redes sociales de ambos colectivos. Ofrecí mi ayuda en asambleas de trabajo abiertas y aunque al inicio algunos hicieron el papel de *gatekeepers*, al final otros participantes se entusiasmaron por recibir ayuda y se me invitó a colaborar. Otorgar los permisos y contraseñas de distintas plataformas es un voto de confianza, y por mi parte aprendí sobre redes sociales y contenidos desde una perspectiva interna, con todo lo que conlleva poner en marcha el adiestramiento tecnológico y los conocimientos de Marketing Digital y Social Media Management.

Paso 5. Significados. Después de un distanciamiento de los datos, es posible

identificar los significados y realizar una estructura de la redacción de las etnografías. Hay que aclarar que estos significados son aquellos que resultaron significativos para las personas de los colectivos estudios y se procuró comprenderles desde una perspectiva interna. Respecto al distanciamiento de los datos, hay que señalar que la etnografía *online* tiene características distintas a una etnografía puramente presencial.

En el apartado *El trabajo de campo en un entorno virtual*, se habla de estas características, pero en este punto es importante señalar que el etnógrafo requiere de un esfuerzo adicional de “desconexión” de la red, que a su vez implica incomunicarse en otros aspectos de su vida personal. Esto sucede también porque los estímulos audiovisuales que se reciben mediante los dispositivos como el ordenador o el teléfono móvil son más invasivos en el sentido de la cantidad de información y la apariencia de inmediatez o urgencia de requerir retroalimentación.

Paso 6. Selección de segmentos de textos. Desde que se transcriben las entrevistas o se escuchan en la grabación; ya se debe ser selectivo con el material a analizar. En el caso de los textos publicados en los mensajeros o en los sitios web, la obtención del texto es inmediato (se utilizan herramientas como capturas de pantalla o copiar y pegar), sin embargo, esto exige una mayor atención y lectura además de realizar notas y detalles.

Paso 7. La identificación del uso de la lengua de forma figurativa. Por ejemplo, el uso de las metáforas, la identificación de lenguaje figurado, el uso de verbos con carga axiológica, el uso de un argot específico. Fueron importantes las descripciones de estados psicológicos internos, así como la identificación de contradicciones de las que el entrevistado estaba consciente o no.

Hay que señalar que para la identificación de estos usos de la lengua, fue necesario identificar también el uso en el idioma catalán y en el inglés; ya que gran parte de la población activa en las redes estudiadas utilizaba estos

idiomas. Por lo tanto, fue necesario estudiar y practicar el nivel básico de catalán y emplear las habilidades del inglés cuando fuera necesario. Algunas citas se conserva el idioma original, y se añade enseguida la traducción al castellano para la comprensión del texto general.

Paso 8. Descripción de la cultura. Aquí ha sido importante comunicar y redactar con estrategias de lectura que sean congruentes con los objetivos del estudio y con las personas que pertenecen a ambos colectivos. Se ha optado por realizar varios textos, los primeros descriptivos para introducir al lector a los espacios, y otros que narren varias historias de las ciudades.

Paso 9. Compartir los resultados con las personas de los colectivos que lo deseen. Esta retroalimentación no está enfocada a una especie de censura o edición, sino a mostrar empatía con las personas que depositaron confianza en la investigación y escuchar con sinceridad sus impresiones, que ayudan también a la reflexividad investigadora.

Hay que señalar que hay actividades que no estaban previstas en estos pasos. Cuando se revisó la documentación sobre la historia de la movilidad o de la bicicleta en Baja California o Mexicali no se encontró material y por lo tanto se llevó a cabo una convocatoria en esta ciudad para que las personas enviaran fotografías antiguas y testimonios de la bicicleta. Fue a través de los grupos probici y con ayuda de los participantes entrevistados que se hizo este ejercicio.

Este trabajo breve de historiografía representa un trabajo no esperado pero necesario y que a su vez funciona como un ejercicio de memoria histórica para la ciudad, en donde no se ha realizado una documentación apropiada de la bicicleta (ni de otros transportes) a pesar de que desde la fundación del municipio es un vehículo que está presente. Se planea por lo tanto, ampliar esta convocatoria a mediano plazo y desarrollar este tema posteriormente a la publicación de la tesis.

3.3.1 Categorías

El análisis se llevó a cabo, considerando los objetivos de estudio y desarrollando a partir de estos las siguientes categorías:

Concepto y percepciones del movimiento en la red. Definición del movimiento, relación del grupo con el movimiento ciclista. Manifestaciones y expresiones del movimiento en la red. El ciclista urbano, quién y cómo es.

Uso y apropiación de las redes en el movimiento en la red. Cómo utilizan las herramientas digitales, de qué forma las incorporan en su vida y en su manera de apreciar las actividades y el movimiento.

El ciclismo urbano y la pluralidad. Discusión y acuerdos como grupo. Reivindicación, activismo urbano y digital, iniciativas probici distintas.

Actividades concretas de organización. Herramientas, aplicaciones, actividades de reivindicación y dinámicas relacionadas con la organización de estas.

Participación en el movimiento. Tipo de participaciones en el movimiento, significados y prácticas asociadas a los objetivos del movimiento.

El ciberespacio en la vida personal. Actividades en los medios digitales, que no se relacionan directamente con el activismo, sino con la vida en Internet de los activistas.

Mexicali, Baja California, México. Descripciones y significados relacionados con el contexto.

Barcelona, Catalunya, España. Descripciones y significados relacionados con el contexto.

3.3.2 Unidades de análisis

Asimismo, se desarrollan las siguientes unidades de análisis relacionadas con los objetivos del estudio:

Personas. Usuarios, activistas y ciclistas urbanos. Sus acciones dentro del movimiento.

Significados online y offline. Sobre el uso de las tecnologías de la comunicación, la bicicleta y la ciudad.

Prácticas. El conjunto de acciones de las personas en los colectivos. De estas prácticas surgen también el tipo de estrategias y herramientas digitales que poseen las personas.

Grupos. El sentido de identidad, sus características como colectivo, las dinámicas, acuerdos y desacuerdos.

4. COMUNICACIÓN Y BICIACTIVISMO

En este capítulo se describen las categorías estudiadas de los grupos probici en relación a su comunicación en Internet: las personas, las plataformas, sus publicaciones y mensajes, así como sus actividades como movimiento. También se comparten algunas opiniones de participantes para mostrar el papel de estas herramientas en sus actividades.

El objetivo de estas descripciones es apuntar a la importancia que tiene la comunicación en un movimiento social como el ciclismo urbano y explicar específicamente las herramientas digitales que son más utilizadas por los activistas probici. El presente es el primer capítulo de resultados y formar parte del objetivo 1 y 2 de la tesis.

Ambos grupos administran un *fanpage* catalogado por Facebook como tipo “Causa o Comunidad” lo cual significa que este sitio será utilizado solo para causas sin ánimo de lucro. Los grupos no han pagado a Facebook u otra empresa de comunicaciones para promoverse, ni tampoco ha monetizado alguno de sus sitios para obtener ganancias.

Los *fanpages* de Facebook de MXLiBiCi y Massa Crítica Barcelona son espacios virtuales que funcionan como espacios de difusión y discusión y como tales, es importante señalar algunos datos de segmentación. Los datos de *Tabla 3* y la *Tabla 4* ayudan a comprender que tanto la cantidad de usuarios como de administradores o *community managers* (CM) del sitio se relacionan proporcionalmente con la cantidad de publicaciones y de asistentes a los eventos.

Tabla 3. Datos sobre usuarios de las *fanpage* de MXLiBiCi y Massa Crítica Barcelona 2016. Elaboración propia a partir de datos estadísticos y públicos de Facebook al 5 marzo de 2016.

	MXLiBiCi	Massa Crítica Barcelona
Seguidores	3971	6606
Publicaciones a la semana	5	10 a 12
Género	M 51% H 48%	M 34% H 63 %
Eventos organizados al mes con interacción cara a cara desde esta plataforma	1	2 a 3
Asistentes confirmados al evento mensual principal del mes analizado	190 Interesados 149 Confirmados	230 Interesados 159 Confirmados
Asistentes "reales" al evento mensual principal de marzo	150 Aproximadamente	Aproximadamente 500
Tiempo de respuesta a preguntas y comentarios de usuarios	1 día	7 minutos
Número de voluntarios que administran el sitio	4	5
Año de inicio en Facebook	2010	2010
Material Multimedia	Sí	Sí
Puntos de encuentro en la ciudad para los paseos regulares	Varios	Arc de Triomf

Tabla 4. Datos sobre usuarios de las *fanpage* de MXLiBiCi y Massa Crítica Barcelona 2017. Elaboración propia a partir de datos estadísticos y públicos de Facebook al 1 de marzo de 2017.

	MXLiBiCi	Massa Crítica Barcelona
Seguidores	4727	8372
Publicaciones a la semana	4	5
Género	M 50% H 49%	M 36% H 62 %
Eventos organizados al mes con interacción cara a cara desde esta plataforma	2	2
Asistentes confirmados al evento mensual principal del mes analizado	88 Interesados 89 Confirmados	Interesados Confirmados
Asistentes "reales" al evento mensual principal de marzo	Aproximadamente 100	Aproximadamente 500
Tiempo de respuesta a preguntas y comentarios de usuarios	10 horas	3 minutos
Número de voluntarios que administran el sitio	6	10
Puntos de encuentro en la ciudad para los paseos regulares	Rectoría Universidad y La Playa de Lux	Arc de Triomf

Aunque en el caso de MXLiBiCi, los eventos organizados periódicamente por subgrupos son de 20 a 30 por semana y van de 10 a 40 participantes, mientras que Massa Crítica Barcelona organiza un solo paseo mensual que tiene entre

300 y 500 participantes. Estos datos también hablan de las acciones en respuesta a las necesidades de comunicación respecto a eventos presenciales de cada grupo y también de la cultura ciclista en cada ciudad: Mexicali tiene varias *tribus* interdependientes y Barcelona un espacio colectivo de reunión.

Al compararse ambas tablas pueden verse también cómo hay cambios de actividad alrededor no solo de los community manager que tenga, sino de los eventos de organización compleja que tengan durante ese año. La Massa Crítica Barcelona tenía una gran cantidad de publicaciones durante el inicio del año 2016 en relación a la Criticona 2016 “Pantumacona” (Masa Crítica mundial) mientras que Mexicali aumentó su número de publicaciones en el 2017 debido a los sucesos sociopolíticos de enero de este año, que se mencionan en el apartado *Las acciones colectivas en Mexicali* del capítulo II, así como la participación del Foro Mundial de la Bicicleta, que durante el 2017 la sede fue la Ciudad de México.

4.1 Usuarios y comunicadores

En este apartado se categorizarán los tipos de usuarios que interactúan en los distintos espacios virtuales, tanto de participantes activos y habituales, como de participantes esporádicos. Estos roles son importantes para comprender cómo es la participación de las personas en las redes, en el sentido de que cada quién tiene distintas motivaciones y objetivos al interactuar. Es importante explicar que los roles de estos usuarios son una faceta de su participación, ya que todos son ciclistas y activistas: en este sentido, ninguno fue contratado o incluido de forma externa.

Community Manager. Figura que administra y gestiona contenidos en las redes sociales. En el caso de ambas agrupaciones, el community manager necesita conocer los objetivos del movimiento, ofrece su trabajo de forma voluntaria, y está al tanto de la información en medios, redes sociales y eventos a realizarse,

así como de las interacciones que se dan en las *fanpage* o grupos. El papel y responsabilidad de este participante es bastante importante para la creación de comunidad, ya que es el encargado tanto de publicar información como de interactuar con los otros usuarios.

A diferencia de un community manager que es contratado por una empresa y al cual se le solicitan ciertos contenidos y objetivos específicos, el activista que cumple esta función se encuentra involucrado en las actividades y por lo tanto conoce de primera mano la información que es importante difundir. El CM acude a los eventos, tiene conocimiento sobre el mundo ciclista y está familiarizado con lo que ocurre interna y externamente en la agrupación. Esta figura es central para entender la comunicación digital activista, y será tratado con mayor detalle en el Capítulo VI. *Ciclonautas, Activistas y comunicadores*.

Webmaster. Creador o diseñador del sitio web del movimiento. Para este rol es necesario tener conocimientos de informática, e igual que con el community manager y otras tareas, las agrupaciones probici requieren que estas personas ofrezcan su trabajo de forma voluntaria porque no persiguen fines de lucro ni tienen financiamiento externo. Aunque hay que señalar que los gastos por alojamiento de la web sean cubiertos de manera colectiva, ya que se gastan entre 3 y 4 euros al mes, o entre 50 y 70 pesos al mes según el caso. Comúnmente este usuario identifica información para difundirse en las redes o bien, recibe dicha información para colocarla en el sitio web.

Es importante que el *webmaster* conozca la filosofía de la xerocracia de la Critical Mass, que sepa que está administrando material multimedia que aunque esté registrada bajo Creative Commons, puede ser compartida desde otras partes del mundo. Y al mismo tiempo, que él no represente una figura que sea “dueña” de esta página web.

En algunos grupos probici ha ocurrido que la persona se aleja del activismo por diversas razones: como mudarse de ciudad o por no poder dedicar más tiempo

al activismo. Esto ha generado conflictos, ya que las cuentas de usuario y contraseñas quedan bajo el resguardo de una sola persona. En ese sentido, y con la experiencia de varios activistas, lo mejor es que varias personas tengan llaves de acceso y que tengan en cuenta que otros desean ser webmasters: “No todo el tiempo vas a estar ahí, ojalá sí, pero nunca puede saberlo” (Massa Crítica Barcelona, 2015).

Blogger. Usuario que produce, individualmente o en colectivo, artículos cortos o extensos, formales o informales sobre el ciclismo urbano. Tiene un papel importante porque en la actualidad la prensa y los lectores recurren a ellos como fuente para escribir y compartir información de primera mano.

A diferencia del community manager y el webmaster, el blogger puede no estar tan involucrado en la coordinación de eventos, sino que es observador de aspectos que considera importantes o en los que es aficionado o experto y comúnmente expresa su opinión al respecto. Por ejemplo, puede que haya un blogger que escriba sobre bicicletas personalizadas, publique fotografías relacionadas y realice pequeñas entrevistas durante los paseos ciclistas, y por lo tanto su visión ofrece un panorama distinto sobre los eventos de reivindicación, y por lo tanto, el material que publica es compartido por otros.

Videoblogger. Igual que el blogger, este tipo de usuario produce y comparte material audiovisual relacionado con el ciclismo, pues tanto el material con preproducción como un tutorial o material producido espontáneamente como un accidente en un carril bici mal diseñado, representan las necesidades de comunicación audiovisual que generan más interés: “Suelo tener una *GoPro* en la mano derecha, para recordar todos esos momentos que me emocionan y editarlos cuando el tiempo me lo permite” (Ciclista Rodando , 2015).

Participante habitual. Es un usuario que interactúa frecuentemente en las redes sociales de las agrupaciones para comentar, discutir o compartir los contenidos sobre el ciclismo urbano reivindicativo. Esta persona no necesariamente tiene

que ser un ciclista habitual, puede ser un participante esporádico o bien en ocasiones puede ser un cicloactivista pero que no dedica tiempo al ciberespacio o que dedica tiempo a otras temáticas de la red: “Yo no entro al Facebook, ni al Twitter, me dan pereza, hay demasiada cosa, lo que sí uso es el Whatsapp porque ahí tengo al chat de los padres de la escuela de mi niña, y el chat de las bicis, ahí es como me entero más o menos de lo que van a hacer, o lo pregunto” (Participante, 2016).

Seguidor. Están suscritos a las publicaciones para recibir boletines o notificaciones de las *fanpage* o bien, están al tanto de la actividad virtual en estas redes cicloactivistas. Las páginas como Facebook, Youtube o Google, poseen herramientas para identificar qué usuarios son seguidores “leales”, estas herramientas también miden los contenidos que ha visto, si está suscrito, si reacciona a las publicaciones, o si las comenta.

Es un usuario clave para la difusión de información, porque comparte de forma voluntaria en sus redes personales aquel material que considera importante. Puede ser un cicloactivista habitual o esporádico, pero se interesa en los tópicos de la ciclocultura y está al tanto de los sucesos relacionados con esta.

Colaboradores. Son aquellos que eventualmente publican como community manager en las redes sociales del movimiento o bien, envían colaboraciones propias o citadas de otras fuentes, pero no necesariamente administran las páginas o interactúan con los seguidores.

Son una figura importante porque están al tanto de información nueva de distintas fuentes: por ejemplo, algunos se interesan por innovaciones tecnológicas de la bicicleta, otros sobre urbanismo táctico, otros sobre legislación y normativa. Muchos de estos colaboradores tienen los mismos permisos en las redes sociales que los CM y los utilizan para compartir artículos, pero no realizan gestiones de administración, ni interactúan con los usuarios que acuden con dudas al *fanpage*.

Confrontadores. El confrontador puede ser un ciclista urbano, un cicloactivista, un automovilista o un peatón que no está a favor de algunas actitudes de los ciclistas. Es una figura importante que cuestiona los argumentos de los activistas probici y que además expresan las otras formas de hacer ciudad.

Muchos de estos confrontadores son activistas probici o ciclistas urbanos de toda la vida pero que no están de acuerdo con las iniciativas reivindicadoras o de la forma en que se realizan en algunas ocasiones. Aunque pueden generar desconcierto, los confrontadores son importantes en la representación de la pluralidad en el movimiento.

Troll. El troll es un usuario que realiza bromas con referencias fuera de contexto. Un troll puede ser un anónimo que hostiga al grupo o ser un participante habitual que ha optado por bromear en algunas situaciones. A veces los trolls pueden provocar que los usuarios dejen de visitar los foros o generar que se establezcan reglas estrictas de convivencia en un espacio virtual.

El origen del término se refiere a los personajes míticos y antropomorfos que raptaban princesas en ciertas historias de ficción. El troll es evidentemente alguien que se divierte molestando a otros, con bromas que salen del hilo de los mensajes o con memes que la mayoría de los usuarios entiende. Si son ignorados son inofensivos, de aquí viene la frase popular en Internet: "Don't feed the troll", que aconseja no discutir con este tipo de usuarios para evitar que sigan recibiendo atención.

Hay que señalar que la mayoría de estos usuarios son jóvenes y que dedican gran parte de su tiempo libre a las redes sociales y a los foros de discusión. No necesariamente tienen que estar en el mundo cicloactivista, y su objetivo no es expresar un argumento como los confrontadores: en ese sentido un troll puede elegir un foro ciclista o un foro de cocina y actuar de modo transgresor igualmente.

Hater. Del inglés *hate*, odio en castellano, *hater*: enemigo. Esta figura va más allá de lo que pudiera ser un *troll*. El *troll* es alguien que realiza travesuras y la elección de sus foros es azarosa. En cambio, el *hater* es un usuario que dedica varias horas al día a seguir los fanpage, foros y todas las redes sociales de los grupos probici o bien, de cualquier causa. El *hater* no se presta al diálogo, sino que presenta opiniones categóricas y ataca personalmente a los activistas, incluso amenazándole con hacerle daño si lo ve en las calles.

Bot. El bot no es una persona, sino una cuenta, un perfil falso de correo electrónico o de una red social que se producen comúnmente en grandes cantidades para realizar publicaciones, hacer *spam* o estafar usuarios. La persona que aparece en la fotografía de la cuenta y los datos no son reales, pero detrás de estos bots siempre hay un autor, por lo que también este rol tiene su participación, aunque negativa, en las redes sociales.

Los usuarios nativos o con habilidades de comunicación en Internet no suelen caer en el spam que producen estos bots, y las empresas informáticas buscan eliminarlos, creando cada vez mayores confirmaciones de seguridad al crear una cuenta. Un usuario "real" que publique demasiadas veces el mismo contenido puede ser suspendido durante algunas horas para que su cuenta sea monitoreada, porque esta es una práctica típica de un bot. Hay que agregar que existen bots también son cuentas oficiales de empresas que ofrecen atención al cliente, pero estos se presentan deliberadamente como bots.

Otro aspecto importante sobre los bots, es el hecho de que algunas figuras de la política han contratado de forma clandestina a hackers y crackers (Robertson, Riley, & Willis, 2016) para la creación de seguidores falsos y así posicionar sus contenidos bajo la premisa de que tienen cierta cantidad de millones de simpatizantes.

Los participantes tienen opiniones diversas sobre esta figura: algunos piensan

que son personas que invierten demasiados esfuerzos y miden su autoestima en las redes sociales, sobre todo en Twitter, pero que son inofensivos como los trolls; otros creen que Twitter es una red importante para la denuncia y que hay que confrontarles, otros creen que hay que ir con cuidado, pues expresan el sentir de personas como el individuo que en el 2011 arrolló a quince ciclistas en una Masa Crítica de Porto Alegre en Brasil (Cabezas, 2015). La mayoría de estos usuarios son hombres de entre los 50 y 70 años de edad.

Hay que explicar que los roles descritos pueden ser ejercidos por más de una persona y también una persona puede ejercer varios roles en distintos momentos de su vida. La manera de acercarse a las funciones de cada uno se relaciona con lo que cada persona puede aportar al movimiento y el grado de confianza que haya establecido con los participantes habituales.

4.2 Caja de herramientas digitales

Para trabajar en los objetivos que tienen las agrupaciones ciclistas urbanas, se requiere de ciertos conocimientos técnicos de urbanismo, ingeniería civil, políticas públicas y datos estadísticos de la realidad social que desean mejorar. Por ejemplo, conocer las medidas de seguridad, la diferencia entre las repercusiones de transportarse a una velocidad u otras situaciones, son ejemplos de que esta acción colectiva necesita trabajo interdisciplinario.

El activismo requiere que se entienda y se manejen la comunicación en las redes. El adiestramiento en herramientas digitales y todos los procesos relacionados a la obtención, manejo, y difusión de la información son descritos en este apartado.

La siguiente es una categorización de las herramientas y aplicaciones digitales que utilizan los activistas en ambas agrupaciones estudiadas, pero hay que

señalar que la tendencia en las empresas como Facebook, es que han ido integrando complementos a la misma plataforma, asimismo, ha ido absorbiendo a otras empresas que funcionaban como aplicaciones separadas, por ejemplo, los videos en directo que antes solo podían realizarse por *LiveStream*. Por lo tanto, la siguiente categorización es importante por la descripción de las funciones de la tecnología y su papel movilizador, que por la novedad de sus plataformas, las cuales que se transforman continuamente:

Sitio web. “Es el espacio donde se publica información permanente así como noticias de eventos grandes, pero no es lo que más se mueve” (Denahí, MXLiBiCi, 2016). Con la popularización de las redes sociales y el paso a la *web 2.0*, el lugar del sitio web como estrategia de activismo pasó a convertirse en un espacio donde se coloca información general estable, dirigida a públicos amplios, relacionada mediante contenidos y enlaces a las redes, así como a otros espacios digitales.

Puede decirse que los sitios web son espacios virtuales donde la información proviene directamente del emisor, y que aunque la interacción en las redes pueda dar lugar a la percepción de que no es necesaria una web propia, tener un sitio web si se tiene una organización o un grupo activo, es importante. En la última década del siglo XX, la web concentraba funciones de información, interacción y el material multimedia, actualmente es un espacio propio, con un menú básico, noticias importantes y documentos para descargar.

Es decir, el sitio web no es un espacio virtual al que se acude para “desplazarse” o entretenerse durante algunas horas, sino es que es el origen de información más estable que se comparte en otros espacios. El sitio web además, siempre puede funcionar para mantener lazos con las personas que no pueden o deciden no tener presencia en las redes sociales, así como aquellos que solo utilizan Internet con fines informativos.

Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram). *Social Media* o *Social Networks*

en inglés. Estas son interfaces digitales que permiten la interacción a través de soportes multimedia, como videos, imágenes, texto y otros. En ambas agrupaciones estudiadas, estas plataformas fueron las herramientas más utilizadas para diferentes procesos de difusión, comunicación e interacción. La tipología de publicaciones señalada en el siguiente apartado se encuentra más presente en estas redes. Facebook resulta ser más utilizada para que la información tenga un mayor alcance, y Twitter para información más inmediata y concisa, ya que la plataforma no permite que se escriban más de 140 caracteres por publicación.

La mensajería instantánea. El término AFK (*Away From Keyboard*, en castellano Lejos del Teclado), actualmente resulta obsoleto y discutible para describir la comunicación en medios digitales. Los teléfonos multimedia así como el Internet móvil hacen que este “*Lejos Del Teclado*” sea una cuestión de segundos o minutos. La aplicación permite distintos grupos de mensajería y envío de ubicaciones *gps*, entre otras cosas. Las aplicaciones más utilizadas fueron Whatsapp y Telegram. La mayoría de los activistas mencionaron que esta herramienta resulta útil para comunicar cosas que necesitan atención inmediata, pero que un grupo numeroso de participantes puede entorpecer o desviar los temas principales.

En este sentido, la comunicación de participantes más o menos activos y otros más involucrados puede volverse menos efectiva por la misma virtud de que estos grupos de mensajería son abiertos y de tono amistoso: Otros miembros pueden reproducir costumbres de otros grupos, generando *spam*: ventas, memes, bromas virales e información no relacionada con la iniciativa correspondiente. Al respecto, en ambos contextos estudiados los grupos eran autogestionados y aunque no había una “prohibición” o censura, algún miembro podría expresar su inconformidad respecto al *spam*.

Organizadores de chats para corporaciones y grandes grupos. Estas aplicaciones funcionan sobre todo para activistas que se encuentran haciendo

trabajo de cabildeo u organizando un evento en el que están involucradas un gran número de personas de varios sitios geográficos. Entre las aplicaciones que se utilizan entre los activistas están Slack y Matrix.

Estos organizadores de chats colectivos son efectivos en el sentido de que las conversaciones realizadas en ellos están organizadas por temas, y aunque mantienen un tono informal, están alejados de las bromas virales, cadenas y spam de los mensajeros instantáneos como Whatsapp.

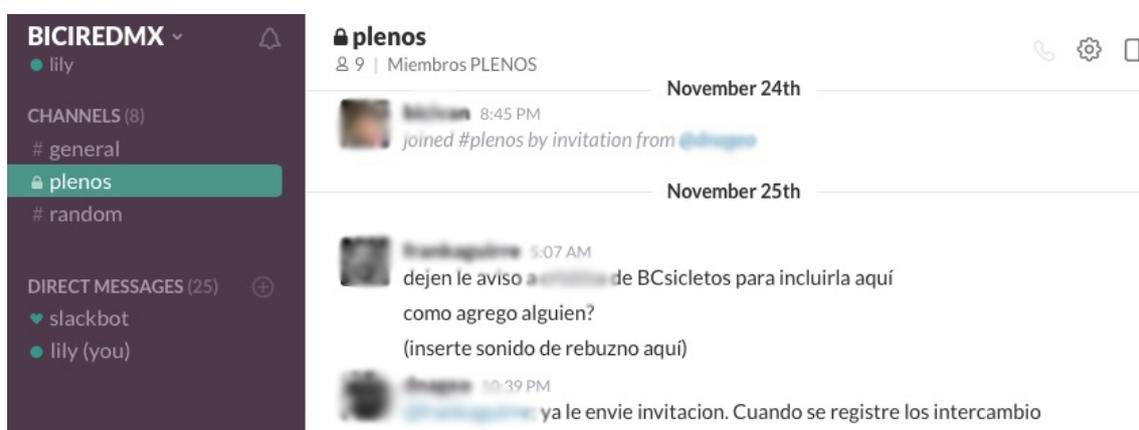


Ilustración 10. Captura de pantalla de una participación de MXLiBiCi en la BICIREM México, mediante la plataforma Slack. Fuente: elaboración propia a partir de screenshots de Slack. Noviembre 2016.

Conferencias web. Una parte importante del trabajo colaborativo puede realizarse por chat, pero existen reuniones en las que el trabajo por videollamada favorece los espacios de encuentro entre personas que viven lejos entre sí o que no pueden reunirse presencialmente. Aunque en ambos casos estudiados, las asambleas eran públicas y presenciales, este recurso se utilizó eventualmente. Es más utilizado en conferencias y seminarios, para aquellas actividades de organización compleja o que involucran a más de una ciudad. Las herramientas más utilizadas fueron Google Hang Out, Skype, GoToWebinar. En el caso de la herramienta Livestream, esta se utilizó para transmitir eventos en tiempo real, aunque con carácter más unidireccional.

Calendarios y agendas digitales colectivas y abiertas. Gran parte de la

capacidad de comunicación y organización de un grupo cicloactivista consiste en tener la información ordenada, compartida públicamente o con otros activistas. Las aplicaciones utilizadas para este fin por los grupos estudiados fueron Trello, Asana y Google Calendar, así como la utilización de herramientas de Facebook que permitieron enlazar los eventos publicados en estos calendarios.

Este tipo de agendas permite gestionar el tiempo de forma colectiva, y los usuarios pueden estar al día de la organización de actividades y participar en ellas. En ese sentido, este tipo de aplicaciones ponen a discusión el papel movilizador y no solo técnico de estas herramientas: aquellos cicloactivistas que no son usuarios de la red, dependen en gran parte de aquellos que sí lo son, por lo que la brecha digital está presente en la acción colectiva y la exclusión de algunas personas puede hablar del fracaso de algunas iniciativas por la ausencia de voces distintas.

Nubes, espacios de almacenamiento virtual. Este tipo de plataformas como Google Drive o Dropbox permite que los participantes puedan trabajar en varios documentos *online* al mismo tiempo sin reunirse físicamente. El carácter de los documentos es público y colaborativo, lo cual significa que si alguien quiere acceder a los procedimientos para organizar un evento, o bien, editar un texto puede hacerlo, y lo que dejará como huella es su cuenta de correo electrónico.

La herramienta permite que se configuren opciones de privacidad, y los participantes de este tipo de movimiento prefieren que se permanezca de modo público. En este sentido el grupo puede considerarse vulnerable a ataques o a intervenciones de *haters*, pero “Hay *backup* de todo, no os preocupéis” (Chat Pantumacones vía Whatsapp, Massa Crítica Barcelona, 2016). Esta herramienta también descentraliza el trabajo de comunicación de sus participantes: “El Drive nos ayudó a no depender del webmaster para modificar nuestros propios contenidos y hacer las cosas más ágiles, como una oficina móvil” (Denahí,

MXLiBiCi, 2016).

Aplicaciones móviles de geolocalización.

El uso de aplicaciones móviles para consultar o crear rutas ciclistas es frecuente, así como para localizar bares o locales con parking de bicicletas. También está el uso de la

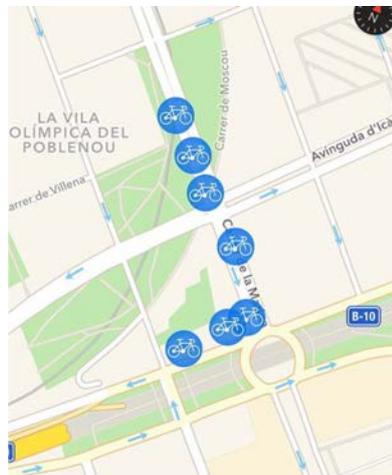


Ilustración 11. Critical Maps en uso. Captura de pantalla del Instagram de la Massa Crítica Barcelona. 6 de mayo 2016.

aplicación CriticalMaps que permite a los usuarios seguir a un grupo de ciclistas en una masa crítica, indicando la localización en tiempo real de los ciclistas.

Hay grupos que utilizan la ubicación Glympse para compartir su ubicación, pero hay mayor tendencia a utilizar la CriticalMaps, que posee un software abierto que permite contribuciones y correcciones. La CriticalMaps se emplea en muchas ocasiones para actividades probici que no son la Massa Crítica, por lo que estamos frente a un caso de apropiación de las interfases: las personas acaban utilizando aquellas herramientas que les funcionan aunque no fueran diseñadas para ese fin específico.

Existen otras aplicaciones de geolocalización, como en Barcelona se encuentra la aplicación de la bicicleta pública, el Bicing, que ayuda a encontrar huecos o bicicletas disponibles, otras herramientas de medición para el usuario, como son las que permiten el cálculo de las calorías quemadas por trayecto, la dificultad del camino, la acumulación de puntos intercambiables por cupones, y que funcionan como incentivo para el usuario.

En este sentido, hay aplicaciones de geolocalización que permiten tener un historial de los trayectos realizados, obtener estadísticas personales de factores como la velocidad, tiempo y distancia. La mayoría se relacionan con el rendimiento físico, y también cuentan con incentivos como cupones o descuentos en tiendas de nutrición o deporte. Sin embargo, este tipo de aplicaciones como Strava, Biko y WeFitter, permiten compartir imágenes en mapa o de los paisajes recorridos en las redes sociales, seguir las estadísticas de otros amigos y competir con ellos, por lo que están encaminadas a la interacción en cuanto a las rutinas en bicicleta.

Presentación y difusión de la información. Si bien en ambos casos estudiados, había ciclistas que eran ilustradores o diseñadores, y gran parte de su aportación al activismo se relacionaba con aportar sus conocimientos en la producción audiovisual y multimedia, no todos los que administran las redes son diseñadores.

Aunque exista una distribución del trabajo flexible y voluntaria, al final hay herramientas que ayudan a publicar con mayor eficacia, y que la información, además de tener una estructura y objetivos, necesita “verse bien”. Los contenidos en el ciberespacio son mayormente visuales y requieren ser entendibles y atractivos si se quiere llegar a una audiencia. Algunas de las herramientas más utilizadas para ellos son: Canva, que permite crear medios impresos; Piktochart, que permite crear infogramas y gráficos; Makeagif para realizar animaciones en formato GIF (*Graphics Interchange Format*), y otros.

Aplicaciones y foros de intercambio para hospedaje. Son aplicaciones sobre todo para el teléfono móvil que se basan en la confianza entre redes de ciclistas como *Warm showers* o algunas funcionan con un pago mínimo por servicios entre particulares como *Airbnb*, o de intercambio como *CouchSurfing*. Estas aplicaciones permiten que exista una opción para viajar a otras ciudades en bicicleta con pocos recursos y por lo tanto facilita la creación de comunidades

probici.

Hasta ahora se han descrito las herramientas que utilizan los activistas probici, pero es importante señalar aquellas que no utilizan y porqué. Aquellas aplicaciones que rechazan, que generan polémica o que consideran poco útiles también define la identidad de estas agrupaciones:

Aplicaciones de compra-venta de segunda mano de particular a particular. (Wallapop, Vibbo, Segundamano, Grupos de Facebook y otros). Estas aplicaciones son muy utilizadas para la venta de cualquier tipo de mercancía de particular a particular; tienen un navegador que funciona con categorías: muebles, accesorios, comida, vestido, electrónicos, etc., y que permite contactar al vendedor, negociar con él y acordar un punto de encuentro o de envío. Las aplicaciones se anuncian a sí mismas como facilitadoras y promueven su uso motivando a los usuarios a “limpiar su garage” o a “vender eso que ya no necesitas”.

Muchos usuarios se han encontrado con incongruencias en la legalidad de estas empresas informáticas. En todas es muy sencillo dar de alta un usuario y comenzar a vender, y el tipo de sanciones a usuarios fraudulentos no sobrepasa a un banneo de la plataforma, por lo que cualquier usuario puede volver con un perfil nuevo y seguir realizando robos o engaños. Al final estas plataformas pueden deslindarse de cualquier responsabilidad porque son servicios gratuitos que solo dan las bases para que puedan darse las transacciones, es decir, ellos realmente no las realizan.

El caso del ciclismo urbano tiene sus particularidades en estas aplicaciones, una especie de relación amor-odio: muchos afirman que gracias a estas apps pudieron vender y comprar bicicletas y accesorios sin complicaciones, obtener un ingreso extra movilizand o cosas que ya no utilizan, pero otros afirman también que la bicicleta que les robaron, aparecía inmediatamente en el catálogo y la policía no pudo ayudarles aunque tuvieran una denuncia formal

por robo y la ubicación del ladrón:

Una bici que me costó 1400 euros y que está personalizada con el arte de un amigo que es dibujante, era evidente que era esa, y que el ladrón ni siquiera sabía lo que tenía entre manos, vendiéndola a 300 euros... al final la policía me ha dicho que no podía hacer nada, los de Wallapop tampoco, les da igual lo que se venda ahí, hasta he visto fotos de chicas y la descripción del "producto" sugiere prostitución (Comentario publicado en el *fanpage* de la Massa Crítica Barcelona, 2016).

En ese sentido, los activistas sugieren que en la compra y venta de bicicletas debe de exigirse la factura, aunque se trate de un vendedor particular y una bicicleta de segunda mano. Tal como sucede en las tiendas de empeño, que no reciben una mercancía hasta comprobar en el registro de denuncias con la policía que no están comprando y vendiendo un artículo robado. Este tipo de aplicaciones que generan inconformidad también hablan del estado en que se encuentra la cultura de la legalidad en Internet y la vulnerabilidad a la que están sometidos muchos usuarios aún.

La descripción del uso de estas herramientas digitales ayuda a entender cómo el trabajo del activista actual se ha vuelto más complejo, diversificado y también entender qué recursos resultan más útiles para el ciberactivismo. Surge así la figura del *community manager* como alguien que tiene la tarea voluntaria de crear y mantener vínculos con otras agrupaciones.

En el caso de los foros, es necesaria una figura de moderador en ambas agrupaciones ciclistas para eliminar el *spam* o temas que se alejan del objetivo. Además de adherirse a una organización formal como es el caso de ConBici en España y BiciRed en México, cualquier agrupación que realice iniciativas probici puede destacar su aspecto global a partir de las actividades que haga en las redes sociales.

4.3 Mensajes y publicaciones

En ambos casos se publican *posts* relacionados con la bicicleta en las siguientes categorías:

Activismo. Se comparten noticias, reflexiones y artículos relacionados con la reivindicación de la bicicleta como medio de transporte. Comúnmente son compartidos desde otros *fanpage*, *blogs* o sitios web de instituciones relacionadas con la bicicleta, la movilidad y el ayuntamiento, así como aspectos de salud, ecología y psicología.

Cultura vial. Estas publicaciones corresponden a consejos para utilizar la bicicleta en la ciudad, relacionados con seguridad y con el reglamento de tráfico, así como del uso del equipo básico y complementario de la bicicleta.

Sucesos actuales. Son aquellas que se relacionan con la temporalidad de un suceso: pueden ser por ejemplo, aquellos *post* relativos a los días festivos, o información complementaria a noticias locales, nacionales o globales.

Comunicados oficiales y asambleas. Son las publicaciones que convocan al público general interesado a participar en reuniones para organizar eventos o desarrollar propuestas de acción.

Interacción con los seguidores. Son publicaciones que proceden de otras fuentes pero son dirigidas a la página y se responden e interactúan de algún modo. Estas pueden ser dudas, quejas, consultas, contenido relacionado con el ciclismo urbano. También pueden ser mensajes privados o preguntas que se realizan desde la página para recoger la opinión de los usuarios en ciertos temas. Por ejemplo, alguien puede enviar un mensaje pidiendo opiniones sobre una multa que le parece injusta, puede compartir un video donde aparezca una bicicletada reciente, o bien desde la Massa Crítica Barcelona se puede preguntar por el tipo de manubrio favorito a los ciclistas.

Foros y grupos. Forman parte de la interacción con la comunidad. La página de Facebook permite crear grupos donde cualquier participante que se haya unido pueda publicar abiertamente. Asimismo, los activistas también utilizan Google Groups, que permite que más usuarios se unan, pues no es necesario tener una cuenta de Facebook y además permite mayor transparencia pues sus contenidos pueden configurarse para que sean públicos y encontrados con cualquier buscador.

Lúdico. Este contenido puede variar, pero va enfocado a entretener a los seguidores. No todos los community manager visualizan la intención de entretener como una función, sino que el proceso comúnmente es recibir un contenido que le parezca particular y desea compartirlo con los seguidores. Pueden ser fotografías, imágenes de bromas virales relacionadas con el ciclismo, videos de situaciones extraordinarias o hasta animaciones en formato GIF con diseño o arte ciclista.



Ilustración 12. Meme con los personajes de Rage Comics. Fuente: Anónimo a partir de elementos de 4chan.com. Noviembre 2013.

Memes. Un meme comúnmente es una imagen o un video que contiene un texto breve que describe situaciones cómicas o que sintetiza expresiones contradictorias o absurdas. Los memes pertenecen a la tipología de los mensajes lúdicos, pero merecen una descripción aparte porque son

un fenómeno interesante. El meme puede ser diseñado por cualquier usuario, ser viralizado en distintas plataformas, replicado y rediseñado por otros. Algunos ejemplos de estos memes son: la imagen de la rana Kermit de Sesame Street tomando té helado, mientras que expresa una observación y después expresa un desapego hacia la misma crítica en el formato: "[observación]... but thats none of my business". En el caso de la ciclocultura, esta encuentra sus

La importancia de invertir en movilidad urbana sustentable

Reflexiones del "Diálogo de fondos federales para transporte y accesibilidad urbana. Cómo gastamos nuestros recursos en México en 2011"

ITDP Embajada Británica en México

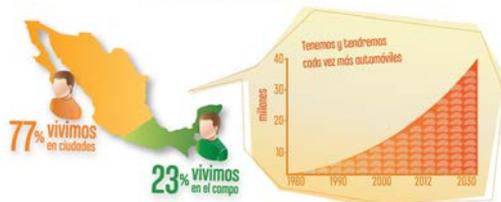


Ilustración 13: . Extracción de "La importancia de invertir en movilidad urbana sustentable". Fuente: ITDP México, 2011.

adaptaciones en memes ya populares en la red. Por ejemplo existe un meme de la rana Kermit mencionando: "Según las leyes de la física, los automovilistas y sus acompañantes deberían usar casco también, pero este no es mi problema".

Infografías. Las infografías han tomado fuerza en la red, a partir de la segunda década del siglo XXI y corresponden a la dinámica de la lectura en las redes sociales: son imágenes que sintetizan de manera estética cifras, datos estadísticos, cifras o información proveniente de algún informe o investigación formal. A la bicicleta le han venido bien las infografías: en la red se están explorando datos sobre movilidad urbana, comparaciones, cálculos y otros que antes solo se

difundían entre grupos especializados o se emitían boletines de carácter temporal en la prensa.

En este sentido, es una herramienta para el activismo que ayuda a informar y a establecer argumentos a favor de su causa o en la mejora de objetivos probici. Por ejemplo, los comparativos sobre emisiones de dióxido de carbono, la mancha ecológica de cada tipo de vehículo, la cantidad de horas que pasa al día un automovilista en una ciudad de un millón de personas, y otras sobre la movilidad urbana



Ilustración 14. Viñeta de la ilustradora barcelonesa Flavita Banana. Fuente: Fanpage de Facebook de Flavita Banana, Agosto 18 2016.

y la calidad de vida en cifras. Hay que señalar que las infografías pueden ser elaboradas por cualquier persona, y que su carácter de rápida lectura puede ocasionar que se banalice la información o que al intervenir el arte gráfico en la representación de cifras, se pueda estar exagerando o subvalorando un dato.

Historietas y cómics. El uso de viñetas cortas para la persuasión o la expresión de una postura no es algo nuevo. En las el activismo digital, las historietas tienen un espacio importante para la difusión de perspectivas respecto a la bicicleta y la movilidad. El uso de personajes y escenas ficticias para mostrar una situación, comúnmente humorística, funciona para llegar a segmentos de la población que no esperan ser entretenidos o informados durante mucho tiempo, así que las viñetas deben mostrar ágilmente la postura de los personajes con pocas palabras.

En los sitios web que se especializan en publicar historietas, es más probable encontrar volúmenes extensos de este medio, pero no se utilizan para compartirse como un elemento de comunicación para el activismo: más bien son los seguidores de este tipo de sitios quienes aprecian más una historia larga con continuidad y un carácter estético elaborado.



Ilustración 15. "It seems drivers love to hurry up and wait..." 24 de marzo de 2017. Fuente: Facebook de Yehuda Moon & the Kickstand Cyclery.

Estos mismos lectores de historietas son quienes editan los volúmenes extensos, capturando viñetas específicas que se sacan de contexto para compartirse de forma más eficiente en las redes sociales. Esto significa que los usuarios pueden

identificar cuándo un elemento puede funcionar en las redes sociales para objetivos específicos, es decir, no comparten las 160 páginas de un cómic, sino que identifican el mensaje que ellos creen más preciso y que conserva unidad.

Contenido compartido con otras iniciativas. Se trata de aquellas publicaciones que están relacionadas con otro tipo de causas. Por ejemplo, un paseo ciclista por la manifestación en contra del maltrato animal, o la difusión de tecnología que permite que las personas con movilidad reducida pueda optar por el transporte no motorizado, entre otros.

Hay que señalar que en Facebook, el material publicado varía en su formato: puede haber actualizaciones de estado en texto, fotografías, álbumes de fotografías, videos, infografías, carteles, folletos, dibujos y también permite “marcar” acontecimientos importantes, como logros para el grupo, como “Hoy logramos alcanzar 5 mil seguidores ¡Gracias!”. En el caso de Twitter, aunque permite compartir enlaces de cualquier tipo de formato, sus publicaciones están basadas en el texto breve (140 caracteres máximo), y en el caso de Instagram, la atención está centrada a imágenes y a videos cortos.

Lo anterior habla de cómo aunque el uso de las Redes Sociales Virtuales para el activismo no tiene una línea editorial calculada o estructurada como lo sería para una revista impresa o un programa de televisión, sí existe una delimitación y variación del tipo de contenido, y este acerca a distintos segmentos de la audiencia a la que van dirigidos.

También hay que señalar aquellos mensajes que en los canales de comunicación del activismo digital generan ruido. Estos son importantes para entender también cómo la pluralidad de estos espacios de colaboración puede dar lugar a otro tipo de participaciones alejadas del objetivo del grupo:

Cadenas de mensajes o cartas cadena. Este tipo de mensajes se sabe que existen al menos desde la correspondencia epistolar del siglo XVIII a.e.c.

(Gomes, 2002), que profetizaban un hecho pero estaban relacionados a una respuesta obligatoria. Las personas siguen recibiendo por correo postal este tipo de cadenas, aunque es en Internet donde han evolucionado y dado lugar a distintos tipos de mensajes que además de generar ruido, son muy persuasivos.

Este mensaje tipo cadena consiste en algún texto que incluye una historia trágica o de éxito, que incita a distribuir la carta a cierto número de personas con la amenaza de que al lector le “persiga la mala suerte”, la muerte o si no lo hace implica que no es “un amigo de verdad” o “no tiene corazón”. Este tipo de manipulación se utiliza para que la cadena no se rompa, es decir, asegurar que se siga repartiendo el mensaje.

En Internet es común encontrar cadenas desde la popularización del correo electrónico. Aunque se encuentran prohibidas en todos los *Términos y Condiciones* de cualquier plataforma, al final algunos usuarios continúan distribuyendo mensajes de este tipo en espacios donde la comunicación es libre. Esto va más allá de que todos los usuarios que utilizan estos servicios seleccionen *Aceptar Condiciones de Uso* sin leer este documento.

En el activismo digital, aparecen de vez en cuando este tipo de cadenas, sobre todo con participantes no habituales pero que están incluidos en chats y foros ciclistas, aunque no suelen replicarse. En estos espacios los activistas que llevan más tiempo utilizando los canales de la red, le expresan al usuario el porqué no debe compartir estos contenidos.

Felicitaciones colectivas. Las felicitaciones colectivas no son ruido *per se* en los canales de comunicación digital. Tienen una función importante para la cohesión y la empatía entre los participantes, como los cumpleaños y los logros individuales y colectivos. Sin embargo, en plataformas donde el número de participantes es grande, puede interrumpirse la visibilidad de mensajes emergentes:

- Felicidades Patri!!
- Feliz cumple P. 😊
- Hey, es tú cumpleaños? Felicidades!1!!! ❤️
- Gracias chic@as
- Un jalón de orejas Patri, que cumplas muchos más
- alguien sabe que ha pasado sobre la ley de bici el miércoles?
- Hey Patri Felicidades!
- Que los cumplas feliz 🎵 jejeje

En este sentido, por ello resulta importante la organización de chats colectivos por temáticas mencionados en el apartado anterior *Caja de herramientas digitales* y mantener este tipo de mensajes informales o personales en otros canales.

Chistes populares y material multimedia lúdico. Al igual que las felicitaciones colectivas, los chistes dentro de los chats de activistas no suelen ser ruido por si mismos, sino que dependerá tanto de la reacción del grupo, el *timing* del emisor bromista, y del tipo de canal en donde se distribuye. Se incluyen como ruido porque dentro de los mensajeros instantáneos suelen viralizarse chistes que se repiten durante algunas semanas y generan entropía sobre todo si el espacio virtual es un área de trabajo que está activa.

Algunos de estos chistes se relacionan con el mundo de la ciclocultura y pueden aportar información o sintetizar situaciones para los participantes, pero igual que las felicitaciones colectivas, suelen darse en espacios informales como los mensajeros instantáneos.

Virus en forma de invitaciones y enlaces atractivos. Este tipo de mensajes recurren a la persuasión mediante premios e igual que las cadenas carta, se viralizan al solicitar al usuario que lo comparta a cierta cantidad de personas. Aunque las empresas informáticas trabajan para reducir este contenido o para advertir a los usuarios de los riesgos de ciertos dominios en la web, aparecen esporádicamente en los chats.

Un ejemplo de estos, son los vales de 500 euros para gastar en la tienda de muebles IKEA o la tienda de deportes Decathlon y que se enviaba con el logotipo oficial a partir de una encuesta. No siempre los enlaces engañosos van dirigidos a hacer daño al sistema operativo, es común también que su objetivo sea recoger datos personales para crear bases de datos y venderlos en volumen.

En general, en los grupos virtuales de activismo se reacciona inmediatamente ante este tipo de mensajes, advirtiendo del riesgo o borrando el contenido compartido por el usuario o por el virus que publica bajo el nombre de alguien.

Mensajes a remitente equivocado. Estos mensajes no son enviados de manera intencional, y generan pocos conflictos. Sin embargo se consideran ruido porque igualmente como texto ocupan un espacio que atender.

Mensajes involuntarios y autocorrector de palabras. Igual que los anteriores, estos mensajes pueden ser una serie de caracteres que se han escrito por error en el dispositivo de un participante:

– Lo ponemos a votación? Si la mayoría quiere que se impriman camisetas para promover lo de los 1,5m [conversación grupal sobre la normativa que establece la distancia lateral que debe dejar un conductor con respecto al ciclista o a un grupo de ciclistas, a los que adelanta, y que debe ser de al menos 1,5 metros]

– ekqwskssssssockcknxjnkdsen

– Mario? 🤔

– A veces su niño le agarra el teléfono lo dejó desbloqueado seguro.

– jajajaja!

– 🙊🙊🙊

4.4 Actividades y prácticas alrededor de la bicicleta

Hay que señalar también los diferentes tipos de prácticas que se organizan como parte del movimiento mediante estas herramientas:

Paseos ciclistas regulares. Son paseos en bicicleta en la ciudad, con un grupo numeroso de ciclistas que se reúnen para seguir una ruta semi estructurada. Son llamadas *bicicletadas* en Barcelona y *rodadas* en Mexicali. En el caso de MXLiBiCi se realizan los *Biciviernes* semanales, y en Barcelona la Masas Críticas mensuales. En ambos casos el paseo tiene una duración de dos o tres horas, y “toman” las calles para circular. Es la actividad esencia del movimiento y aunque varía según la ciudad, es constante y se realiza a un mismo día y hora determinado. No es necesario que el grupo organice especialmente algún itinerario del evento, sino recordarios e invitaciones en las redes sociales.

Paseos estratificados. Son paseos no tan numerosos pero dirigidos a un grupo específico. Puede ser un organizador más experimentado para guiar a principiantes por una ruta sencilla en la ciudad, o bien, se realizan paseos para desfilar los *biciengrendros*, que son bicicletas adaptadas para ser visualmente fuera de lo común o tener un uso complementario. También se toman en cuenta paseos deportivos o dirigidos solo a mujeres, por ejemplo, MXLiBiCi comparte objetivos con un subgrupo del movimiento: “Organizamos Mujeres al Pedal porque nos dimos cuenta que hay más mujeres que no se animan a pedalear [...] tenemos nuestro propio grupo de Facebook pero igual interactuamos con los demás” (Karla, Mujeres al Pedal, 2015).

Estos paseos promueven el uso de la bicicleta, pero tienen otros objetivos complementarios a la reivindicación, como ejercitarse o empoderar a algún sector de la población. Requieren un nivel de organización más especializado,

pero no complejo y el lenguaje utilizado va dirigido al público deseado aunque muestran apertura al público general.

Celebraciones ciclistas o festivales. Son eventos puntuales que abarcan todo un día o varios días, realizados una vez al año. El itinerario está programado para llevar a cabo actividades diversas y de participación plural. Los activistas involucrados tienen que prepararse con meses de anticipación e integrar la reivindicación con las relaciones públicas, pues el coste de los espacios y material, así como la solicitud de permisos, invitación a otros colectivos y entidades, requieren de un alto nivel de organización y logística.

Como ejemplos: en el caso de Mexicali, MXLiBiCi participa en el Campamento de Planeación de la Red Nacional de Ciclismo Urbano, que reúne a la mayoría de colectivos y asociaciones probici en México. En el caso de Barcelona, la Massa Crítica organiza la Criticona, un evento mundial que reúne a ciclistas de todo el mundo, pero sobre todo de España y de Europa.

Bicinema. Es la proyección de documentales probici así como de cine de ficción relacionado con la bicicleta, que puede ser en una sala multimedia, un salón adaptado para este fin o al aire libre. Comúnmente estas proyecciones encajan en el concepto de cinefórum, lo que significa que el evento no se centra únicamente en la proyección, sino que puede haber un coloquio entre expertos o el público en general al finalizar la función. Sin embargo también se encuentran festivales de cinema ciclista internacional como el *Rueda*, que se celebra en Barcelona cada año:



Ilustración 16. "¿Qué mejor terapia que dibujar y pedalear? Momentos para estar con uno mismo" publicación de la *fanpage* de Dibuja y Pedalea, 1ero de octubre de 2016.

El *rueda* es un colectivo variopinto proveniente de diferentes campos con

un denominador en común. El convencimiento que el uso colectivo de la bicicleta da respuestas a problemas mayores que superan nuestro breve paso por este mundo. Nos gusta colaborar, cooperar y crear redes en torno a la promoción del uso de la bicicleta y sus representaciones audiovisuales. (Asociación Rueda, 2016)

Biciarte. La bicicleta ha sido objeto de expresiones artísticas desde su invención. Sin embargo, como iniciativas reivindicadoras; el dibujo, la pintura, la música, la escultura y el cine, mencionado anteriormente, conforman un ejemplo de prácticas en las que intervienen distintos campos y disciplinas. Pueden ser iniciativas individuales, o bien abiertas y colectivas como la comunidad *Dibuja y Pedalea*, que describe en su *fanpage* de Facebook: “Si eres del planeta Ciclo, o simplemente no odias las bicis ¡Esta es tu página!!” (Dibuja y Pedalea , 2016).



Ilustración 17. Captura de pantalla. Evento de Dibuja y Pedalea, Taller de dibujo para niños. 15 de octubre de 2016.

Colectivos como este, son ejemplos de que algunas iniciativas no solamente

coinciden en lo multidisciplinario, sino que buscan objetivos similares en la ciudad, ya sea por el arte o el ciclismo se busca la generación de comunidad. Hay que señalar que hay publicaciones “offline” como el **fanzine**, que son trasladados parcial o totalmente a la red, pero que siguen teniendo un carácter de difusión y además lúdico.

Otra iniciativa probici que también funciona como material de difusión, son las **revistas**, que actualmente tienen repercusión en su formato impreso y también online. En México se encuentra la revista *Cletofilia y Ciudad en Bici*, mientras que en España se edita *Ciclosfera*.

Esto habla también de cómo actúan los movimientos sociales: hay una pluralidad de iniciativas que conforman los movimientos sociales como se ha dicho antes, pero estas iniciativas también forman parte de otras expresiones, lo cual puede dar lugar a una fragmentación de la unidad de la acción colectiva.

Conferencias. Pueden ser charlas, talleres o conferencias científicas o de divulgación. Están organizados comúnmente por universidades, instituciones de investigación académica u entidades vecinales en las que se discuten temas relacionados con las nuevas necesidades de movilidad y urbanización.

Retos ciclistas. Se realiza promoción y seguimiento a retos ciclistas creados tanto por los organizadores como por usuarios, por ejemplo “30 días sin coche”, “Al trabajo en bicicleta”. Son espontáneos y no requieren de mayor organización, pues son retos individuales. Lo que destaca de esta actividad es que los que participan publican con regularidad su material multimedia y estados en sus páginas de Facebook y Twitter personales.

Actividades de entidades y organizaciones probici. Difusión de actividades organizadas por empresas locales, como son auto talleres de reparación, bares, tiendas de artículos deportivos, o clubs que promueven el biciarte y la ciclocultura a través de exposiciones y charlas. En este caso los participantes

comparten material multimedia del evento en cuestión, no necesariamente hay un plan de difusión o promoción de las empresas.

Central Bici
Obregón 623-4
Zona Centro

Seis Años, Tres Días, Muchas Actividades

Viernes 7 Oct.	Sábado 8 Oct.	Domingo 9 Oct.
7 PM BiciViernes Bicitour por el Centro Histórico  MXLIBICI. CIUDAD QUE AVANZA #CiudadQueAvanza #VamosPorOtroSeis	3 PM Taller Mecánica básica 5 PM Taller Básicos del Ciclismo urbano 7 PM Presentación Guía práctica para moverse en bici 7 PM Cinema Lux Permanencia voluntaria	7 AM Intervención Urbana Pinta de mural, cebratón, ciclocarril, arborización y mobiliario urbano ↓ 11 AM 12 PM Bazar Cletero Tianguis ciclettero live, artesanías, música, comida y bebidas, ↓ 7 PM Mexiqueando en Bici

Ilustración 18. Publicación en el Facebook de MXLiBiCi para la promoción de sus actividades de aniversario. Fuente: MXLiBiCi, 2016.

Hay que mencionar que hay actividades comunitarias dentro del activismo ciclista que muestran las necesidades no solo de movilidad urbana, sino de mantener lazos en una comunidad que funciona a nivel local y global, entre ellas están:

Casa o embajada ciclista. Es un proyecto que pretende ser un espacio de encuentro para las personas interesadas en la bicicleta y la movilidad no motorizada, y que integra de manera física otros proyectos (BICIREDMX, 2016). Entre las actividades que se realizan en él, están los talleres de mecánica, de seguridad vial, primeros auxilios, cursos para andar en bici por la ciudad, cinefórum, charlas informativas, asambleas, venta de café y otros aperitivos, así como venta de intercambio de accesorios y herramientas ciclistas. En estos sitios

también se realizan comidas comunitarias y solidarias.

Hostal o albergue ciclista. Es un sitio que tiene como objetivo ofrecer hospedaje a personas que estén viajando. En este espacio hay sitio para descansar, reparar o dar mantenimiento a su bicicleta. Se relaciona con la red internacional ciclista *Warm Showers* que se mencionó anteriormente.

Taller de bicicletas. Este es un espacio físico que funciona como un taller común: una persona paga por la reparación de su bicicleta. En su forma más sencilla, cualquier taller puede incluir cursos de reparación y cobrar por ello, o bien, cobrar una cantidad simbólica o el intercambio de otros bienes y servicios. Por ello existe también los **talleres comunitarios**, que funcionan gracias al voluntariado. Aquí se comparten herramientas personales y conocimientos técnicos, y puede implicar que los participantes realicen aportaciones voluntarias en dinero o especie (BICIREDMX, 2016).

Se encuentran también los **talleres estratificados o específicos** que funcionan como espacios físicos para ofrecer talleres de reparación o para compartir experiencias de grupos de personas; que pueden ser grupos vulnerables o minoritarios. Este caso es el del colectivo de *Bicitetas* en Barcelona, que ofrecía un espacio biciamigable pero también libre de prejuicios: “Hacer biciescuela, taller de mecánica, enseñar a andar en bici. A salir en grupos para empoderar en la gente. Esto es muy bonito: son actividades sencillas, simples. Más que nada animar a la gente” (Jelen, Barcelona, 2015).

Desafío modal. Esta actividad tiene como fin mostrar y evaluar los medios de transporte en una ciudad. Se realiza una ruta corta, y entre varios voluntarios se recorre con diferentes tipos de transporte: a pie, en bicicleta, motocicleta, automóvil y en transporte colectivo como el autobús, el metro o el tranvía. Se documentan y se publican los resultados medidos y además se le extiende a la prensa la información recabada así como las experiencias vividas.

Estas actividades descritas brindan algunos elementos para comprender cómo se manifiestan las iniciativas probici en el movimiento, y cómo es que en el ciberespacio se integra información de distinto origen, así sea que lo organicen los activistas, participen en ellas o solo inviten a otros a quienes pueda causar interés. También se puede entender que estas actividades que tienen repercusión en la red, proponen actividades cara a cara que posteriormente regresan a la red en forma de material multimedia publicado por los usuarios que siguen estas redes probici.

Donación de bicicletas. A diferencia de los vehículos con motor y otras tecnologías, la bicicleta casi no se deteriora. Esta es una de las razones por las que los coleccionistas y restauradores de bicicletas pueden utilizarlas como medios de transporte cotidianos. En este sentido, las iniciativas de donación de bicicletas son actividades de bajo coste y con alto impacto en el ciclismo urbano, pues ayudan a que aquellas bicicletas que estaban en desuso se utilicen por personas de bajos recursos.

Existen variaciones de esta iniciativa: MXLiBiCi aprovechó que había centenares de bicicletas en el *corralón* de la Policía, eran bicicletas robadas o confiscadas y que tenían décadas sin reclamarse. A esto se sumó el trabajo voluntario de mecánicos y talleres para su reparación, por lo que en un solo día había alrededor de 100 ciclistas más en las calles de la ciudad. Otras iniciativas, como en Barcelona, funcionan de forma más dirigida, mediante asociaciones que motivan a efectuar donaciones de bicicletas para regalarlas a personas de bajos recursos y refugiados de la guerra.

Lo interesante de estas iniciativas es que tienen una conexión directa con otras: por ejemplo en Mexicali, a partir de la donación comenzaron a surgir voluntarios para otras actividades pro bici, y en Barcelona, otros grupos organizaron bici escuelas para personas mayores, mujeres en situación de marginación y asimismo, se promovieron talleres de autoreparación para los nuevos ciclistas.

En relación con la promoción que tienen estas actividades, hay que señalar que si bien tienen difusión mediante las Redes Sociales, los espacios virtuales más importantes para la donación se dieron en sitios web de las asociaciones. Esto habla de que las personas pueden enterarse de la iniciativa por las RRSS, pero la acción la concretan en registros oficiales.

Bicicleta Blanca (Ghost Bike). Como se mencionó en el apartado *Las iniciativas y la comunicación para el ciclismo urbano en Mexicali* del capítulo V, la bicicleta blanca es un símbolo del movimiento probici muy importante, pues aunque surge de otra iniciativa radical de préstamo comunitario de bicicletas en Amsterdam en la década de 1960, se convirtió en una forma de protesta y tributo para los ciclistas que murieron a causa de un siniestro en las calles.

Es uno de las actividades que varía menos de ciudad a ciudad. Se coloca una bicicleta, comúnmente una irreparable o en mal estado, donada por algún miembro de la comunidad, que se ha pintado de color blanco. O bien, algunos grupos colocan bicicletas hechas de papel, de madera o simplemente las dibujan con graffiti en el sitio de la tragedia. A veces se realiza un paseo ciclista que durante el recorrido se para en el lugar para hacer un minuto de silencio y una *ola* (los participantes levantan las bicicletas con los dos brazos en señal de protesta pacífica).

Lo que varía es la permanencia de la bicicleta según las normas de cada cultura: en Barcelona puede durar algunos meses, pero si la bicicleta entorpece el espacio urbano, la policía la retira en unas semanas. En Mexicali los grupos optan por colocarlas en un sitio alto para evitar su robo y, que además por la orografía de la ciudad, así resulta más visible.

Respecto a la comunicación de esta actividad, resulta importante que se publiquen fotografías o videos de esta, y que se coloquen las palabras clave en la descripción de cualquier material multimedia. Utilizar los hashtags de

#BicicletaBlanca o #GhostBike y comunicar la descripción del suceso para que la comunidad identifique los problemas de movilidad o de cultura vial que provocan muertes violentas.

En ambos grupos estudiados, se invitaba a la prensa a cubrir el evento, también se observó la presencia de otros grupos activistas o grupos religiosos llevando flores o velas al sitio donde se encontraba la bicicleta blanca. Esta es una de las actividades en las que participaban actores sociales distintos a los del ciclismo urbano y que además generaban mayor cohesión y empatía en las publicaciones hechas, lo cual no sucede cuando se comunican siniestros automovilísticos de menor gravedad en los que estaba involucrado algún ciclistas.

5. ETNOGRAFÍA EN LA PANTALLA Y SOBRE RUEDAS

Parte fundamental de la etnografía, en la ciudad, en Internet o en cualquier sitio consiste en comprender la forma en la que el investigador se ha “sumergido” en la cultura. Hine (2011) realiza una aportación describiendo su persona y los pequeños pasos con los que se involucró con un grupo en el ciberespacio. En el caso de este proyecto, para ingresar a las redes y grupos del movimiento ciclista, he utilizado mi nombre real, sin construir alguna identidad ficticia. La cuenta de Facebook igualmente, es mi cuenta personal, mi correo electrónico, y otros tienen mis datos reales (edad, cumpleaños, fotografías, lugar de origen, etc.) Con algunos miembros del movimiento he explicado lo que hago y cuando necesito preguntar más información he explicado en qué consiste mi trabajo de tesis, lo cual en un principio no incomodó a ningún miembro y ayudó a que se ejerciera la congruencia desde el inicio de las interacciones.

El movimiento se describe como amistoso y abierto, y sus participantes procuran conservar este ambiente de apertura con todos los miembros nuevos. Para poder seguir el paso de la etnografía *online*, hay que revisar todos los contenidos audiovisuales que se comparten, sólo de este modo es posible reconocer el contexto de los comentarios, de la interacción y de los *likes*. Esta característica es importante resaltarla, porque aunque gran parte del contenido y artículos que se comentan en los grupos son parte del movimiento aunque no sea de su autoría.

Hay otro aspecto que reflexionar: los algoritmos con los que se maneja Google, permiten que se guarden mis preferencias, mis búsquedas, la red wi-fi desde la que me conecto, las palabras que más utilizo en mensajes privados y correos electrónicos, y los perfiles de Facebook a los que más accedo (Google, 2016). Esto puede resultar una ventaja, pues las noticias y notificaciones se configuran para observar más sobre un tema específico, sin embargo convierte la experiencia en algo predeterminado.

Esto ya ha sido tratado cuando se han estudiado los “riesgos” de Internet. Los algoritmos retroalimentan las posiciones propias, mientras que eluden la pluralidad y la diversidad. Sustain (en Robles, 2011) alerta sobre la posibilidad de que en Internet se favorece la polarización social; esto sucede cuando los ciudadanos seleccionan los ámbitos y fuentes de información, así como con quién y con quién relacionarse (2011).

Lo anterior quiere decir que empresas como Google, que representan una serie de productos informáticos, condicionan la mirada del observador, y que no existe una mirada “pura” en el ciberespacio. La búsqueda y experiencia puede cambiar incluso por la marca o tipo de dispositivo empleados para navegar en Internet, así como el tipo de navegador, las configuraciones de privacidad y la localización geográfica. Asimismo, la publicidad y ventanas emergentes (*pop-ups* en inglés) que se me presentan están relacionados con la bicicleta, el ecoturismo, y otros tópicos provenientes del objeto de estudio, pues los algoritmos utilizados para ofrecerme anuncios, detectan las palabras de búsqueda más empleadas por mí como usuario.

Otro problema que siempre ha estado presente en la etnografía *online*, sobre todo si nos basamos en un tema y no en un espacio o foro específico, es el de la delimitación. Es posible hacer un intento de delimitación con fines estratégicos y metodológicos, pero ya en la experiencia, el delimitar demasiado las redes no corresponde a la forma diversificada de cómo utilizan la red los usuarios. No es posible observar todo el contenido que publican los activistas o ciclistas, ya que Internet propicia la continua multiplicación de espacios. En ese sentido, las categorías de estudio y las entrevistas individuales ayudaron a llevar a cabo la delimitación del trabajo de campo.

En mi caso, al acercarme a buscar grupos nuevos, o *fanpages*, descubro que hay aún más, brindándome la percepción de que no pueden abarcarse todos los espacios significativos para comprender el movimiento. Este dato es al mismo tiempo una característica del ciclismo urbano en Internet y de otros temas, pues

explica en parte cómo es el movimiento y las fronteras porosas entre el activismo, el deporte y el pasatiempo.

5.1 Las iniciativas y la comunicación para el ciclismo urbano en Mexicali

El movimiento probici se origina aproximadamente en julio del año 2010 y se dedica desde entonces a promover el ciclismo como estilo de vida, pero también para exigir los derechos del ciclista en las vías públicas: luchando por el espacio en una ciudad que tiene un transporte público insuficiente y que tiene como principal medio de transporte el automóvil. Las agrupaciones que forman parte del movimiento realizan distintas manifestaciones pacíficas, y su promoción la hacen principalmente a través de Facebook.

El grupo utiliza las redes sociales de Facebook para organizar paseos en bicicleta por algunas vías principales de la ciudad de Mexicali, y promueve el uso del equipo de seguridad (casco, rodilleras, etc.). Al principio de su historia como grupo, organizaron paseos que recibieron una respuesta hostil de muchos conductores de automóvil, por lo que algunos paseos los realizaron acompañados de una patrulla de la policía municipal. Lo cual representaba un dilema para los activistas que organizaban y una contradicción: la libertad y la toma del espacio público era cuidada por las autoridades.

Simultáneamente comienzan a crearse otros grupos con iniciativas probici en las demás ciudades del estado, algunas con metas variadas pero compartiendo un objetivo general y manteniendo comunicación entre sí. Es decir, estos grupos que fueron organizados por personas que no se conocían, ahora comparten intereses y desarrollan actividades en conjunto. Actualmente los grupos probici bajacalifornianos tienen alrededor de 3 mil a 6 mil seguidores en su página de Facebook y su porcentaje de crecimiento es de 20% de seguidores más al año.

El movimiento está inspirado por otros similares originados en Ámsterdam y a su vez en otras ciudades de México, como Guadalajara. En Mexicali, los activistas hacen hincapié en varios problemas a combatir y prevenir: la obesidad, que en los últimos tres años redujo siete años la esperanza de vida en este estado (COPLADE, 2013) y que su capital es la ciudad más contaminada del país por emisiones de dióxido de carbono (El Informador, 2013). Pero el problema que es centro del debate para el movimiento, es la seguridad vial: las cifras de siniestros automovilísticos es grave: México está en el séptimo lugar de los 10 países con más accidentes viales del mundo y se estima que un 27% de los fallecidos en un accidente eran peatones o ciclistas (Organización Mundial de la Salud, 2013).

En el 2009 se anuncia como política pública el uso de la bicicleta para la mejora de los espacios ambientales en las ciudades de México, y este mismo año las autoridades compartieron un manual de usuario, la futura regulación, planeación e infraestructura vial y otras acciones de intervención urbana (Ciclociudades, 2011). Estos activistas están juntando votos, *twits* y firmas para ejercer derecho de petición ciudadana y también hacer presión a los gobernantes para que cumplan dicha política. Sus fundadores y seguidores se han enfrentado a la apatía y hostilidad en el ciberespacio y en los espacios offline, pero también han logrado que se les tome en cuenta, ya que las autoridades han restaurado y señalizado algunas calles principales para permitir el libre tránsito de los ciclistas o para promover las calles como espacios compartidos.

El ciclista urbano de Mexicali tiene dos obstáculos principales: el clima extremo y la violencia con que los automovilistas le tratan o le ignoran. La ciudad de Mexicali, como muchas ciudades de México, no datan de más de 150 años, por lo que han construido su urbanización en torno al automóvil. La bicicleta, que ha estado siempre presente como medio de transporte, ahora representa a una minoría. El ciclista se enfrenta a una cultura donde el hecho de que hayan muerto hasta tres ciclistas en siniestros viales en una semana sea

noticia, no sea aceptado, pero tampoco parece ser grave (La Crónica , 2015). Es una cultura donde “lo normal” es que haya otros tantos accidentados no mortales entre las cifras.

Los grupos asociados al activismo o a la organización de paseos realizan un tributo al difunto y toma también estos hechos como estrategia de protesta: se reúnen en un paseo para colocar una bicicleta pintada de blanco, a la que las personas colocan algunas flores y una placa con el nombre, fecha y alguna frase significativa en el sitio donde fue arrollado el ciclista. El origen de la bicicleta blanca (ahora también llamada *ghost bike*, bicicleta fantasma en castellano) difiere del significado actual: Los Provos utilizaban este símbolo como parte del movimiento anarquista ciclista de Ámsterdam en 1965, y era parte de una red de bicicletas colectivas para retomar el espacio público (Groningen, 2015).

Hay personas que no empatizan con el movimiento aunque utilizan la bicicleta como medio de transporte por necesidad, no porque no deseen tener un coche. Y hay grupos que empatizan aunque no utilicen la bicicleta, como lo son las asociaciones de peatones y de vecinos, así como los ecologistas.

Los activistas del ciclismo urbano en Mexicali son personas de clase media que han elegido la bicicleta por convicción y procuran ser incluyentes con todas las clases sociales, realizando préstamo de equipo y accesorios, enseñanza de la reparación de la bicicleta y la invitación a actividades que procuran la interacción. Es decir, si alguien no tiene el equipo, buscan prestárselo, encontrar la manera de que reparen el suyo, o bien si la persona no conoce a nadie del movimiento procuran darle un ambiente de camaradería para integrarle. Aunque en este proceso de socialización ocurren desacuerdos también y algunos participantes no siempre se sienten identificados con las iniciativas.

En Facebook tuvieron algunos *trolls*, que acosaron a los usuarios o pretendían ofender con publicaciones anónimas o incluso con nombres reales. Pero esto

sucedía al inicio del movimiento, ahora afirman que los trolls no son ninguna figura anónima, sino que corresponde a la misma pluralidad del grupo y de ciertos participantes que no coinciden con el pensar general, es decir, son confrontadores de los temas que estén discutiéndose. Los debates más intensos abordan el uso del casco, al cómo actuar ante los puntos ciegos, y en general sobre el antagonismo entre ciclistas y automovilistas. Los argumentos se reactivan en los foros cuando existe un suceso actual que pone en la mesa la discusión.

Otros *trolls* realizan parodias de MXLiBiCi, publicando páginas nombradas MXLiRanfla o MXLiBichi; la mayoría de los activistas opinan que estos sitios no parecen desacreditar su labor, sino aprovechar la popularidad del nombre y jugar con los significados, aunque algunos integrantes manifiestan incomodidad ante la burla. En el primer caso, MXLiRanfla se simula un activismo por el espacio del automóvil en las calles (*Ranfla* es un término coloquial para coche), y en MXLiBichi por el activismo nudista (*Bichi* proviene de la lengua cahita y se utiliza en el norte de México para referirse a *desnudo*).

El origen del movimiento, tal como lo narran algunos de sus integrantes, se debe a la iniciativa de un grupo de personas en el año 2010, no mayor a diez integrantes. El grupo comenzó a utilizar las herramientas de Facebook y otras plataformas para conformar a una comunidad, como estrategia para generar diálogo y simpatizantes. Cada persona va integrando a otros, que no necesariamente son ciclistas. Es decir, esta integración no sucede en Internet como sucede con un club de fans de una serie de televisión que ya son seguidores y se reúnen o buscan la manera de coincidir, sino que va realizando una labor mayormente informativa y persuasiva.

En este caso, se trata de la utilización de las redes sociales virtuales para convencer a otros, y no solo para ser un espacio de interacción con los que ya están convencidos o tienen el interés en común. La formación de este grupo actuó como una coyuntura para que los fundadores integraran a sus redes

cercanas de amigos y familia; realizaron el efecto bola de nieve tanto de manera presencial como virtual. Denahí explica: “Invitábamos a todos, a desconocidos en la calle, poníamos carteles, publicamos en Facebook, era como una explosión” (2015).

La vida del movimiento en Internet ha tenido varias etapas: Carolina, explica que al principio no sabían muy bien porqué decidieron configurar grupos en Facebook o porqué tener un usuario llamado MXLiBiCi: “no sabíamos que si rebasabas el número de amigos te bloqueaban la página y te abrían una nueva como *fanpage*, pero borrando info importantísima, la historia del grupo pues” (2015). Así narra que el grupo configurado como público, formado por menos de veinte personas, tenía conversaciones más íntimas, menos imparciales.

“Yo publicaba como Denahí, me daba igual, y cuando publicaba como MXLiBiCi a veces era Dena también, pero luego llegamos a un consenso de cómo debemos proceder y contestar, hicimos un código, como que MXLiBiCi debía contestar más formal, más amable porque se supone que no es una persona con convicciones o quejas”(Denahí, 2015). En estas declaraciones hay algunas claves para entender como se va conformando el movimiento, y cómo en la red pasaron de la voz personal a la “voz del movimiento”.

Más adelante, fueron integrando a más personas con la técnica bola de nieve, y después no necesitaron integrar a nadie más, pues los usuarios fueron buscando el “add” al grupo. Cuando rebasaron los 500 usuarios, aproximadamente, fue cuando los administradores del grupo diseñaron un plan para repartirse responsabilidades *online*: “Básicamente, teníamos muchos trolls o muchas preguntas que responder, así que hasta hoy en día hay alguien siempre revisando el contenido, las 24 horas: nos repartimos según nuestros horarios, entre todos lo cuidamos”(Nacho, 2015).

Los informantes también explican que actualmente las extensiones virtuales de MXLiBiCi son muy activas pero no en el sentido de que ellos tengan que

persuadir o publicar contenido, sino que los mismos usuarios han construido el espacio para discutir y comentar novedades respecto al ciclismo urbano. Las preguntas frecuentes, como los horarios de los paseos, las recomendaciones, los puntos de encuentro o rutas, son publicaciones fijas que se pueden encontrar al inicio del sitio web del grupo.



Ilustración 19. *Fanpage* de Facebook de MXLiBiCi. 10 de marzo de 2016. Elaboración propia a partir de una captura de pantalla.

En cuanto a la organización: en la virtualidad se genera agenda y se concreta en la actividad física. Hay grupos que nunca se conforman cara a cara, como los hackers o los fans de un videojuego no siempre se conocen o hacen actividades fuera del teclado. En el caso de MXLiBiCi, las primeras reuniones fueron espontáneas, no había un plan ni estructura, solamente la intención de mejorar los aspectos de movilidad de la ciudad.

Más en Facebook que en persona, los ciclistas son acusados de “postureo” o de pertenecer a la subcultura hipster. Es decir, se les acusa de utilizar la bicicleta como una forma de diferenciarse de la cultura dominante, pero solo por el estilo que esta representa y por la búsqueda de cosas antiguas que vuelven a

utilizarse. Si bien, en este movimiento se identifican elementos de otros movimientos (movimiento ecologista, vegano, etc.) la mayoría no responde a estas provocaciones o lo toma a broma, de modo que juega con sus significados en las mismas publicaciones.

Al menos en Mexicali, los grupos se han dividido por colores según los sectores de la ciudad. Estos sectores se dividieron hace unos años porque deseaban hacer paseos con sus propias reglas y más cerca de sus casas. Cada sector tiene su subgrupo en Facebook y la información, al menos en un primer momento parece ser más lúdica e íntima y con códigos cerrados entre amigos (bromas que solo ellos entienden su contexto). Esto se relaciona con lo que mencionaba antes Denahí, sobre el hecho de que los grupos al ser más pequeños poseían más carácter de conversación que de “publicaciones oficiales”. Se da mayor lugar a las bromas que a los debates.

Respecto al activismo ciclista, Toni, quien es participante desde el primer paseo organizado por MXLiBiCi, plantea:

Pone a la bici en el lugar que le corresponde, como vehículo, así como lo fue en sus inicios, cuando vino a revolucionar la movilidad. El ciclismo deportivo es una actividad que puede ser competitiva, recreativa o verla como una actividad aeróbica de bajo impacto, en la que los efectos positivos afectan principalmente a la persona que lo practica. Usar la bici para moverse (no me gusta decirle “ciclismo urbano”, siento que se puede ver como una subdivisión del ciclismo deportivo, solo que practicado dentro de la ciudad ☺) impacta a toda la comunidad, pones el ejemplo y además tiene implícitos los beneficios del ciclismo deportivo, es hacer muchas cosas bien a la vez: no generas ruido al moverte, ni gases contaminantes o partículas, ahorras dinero, recursos, materias primas, mejoras la convivencia en tu comunidad, colonia, ciudad, no es lo mismo ver personas dentro de un carro a ver personas sobre su vehículo a menores velocidades.

Respecto a las limitaciones en la red, Toni señala: “Las libertades traen riesgos, como el no estar de frente a la persona con la que estás teniendo un diálogo o debatiendo, es más sencillo que comiencen a surgir las ofensas, [...]es común

que un comentario se preste a malentendidos” (Toni, 2015).

Otra de las características de estos espacios virtuales es que las personas que participan en los grupos de discusión, publican información no relacionada con el tema: se encuentra la figura del troll, que busca incitar a la violencia mediante la provocación, o las personas que publican publicidad, ventas, o las que piden *likes* para ganar algún concurso.

Las experiencias personales sobre el acercamiento a la bicicleta, siempre son recordadas:

Comencé a usarla para moverme hasta que salí de la carrera. Tenía compañeros de trabajo que la utilizaban y quise intentarlo también, los primeros años solo la utilizaba de días, para ir al trabajo, pocas veces en la noche. Años después ya agarrando confianza, la utilizaba en las noches, regresando del trabajo, pero aún no la usaba para otra cosas que no fuera ir y venir al trabajo o ir a Calxico [E.E.U.U.]. En el 2010 aparece MXLiBiCi y desde ahí es que la comienzo a utilizar para ir a todos lados, me consigo un remolque (ya voy en el cuarto) para poder llevar y traer cosas más voluminosas o pesadas, además de que hace más dinámica la pasada y regresada de Calxico. No se si todo esto se pudiera haber dado antes de Facebook. La comunicación, el compartir fotos, invitar a eventos creo que ha agilizado y hecho más atractivo y viable el que la gente se suba a la bici, de la manera que sea. (Toni, 2015).

En esta historia puede apreciarse que la memoria sobre el aprendizaje de ambas tecnologías y el cómo se integró al colectivo de MXLiBiCi se desarrolla en una sola historia. Esto habla también de la brecha generacional, pues son las personas nacidas a finales del siglo XX quienes relacionan la organización de compra y venta de bicicletas, así como de aprendizaje colectivo en la red con el aprender a andar en bicicleta por la ciudad. Asimismo habla de la vida en la frontera mexicalense: es común que los usuarios hablen de cruzar a Estados Unidos como un elemento sencillo de su cotidianidad.

Las percepciones personales, incluso en una primera lectura ayudan ya a

comprender cómo la movilidad es un asunto también de percepciones y experiencias personales, y cómo a su vez, unos ciclistas ven el desempeño de otros:

El ciclismo es una actividad muy solitaria ya que exige toda mi concentración. Muchos no entienden y no logran desprenderse creen que estar en bicicleta es ser peatón, van sobre banquetas, van en sentido contrario, no hacen altos ni semáforos, parecen niños de 3 años en un triciclo, no son responsables de ellos mismos y los demás tenemos que estar pendientes de ellos. El ser ciclista implica mucha responsabilidad, en mi experiencia más que ir en dos ruedas es una actividad introspectiva ya que me hace consciente de mis acciones en el entorno, me hace estar siempre un paso más adelante para poder prevenir un accidente [...] Tienes que pensar como automovilista para saber como actuar como ciclista. (David, 2015).

Existen varios grupos, tenemos unos que son enfocados a lo que son las leyes, otros al deporte, acondicionamiento físico, otros lo ven como un desestres y social. Así que encontramos muchos puntos de vista, pero en general, personas que tienen un gusto por la bicicleta e intentan que mas gente se sume al movimiento. Queda mucho por hacer, pero Roma no se construyó en un día (Perla, 2015).

Era un movimiento que iba naciendo, era muy poca la gente que iba. Íbamos como 1 vez al mes y éramos unos 50 personas. Cuando hablo de una rodada grande hablo de mil personas, y era una masa crítica. Nosotros éramos cuatro y la verdad es que se volvía muy peligrosa, pensábamos que si seguíamos haciendo esto puede pasar algo y no podremos hacer nada al respecto. Tomamos acciones para reducir el número de integrantes: entonces las hicimos por temas: Mujeres, o para principiantes, o para los niños, y dividir a las personas. Esto fue en el 2011. No se llama Masa Crítica porque, tenemos poca gente, en el sentido de gente coordinando y apoyando, y no queríamos. Podríamos haber creado masas pero no teníamos como ayudarles y no queríamos desvirtuarlas como se ha dado en Guadalajara y Ciudad de México, que se presta para otras cosas como ir tomando alcohol o que van molestando a otros en la calle, no había necesidad de eso. Empezamos a ver que en rodadas de 800 personas, hay gente que se une para aprovechar y hacer cosas malas, estos hacen una idiotez y muchos la repiten en el anonimato que da el ir en grupos grandes. (Nacho, 2015).

Nacho y Perla hablan sobre la diversificación del ciclismo, y también de sus

distintas interpretaciones sobre la situación en la ciudad. Aunque expresan motivaciones para seguir participando en la organización de distintas iniciativas, tampoco están de acuerdo con todas las actitudes o no comparten los mismos gustos sobre la bicicleta: para entender el movimiento probici es importante entender estos mecanismos, reconocer que la bicicleta no es el centro de este estilo de vida, sino que son personas con distintos estilos de vida que adoptan un tipo de vehículo y se reúnen gracias a él.

Este aspecto es importante para el activismo en general, el que se reconozcan las distintas voces en una reivindicación. En el siguiente fragmento, Nacho, que es un ciclista con buena condición física; aboga por la intermodalidad, pues reconoce que no todos pueden realizar los mismos esfuerzos físicos y que la ciudad requiere de un trabajo en equipo, de reconocer los distintos tipos de transporte como un sistema:

Hemos estado abogando por la implementación del transporte intermodal. Es decir que puedas usar más de un medio de transporte para llegar a un punto, por ejemplo si tu vives a las afueras de la ciudad y tu lugar de trabajo o estudios está en el centro pues que puedas transportarte en bicicleta a la parada del autobús y luego subir tu bici al autobús, llegar al centro y bajarte y seguir en bicicleta, a eso nos referimos que existan las facilidades para que pueda existir eso. (Nacho, 2015).

Señala también, la idea de buscar empatía aunque las personas invitadas decidan no utilizar la bicicleta después de una primera experiencia:

Sabemos que el cambio no vendrá del gobierno, sino de las personas y así tiene que ser. Y aunque una persona se suba solo una vez, que vaya a un paseo: aunque no se vuelva a subir, por lo menos ya sabe lo qué es y pone su posición en otra perspectiva y se pone en los zapatos del otro, a valorar al ciclista. Ya puede decir: yo no la uso pero sé lo que significa. (Nacho, 2015).

En relación a los significados de ir en bicicleta, Nacho expresa el ciclismo urbano como una actividad que se aprende poco a poco, resalta que cada

experiencia es individual y rechaza los estereotipos del ciclista, a los que atribuye también, el hecho de que muchas personas no se identifiquen con este vehículo no motorizado:

Tienes que empezar con pasos de bebé: ir y venir al Oxxo [tienda de autoservicio], ir lugares que te queden cerca, visitar el fin de semana a tu amigo, ir a la fiesta en bici, ir al cine, ir al banco o a la escuela dos veces a la semana por ejemplo; es una cosa paulatina. Y que no se disfracen para ir en bicicleta [...] como te vistas diario y que se sientas cómodo, como te vistas siempre. Así como “Lily, ¿vamos al Oxxo?” no me vas a decir que me ponga mis *tennis* [zapatillas de deporte] o practicar caminata ¿verdad? Si vamos a un restaurante en el auto no te vas a disfrazar del Checo Pérez, de Fórmula 1. Lo mismo es en bicicleta, no tienes que vestirte del Tour de Francia. Para el calor lo mismo que si salieras: manga larga, tela fresca, sombrero o gorra, que sepas qué distancia, o te traes otro cambio de ropa. (Nacho, 2015).

Respecto a la simulación en las redes sociales, Nacho explica su percepción de algunas actividades en la red.

Son los ciclistas entusiastas de Facebook, así como puedes tener amigos en Facebook y te dicen *like*, qué padre, ¡Felicidades! sí claro voy a tu fiesta y nunca los ves, son amigos virtuales, es igual, así sucede. Claro que sirven porque promueven y comparten, pero no sirven de otra cosa. La gente simula, tiene la intención, lo dice, porque no existe ninguna consecuencia, yo puedo decir o darle *like* a cosas que puso un amigo aunque no me gusten, o porque ponen fotos de sus bebés [...] sin embargo la otra persona, si te dice “ven y te presento a mi bebé, ven a abrazarme en mi cumpleaños, ven al hospital a visitarme”. Si hubiera consecuencias, claro que se daría mucho menos el dar *like* o *asistiré*, se lo pensarían o significaría otra cosa (Nacho, 2015)

Al siguiente año de la entrevista, Facebook agregó la opción nueva de “Me Interesa” como parte de la interacción a los Eventos en su plataforma, por lo que puede decirse que Nacho no era el único administrador que observó la necesidad de esta opción para hacer mejores cálculos en la asistencia a eventos.

Lo anterior también indica que las herramientas tienen buen alcance pero no funcionan del todo como espacios para comprometer la participación de los

asistentes. Para esto existen otras plataformas como GoogleForms o Eventbrite, pero es necesario que los usuarios realicen varios pasos para acceder a la confirmación. También esta afirmación de Nacho habla de la percepción que pueden tener los activistas más implicados con la causa respecto a los distintos niveles de participación que hay. Podríamos estar hablando de Facebook como un espacio donde los eventos a organizar pueden tener difusión y promoción, pero no funciona para eventos que requieran de una logística más compleja:

Cuando tienes tanta gente de repente puede entrar un entusiasta o decenas de ellos, que en ese mes, en esa semana, la semana, les llegó como “palabra del señor” o los transformó la pinche bicicleta, como una luz divina, y están todo el pinche día ahí, si ven una fotito de una bicicleta y pum la publican, comparten mensajes y videos que tú has visto un chingo de veces. Y no lo hacen como mala intención, en un momento estuviste así, pensando solo en esas chingaderas, es el periodo del enamoramiento, te deslumbra, quieres que todo el mundo sepa eso. Y que sepan que estas metido al 100%. Esto provoca que a veces cuando necesitas meter una información importante lo tienes que poner como “pin post” si no lo van bajando con sus publicaciones, y lo malo es que solo puedes tener una sola publicación marcada así. Así que Facebook podría tener varios *pinned post*, no solo uno (Nacho, 2015)

Del fragmento anterior es importante señalar el nivel de uso y apropiación que tiene un activista con las plataformas, las limitaciones de Facebook a nivel técnico, así como la necesidad de que las redes sociales permitan a sus usuarios adaptar las herramientas a su persona u organización.

También la pérdida de paciencia o capacidad de sorprendimiento de Nacho, habla de cómo algunos activistas han observado los mismos procesos de integración de nuevos ciclistas durante muchas veces: y a su vez sugiere la necesidad de no ejercer el mismo rol siempre, buscar nuevos integrantes entusiastas.

5.1.1 La ciudad que atrapó al Sol, pero no quiere ser un *pueblo ciclistero*

Es otoño, y aunque cae la tarde hay 40 grados centígrados en Mexicali. Hace seis años que Denahí y Carolina se reunieron a hablar de hacer “algo por la ciudad”. También hace seis años que Denahí logró que Carolina se armara de valor para pedalear por la calzada Justo Sierra, una de las vías principales de la ciudad y que le caracterizan seis carriles de ambos sentidos, a los que un coche puede ir a más de 60 kilómetros por hora.

Es el 2010, casi no se ven ciclistas urbanos ni peatones por la ciudad, y el transporte público tiene carencias. Mientras Dena y Caro toleran algunas voces como: “¡la calle es para los carros!”, hay universitarios limpiándose el sudor en una parada de autobús, esperando de pie desde hace una hora para que pase el transporte, el “camión”, esperando que no venga lleno y que el chofer acepte hacer el descuento con la tarjeta de estudiante. Oficialmente debería aceptarla, pero por falta de regulaciones, parece ser algo que el conductor discute con el estudiante o el jubilado, a quien en medio de la discusión tiene a veces con un pie en el asfalto y otro en el bus.

Esta misma calzada tiene monumentos a dos presidentes de la historia de México que se consideran importantes; a Lázaro Cárdenas, cuya frase “Gobierno o individuo que entrega los recursos naturales a empresas extranjeras, traiciona a la patria” y a Benito Juárez: “El respeto al derecho ajeno es la paz”. Irónicamente, Mexicali, tiene más de quince parques industriales de inversión extranjera que han aterrizado aquí por la mano de obra barata. En la madrugada, miles de mexicalenses toman el transporte público para llegar a empresas como Mitsubishi, Honeywell, o Kenworth. Asimismo, el respeto al derecho de circular por las calles es una historia compleja, tanto para peatones como ciclistas, y por lo tanto, para automovilistas también.

“La bici es la clave, o al menos una de las claves”. Pensaba Denahí. Así comienza la historia de uno de los colectivos de la bici en Mexicali. Comienzan a repartirse folletos y pictogramas, pequeñas iniciativas que de forma tímida iban incomodando y generando dudas: “El folleto dice que las bicicletas pueden ir por la calle, ¿como si fueran carros? Dice que el reglamento de tránsito lo pone, ¿neta? Está cabrón, ni en cuenta con esto”, dice una automovilista a la que le han entregado el texto impreso.

Es importante señalar que los integrantes forman parte de otras iniciativas relacionadas no con la bici solamente, con la movilidad y la ciudad. Los paseos dan visibilidad a la bicicleta, pero el trabajo más pesado según los activistas ha sido seguir informándose y actualizándose en varios temas en los que no todos son expertos, seguir planes, saber cómo acondicionar algunos espacios, tratar de que las autoridades vean la ciudad que puede tener otro sistema de transporte: “Si el ayuntamiento no responde, algunos empresarios sí” (Denahí, 2015). Entonces, poco a poco suceden estos cambios. El dueño de un café ve que no tiene estacionamiento para bicis y por ello mucha gente prefiere ir a otro sitio; el gerente de un restaurante calcula lo que se ahorraría repartiendo los pedidos en bici; y el dueño de un taller de bicis, también observa. A muchos les conviene que haya más gente en dos ruedas.

Minutos antes en autobús, Toni ha visto una camiseta en su *timeline* del Facebook que tiene un mensaje en serigrafía: “Un coche menos”. El ciclista que ha compartido la imagen de la camiseta se describe con la negación de la máquina a motor, por lo que su actuar en bicicleta se representa en la misma línea de lo que Haraway llamaba el organismo-máquina. Toni comenta el status: “¿cuánto saldrá hacernos unas cuántas de estas *limas*? [camiseta]”, y otra ciclista comenta también: “pero ya no en negro por favor, que quema mucho el sol con el color oscuro, da más calor”. Otro hace una broma: “quema-mucho el sol” (una broma en doble sentido, para referirse a “qué mamón”).

No es fácil ir en bici en verano, con el *calorón*, pero dentro del auto tampoco es

que estés *a toda madre*. La temperatura en las calles que tienen más tráfico es distinta a aquellas áreas de Mexicali menos transitadas. Los carros se sobrecalientan también, cuando avanzan 100 metros en 5 minutos, una velocidad que las empresas automotrices no nos prometieron en la publicidad: donde un aire fresco le mueve la cabellera a un conductor, en una carretera que atraviesa un gran bosque verde.

Si tienes el aire acondicionado, o como se dice en Mexicali, la refrigeración, entras en una paradoja: gastas más combustible y es posible que el coche no aguante la faena, se sobrecaliente y quedes en la misma situación o peor que si fueras a pie. Cualquiera que utilice el carro más de tres veces por semana tiene el brazo izquierdo más bronceado que el otro. No hay publicidad de Ford, ni de Chrysler, ni de Toyota, ni Nissan, que se atreva a retratar el panorama completo y prometer alguna ventaja en esta situación, pero son empresas que tienen sucursales y que ofrecen créditos accesibles. Cuando varios gobernantes de Baja California han sido empresarios automotrices, el trabajo de los cicloactivistas es parecido al de David frente a Goliath.

Hay algo de Mexicali en relación a la bicicleta y el género. Sus activistas más constantes son mujeres, cosa que no ocurre en otras ciudades: “Los de La Paz, los de Ciudad de México, los de Guadalajara, e inclusive de ciudades europeas nos lo comentaron en un foro mundial ciclista: ¿Ya se dieron cuenta que son casi puras *morras*? Bueno jajaja no dijeron *morras*, pero me entiendes ☺”. La palabra *morras* es el término informal para referirse a *chicas* en el Norte de México, y Denahí parafrasea desde el inglés de una holandesa urbanista, sin trasladar mucho la traducción, apropiándose del halago.

Como en otras iniciativas probici, algunos paseos tienen una temática relacionada con otros activismos: un ejemplo de esto es el “Paseo de altura” que es un paseo en el que se convoca a las mujeres a pedalear entre 15 y 18 kilómetros a ritmo tranquilo y alegre, para conmemorar el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer. Se anima a las mujeres a recuperar la seguridad por

las calles, vestidas como ellas quieran: “recordemos que las calles son de todxs”.

MXLiBiCi ha publicado en el evento: Estamos a 6 días de esta rodada...¿están listas? 😊 Recuerden revisar su bicicleta para que esté en las mejores condiciones para rodar el próximo domingo.

Si están pensando en un "outfit" temático o muy bonito y vaporoso asegúrense de que ninguna de sus prendas corra el riesgo atorarse en la estrella o ruedas de la bici [...] recomendamos llevar sus anforas o termos para reducir la producción de basura por conitos de papel

Muy importante: ¡No hay lluvia en el pronóstico del tiempo!

Queremos que esta también sea una gran rodada y contamos con todas ustedes para que así sea. (Evento de Facebook de MXLiBiCi, febrero 2017).

A finales del 2016, algunos cicloactivistas se reúnen para hablar sobre la situación del ciclismo urbano en la ciudad y en el país. El espacio de trabajo es informal, es un *coworking* llamado La Playa, nombrado así con un poco de ironía, porque cualquiera quisiera tener una oficina con vistas al mar, y en la aridez de Mexicali se echa de menos. El grupo activista atraviesa un momento de apaciguamiento, de meseta, en el que solo unos pocos están activos: “¿y qué pasó?” -la vida, unos se enamoran, otros se desilusionan, a otros no les gusta compartir ciertas formas de trabajo, otros quieren más protagonismo o reconocimiento, otros tuvieron un bebé o dos, otros están, menos tiempo pero están. En la reunión hay caras nuevas, hay ideas nuevas. Se ha convocado como un llamado a buscar ayuda, porque cinco o seis personas no pueden hacer todo: cabildear, organizar paseos y representar a la ciudad en el Foro Mundial de la Bici o ir a discutir en las mesas de la BiciRed.

— ¿Y si empezamos una Masa Crítica?

— Pero ya quisimos, en el 2012 y éramos como cuatro guiando con casi mil asistentes, se salió medio de control.

— Pero ya es otra cosa ahora, sabemos más, tenemos experiencia. Además la masa es como de todos, es mundial, no tiene que ser alguien de MXLiBiCi aunque al final iremos nosotros también, porque como que falta que

se junten todos los pequeños grupos que arman paseos, estamos desconectados, y la masa es algo como puro.

– ¿Tú abres un *fanpage*? ¿Harías el logo y todo eso?

– Eso ya está hecho, las masas comparten sus imágenes y los diseñadores ponen copyleft, lo de la xerocracia.

– Ya, si lo hablamos hace tiempo, pero de cualquier modo requiere que la echen a andar, aunque no tenga líderes o responsables, necesita un empujón varios meses. En otras ciudades ha sido así.

– La neta no perdemos nada y habría como gente nueva que usa la bici o quiere usarla que no le cae el cotorreo de los *enlicrados*.

– Apúntame como administradora porfa.

– Pregúntale al Jalal si podemos usar sus fotos del grupo del *feis* de ciclismo urbano en Mexicali.

– Ok, y nos turnamos igual, para compartir info, ¿qué parte de la ciudad estará bien para hacer el punto de encuentro?



Ilustración 20. *Fanpage* de la Masa Crítica Mexicali, 2016. Fuente: Elaboración propia a partir de una captura de pantalla.

Entonces, se realiza una Masa Crítica en Mexicali. La primera después de haber querido realizar una años atrás, que “murió de éxito”. Aquella ocasión fueron tantas personas y asumían que la Masa tenía organizadores, a los que atribuyeron lo que salió mal: “Una señora se cayó, o unos se quedaron atrás, y nosotros éramos, cuatro, cinco, ellos casi mil” (Nacho). Pero esta ocasión, con el

frío del invierno acudieron menos de cincuenta y el ambiente estaba invadido por la coincidencia de tener que poner una bicicleta blanca: “Empezó todo bien, en grupito pero ya que colocamos la *ghost bike*, muchos se desafanaron así que se acabó la masa” (Toni, 2016).

Pasamos al invierno. En enero del 2017, Mexicali vive un momento histórico. En una coyuntura en la que la privatización de servicios básicos como el agua, el aumento de los precios al combustible, ciertas autoridades acusadas de fraude y los procesos no transparentes por los que se autorizó instalar una planta que da tratamiento a desechos tóxicos de Estados Unidos; la población mexicalense experimentó una serie de movilizaciones masivas. Con marchas, protestas, bloqueos a los camiones que distribuían el combustible y bloqueos a oficinas de recaudación pública.

En la primera marcha se dice que se reunieron 20 mil personas, en otras 45 mil y en la más grande 75 mil. En un par de días, muchas personas tendrían un automóvil estacionado en casa sin combustible, y muchos decidieron sacar del *garage* aquella bicicleta de montaña que compraron hace unos años, con el plan de ponerse en forma como propósito de Año Nuevo o para ir a La Rumorosa algún fin de semana que hubiera buen tiempo.

Los cicloespacios virtuales de Facebook se llenan con preguntas como: ¿Qué tipo de bici me tendría que comprar?, ¿sabes si en el tianguis tienen buenas de segunda mano?, ¿qué pasa si es robada y me la venden así? No he podido ir al trabajo, tengo la bici pero me da miedo andar en la calle con ella, ¿alguien va de Nuevo Mexicali al Centro? Me da miedo ir solo. Hey ¿qué necesito llevar al taller?, ¿puedo llevar a mi perro? Mi bicicleta es de las más baratas, ¿aguantará que la lleve todos los días al trabajo? ¿Si me atropellan, qué debo hacer? Los *timeline*, buzones y biografías de Facebook de ciclistas se convierten en una especie de buzón de dudas.

Rápidamente, todos aquellos artículos, recomendaciones e invitaciones que se

habían promocionado tanto en la web de MXLiBiCi, en el fanpage, en los grupos de discusión, por medios impresos y cara a cara, ahora eran buscados por personas que hacía unos meses les habían gritado alguna palabrita desde el coche a la hora de compartir la calzada. Publicaciones del 2013 tenían nuevos *Me Gusta* y nuevos comentarios: esto indicaba que las personas no los recibían en sus *newsfeed*, sino que los buscaban por contenido en un buscador como Google o en el buscador interno de Facebook. Entonces, algunos seguidores nuevos comienzan a etiquetar a MXLiBiCi en sus *status*:

– ¡Hey! ¡De mi casa al trabajo son 15 minutos caminando! En carro son 25, y el *google maps* pone que en bici son 5, 🙄 jajaja y lo *gacho* [malo, chungo] es que me dí cuenta que estoy bien *bofo!* 😁 [coloquial para referirse a que no tiene condición física] @mxlibici #gorditoperobonito

Entonces fue ahí que MXLiBiCi encontró una coyuntura. Diseñó rápidamente un taller de ciclismo urbano al que se interesaron 369 personas. Pero entre cuatro o cinco responsables no podían darse abasto, ni a la cantidad de mensajes que comenzaron a llegar al fanpage:

– ¿Quién puede postear los consejos ciclistas en el Facebook?

– Yo, pero es que no sé en qué formato está.

– Yo al rato que llegue a la casa, es que aquí en el trabajo no tengo chance.

– No te preocupes, ya me puse en ello.

– Súbelo a Youtube porfa y de ahí me pasas link.

– Pero no podemos a Youtube, porque tiene copyright la música del video, no deja verlo en los teléfonos, lo pone sin audio.

–

–  Pónganlo directamente en el Facebook, como no monetizas contenidos ahí, no hay *bronca*.

– Recuerden que hay que quitar los frames, modificar el archivo original.

– Ya va 58% de carga, en un rato lo publico .

– *Gracias* 🙏



Esta comunicación interna que pocos de los seguidores de Facebook ven, resulta interesante para entender las dificultades de los activistas, así como la cantidad de tiempo o esfuerzos que hay que dedicar a las redes: algunos saben manejar más las herramientas que otros, otros conocen más la información técnica sobre la bici, y otros tienen más tiempo para dedicarlo a las redes: todo esto se reúne en espacios donde los *emojis* acompañan todo este trabajo de organización complejo.

The screenshot shows a Facebook event page for 'Taller: básicos del ciclismo urbano' (Basic Urban Cycling Workshop) organized by MXLiBiCi. The event is scheduled for Saturday, January 14, from 10 AM to 1 PM PST at La Playa de Lux in Mexicali, Baja California. The event is public and hosted by La Playa de Lux and MXLiBiCi. The main banner features a yellow background with a bicycle icon and text: 'SAB 14 ENE TALLER DE 10 HRS A 13 HRS Básicos del Ciclismo Urbano'. A list of topics to be covered includes: Reglamento de tránsito, Rutas seguras, Mecánica básica, Tips y consejos, Espacios biclamigables, and Comunidad en bici. The event is free and aims to promote a culture of safe and effective bicycle mobility. The page shows 369 people interested, 141 people who went, and 976 people invited. The event was created by Toni Ojeda and has a 'Create New Event' button for MXLiBiCi. The 'Details' section mentions the workshop is held in Spanish and covers practical aspects of urban cycling.

Ilustración 21. Captura de pantalla del Taller de Ciclismo Urbano emergente de MXLiBiCi. Enero 2017. Fuente: Elaboración propia.

El 6 de abril del 2017, en Baja California se aprueba una iniciativa ciudadana de movilidad urbana propuesta por MXLiBiCi cuatro años atrás, y por la que dice todo el grupo, estuvieron “persiguiendo siempre”. Los participantes estaban cada uno en sus hogares, en sus trabajos o en la escuela, mientras veían la sesión ordinaria del Poder Legislativo de Baja California en *streaming*. Los que no podían acceder al video, pedían descripciones en el chat y otros, escuchaban la radio. El espacio de trabajo virtual era una celebración:

- votación... unánime
- wey quiero llorar
- aaaaahhh its a win!!
- votación nominal todxs a favor
- iniciativa aprobada
- Felicidades!!



–

- jjjaajaja yeah



–

- ahora a esperar la publicación de la nota

- vamos haciendo el boletín!
- por lo pronto, ya estamos escribiendo el milestone en el Facebook, un resumencillo.



- festejo? 
- Claro!!!!
- Amante Bar? U otro barecito.
- Comida, algo nice y luego ya vemos
- jajajja!

Mientras esta conversación sucedía en el chat, dos participantes habían escrito y reescrito entre lágrimas, en un ordenador de escritorio, una pequeña nota para Facebook. Los seguidores solo pueden ver el resultado final, 120 palabras, pero llevó una hora escribirlas:

MXLiBiCi
April 6

¡Sigue adelante la Ley Bici!  Iniciativa ciudadana en marcha 
April 6 in Mexicali, Baja California

Hoy a las 12:30 se aprobó por unanimidad la reforma al artículo 22 de la Ley de Edificaciones del estado de Baja California. Estamos muy contentos, porque esta iniciativa ciudadana estuvo en "pausa" durante casi un año y ahora que sigue adelante beneficiará la movilidad y la integración del transporte no motorizado en nuestra ciudad. La Iniciativa Ciudadana para la movilidad en bici y la Ley de Fomento de la Bicicleta y el Respeto al Ciclista, se publicarán en su totalidad mañana 7 de abril, y a partir del martes ya será posible consultarla en el Periódico Oficial del Estado.

Seguimos #CiudadQueAvanza #BiCiEstado

Es este trabajo el que no se mira el que resulta interesante observar en los chats de los activistas, porque nos ayuda a entender el tiempo que invierten y el tipo de trabajo que han desarrollado, pero también cómo se expresan las emociones:

por ejemplo, en su Facebook personal, Toni ha escrito más de 200 palabras para expresar su trayectoria y su sentir respecto al esfuerzo que representó lograr que la “Ley Bici” en Baja California fuera posible, en el chat ha sido breve con el júbilo pero ha insertado stickers de emojis para felicitar a sus colegas, y por último, comparte la nota colectiva de MXLiBiCi que se limita más a la noticia.

Al final, lo individual y lo colectivo se distinguen, y es una de las razones por las que muchos colectivos van desarrollando o separándose en células de personas que desean dedicarse a alguna labor muy específica de la reivindicación. Una parte de los fundadores de MXLiBiCi decide dar un paso:

Queremos convertirnos en asociación, para continuar con proyectos que solo pueden realizarse si eres *alguien* formalmente, los paseos y otras actividades las pueden organizar otros grupos, yo entiendo ya que mi lugar está en ciertas luchas, para ponerse más serios y exigir ciertas cosas *a huevo a huevo* necesitas ser una asociación (Denahí, 2017).

En estas fechas, Denahí ha quedado de pedir un presupuesto a una abogada especializada en la conformación de asociaciones y organizaciones no gubernamentales. La abogada, al conocer los objetivos probici expresa que ella personalmente tiene miedo de ir en bici por la calle, pero que fundar una asociación sin fines de lucro que apoye la movilidad sostenible será algo que “deja mucho a la ciudad”. Es primavera, pero hace calor de verano y ellas ya se han dado un apretón de manos con sudor.

5.2 Celebrar un cop al mes, pedalejar tots els dies a Barcelona

El movimiento probici en Barcelona tiene sus orígenes en la década de 1980. Aunque el ciclismo siempre ha formado parte de la cultura catalana, es en esta década que empieza a tener expresiones concretas de reivindicación. A mediados de la década de 1990 la ciudad comienza a desarrollar festivales y

encuentros probici, que replicaron lo que sucedía en otras ciudades como San Francisco, Ámsterdam o Copenhague en las que para entonces ya era conocido a nivel mundial que estas habían ya innovado sus espacios a partir de manifestaciones pacíficas y cambios urbanos basados en la convivencia de las personas.

Actualmente, el movimiento probici barcelonés está compuesto por distintos grupos e iniciativas que organizan paseos, o desarrollan proyectos interdisciplinarios, eventos encaminados a invitar a las personas a usar la bici como medio de transporte o que trabajan en la visibilización de este vehículo no motorizado.



Ilustración 22. *Fanpage* de Facebook de la Massa Crítica Barcelona. 5 de marzo de 2016. Fuente: elaboración propia a partir de una captura de pantalla.

La *Massa Crítica Barcelona* es una de las iniciativas probici más importantes en esta ciudad, y reúne entre 200 y 500 ciclistas cada primer viernes de mes para “tomar” las calles de la ciudad y celebrar el uso de la bicicleta. Sus participantes comparten una ruta improvisada que comienza en Arc de Triomf como punto de reunión y además de ser un sitio emblemático de la ciudad. El Arc de Triomf de Barcelona es el único en el mundo que no se relaciona con triunfos bélicos, sino con la cultura y el conocimiento. A estas horas de la noche hay mucha vida

en la zona: skaters, malabaristas, turistas, parejas paseando, parejas de policías encubiertos, y otros fumando tabaco o hierba.

El paseo puede terminar en la Barceloneta si es verano, en la Plaça de l'Ajuntament o en Plaça de les Glòries. Cada paseo se anuncia previamente en Facebook y Twitter, y a este se le asigna algún tema particular, relacionado con el contexto temporal, como las fiestas decembrinas, Sant Jordi, el Carnaval y otros, por lo que se promueve el uso de disfraces y otros ornamentos para resaltar el carácter alegre y pacífico de la manifestación.

A pesar de que es una actividad pacífica son comunes algunos incidentes: sobre todo discusiones entre ciclistas y motoristas y taxistas. El panorama para los que no participan en la massa es que cada primer viernes de mes, entre las 20 y las 23 horas, hay una masa de cientos de ciclistas moviéndose por calzadas que habitualmente “son para los coches”. Aunque la normativa de tránsito, así como las políticas públicas estén encaminadas a proteger al peatón y al ciclista, la cultura vial de Barcelona está centrada en el automóvil, por lo que resulta una transgresión para algunos conductores esperar en un cruce más de 3 minutos a causa de una manifestación pacífica probici.

La ciudad se caracteriza por ser multicultural y su Massa Crítica lo es también, e igualmente también está conformada por ciclistas que se apropian de distinto modo de la bicicleta. Es decir, hay distintos tipos de ciclistas: quienes la utilizan como transporte, otros como parte de una rutina deportiva, otros invertirán mil euros en una bicicleta, otros treinta.

Al respecto, el perfil del ciclista barcelonés es bastante diverso: oficinistas en su bicicleta plegable de mil euros, estudiantes en una bicicleta de montaña de segunda mano, deportistas que van vestidos como si fueran a una competición, una madre llevando a sus dos hijos “al cole” conservando el equilibrio entre las alforjas que lleva detrás, y los cascos con cabecita de tigre. El activismo ciclista no siempre es transgresor y enérgico en Barcelona, sino que surge de la

cotidianidad, del uso diario de las calles. Las personas que le utilizan como medio de transporte, exigen modificaciones al reglamento Ley de Tráfico así como una planificación urbana más sensible. Los planes están, pero aún muchos espacios no favorecen la convivencia.

Hay que señalar que el activismo ciclista en Barcelona surge de otras iniciativas:

La mayoría de los movimientos ciclistas venían de asociaciones ecologistas de los años sesenta, setenta. Las que estaban contra la nuclear, que acabaron generando asociaciones de bicicleta. Históricamente, las manifestaciones ambientales eran en bicicleta. Eran pedaleadas. La bicicleta también es un vehículo de manifestación y de protesta. En procesos de resistencia, es interesante el objeto que representa (Esther, 2015)

Como se ha mencionado en otros capítulos, esta es una iniciativa probici reivindicativa pero con matices más *políticos* que *antagónicos* en los términos de Melucci (2002) mencionados en el capítulo I. los paseos están dirigidos a informar a las personas y llamar su atención con música, alegría y algunos panfletos impresos (los cuales, además de información didáctica dirigen a los sitios web también).

Las ciudades cercanas a Barcelona tienen sus propias masses. En el caso de la Massa Crítica Sabadell se celebra el segundo viernes de mes a las 20 horas en el Parc Catalunya. Tanto la Massa Crítica Terrasa y la Massa Crítica Cerdanyola del Vallès se celebra el último viernes de mes a las 20 horas, frente al Zara de la Rambla y frente al edificio del Ajuntament, respectivamente. Todas anuncian sus actividades mediante eventos de Facebook, y siempre con notas lúdicas, informativas y persuasivas. Hay que agregar que aunque sean grupos de distintas ciudades, muchos ciclistas acuden a paseos que se hayan publicado en Facebook. Es decir, puede llamarse “Massa Crítica Terrasa” pero igual acuden integrantes del grupo de Sabadell, Barcelona y otros.

No todos los ciclistas utilizan las aplicaciones para el móvil que promueven

desde las redes sociales, ni todos se comunican mediante alguna plataforma de Internet. Durante los paseos hay un grupo de cinco o diez personas que dedica atención a las aplicaciones relacionadas con la geocalización, pero respecto a la publicación de fotografías y otro tipo de interacciones, la mayoría de los participantes publica en tiempo real o días posteriores al evento.

Los masseros o masacriteros dicen no tener líderes, pero sí existen miembros más experimentados que guían a nuevos ciclistas, coordinan actividades o administran los sitios web, así como los que tienen capacitación como para ir a la cabeza de un grupo numeroso por la ciudad. No hay una jerarquía, pero hay quienes saben más de bicicletas que otros, aunque esto pudiera ser temporal: el *chaval* que hace tres meses era tímido para ir por la calzada, ahora está guiando a la massa.

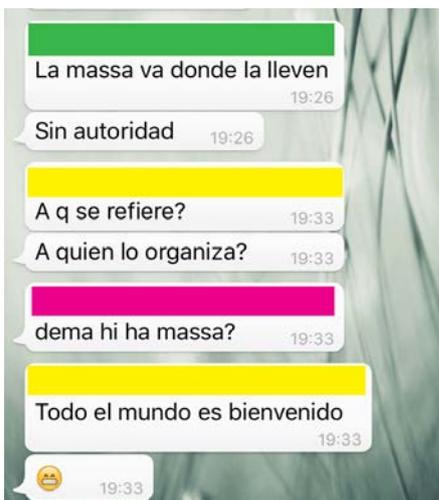


Ilustración 23. Algunos participantes respondiendo a la pregunta: ¿Quién organiza la masa crítica? Fuente: pantallazo del chat de Whatsapp de la Massa Crítica Barcelona, 2016.

En general, la etapa que vive el ciclismo urbano en España es muy distinta a la de México. Para empezar, las ciudades como Barcelona, que son más antiguas que la distribución del automóvil, están construidas para el peatón y para el transporte no motorizado. Por lo que el activismo también se trata de una reinserción de la bicicleta, y de una resignificación: *Las bicicletas no son juguetes* o *Las bicicletas no son sólo para el verano* anuncia una publicación probici, y que se refiere a que durante un tiempo eran una tecnología empleada para divertirse, en la montaña o en el parque, pero que en las calles ya deben considerarse como cualquier transporte.

Cada mes se revive la celebración. Se reúnen en el punto de encuentro, socializan, se escuchan un montón de timbres de bicis, se ven otras tantas luces rojas y blancas. Se comienza, se pedalea en grupo. A la cabeza van algunos, que

encaminan la marcha hacia algún sitio: *¿Pueden por favor publicar la ruta para este viernes?* No hay ruta. La masa se va moviendo a donde la lleven, tiene vida propia. Pero las personas igualmente lo preguntan.

La regla es que se respeten normas de tránsito: pero son tantas personas, que un semáforo en rojo no es suficiente, y el grupo no puede dividirse. Por lo que, mientras el grupo pasa, algunos participantes “taponan” las calles para evitar que los automovilistas y motociclistas avancen sobre los demás ciclistas.

Estos voluntarios actúan de forma espontánea e intentan ser amables con los conductores, pero a veces no son tan tolerantes y responden a las agresiones, lo que lleva a discusiones y en ocasiones a riñas: “¿Por qué no coges una calle paralela?” Porque para algunos, no significa esperar unos minutos, u observar a la massa y su sentido de reivindicación... significa que le han quitado un espacio de la calle, que por supuesto, han sentido que les pertenecía desde siempre.

Antes del paseo hay interacciones amigables aunque la mayoría no se conocían antes del evento, y al final del paseo es común que surjan invitaciones a comer algo, a beber o a relajarse en grupo en algún bar. Durante los paseos, los ciclistas “habituales” están al tanto de los nuevos, de que utilicen bien los cambios de la bicicleta, que el asiento esté bien colocado, que conduzcan por el carril correcto o que por ejemplo, no se suban a la acera o tengan cuidado con los peatones.

El tipo de ciclista que va a los paseos es constante; el mal tiempo como la lluvia disminuye la asistencia, pero los participantes habituales publican antes y durante el paseo qué estrategias o equipo hay que usar para la lluvia o el viento. Asimismo, la mayoría de los ciclistas optan por la bici por convicción más que por necesidad. Así pues, muchos venden o se deshacen de su auto, o bien, lo usan solo para distancias largas (ir de una ciudad a otra por ejemplo). Algunos de los ciclistas tienen talleres de bicicletas o se dedican a realizar

cursos para el aprendizaje del ciclismo urbano.

Como se ha explicado antes, los paseos son celebraciones en las que se utilizan disfraces según la época del año. Cada ocasión tiene una temática. Por ejemplo, en enero de 2016 la temática giraba en torno al Año Nuevo, y durante los paseos este tema tiene relevancia mayormente para el carácter festivo, en este caso la decoración de las bicicletas y la vestimenta de los participantes.

Esta temática se platica durante unos días antes por mensajería instantánea a través de propuestas informales entre participantes habituales, y por consiguiente, el tema define el diseño de portadas, *flyers* y otras comunicaciones visuales para la promoción del evento, por lo que está implicado trabajo de organización que se enlaza con trabajo de diseño gráfico y de community manager. Todo este trabajo es hecho por voluntarios, y cuando alguno de ellos no puede, lo comunica y convoca a solucionar la tarea pendiente a otros usuarios.

En algunos paseos, es común que el tema a platicar entre desconocidos es cómo se acercó a la bicicleta o cómo “se enamoró” de ella. Al respecto, en Barcelona también hay personas que tienen una visión más purista sobre el cómo ser ciclista y desde esta perspectiva solo hay dos opciones: estar o no estar dentro de la actividad. Las mismas discusiones que se dan entre ciclistas en otras partes del mundo: el uso del casco (¿sí o no?, ¿debería ser obligatorio?), el uso del automóvil como medio de transporte complementario, el uso del transporte público y la intermodalidad, entre otros, son comunes y son parte de las conversaciones cotidianas entre participantes.

Aunque los grupos de ciclistas tienen foros de discusión abiertos, no todos los participantes se acercan a intervenir en la organización, aunque se publica y se comparte que se aceptan ideas de todos, por los medios que sean posibles: “Hay gente que piensa que aquí manda alguien pero no es cierto, coméntale que se anime a participar en las decisiones de la massa en las asambleas o los grupos

de Google. Él mismo se dará cuenta de que entre todos hacemos lo que podemos. No nos vendrá mal una persona más” (Juan Carlos, 2016)

Juan Carlos dice que *No somos una organización, pero estamos organizados*. Con esto se refiere a que el movimiento tiene un carácter anárquico, van surgiendo personas que se ofrecen a realizar tareas, a dar ideas, pero tampoco es que haga cada quien su voluntad:

Si alguien quiere venir a la masa crítica con ganas de hacer cosas o tiene un vacío en su vida, que esto hay que decirlo, pasa también, y necesite encontrarse con algo como la massa, quiere participar, y ve que hace falta que esten “los de siempre”, quizá se anime a hacer cosas. Por eso es bueno apartarse, porque das la oportunidad a que la gente tome la iniciativa, imagina que Rodrigo estuviera siempre con el *sound system*, pero desde que no va siempre ahora otros traen su equipo de música. Es bueno que las personas no sean un referente fijo. Pero la gente es verdad está acostumbrada a seguir a alguien: el otro día vine a la massa y creían que estaba enfadado porque no había podido venir a las otras massas, pero es que, les decía ¡no, no pasa nada! Yo sacrifiqué muchas cosas para la Pantumacona, para estar disponible y presente, incluso tiempo con mi hija, pero llega un momento en que piensas: Toca que otros guíen, que la gente no sea cómoda (Juan Carlos, 2016).

La afirmación de Juan Carlos dice mucho de la experiencia personal como organizador, pero también de la comprensión que él tiene de la filosofía de la *Critical Mass*. Juan Carlos, así como otros participantes se esfuerzan por mantener un equilibrio entre: compartir conocimientos y extender confianza a nuevos *masacriteros*, y entre no ser identificados todo el tiempo como los organizadores o responsables, aunque le haya tocado estar al frente de la massa durante más de una ocasión.

La manera de contestar correos, mensajes privados o mensajes en el muro de Facebook es amigable y se percibe que les preocupa que los demás se lleven una buena impresión del grupo o del concepto en general, aunque existen también encuentros no tan cordiales o sencillos, de las que se han hablado en el apartado

Usuarios y comunicadores del capítulo IV, en la descripción de *Confrontadores* y

Haters.

La actitud frente a la agresividad de algunos automovilistas es usualmente confrontada con ironía o con folletos informativos sobre el movimiento: procuran no confrontar con insultos. Defienden que hay que celebrar aunque estas son recomendaciones y representan lo deseable en una masa crítica, al no haber jerarquías o mayor estructuración, esto no es un reglamento y algunos participantes responden de forma más agresiva ante provocaciones de motociclistas y automovilistas.

Existen masses críticas que no se relacionan directamente con la reivindicación de la bicicleta, esto ocurre con fechas más solemnes o trágicas, aquí la Masa Crítica se transforma. Acuden otras personas, acuden menos deportistas, y hay más activistas de otras temáticas. Tal es el caso del 6 de febrero de 2014, que durante el paseo la Masa Crítica tuvo participantes debido a la protesta de asesinatos que se realizan en las fronteras de distintos países. El ambiente era más hermético, no festivo y transgresor: pues se buscó colocar unas pancartas en zonas no permitidas y la policía intervino en estas acciones.

Algo similar ocurrió el 27 de junio del 2015 en Barcelona (y en otras ciudades del mundo), durante la marcha del orgullo gay que celebraba la legalización del matrimonio entre parejas del mismo sexo en Estados Unidos; puede decirse que la massa crítica no es el objeto, sino un medio para recorrer la ciudad y ser vistos.

La Massa Crítica se celebra cada mes, pero todos los días sus participantes toman consciencia de lo que ocurre en el día a día en las calles. Los espacios virtuales, sobre todo estos de mensajería instantánea grupal como Whatsapp y Telegram se mantienen activos todos los días. De forma espontánea, cada día puede haber de uno a tres temas a discutir o comentar por estos chats, y los temas surgen de narraciones personales, noticias locales, nacionales o internacionales y también de bromas. Es común que un participante utilice

estos espacios como válvulas de escape ante situaciones que considera injustas.

Fabi, usuaria habitual de la bicicleta como medio de transporte en Barcelona, afirma que las agresiones o expresiones más negativas hacia ella como ciclista las ha recibido indirectamente y señala como las iniciativas probici que son exitosas pueden desdibujar los encuentros agresivos que ocurren cada día en las calles:

Me escribieron una nota sobre la bici aparcada, se notaba que se habían cabreado. Yo había aparcado en un lugar donde era correcto pero no sé a quién le molestaba. La nota decía algo así como —por eso los odian. Yo contesté la nota y la dejé en el mismo sitio, nadie me contestó. Volví a dejar otra nota y me contestaron —Porque estorbas, por eso y porque luego van por la acera todos vosotros sin fijarse. En Internet este tipo de agresiones ya no son vistas en los foros de bicicletas o en los de la Masa Crítica, parecería que todo va bien, que el ciclismo ha triunfado, o algo así (Fabi, 2015).

Pero, ¿de dónde vienen las motivaciones? La teoría sobre la acción colectiva habla sobre la voluntad, sobre la negociación por el poder simbólico. Pero en la narración hay otros matices. Hay idealización pero a su vez acciones concretas dirigidas al objetivo:

Me lo preguntan mucho: si no cobras, es un montón de tiempo, te has quemado en alguna asamblea, es un montón de esfuerzo, ¿qué ganas? Claro, es una sensación de que, esto me llena, porque estoy consiguiendo aprender a nivel personal más sobre las bicis reuniéndome con otra gente, intercambiando experiencias, ayudando a otras compañeras a que se hagan más fuertes en esto. Es un pensar. Si nadie da los pasos, nunca se avanza. Si nadie da la cara tampoco se avanza. Puede que no gane a nivel material pero a nivel emocional sí que gano muchas cosas y es la idea de que si tú quieres transformar tienes que hacer las cosas diferentes. Entonces claro, es practicar con el ejemplo, si quieres que más gente se suba a la bici tienes que generar espacios en los que digan “ah qué guay, mira cómo mola la bici”. Un poco eso: por confiar en que las cosas pueden cambiar ¡El mundo puede ser mejor! (Jelen, 2015)

También se habla de cómo en Barcelona las condiciones para mejorar la movilidad urbana ya están puestas:

Hay una transición, que hace 25 años no tenía. Hay asociaciones que piden carril bici y esa no es la mente, sino que buscamos algo integral: lo físico y también lo no físico, como compartir, los derechos y disfrutar [...] Tienes masa crítica, tienes talleres de reparación, incluso talleres de costura para hacer o adaptar ropa ciclista. Tienes una red social que te acoge, esto es bastante puntero. Ves algo, te inspiras. Son acciones que facilitan la entrada de la población para que mantengan la práctica de la bicicleta (Esther, 2015)

Por otra parte, en el ciberespacio las actividades y las personas están unidas en un solo sitio, y se conectan grupos de activistas de otras partes del mundo, pero hay limitantes respecto a la articulación de iniciativas ciclistas cuando se trata de tomar decisiones y coordinar:

Cada quien en lo suyo, lo cual no está mal, pero no hay mucha cohesión. Es que a mí en lo personal me desbordaba ya *Bicitetas*, estaba exhausta. Pero comúnmente sí nos articulamos con otros colectivos feministas con gente que quiera montar cosas. Una vez quisieron montar una gincana feminista en País Vasco y nos escribieron: ¿Cómo hicisteis la vuestra? Y les pasamos todas las pegatinas, los trucos, cosas así. Hay posibilidad, lo que faltan son las fuerzas y el tiempo. (Jelen, 2015)

Hay que señalar que las percepciones citadas sobre el movimiento a nivel nacional ayudan a entender porqué algunos objetivos de la reivindicación de la bicicleta no se han logrado. El trabajo es intenso y recae en pocas personas.

En el apartado *El ciclismo urbano, la Masa Crítica y otras iniciativas probici* se ha explicado que la Critical Mass está conformada por distintas voces y que las personas participan en ella aunque cada uno tenga su forma de apropiarse del ciclismo urbano: coinciden en la promoción de la bicicleta como medio de transporte y lo celebran. Pero hay que mencionar que también convergen distintas opiniones respecto a la forma en que se manifiesta el paseo. Hay interpretaciones sobre lo que está bien hacer o no durante la pedaleada, y también sobre los niveles de transgresión que se buscan con el movimiento.

A algunos participantes les preocupan que las actitudes *gamberras* sean el pretexto para que los haters anti-bici tengan argumentos para no apoyar la movilidad en bici: hacer *caballitos* a 20km por hora en la acera, o perseguir a motociclistas que se han colado en la masa (el motociclista está siendo incívico y temerario, pero la reacción del ciclista ante esto puede o no serla). A otros les preocupa que la masa se haya convertido en un paseo como cualquier otro y que haya perdido el carácter reivindicador, lo *punk*, y se recuerdan las luchas de los ciclistas de Ámsterdam en la década de 1960. Otros defienden que lo reivindicador también es poder llevar a sus hijos pequeños al paseo, para mostrar que las calles son seguras. Estas discusiones no son expresadas durante el paseo, sino que son comentadas en las distintas plataformas virtuales y se discuten antes y después del evento.

Tanto en la Massa Crítica como en otras iniciativas probici, se habla bastante de la convivencia como el punto de partida para mejorar la movilidad:

Es complejo, se habla de “permeabilidad selectiva de la bicicleta”. Que a veces tengas calles que las puedas andar en bicicleta porque son seguras y están en zonas residenciales y tranquilas etc, pero en aquellas calles de conexión que tengan alta velocidad o alta intensidad de tráfico habrá que segregar o buscar un itinerario que permita permeabilizar, hay que ir con cuidado porque con la convivencia, porque ¿qué nombre le pones? ¿itinerario preferente? Porque con la bici puedes usar cualquier carretera ciudadana, cualquiera en el núcleo urbano. Esto se va fraguando, hay que ir con cuidado. Hasta los años 70, 80, 90, sólo había esto de carril bici, carril bici. Esto implicaba que pongas todas tus esperanzas y planificación en infraestructura segregada cuando en realidad estás tratando de integrar todos los transportes y generar herramientas de compartir el espacio. Nada funciona llevado al extremo. (Esther, 2016)

Esto implica también un cambio de paradigma urbano, y considerar la bicicleta no como el elemento más importante, sino como una especie de engrane que ayuda a que el sistema funcione de otro modo.

5.2.1 La normativa y *las putas bicis*

Son las nueve de la mañana de un jueves por el centro de Barcelona. Una ciclista espera en un semáforo en rojo, una señora que cruza el paso de zebra la felicita: “Eres la primera que veo que se detiene por completo”. En el chaflán hay un taxi medio aparcado, con el motor encendido, cobrando el trayecto a unos turistas. La ciclista intercambia dos o tres palabras más con la peatona: “No debería felicitarme”. La ciclista es Ale, activista, quien también tiene un proyecto en el que, como ella lo dice “curra un montón”: un aparcamiento móvil y vigilado para bicicletas.

Juan Carlos gira en una de las manzanas octogonales diseñadas por el arquitecto Cerdá, va por la calzada, y a su derecha una docena de ciclistas utilizan el carril bici. Un motociclista respeta el espacio entre Juan Carlos y él, otro se desespera: “¡Putas Bicis!”.

Las agresiones son parte de aquello que nos permite ver que la ciudad no parece estar hecha para todos, que necesita unos cambios. En una película del género western lo dicen igual: “Este pueblo es demasiado pequeño para los dos” aunque literalmente caben cientos. Los ciclistas escuchan generalizaciones frecuentemente: “Todos sois un peligro” y cuando la diputada de Junts Pel Sí (Juntos por el Sí, en castellano), Muriel Casals fue atropellada en febrero del 2016 por un ciclista y muriera días después en el Hospital Clinic a causa de un traumatismo craneoencefálico, entonces se abrió el debate sobre los ciclistas incívicos.

El accidente ocurrió entre las calles Urgell y Provença, que tienen una intersección con semáforos y carriles bici en doble sentido, los cuales los vecinos ya consideran desde hace tiempo que son peligrosos para los peatones. Varios

testigos afirmaron que el ciclista no fue responsable del accidente, y que incluso quiso socorrer a Casals, quien tenía prisa y al levantarse de la colisión no sintió que necesitara ayuda y rechazó las atenciones del ciclista.

Pero el odio en comentarios de YouTube, Facebook, Twitter y en los pies de notas de prensa online: “No ven por dónde van, suben a las aceras, un asco”, “A esos si me los encuentro en grupo me llegan ganas de llevarlos a todos de golpe.”. Los haters de las bicicletas, o haters de cualquier tema, pueden ocasionar que haya un desvío de la información de primera mano, y que se compartan publicaciones que incitan al odio y a la confusión.

Entre este diario andar en bici, además los activistas de Barcelona organizan grandes eventos, por lo que necesitan tener conexiones con el mundo editorial. *Ciclósfera*, la primera revista de ciclismo urbano en España, así como las revistas *Cyclo*, y *Volata*, entre otras, actúan como una especie de aliados. Estos se identifican con el movimiento probici también o empatizan con las acciones de este. “Anunciamos desde *Ciclósfera* el placer de invitaros a la Pantumacona, la gran masa crítica mundial que tendrá lugar en la capital catalana” (Vindiella, enero, 2016).

La Pantumacona o Criticona del 2016, puede definirse como una gran festival reivindicativo conformado por distintos encuentros: el paseo masivo en bicicleta, actividades de *Reclama las Calles* (*Reclaim the Streets*) y del movimiento ambientalista, talleres y celebraciones. Organizar un encuentro de esta magnitud hizo que el grupo organizador fuera desarrollando distintos espacios virtuales cuando se encontró en la necesidad de simplificar las conversaciones, que parecían estar mezclándose por temas: “Vas viendo como las personas sin que alguien se los diga, crean grupos, la comisión comida, comisión fiesta, comisión alojamiento, porque en un solo chat no se podía hablar de todo, era imposible, y trabajarlo igualmente, así por comisiones” (Adriá, 2016).

Esto se relaciona con la capacidad de los espacios virtuales de configurar la forma en que se organizan los grupos activistas, teniendo un papel importante para estructurar el trabajo, o al menos, el trabajo que los participantes creen necesita ser estructurado: “Es curioso, esos grupos de trabajo, verlos cómo estaban activos con una intensidad increíble y desaparecen al acabar la Pantumacona, y se convierten en otra cosa, se platican otras cosas y es la misma gente quien va dando el rumbo” (Juan Carlos, 2016).

La Criticona representó un esfuerzo colectivo por dejar en alto la reivindicación de la bicicleta en la ciudad. El comité del año 2015 estuvo presente, y dio su apoyo en la logística: “Joder, llegamos y vemos que tienen un montón de ordenadores en un café, cómo se lo curran los de Barcelona, y cómo hay gente de todos países, nosotros éramos cuatro e íbamos tirando con poco, lo que sabíamos usar, vosotros tenéis casi una app para cada cosa”. En la clausura del evento ha quedado elegida Ibiza como la próxima sede: piden ayuda al equipo barcelonés: “Tenemos un gran archivo virtual que compartir, consejos, cosas que nos hubiera gustado que nos mencionaran en su momento, vamos currando todos a cierta marcha, también hay que dejarles que tengan su propio estilo, no imponerse, y el equilibrio de no perder de vista que ayudar en cualquier Criticona al final es ayudar al movimiento mundial” (Juan Carlos, 2016).

Pasamos al otoño, la Pantumacona se acabó, ya hay pocas cosas que organizar por el momento y en el chat de organizadores, en el que había alrededor de 100 a 300 participaciones, ahora hay de 5 a 10, aunque hay un tema constante que surge unos días antes del primer viernes de cada mes:

- Bon dia, ¿Quién quiere hacer el evento para la massa de septiembre?
- Yo voy de culo, pero puedo hacerlo al llegar a casa por la tarde.
- Jo puc, pero el tema quin era?
- Què els sembla "putas bicis"?
- Pero putas, tiene una connotación... 🤔

- Pero es lo que nos gritan, “tenían que ser las putas bicis”
- hahahaha eso sí
- Por aquello de que es un evento familiar, mmmm
- Bueno, es verdad pero al final es darle otro significado a aquello que nos quiere ofender.
- ¿Qué portada usaremos?
- Yo puedo hacer una, pero no veo qué cosas poner con ese tema! Jajaja con la navidad fácil, il.luminem el Nadal, pero este?
- A mi no me convence el tema, pero si la mayoría dice que sí está bien.
- hahaha y qué hay que ir disfrazadxs como putas? No es un poco heavy?



Ilustración 24. Captura de pantalla del evento de la Massa Crítica Barcelona. Septiembre 2016. Fuente: Elaboración propia a partir de una captura de pantalla.

En los espacios de trabajo virtuales, en este caso en el chat, la lectura de los textos vaciados en estas conversaciones tiene un carácter distinto si se lee de forma continua a si se experimentó la manera en que cada participante fue escribiendo y enviando mensajes. Algunos mensajes tienen respuestas que fueron agregadas horas o días después, un ejemplo de los tipos de presencia respecto a los tipos de interacción de Thompson (2010), señalado en el capítulo I. La capacidad de estar ausente o presente de cada participante también muestra el grado de voluntad o la percepción de la importancia la organización del evento mensual.

Respecto a las sensaciones experimentadas durante la massa, es importante hablar de la libertad, que ha sido uno de los valores más emblemáticos para la promoción de la bicicleta como vehículo. Algunos matices son necesarios para entender que es un aspecto ideal, pero que funciona de manera distinta en cada masacritero. La siguiente conversación representa algunas opiniones:

Juan Carlos—¿Y no tenéis una sensación de libertad bestial cuando vas pedaleando por en medio de la calzada, entre tantas bicis protegido de los coches?

Jonathan— De seguridad sí

Roger— De libertad no...

Juan Carlos—Será porque he conducido la ambulancia tantos años en Barcelona y no hubiera hecho esto solo en la bici, no me hubiera metido nunca.

Ale— Está claro que la massa te da cierto confort, vas menos tenso. Saberte en igualdad de condiciones ya solo porque formas parte de un grupo. Cuando vas solo en bicicleta, al final es eso, vas tú solo contra todos los demás elementos y te encuentras lo que te encuentras.

Jonathan: Tengo que decir que si vas en la cabeza de la massa, vas super relajado, cuando veo a alguien muy tenso le aconsejo se ponga al frente.

Lily—Yo comúnmente voy atrás y voy muy alerta, muy tensa, pasan muchas cosas y hay que cuidar a las personas. Tengo que decir que cada vez hay menos gente que quiere ir atrás.

Jonathan— Así es, te comes todo el stress de la ciudad. Puede decirse que a la cabeza es una massa, al medio otra y al final otra. Son experiencias distintas.

Lily: —Roger, ¿y por qué decías no sentir libertad?

Roger—Yo decía que no sentía libertad, seguridad un poco más sí, pero libertad no porque dependes de lo que haga la massa, si hay que girar a la derecha por Aragón, pues giras aunque no sea la mejor opción. Libertad sería ir por cualquier lado sin estar preocupado que te pueden dar por un lado u otro.

La reivindicación barcelonesa de la bici gira alrededor de estos dos conceptos: la libertad y la seguridad.. O al menos son dos palabras que se repiten constantemente en las charlas con los ciclistas. La Massa Crítica actúa como un regulador del equilibrio de estos una vez al mes. También son los temas principales en la lucha del espacio público y de la normativa de tránsito.

Son las 21 horas de un viernes, un *videoblogger* ha publicado en Youtube porque es necesario un metro y medio para adelantar a un ciclista cuando se va en coche. Lo explica mejor que el folleto del Ajuntament, mejor porque relata su experiencia personal, aunque está *cabreado*. Está harto de lidiar con taxistas y motociclistas gamberros, o de los padres que llevan a los niños al cole en el coche a toda velocidad y “se creen dueños” de las calzadas. Sugiere una movilidad integradora y que se compartan las calles, pero él ya se ha segregado. Para él, ellos son “los otros”.

En Barcelona, se realizan frecuentemente bastantes asambleas sobre movilidad. Y van representantes de distintas asociaciones. El de la peatonal, el de los coches, el de las bicis, el del ayuntamiento.

Cada quién comparte, propone y defiende. Todos parecen tener la razón, y aunque en el chat de los masacriteros se aplaude la presencia y el desempeño de los cicloactivistas en las asambleas, también hacen transparente sus desacuerdos en el tratamiento de la información. Y se repite la percepción del *videoblogger*, la de que los que no son ciclistas son los *otros*: “Hace falta entender que no es sólo el vehículo, y que son personas las que, a veces utilizan el metro, a veces el coche, la bicicleta, a veces a pie, pero que no somos *los ciclistas*...es cosa de pacificar las calles y entender que va de compartir” (Adrià, 2016).

Adrià es uno de los iniciadores de la Massa Crítica, y estuvo activo toda la década impulsando el resurgimiento de esta. La “massa” estuvo dormida muchos años, y entonces él y Carles deciden desenterrarla:

Se necesita gente que vaya tirando, porque muchas veces la peña espera que otras personas tiren del carro. Pero cuando la rueda empieza a moverse ya no para. Siempre hay alguien más involucrado, y otros más van disfrutando, es interesante. Para mí esto es importante retomarlo en general para la sociedad en la que vivimos: a la gente no le gusta que la reconozcan como alguien que lleva la batuta, por falta de implicación, a veces por vergüenza. Nosotros decíamos siempre: Para que ocurra la massa, tiene que haber ese grupo que movilice. Luego se hizo un grupo más compacto, Laura, Rodrigo, vino Juanca, y entonces la eclosión fue en la Pantumacona. (Adrià, 2017)

Este año, Adrià ha dejado la batuta a otros, ahora está en un trabajo que consume mucho de su tiempo, y ha decidido no ir a todas las massas: “les toca a otros”. Los que iniciaron la massa dicen que es un evento que ahora ocurre aunque no lo promocionen, y aunque no vayan ello: camina sola.

Los activistas coinciden en que la massa es un espacio de encuentro que va más allá de la reivindicación: “A nivel ligoteo y de otras cosas, hemos visto a gente que se conoció aquí y que ahora tienen un bebé, y luego los han traído a la massa, es algo muy fuerte” (Adrià, 2017). La massa es paradójica, ver niños pequeños en *push bikes*, en un ambiente familiar y tranquilo, hasta ver cómo un grupo de ciclistas se enfrenta a algún motorista violento: en más de una ocasión le han quitado las llaves y las han lanzado lo más lejos posible.

Barcelona tiene procesos interesantes respecto al movimiento probici, se le apoya desde distintos frentes, unos oficiales y otros surgidos desde la ciudadanía. Pero aún la bicicleta sigue siendo un objeto que representa una

novedad, objeto que busca un lugar en medio de contradicciones: activistas perseverantes que se han especializado en movilidad urbana y que se involucran, que se lo toman como un trabajo, que buscan que la normativa sea justa. Pero luego está el conflicto, los que van a toda velocidad por la acera, que por evitar los semáforos en rojo va esquivando esto y el otro, porque la urbanización, aunque vayas en bici, es un poco ir como el coche: a toda hostia. Las putas bicis. Una novedad que ya cumplió 200 años.

5.3 Lo que hacen aquí y allá

Este apartado se propone explicar la dimensión histórica de los movimientos en Mexicali y en Barcelona a partir de la tipología empleada por Blumer para categorizar las etapas de las acciones colectivas: *Fermento Social, Entusiasmo, Articulación, Consolidación e Institucionalización* (della Porta & Mario, 2012). Asimismo, se comparan ambos grupos de acuerdo a los distintos momentos y su comunicación en el ciberespacio.

Se añade además una etapa llamada *Réplica y Retorno* construida para describir cómo la comunicación por Internet añade otras funciones y actividades a las agrupaciones, se explican las actividades que han dado forma al movimiento ciclista urbano en cada caso. Esta es integrada a partir de las observaciones realizadas en esta tesis, pensada para describir procesos comunicativos que no ocurrían antes del uso de las TIC para el activismo, y es necesaria para resignificar que la etapa de *Institucionalización* de un movimiento no representa la finalización de la acción colectiva o que parte de los objetivos cumplidos culminan en la transformación o disminución de las agrupaciones. La comunicación actual da lugar a otras actividades antes no vistas, como la comunicación entre agrupaciones que viven distintas etapas en la reivindicación de una causa.

La etapa de *Réplica y Retorno* no es necesariamente cronológica, es más bien permeable con las otras etapas, y se caracteriza por funcionar como un enlace con otras acciones colectivas en otras partes del mundo, una etapa *desterritorializada* de los movimientos basada en la comunicación y cooperación. Se replican acciones o conocimiento de otros colectivos y existe un retorno, un repensar de las funciones que tiene el movimiento, las tareas pendientes se observan con mayor detenimiento al compartir información con otros activistas.

En esta etapa también se reproducen algunos conceptos, formas del movimiento y actividades de otras zonas geopolíticas. Aquí, tanto el papel de Internet y las plataformas como Facebook, permiten que el movimiento no solo sea más visible, sino que sea posible que los grupos activistas mantengan comunicación.

5.3.1 Mexicali: en la llanura también se necesitan cambios de marchas

La historia de Mexicali y el ciclismo urbano (o de su reinserción como medio de transporte) se origina alrededor de 1985. Aquí ocurre un *Fermento Social* en cuanto al tema, y comienza la organización de paseos ciclistas y clubes de aficionados, que realizan su difusión mediante carteles y panfletos en zonas clave como los centros deportivos, universidades y escuelas. Pero este surgimiento tuvo caídas y resurgimientos; los paseos más constantes durante estas décadas son los enfocados al deporte y al cicloturismo.

En la década del año 2000, algunos grupos de la población tienen un descontento general: Mexicali y Tijuana, ciudades que tienen un alto nivel de contaminación, embotellamientos y enfermedades relacionadas con la obesidad, cuestionan el papel que ha tenido la industria de manufactura extranjera, la calidad del revestimiento de las calles y el transporte público, que es uno de los más ineficientes y costosos de México.

Para el año 2010, grupos de jóvenes entusiastas se reúnen para observar el uso de la bicicleta en Mexicali y comparan la situación con otras ciudades como Guadalajara o Ciudad de México, que tenían ya unos años manifestándose a favor del transporte alternativo. No necesariamente se pensó en un movimiento, sino que se buscaba resolver un problema. Esta agrupación decide emprender actividades, pero no hay roles asignados, no hay consignas, ni criterios para la difusión de dichas acciones, y se comienza a publicar en Internet los primeros indicios de organización.

Para el año 2011, se dan de alta cuentas en Facebook, Gmail, Google Drive y Twitter en torno a la bicicleta para difundir información, al que se añaden entre cinco y diez usuarios activos, que fueron invitando a sus contactos y manteniendo conversaciones no formales en estos espacios. Se publica sobre todo, artículos de movilidad, urbanismo y debate sobre los espacios públicos, así como prensa de divulgación sobre cuestiones técnicas de la bicicleta.

Para el año 2012, estos grupos no solo comenzaron a tener iniciativas probici, sino que decidieron que era importante articularse bajo algún nombre, entonces establecen algunas funciones y se asignan actividades afines. Deciden que el nombre de “Masa Crítica Mexicali” no es apropiado, pues las iniciativas de la agrupación se extienden más allá del paseo masivo. Deciden jugar con el nombre de la ciudad, y lo nombran MXLiBiCi (Mexicali Bici que también suena a Mexicali B.C., por Baja California).

Crean logotipos e imágenes, así como criterios de edición en las redes, administración de los grupos y foros. Para esta fecha el grupo posee entre mil y dos mil contactos. Las actividades se retoman en la prensa regional, y el tema del ciclismo urbano se discute también entre organismos oficiales. Se entiende que esta es su *Articulación*, aunque siguiera conformándose o modificándose en años posteriores.

Para el año 2013 el grupo es conocido por la mayoría de la población. Los grupos de Facebook en relación con el movimiento ascienden a más de cinco mil usuarios. Empiezan a creer necesario que los community manager se asignen tareas y horarios: la pasión por los objetivos se convierte en una especie de trabajo voluntario. Muchos de ellos aseguran, a pesar de que utilizaban las herramientas de Internet, que fue gracias a este movimiento que buscaron especializarse y sacar mayor provecho a su activismo. Es en estas fechas surgen autotalleres y actividades familiares en centros culturales o en calzadas, relacionados con la movilidad a pie o no motorizada, la mayoría organizados por la agrupación de MXLiBiCi o por otras agrupaciones como Mujeres al Pedal.

Durante los años 2013 y 2015, los grupos ciclistas se plantean la posibilidad de realizar peticiones formales para ser formar una Asociación Civil. Durante estos años, el *fanpage* de MXLiBiCi publica y propone la discusión de información proveniente de la prensa, de boletines oficiales relacionados con la legislación de la bicicleta y se empiezan a excluir las bromas o imágenes sobre productos relacionados con la bicicleta (aunque otros usuarios siguen publicándolos y comentándolos en los foros).

En esta etapa logran algunas metas en materia de lo legal y lo urbano, como las modificaciones a la Ley de Tránsito y la construcción de algunas ciclovías en la ciudad. Varios grupos ciclistas de Baja California se integran a la organización formal BiciRed (Red Nacional de Ciclismo Urbano) y por lo tanto estas actividades pueden categorizarse en una etapa de *Consolidación* según Blumer. Los grupos mantienen mayor comunicación con grupos de otras ciudades y países.

La etapa de *Institucionalización* de MXLiBiCi se encuentra en mantenimiento. Algunos proyectos como el alquiler de bicicletas, la bicicleta pública, o la búsqueda de financiamiento para proyectos urbanos son iniciativas que muestran una organización más compleja. La prioridad de los proyectos sigue

siendo la seguridad del peatón y ciclista, y reducir la contaminación de la ciudad.

Aunque un movimiento esté “contra corriente” y se perciba que los objetivos no se logran como se esperaba, muchas de sus actividades y conocimiento se comunican en Internet. Aquí puede verse que desde su articulación ya replicaban actividades de otros activistas en otras partes del mundo, y el retorno se observa cuando el colectivo discute y repiensa sus funciones, adaptándose al contexto local.

5.3.2 Barcelona: negociaciones y avances graduales

El *Fermento social* del movimiento ciclista en Barcelona data de 1983. En este año surge *Amics de la Bici*, grupo que realiza las primeras protestas en bicicleta, inspiradas en otros movimientos europeos como los surgidos en Ámsterdam. Este grupo sigue vigente actualmente, y está adherido a ConBici, la red de asociaciones de ciclismo urbano en España.

La influencia de la Critical Mass de San Francisco en 1992, activa a varios grupos heterogéneos que empatizaban con la bicicleta y se realizan durante algunos años iniciativas de Critical Mass.

Para el año 1997 se organiza el Velo-city en Barcelona. Este es un ciclo de conferencias sobre la bicicleta que se organiza primero en Alemania y que aún hoy en día, reúne a entusiastas y estudiosos del ciclismo urbano. Para el año 2000, los temas más preocupantes en la agenda fueron la crisis, y por lo tanto muchos usuarios del automóvil se pasaron al uso de un transporte alternativo, en este caso la bicicleta o el transporte público. Algunos movimientos provenientes de la arquitectura, observan que el uso de coches y la construcción de parkings desplaza a la población de espacios donde antiguamente socializaba más.

Entusiasmo. Algunos grupos comienzan a replicar actividades de la Masa Crítica de Madrid, al observar que este movimiento tenía iniciativas incluyentes y plurales. Comienzan a utilizarse las primeras plataformas web para interactuar sobre el tema, y son sitios web de lenguaje básico de HTML (HyperText Markup Language (en español, el lenguaje de marcas de hipertexto) y posteriormente se incluye el formato de blog y foros de *Yahoo! España*.

Puede decirse que el movimiento ciclista se consolidó cuando comenzaron a observarse iniciativas probici distintas con objetivos diferentes o muy específicos: “Cuando en una ciudad surgen tribus ciclistas es que pedalea en serio” (Blanchar, 2013, p. 44). Este comentario de Blanchar corresponde a la idea de que el ciclismo comienza a ser incluyente, no solo por el activismo correspondiente, sino porque se mezclaron distintas iniciativas, incluso las organizadas por las autoridades.



Ilustración 25. Imagen que forma parte de la campaña: "La Bici, la mejor idea del mundo". Fuente: <http://ajuntament.barcelona.cat/bicicleta/es> (2016)

La etapa de *Formalización* del ciclismo urbano en Barcelona puede ubicarse en el 2007. En este año se instaura el *Bicing*, que es el servicio público de Bicicleta en Barcelona, además surgieron otros servicios de alquiler de Bicicletas y otras empresas similares. Asimismo, en el 2009 la iniciativa de la Massa Crítica Barcelona retoma actividades, con personas nuevas provenientes de distintos intereses por la bicicleta y que empiezan a interactuar con otras agrupaciones

de España. De aquí retoman el uso de octavillas para informar a la población durante los paseos, el uso de banderas para dar visibilidad, así como a aprender de otros integrantes que provenían de Masas Críticas de otras ciudades.

Este material impreso representa la información que ellos consideran importante para saber qué hacer, cómo coordinarse o qué hacer en caso de una confrontación. Hay información también para los automovilistas, buscando la empatía y solicitando paciencia ante el desfile de bicicletas que ha interrumpido la vía.

El movimiento, o bien, ciertas actividades de este, se unen a otras causas, como protestas sobre la violencia, el orgullo gay o la exclusión racial. Esto, como se indica que las iniciativas que buscan el cambio social, sobre todo los que discuten la distribución y empoderamiento del espacio público, o bien cómo se usan las calles, se relacionan a través de la red pero también mediante la organización de actividades con objetivos en común.

Los grupos y foros de Facebook comienzan a interactuar con usuarios de varias partes del mundo que publican en español, inglés, francés, portugués y en catalán. Los *fanpage* publican en catalán y español.

En el 2011 se reúnen blogueros del Cycle Chic para hacer un desfile. Para entonces se calcula que hubo 118 151 desplazamientos diarios en bicicleta en Barcelona (Dades Bàsiques de Mobilitat , 2012).

La etapa de *institucionalización* del movimiento puede ubicarse al entrar la década del 2010, ya que empresas como Fnac, utilizan el *e-commerce* ecológico y entregan mercancías a domicilio mediante mensajería en bicicleta. Aquí puede decirse que algunas instituciones y empresas utilizan el discurso de lo “políticamente correcto” de la bicicleta como marketing digital para llegar a un segmento de sus clientes interesado en la ecología y temas afines.

El uso de las redes sociales para el movimiento no se encuentra organizado de forma completa. Se utiliza Facebook para publicar información, pero no hay trabajo profundo de ciberactivismo, en este caso poca interacción en los grupos y *fanpages*. Los community manager moderan el contenido del muro de Facebook de la Massa Crítica Barcelona, pues algunos usuarios publicaban publicidad o iniciativas personales en este. “Sacar” a la gente del coche sigue siendo un objetivo del grupo.

Para abril del 2015, se tenía prevista que entrara en funciones la Oficina de la Bicicleta de Barcelona, que forma parte de la Dirección de Servicios de Movilidad, pero ocurre una fusión con la oficina del Bicing y de Síndic del Ciclista (defensor del ciclista). Mientras tanto, el Ajuntament de Barcelona ha dedicado atención especial a la movilidad urbana y a la promoción del ciclismo: un apartado de la página web oficial del Ajuntament funciona en este sentido, realizando actividades que el Ajuntament realiza en equipo con distintas asociaciones: ofreciendo información sobre el uso de la bicicleta y el transporte sostenible: agenda de cursos y talleres, documentos como la normativa de tránsito o la red de carriles bici, recomendaciones de uso y cifras actuales sobre movilidad.

Ada Colau, alcaldesa elegida de una plataforma ciudadana en el 2015, se comprometió a construir 240 kilómetros de carril bici a los 140 ya existentes, y expresó que estarían contruidos con las medidas necesarias para desplazamientos que minimicen los conflictos (Ajuntament de Barcelona, 2016).

Hay que mencionar que durante el 2016 el Ajuntament ha puesto en marcha el programa de *Superilles*. La traducción directa del catalán al castellano sería *súper islas*, pero el término más preciso en castellano es *súper manzanas* y en inglés *superblocks*. El concepto de superilles se refiere a:

una unidad urbana mayor que una isla o manzana de casas, pero más pequeña que un barrio, con calles pacificadas [...] Las zonas consolidadas a las cuales se sumaran las próximas supermanzanas se sitúan en el

Poblenou, en la Antiga y la Nova Esquerra de l'Eixample, en Sants y Hostafrancs y en la Maternitat y Sant Ramon." (Ajuntament de Barcelona, 2016).

Puede decirse que se están utilizando técnicas de urbanismo táctico por las autoridades, es decir intervenciones de bajo presupuesto pero que representan una innovación. Lo interesante de estas acciones es que existen distintas percepciones sobre estos cambios, y pueden apreciarse en ejemplos como estos que recogen en una nota del diario catalán Vilaweb (Tercero, 2016):

Vecinos contra la supermanzana del Poblenou

Vecinos de la zona han constituido una plataforma de afectados y una petición contra el plan ha reunido casi dos mil firmas

Hace casi un mes que se implantó la prueba piloto de la supermanzana en Poblenou. Ha levantado mucha polémica entre vecinos y ciudadanos que trabajan [...] Las quejas más habituales son que las paradas de transporte público están lejos, lo que perjudica especialmente a las personas mayores; que la circulación con vehículo es muy complicada; que los repartidores no entran; y que hay incertidumbre sobre el uso que se dará al espacio liberado. (Traducción del catalán propia)

Así también puede observarse cómo difiere del tratamiento que se le da en un ejemplo de la prensa internacional, como aquí en una nota del diario The Guardian (Bausells, 2016):

Superblocks al rescate: Plan de Barcelona para dar calles a los residentes

La nueva estrategia radical de la capital catalana restringirá el tráfico a una serie de grandes carreteras, reduciendo drásticamente la contaminación y convirtiendo las calles secundarias en "espacios ciudadanos" para la cultura, el ocio y la comunidad. (Traducción del inglés propia)

La dificultad de este estadio, es que puede suponer que la institucionalización indique que el movimiento "ha ganado la batalla" pero mantener el entusiasmo en la población por seguir apostando por el cambio, es complejo o más lento: "Barcelona sabe que la bicicleta es una solución, pero no hay ni convicción ni alegría" (Blanchar, 2013, p. 43).

Para septiembre del 2015, se celebra el Festival Internacional de Cinema Ciclista y durante este año la nueva administración del Ajuntament realiza nuevas propuestas para mejorar la movilidad integrada. Se construyen nuevos carriles bici y se fija el objetivo de pasar de los 1.5% de desplazamientos diarios en bicicleta al 2.5% (Ajuntament de Barcelona, 2015) y se crea la Web de la bicicleta como parte de las metas a alcanzar por dicha administración (Ajuntament de Barcelona, 2016).

La etapa de *Réplica y Retorno* puede identificarse desde el origen del movimiento, por el uso de material como octavillas y carteles inspirados en los de otras ciudades y que llegaron mediante la comunicación en Internet. Sin embargo, su etapa más fuerte es a partir de finales de 2015, cuando la agrupación organizó la Criticon, que es la Massa Crítica mundial y que requirió de un alto nivel de organización, así como de esfuerzos de difusión mediante las redes sociales.

Tabla 5. Comparación de las etapas del movimiento ciclista en Mexicali y Barcelona. Fuente: elaboración propia con datos de Blumer (della Porta & Mario, 2012).

Casos/ Etapa	Mexicali	Barcelona
Fermento social, etapa emergente	1985-2005 Se organizan algunos paseos. Hay descontento en la población por la contaminación.	1983-2000 Primeras protestas, se organiza el Velo-city. La crisis económica y la búsqueda de un transporte alternativo.
Entusiasmo	2010-2011 Hay lluvia de ideas, observación de lo que se hace en otras ciudades.	2000. Se replican actividades de otras masas críticas. Utilizan sitios web de HTML básico, blogs y foros de Yahoo!
Articulación	2011-2012 Los miembros establecen algunas funciones y se asignan actividades. El grupo en Facebook tiene para entonces mil y 2 mil contactos.	Varios clubs de ciclismo se reúnen para organizarse y Barcelona amplía su red de carriles bici.
Consolidación	2013. Los grupos de Facebook en relación con el movimiento ascienden a más de 5 mil usuarios.	En Barcelona pueden observarse agrupaciones ciclistas plurales. Surgen autotalleres y actividades similares en centros culturales.

Formalización o burocratización	2013-2015. Los grupos se integran a la BiciRed.	2006. Surge el Bicing. Para el 2011 Hay más de 108 mil desplazamientos diarios en bicicleta en Barcelona.
Institucionalización	2014-2017. Búsqueda de financiamiento para proyectos urbanos. La agrupación logra la modificación de la normativa de tránsito.	2009. Resurge la Massa Crítica organizada por un sector joven de la población. Las empresas utilizan más la mensajería ecológica en bicicleta
Réplica y Retorno (López, 2015)	2017... El grupo mantiene comunicación con la red de ciclismo urbana del país.	2016.-2017... Comunicación global con la <i>Criticon</i> , que se organizó en Barcelona, así como con otros eventos mundiales o nacionales.

En la Tabla 5 puede verse que aunque los dos movimientos se encuentran en diferentes etapas (el de Mexicali en *Formalización* y en Barcelona en *Institucionalización*) la principal dificultad en cualquiera de las etapas es continuar con el entusiasmo de los orígenes para persuadir a la población que no ha experimentado esta actividad. Asimismo, a pesar del surgimiento de apoyos gubernamentales, iniciativas de empresas, para ellos en la cultura vial predomina el coche como el personaje principal de la movilidad.

Contar la historia del ciclismo urbano en Mexicali, así como de otras ciudades mexicanas, es contar una historia de lucha constante: “No es tan fácil cambiar la cultura de tantas personas que están acostumbradas a hacer lo mismo desde hace tantos años, es como ir contra corriente, pero cuando hay un *click*, un logro, vale la pena” (Carolina, MXLiBiCi, 2015). Contar la historia de la Massa Crítica de Barcelona, es una historia de negociaciones constantes y cambios graduales. Pero la lucha de los activistas, en este caso, es contra la creencia de que “Ya todo está hecho, ya ganaron espacio, unas ciclovías y ya está” (Pep, ciclista de Barcelona, 2015). Además, como se mencionó en el capítulo II. *Tres Espacios: Mexicali, Barcelona e Internet*, el caso de Barcelona es complejo porque tiene que afrontar fenómenos como el del turismo masivo, que se caracteriza por la ausencia de poco sentido de la apropiación y adaptación al espacio, así como a un servicio de transporte en taxi que corresponde a las necesidades de este turismo.

6. CICLONAUTAS, ACTIVISTAS Y COMUNICADORES

En este capítulo se explorarán las actividades del *community manager* de una causa activista a través de la etnografía. Para ello se han analizado sus dinámicas de participación para entender el aspecto comunicativo del ciclismo urbano. Es común que la figura del *community manager* (CM) sea definida en los ámbitos de la publicidad, el marketing digital y del manejo de redes sociales en general, por lo que hay que señalar que en el activismo la distribución de las tareas no es estructurada y el trabajo es voluntario, por lo que la comunicación corresponde a necesidades internas y externas de la agrupación. Asimismo, el activismo hace uso de las tecnologías de la información para la difusión de actividades, y el papel de los medios configura su organización.

6.1 El activista que comunica y el comunicador que hace activismo

En general, en esta época la figura del CM comienza a ser popularizada entre las personas que no se encuentran en los ámbitos del marketing, y hay que decir que es un oficio que no está delimitado. Alguien puede llegar a ser *community manager* por varios motivos: 1) administra uno o varios perfiles en las redes sociales para su empresa u organización; 2) recibe un sueldo para trabajar sobre objetivos y responsabilidades específicas de una empresa u organización; 3) y, 4) aquel que por necesidad de un grupo sin fines de lucro habilita herramientas de las redes sociales para lograr alcance y difusión de su causa.

Esta categorización es importante para identificar que el rol del activista-comunicador en las redes sociales proviene de la necesidad de mantener comunicación con un grupo de personas que simpatizan con su causa, además de lograr la difusión de contenidos con personas que no conocen sus objetivos y

además atender espacios de discusión e interacción.

Un activista que a su vez es community manager brinda voluntariamente parte de su trabajo especializado, así como parte de su rutina y desplazamientos en la red. Si realiza el trabajo de manera intuitiva, tarde o temprano aprenderá de forma empírica a ser más eficiente en la administración de tareas y a diseñar y enviar mensajes. Esto significa que el activista comunicador va a dedicar también parte de su tiempo de ocio o de trabajo en la red, al atender distintas notificaciones y alertas respecto al activismo, esto porque a diferencia de una tienda con un horario fijo de atención en sus redes sociales, la causa que persigue quizá necesite atender con inmediatez la comunicación.

En ambos casos estudiados, los entrevistados expresaron haber tenido ingenuidad respecto al alcance y presencia de la iniciativa y su *fanpage a priori*. Los activistas comenzaron a utilizar una biografía en lugar de una *fanpage* al principio. Facebook no permite que se agreguen más de 5 mil amigos por persona, y al rebasar esta cifra sugiere expresamente que se de alta una *fanpage*. Si el equipo que trabaja para Facebook como empresa observa que el perfil es de una organización y no de una persona, realiza la migración, dándole al usuario una copia comprimida de sus datos, pero borrando la historia construida en la biografía.

La diferencia entre tener una *fanpage* y una biografía va más allá del número de amigos. Se categoriza de acuerdo a sus intereses de la red social como empresa: al tener una *fanpage* la empresa de Facebook puede ofrecer la venta de publicidad o la promoción de contenidos para llegar a más seguidores. El usuario a su vez, tiene más control de las estadísticas de su cuenta, como la segmentación de sus seguidores, el crecimiento semanal, el número de reacciones a sus contenidos publicados, qué mensaje ha sido el más exitoso, así como otros datos numéricos que pueden ayudar al administrador de la cuenta a mejorar el rendimiento de su red.

Sin embargo, hay que señalar que en la práctica las cosas no son muy simples y no todas las reglas de Facebook como comunidad están escritas. Los activistas CM han observado que si publican demasiados post al día, por ejemplo, más de cinco, el alcance no es tan penetrante como cuando se publica una vez al día. Asimismo, si se deja de publicar por varios días, Facebook envía notificaciones que motivan para publicar cosas nuevas: “Hace tiempo que tus 5 429 fans no reciben noticias tuyas”. Puede decirse que a Facebook le beneficia que se produzca y se comparta información, pero tampoco está dispuesto a dejar el camino sencillo y gratuito para promover contenidos o generar comunidad.

También se ha observado que si la herramienta se configura para el idioma inglés, algunas opciones más estarán disponibles. Esto en el idioma español, catalán, francés o portugués no sucede, es decir, no se obtienen mayores opciones de comunicación en estos idiomas, lo cual puede significar que la empresa implementa nuevos objetos en la versión “original” en inglés, realiza pruebas, verificaciones y ya posteriormente implementa estos objetos en los demás idiomas.

Al final, Facebook es una empresa estadounidense y físicamente sus departamentos centrales se encuentran en esta área geográfica. Esto significa que a pesar de existir una virtualidad, una desterritorialización, y que vivimos en una época donde hay empresas que negocian con datos que no están fijos en una cultura; todas las versiones de la aplicación que no se encuentren físicamente en Estados Unidos y no utilicen el idioma el inglés son derivaciones de una versión origen.

Asimismo, hay que recordar que las redes sociales virtuales son comunidades con sus propias normas: “hacer del mundo un lugar más abierto y conectado” (Facebook, 2016) así como de propiciar un ambiente positivo de comunidad. Esto es señalado por algunos activistas como un aspecto limitante, porque la definición de *ambiente positivo* o de apertura que tiene la empresa Facebook carece de congruencia: “Pueden encontrarse fotos de animales torturados,

videos de violencia explícita, pero si un usuario te denunció un post porque aparece algo que no gusta, a veces te suspenden unos días la cuenta para revisar, según, pero lo veo como una especie de castigo” (Usuario seguidor de la Massa Crítica Barcelona, 2016).

Se dice oficialmente que Facebook se modifica según las necesidades de negocio así como las necesidades de comunicación de los usuarios. Por señalar algunos ejemplos, al inicio esta red solo contaba con el botón de “Me gusta” que un usuario podía añadir a un estado, fotografía o video, para el 2008 aproximadamente ya era posible revertir este botón, con la herramienta de “Ya no me gusta”. Posteriormente se añadió “Me gusta” a comentarios y respuestas a comentarios de una imagen o video, no solo a la imagen o video en sí. Facebook añadió la opción de incluir estados de ánimo, ubicaciones, personas, y actividades al estado o pensamiento compartido en una biografía o *fanpage*.

Otro ejemplo, en el año 2015 se ponen en fase de prueba las “Reacciones” que son opciones de respuesta a partir de la opinión de usuarios que no consideraban el botón de “Me gusta” como oportuno para todas las situaciones. Para el 2016 en toda la red social se añaden estos botones que permiten indicar: “Me gusta”, “Me encanta”, “Me divierte”, “Me asombra”, “Me entristece” y “Me enfada” o bien para latinoamérica este último es “Me enoja”.

Según los activistas CM estos cambios lo que provocan es que estemos ante una plataforma que no es predecible siempre, y que estemos aprendiendo de ella constantemente. Es probable que las empresas de software realicen estos cambios para mantener en movimiento los espacios virtuales, aunque oficialmente se manejan como mejoras y actualizaciones de las plataformas. Lo que ocasiona entre los usuarios es que deben estar al tanto diariamente de las redes, y actualizarse en cuanto a las herramientas y nuevos botones que surjan.

Hay un asunto importante sobre el activista comunicador: la mayoría colabora como administrador o editor en varias páginas, incluyendo proyectos

personales sobre la bicicleta. De los entrevistados, todos administraban al menos tres espacios o *fanpage* distintas, y más de la tercera parte estaba hasta en siete *fanpages* como administrador. Esto habla sobre cómo las redes sociales van funcionando como espacios donde el individuo pone a prueba sus capacidades de comunicación, y cómo posteriormente se abre camino para generar otros espacios con discurso propio. Asimismo, también esto muestra cómo al aprender estas habilidades, el activista va sumando su participación y trabajo en varias iniciativas.

Sobre lo anterior, hay que señalar que la misma plataforma de Facebook muestra en un menú personal las distintas páginas que un usuario administra. Esto para que el usuario sepa qué cuenta está utilizando y que pueda acceder a los espacios más fácilmente. Este camino de clicks es sencillo y se puede ir de una *fanpage* a otra mediante unas pequeñas pestañas que muestran los perfiles, pero los entrevistados también opinan que por esta misma sencillez y por un descuido, ha habido ocasiones que han mezclado publicaciones personales en páginas que administran y viceversa.

Lo anterior se relaciona con lo que Turkle (1985),(1997) menciona sobre el desarrollo de identidades en Internet, que si bien ya no se está hablando de un cambio de personalidad o de usurpación, es a partir de la confusión de estos canales que los activistas reflexionaron acerca de lo distinto que es ser portavoz de un grupo y de la información que deseaba compartir con su red de amigos personal. Este aprendizaje también ha ayudado a los activistas a ver que el trabajo de comunicación en una causa tiene dificultades y esfuerzos propios de cualquier empresa, por ejemplo, los de una revista comercial y aunque con una estructura más flexible, no se salva de tener una línea editorial correspondiente a los objetivos de la iniciativa.

6.2 La revolución no será motorizada pero sí digital y cotidiana

Como se dijo anteriormente, los usuarios expresaron no haber previsto el alcance de Facebook. Pero el uso de las redes sociales tuvo efectos en su vida personal cotidiana y en su entorno:

Al principio sacamos una cuenta de usuario personal, yo ni tenía Facebook, utilizaba la misma [cuenta] para publicar mis canciones favoritas, para opinar en foros y en publicaciones de amigos. Me parecía normal, no creí que en algún momento nos fueran a agregar tantas personas. Cada viernes después de la *massa*, se veía cómo teníamos un montón de solicitudes de amistad. Facebook nos iba enviando avisos de que la cuenta debía trasladarse a un *fanpage*, de que respaldáramos cambios y que pronto rebasaríamos los 5000 amigos, nos iba a avisando y al final la migración tuvo que ocurrir (Adriá, 2016).

La diferencia entre tener un *fanpage* o utilizar una cuenta como si la "massa" fuese una persona, es que mediante la biografía de una persona, tiene acceso a la info de todos los amigos y la *fanpage* no. Un participante les comentó que esto no estaba bien, porque se invadía la privacidad de los *masacriteros* en el nombre de la causa, comentario que los puso a reflexionar sobre qué tan ético era el tratamiento que estaban dando a ese medio y lo frágil que era involucrar intereses personales no relacionados con el movimiento:

Si a algunos chicos les gustaba alguna chica que había ido a la *massa*, se ponían a chafardear su perfil, lo cual no molaba para nada, pero estas cosas suceden por descuido e ingenuidad, porque aún no conoces cómo funcionan estas redes además del aspecto técnico, pero estuvo bien, porque te pones a pensar en lo ético, en quién eres cuando eres la *massa* (Adriá, 2016).

Al mismo tiempo los activistas comunicadores expresaron que también gracias a las redes sociales les resultó sencillo darse cuenta hasta qué punto se sentían bien al expresarse como colectivo o como individuos, porque a exponer su

discurso ante distintos grupos y personas, recibían retroalimentación que les ayudaba a la autocrítica.

En ambos grupos estudiados, los community manager opinaban que tenían que dar el paso de migrar a una *fanpage*, lo cual a algunos participantes les parecía ambicioso: “Lo hicimos, además después nos dimos cuenta que así sabríamos que tendríamos control de nuestras estadísticas y de administrar nuestros contenidos” (Caro, 2015). Esto habla también del carácter de autoaprendizaje que tuvieron las redes sociales para los colectivos:

Era como volver a empezar de cero, pero sucedió y ahora hay varios administradores, lo cual está super bien, cuando empiezas a echar a andar la Massa como nosotros en el 2009, te sientes indispensable y piensas que otros no lo podrán hacer, pero también es bueno el relevo, que la gente aprenda a publicar y hacerse cargo, que entre gente nueva con nueva energía (Caro, 2015).

Lo anterior ayuda a comprender también el aspecto de autoorganización que tienen los grupos activistas, y como esta organización es más compleja que cada individuo. El dar acceso a las redes sociales y la capacidad de organizar los grupos a personas “nuevas”, también indica cómo los grupos activos en movimientos sociales tienen ciclos distintos de vida y que al paso del tiempo, a sus objetivos generales como grupo se les añaden otros objetivos específicos o temporales.

Hay que decir algo sobre la participación online y offline: no todos los que van a la massa ven el Facebook. Es decir, tiene una función, pero no sostiene por completo la organización. Alejandra menciona al respecto: “Parece que ahí está todo, pero no es así, esto no habría que perderlo de vista”. Al menos en este caso, el evento publicado en la red de la Massa Crítica Barcelona no determina el consenso anteriores a Facebook, aunque si no se publica con días de anticipación reciben mensajes preguntando si habrá paseo o no: “es de los pocos eventos de Facebook en los que va más gente de la que dice que va a ir.

Para mí esto es super representativo. Las redes sociales están muy bien, pero como es una cosa muy establecida, la gente no lo duda” (Alejandra, 2016).

La primera vez que alguien se convierte en administrador de una página web o de una red social que representa una causa, se experimenta una sensación de poder y responsabilidad que desata la creatividad. Además de los objetivos principales de la agrupación a la que se apoya, también comienzan a generarse ideas nuevas.

Hay que palpar la comunidad, que es parte de la comunidad que ya conoce pero en una faceta distinta. Aquellos mismos que encuentra pedaleando a su lado en una masa crítica, hombro a hombro, también les encuentra en la red atacando los contenidos que comparte o dando *unfollow* a la página.

A veces hay que dedicar unos minutos a las redes en momentos inoportunos. Quizá hay una *lluvia de tweets* o una publicación de un tema que hay que atender inmediatamente. A veces el activista tiene que dedicar algunos ratos de descanso de su trabajo para dedicar tiempo al cicloactivismo. Otras, hay que decirlo, discutirá algunos minutos mediante un chat con sus otros compañeros que también son administradores o editores de las páginas:

- ¿Publicaremos el evento que organizan los Girona?
- En mi opinión, no tiene nada que ver con la massa
- En la mía sí
- Al final es un evento deportivo, si quieres publícalo pero me parece que es una competición como cualquier otra.
- Pero apoyan a algunas asociaciones pro bici que no?
- A cuáles?
- Lo pone en el flyer
- Como queráis, no pasa nada tampoco si les ayudamos con la difusión pero creo que ya tienen pasta para eso, están apuntados 4 mil.

En cuanto al impacto del activismo digital en el activista comunicador, hay que señalar que sus hábitos y desplazamientos digitales se transformarán incidentalmente. Para comunicar debe saber un poco de todo: diseñar publicaciones, cortar, ajustar colores, preguntar por la fuente original de un contenido, etiquetarles y agradecerles. Usar los hashtags que ayuden a localizar este contenido en todo el mundo. Pensar varias veces si esa noticia que va a compartir es trascendente, si no es demasiado morbosa porque algunas fotografías que puso el periódico son muy explícitas, pensar incluso si la noticia es real, porque en la red abunda la prensa troll o *fake*. Preguntar a los colegas en el chat: ¿Lo programo? Es decir, construir su propio *gatekeeper*.

El CM también tiene que responder preguntas: ¿cuándo es la próxima masa? ¿habrá masa este viernes?, ¿es obligatorio llevar disfraz?, ¿puedo llevar a niños pequeños? ¿Cuándo son los paseos y dónde? Hay que tener paciencia, porque aunque la filosofía de la Masa Crítica implica que la masa ocurrirá en la fecha pactada, esté quién esté, las personas lo preguntan más de diez veces al mes. *Sí, cada primer viernes de mes hay masa crítica, o en MXLiBiCi, lo de siempre: Hola, te dejo el enlace a todos los paseos mensuales.*

Lo anterior muestra un aspecto de la acción colectiva que se vió en el apartado *¿Por qué el ciclismo urbano es un movimiento social? (O por qué no lo es)* del capítulo II, se ha visto que las agrupaciones activistas tienen algunos obstáculos relacionados con la apatía, la falta de implicación de las personas, dificultades para organizarse y que además, existen distintos grados de participación. Se ha dicho que en el ciberespacio era común encontrar el *clicktivismo* que puede brindar la falsa sensación de participación pero también se ha dicho que este aspecto era discutible, porque no todas las personas tienen la posibilidad de participar del mismo modo.

En la clasificación de tipos de usuarios del apartado *Usuarios y comunicadores* del capítulo IV se ha descrito cómo algunos roles, aunque parezcan habitar solo en

espacios online, son importantes para la creación de comunidades y espacios de discusión en las redes sociales. Por lo que, el activista que es comunicador tiene que ser una especie de nodo que una a dicha comunidad.

Después de este cuidado, filtros, autoedición y publicación, el trabajo de comunidad que se construye a partir de la interacción y contenidos puede ser perturbado por algunos sucesos. Una agrupación puede haber trabajado a detalle un plan de comunicación, haber generado empatía y espacios con libertad para discutir entre ciclistas, pero si la prensa u otro medio con suficiente alcance publica una obra incívica de un ciclista, las generalizaciones y expresiones de odio no se hacen esperar. Twitter es la red de la inmediatez, donde una *lluvia de twitts* puede ayudar a una comunidad, pero también perjudicar la imagen de una.

– Los de Rock&Ride han subido el video del Passeig de Gracia a su Facebook.

– Yo no vi, que pasó?

– Se fueron a tope en el trasbordo del metro y había algunos peatones, lo grabaron y lo subieron 🤖

– A ver no le veo lo de malo, yo salgo con los de Rock&Ride y nunca hemos faltado el respeto a nadie.

– Sí pero esto es la calma antes de la tormenta. Aunque es una gamberrada y todos hemos hecho alguna, te aseguro que el video este va a dar de qué hablar y al final los ciclistas la llevamos.

– 😞😞😞😞 no estoy de acuerdo...

Al trabajar para una causa, creer en ella, dedicar tiempo y esfuerzo, informarse y buscar empatía, los activistas pueden experimentar sentimientos de fracaso por el ataque de personajes anónimos que le amenazan o le categorizan, y puede sentir también que en algunos momentos estos ataques generan discusiones internas entre sus compañeros que en apariencia, afectan a la cohesión como equipo comunicador. Sin embargo, estos sucesos son

importantes porque “sacuden” el panorama que los activistas tienen de su trabajo.

En el lenguaje de la red, es importante analizar que los usuarios se han habituado al uso de figuras retóricas de metonimia como “evento”, “me gusta”, “share” o “compartir”. Se sustituyen términos por otros que condensan varias frases o causalidades, y esto también se relaciona con la brecha digital, y con el hecho de que en la red existe una comunidad con su propia jerga. En el caso de las iniciativas probici hay además el vocabulario ciclista, por lo que estamos ante una serie de experiencias que llevan al cicloactivista digital a estar obligado a conocer los términos y sus significados. Aunque, también es muy probable que conozca todos estos términos y los esté obviando, y le parecen tan cotidianos que pudiera no estar comunicándose claramente con las personas no tan integradas a la comunidad probici.

Este aspecto es importante porque señala la propia ventaja y desventaja de la red: los cicloactivistas pueden localizar fácilmente las temáticas en las que están interesados gracias al hipertexto y a los buscadores de contenidos, pero también se encuentra ante una especie de esfera que solo los que la habitan la entienden, haciendo a un lado a los interesados en el mundo del ciclismo urbano pero que cuentan con poco bagaje cultural al respecto.

Además, los algoritmos van recogiendo nuestros datos de búsqueda e interés, mostrándonos información que nos agrada, noticias de temáticas ya exploradas, por lo que existe un cicloespacio o cicloesfera virtual en el que la bicicleta habita. Este cicloespacio no es exclusivo del tema de la bicicleta, sino que le ocurre a cada internauta: su opinión sobre los contenidos de Internet en realidad se encuentra reducida a sus costumbres de desplazamiento digital. Por lo que el activista comunicador debe estar consciente de que aunque él reciba un gran porcentaje de noticias sobre movilidad y bicicleta, las personas que no conocen el movimiento o no empatizan con este, no reciben estos mismos datos:

Yo en cuanto a los medios de comunicación y redes sociales soy un poco escéptica, porque a veces somos nosotros mismos, no sé yo lo he hablado con gente, al final somos los mismos en los eventos de bicis, y en las redes los comentarios positivos vas viendo que se repite quiénes son. Eso, creo que hay que organizar actividades para traspasar ese circulito, porque los que estamos en estos temas lo sabemos y lo vemos, pero en mi oficina nadie se enteró por ejemplo del video de los de Rock&Ride en el metro, que pensamos iba a afectar negativamente a la comunidad ciclista, pero al final la mayoría de la población no estaba enterada (Alejandra, 2016).

Alejandra aporta una propuesta muy importante respecto al activismo digital y el cumplimiento de sus objetivos: llegar y compartir con aquellos que no están en el mismo espacio temático, tal como ha ocurrido antes de Internet.

Hay que mencionar que la capacidad de reacción ante eventos que afecten las iniciativas es importante: una agrupación que reivindica una causa debe expresar su postura o las posturas que se encuentran en ella, con honestidad, claridad y sin temor a la vulnerabilidad. Esto ayuda a construir un diálogo, a tener un punto de partida y no retoma algunas formas de cultura política que pretenden desdibujar los aspectos negativos. Al final, las agrupaciones están formadas por personas y estas personas tendrán algo que comunicar, incluso en momentos de crisis.

- ¿Ya vieron quién comentó el video de los consejos ciclistas?
- Un don, pero quién es?
- Es el que andaba atropellando a una *morra* el día del paseo y que tuvimos una “discusión” en la calle porque el señor decía que él estaba en su derecho porque iba en su *troca*.
- No manches ¿Y resultó ser papá del Ernesto?
- 😁 Sí jajaja y el Ernesto comentó “ándale, mira este video porque luego si atropellas a algún ciclista podría ser yo”.
- A ver, voy a fijarme...
- El señor todavía contesta! Dice que fui grosera con él, y sigue de mulo, dice

que su derecho está por encima del mío, que su carro no puede tener menos derechos que mi bici 🙌, ayyy nooo jajaja.

– Ya ni le muevas. Hay gente con la que se puede discutir, pero desgraciadamente hay gente con la que no, este es el ejemplo.

– Pues sí, el problema es que Chicali [Mexicali] tiene miles de señores como este.

Esto habla también de los límites del diálogo. En un sentido purista, puede decirse que a través del diálogo pueden resolverse muchos problemas. Pero un activista, aunque se ofrezca a la negociación y a las vías pacíficas, no siempre obtiene la misma reacción por los detractores. Al comunicarse por las redes sociales, sobre todo por su carácter de inmediatez, se encuentra con personas que le perciben como un intruso o transgresor de la normalidad.

Por otra parte, hay que decir que el activismo ciclista en la red es un espacio interconectado. Muchos CM son participantes de otras iniciativas y atienden otras *fanpage*. Esto resulta beneficioso para el movimiento, porque sus comunicadores o quienes se hacen voluntarios para administrar webs y redes, están en contacto directo con fuentes primarias de información, por lo que se ahorran esfuerzos al estas personas ya tener contenidos novedosos o estar al tanto de las noticias a primera hora:

– Hola chicos, he publicado un nuevo vídeo de Ciclista Rodando sobre mi juicio con el taxista por si queréis compartirlo.

– Hostia Jonathan, ¿cómo va aquello?

– Sí hombre, si necesitas apoyo o algo, una birra! Jajaja o que hagamos barrera humana 🙌

– Bueno, ha sido cansado y lento pero ya va. Gracias chic@s

– Vídeo compartido 👍

– ¡Gracias Laura!

- Para que no se junten, programo entonces para la tarde la animación del viernes de Dibuja y Pedalea, muy chula por cierto 😊
- Gracias jejeje ❤️
- Ok, por mi bien
- Vale, y a eso de las 18h publico el evento de Massa Crítica Granollers, Alex me lo ha pedido y creo que necesitan apoyo en la difusión.
- Dale
- por cierto, quién se anima? Para los que no conozcan Granollers está muy bien conocerla en bici. Yo cojo el tren para acercarme.

El trabajo del cicloactivista CM también tiene algunas contradicciones. Hay que recordar que cree en la filosofía de la xerocracia, en la que la información debe estar en el poder de todos. Sin embargo tampoco es muy práctico que sus 5 mil u 8 mil seguidores en las redes sean todos administradores de la página. Si hay alguien nuevo en la participación, se le agradece la ayuda pero también se le trata con cautela: esto no por motivos personales, sino por la desconfianza que pudiera generar que la persona nueva publique información que pudiera perjudicar o desviar la iniciativa. Al mismo tiempo, también se espera que cada integrante nuevo añada nuevas ideas.

Adrià fue el primero en echar a andar el Facebook de la Massa Crítica Barcelona, ahora lo ha dejado en manos de otros seis voluntarios.

- ¿Echas de menos ser community manager de la massa?
- A veces sí, estuve muy activo, yo ni siquiera tenía cuenta personal y cuando no sabía utilizaba esa para todo. Ahora nada, estoy muy ocupado, ya no puedo dedicarle la energía y entusiasmo del principio, pero es que es lo que toca, no es nada malo, es como sigue su curso.
- ¿Te pasa que encuentras artículos o material que se antoja para compartirlo en ese Fanpage?
- hahaha claro, encuentro cosas que digo, mmm estaría bien además que sé que hay casi ocho mil personas que pueden leerlo, pero está bien. Es como un bebé, aunque yo no inventé el movimiento de Critical Mass, vi cómo surgió y nació todo, lo veo así, pero el bebé ya camina solo.

La experiencia de Adrià es importante para conocer un aspecto del que se habla poco en las acciones colectivas: las emociones a partir de la construcción de la memoria. Estas se construyen a partir de éxito y experiencias de un proyecto que marcan la vida de una persona, pero también hablan de cómo, que no es el caso de Adrià, pudieran generar apegos en participantes que pudieran apropiarse de los canales de comunicación: de sobreproteger al bebé y no dejar que crezca con otras personas.

Por otra parte, el siguiente testimonio explica muy bien lo que ya se conoce de manera abstracta: cómo la comunicación en Internet ayuda a crear conexiones entre aquellos activistas que están presentes en la red y cómo a su vez esto le da carácter global:

Yo en Londres estuve con mi hija, y adapté mi viaje a las fechas de la masa con mis vacaciones para cuadrarlo, lo vi en las redes, y gracias a esto conocí a personas de España, como once o doce y me reuní con personas de la masa que vivían allá, contactándolos por la web y redes sociales, y seguimos en contacto, aunque solo nos hemos visto ahí. Una masa muy grande, imparable, pasaba la policía, y ellos pasaban. Así que fui a la masa, fui de vacaciones, hice amigos y gracias a ellos conocí lugares donde comer. Una chica de la masa nos llevó al museo de Londres, y vimos obras de Vincent van Gogh. En conclusión es una manera de hacer amigos diferente, y me doy cuenta que la masa de Barcelona, que a veces viene de fuera y quiere conocer gente, buscar alojamiento, trabajo, conocer la ciudad.... es que es un movimiento mundial. (Juan Carlos, 2016)

Por otra parte, en el capítulo I en el apartado *Cibercultura y comunicación interpersonal*, se ha hablado sobre la relación entre el cuerpo y la tecnología, y concretamente aquellos señalamientos que realizó Don Ihde sobre cómo las personas compensan las limitaciones de un medio en comparación a una interacción cara a cara (Ihde, 2004) en el caso del activismo esto se convierte en un tema que requiere de discusión. Los activistas comunicadores tienen que desarrollar habilidades de socialización con personas que no han visto en persona y de las que a primera vista no conocen muchos datos de éstos.

En un foro por ejemplo, lo más visible es el nombre y el avatar del perfil, que no siempre son reales o no brindan demasiada información sobre el usuario con el que se conversa. Asimismo, también tiene que saber expresar el entusiasmo que siente por los objetivos del colectivo al que pertenece: es común que durante las actividades probici se exprese con emotividad y pasión, pero que en las redes la información sea más estática. En este sentido, el uso de fotografías, video, y descripciones de impresiones personales sobre distintos eventos, así como el mostrar la pluralidad de opiniones puede ayudar a compensar la ausencia de la comunicación cara a cara.

En cuanto al acceso a la red, muchos activistas sienten mayor necesidad de estar conectados y de combinar sus actividades offline con las online. Esto sobre todo para mantener comunicación inmediata con otros participantes, para capturar momentos que le ayuden a documentar y por lo tanto promover el uso de la bicicleta, así como para estar al tanto de lo que sucede en su ciudad respecto al tema de movilidad. Esto significa que los activistas van adaptando sus hábitos en la red pero también sus posibilidades de acceso:

Cuatro gigas [gigabytes] no alcanzan, recuerdo que antes con uno tenía suficiente. Pero si quiero transmitir videos en vivo, si quiero enviar cosas importantes como cuando lo del accidente, era necesario capturar todo en video. Contraté un plan de datos móviles más relajado, aunque me costaba más, y estoy pensando en contratar uno ilimitado, porque no se puede estar preocupado porque te quedas sin conexión en momentos importantes (Jonathan, 2016).

Al respecto, hay que señalar que el smartphone representa un avance en cuanto a la difusión en directo de muchos eventos, pues antes muchas actividades solo podrían realizarse en un ordenador en casa. Sobre todo en el activismo probici, hay que señalar que muchos participantes y activistas buscan la manera de ir más seguros y cómodos en la bicicleta y de no utilizar las manos para sostener sus dispositivos, ya sean teléfonos, cámaras o equipo de música.

De este modo, a las actividades se suman artefactos que sostienen el smartphone o la cámara, características como el hecho de que cada vez hay dispositivos más pequeños o más ligeros, así como la función de manos libres, dictado libre o el uso de aplicaciones con funciones de asistente personal, que poseen voz y personalidad.

En un sentido filosófico, como lo han explicado, Le Breton (2007), Ihde (2004) y Baudrillard (1978), las relaciones del cuerpo con la tecnología son complejas, y el ser humano ha creado extensiones de sus capacidades y de la naturaleza a partir del pensamiento racional y además, esto ha producido significados diversos en cada cultura y en cada época.

Respecto a las tecnologías, hay que sumar una reflexión importante sobre el cuerpo, la bicicleta e Internet. Estos tres elementos representan una contradicción: una tecnología creada hace 200 años, que sustituyó en su momento a un animal de carga y transporte, y cómo se relaciona ahora con una tecnología militar popularizada que se basa en el acceso e interacción de datos.

La primera tecnología necesita del cuerpo para transportarse y además le transforma, la segunda está originada justamente en la virtualidad del cuerpo y el pensamiento, y en cómo no es necesario el cuerpo para comunicarse a grandes distancias. Es importante observar que ahora ambas tecnologías son vistas como dos herramientas que ayudarán a recuperar los espacios que fueron construidos para otra máquina: el automóvil. Estamos viviendo una época de búsquedas para que los espacios sean pensados y reconstruidos de nuevo para el cuerpo: el peatón.

7. CONCLUSIONES

En este capítulo se desarrollan las conclusiones del estudio, y del método utilizado, pero también se agregan algunas reflexiones sobre el método, la labor investigadora, y se proponen algunas líneas de acción.

7.1 Entender cómo se pedalea en la red

El movimiento se compone de distintas iniciativas probici que se encuentran conectadas a partir del uso de la red como parte de sus herramientas de organización y comunicación. Dichas iniciativas tienen conexiones locales y globales, y comunican sus estrategias entre sí.

Actualmente a las acciones colectivas les caracterizan procesos comunicativos en los que la red está implicada de manera importante. En el ciclismo urbano, el acceso a las tecnologías de la comunicación, la capacidad de organización no presencial, y las estrategias de difusión han aumentado, pero también surgen roles nuevos en el activismo: el *community manager* o los moderadores de foros, que requieren de un nivel alto de organización y de confianza. Aunque las redes sociales están ubicadas en plataformas y aplicaciones intuitivas para los nativos digitales o personas que al menos tienen varios años en las redes y entienden sus dinámicas, estas requieren también de un nivel medio o alto de especialización.

En ambos países se puede hablar de una especie de cicloespacio virtual, un espacio de información interactiva que se comparte entre estos usuarios y grupos de colaboración, como chats o foros. En las entrevistas, los cicloactivistas están conscientes, en menor o mayor grado de que el movimiento es tanto local

como global. Algunos de sus participantes han naturalizado el hecho de que el movimiento tenga encuentros internacionales o que los lazos entre otros colectivos parecidos al suyo se encuentren en distintas partes del mundo.

En un gran tour por dicho cicloespacio virtual, la información especializada sobre ciclismo urbano pudiera parecer abundante, pero en las publicaciones de ambos grupos, pertenecientes a ciudades distintas, se mantiene una similitud con el tipo de artículos compartidos desde sus plataformas. Hay que señalar que en ocasiones, dichos artículos no se encuentran en castellano, catalán o inglés, sino en idiomas menos conocidos en México o España, como ruso o árabe, pero igual se realizan interpretaciones y se interactúa a través de sus imágenes y videos.

Una diferencia entre la Massa Crítica de Barcelona y MXLiBiCi, es que el primero no dirige todos sus esfuerzos en persuadir del uso de la bici, pues la mayoría de los miembros virtuales son ya parte del movimiento o acostumbran ir a las bicicletadas. En Mexicali en general, es una lucha diaria por educar y convencer: la mayoría de los miembros virtuales no son ciclistas y son incluso detractores del movimiento.

El movimiento ciclista urbano se manifiesta en la red con iniciativas distintas que a su vez se expresan en la variedad de contenidos que se crean, publican y se comparten: textos, pictogramas, videos y otros. Los participantes mantienen comunicación por distintas plataformas, pero no todos ellos dedican tiempo a las redes o al ciberactivismo.

Es común que muchos de sus integrantes formen parte de otras iniciativas relacionadas con la ciudad, el cuidado mediambiental y la movilidad. El que se encuentren inmersos en distintos movimientos ajenos al ciclismo no desvirtúa o desintegra a los grupos, sino que ciertos activistas y participantes integran subgrupos temporales que están atentos a otras preocupaciones sobre su comunidad y se aprovechan los lazos y redes existentes.

Internet representa un espacio virtual que da forma a muchas actividades de la vida diaria del movimiento. A su vez, los usuarios pueden generar espacios para organizar y hacer pública su agenda, así como puntos de encuentro, debate y entretenimiento.

La cultura de la bicicleta es construida de diversas formas en cada comunidad y sus espacios virtuales también representan esta diversidad. Esto también se relaciona con las necesidades de comunicación de cada grupo. En el caso de , MXLiBiCi, la cual tiene más paseos ciclistas de distintas categorías (montaña, turismo, ecoturismo, etc.).

Las distintas manifestaciones de la ciclocultura describen el momento que vive cada colectivo en el movimiento y capacidad de actuar. El movimiento probici tiene carácter local y global conformado por distintas iniciativas que varían según la comunidad donde se desarrolle y por lo tanto tiene diversos conflictos, relacionados con las necesidades específicas de movilidad en cada cultura.

En los casos estudiados, el ciberactivismo tiene estrategias que hacen de un movimiento de carácter espontáneo, un conjunto de iniciativas bastante organizadas. El trabajo voluntario que se dividen los participantes para trabajar por comisiones, se asemeja a las funciones de organizaciones más formales, aunque no tan estructuradas ni verticales.

Estas agrupaciones impactan en la percepción de la ciudad tanto desde los contenidos multimedia compartidos, los foros de discusión, como por las actividades que propone para vivir.

El uso de las redes sociales como Facebook, puede ayudar a las agrupaciones probici a construir *branding* y *comunidad* como sucede con cualquier empresa o entidad: llegar a mayor cantidad de usuarios, invitar a los simpatizantes a participar e involucrarse, generar una buena reputación y confianza, que son

parte de los aspectos importantes para tener presencia en el ciberespacio y fuera de él.

La figura del *community manager*, aunque en esta época sea considerado aún un trabajo intuitivo, es importante porque es clave en la construcción de vínculos locales y globales. Aunque en un principio el *branding* de un colectivo, es decir la generación de la “marca” no está encaminados a las ventas, muchas de las herramientas del marketing digital son aplicables al activismo digital.

Una de las grandes ventajas del activismo digital, es el poder compartir espacios no físicos de trabajo. Esto permite que las personas que tenían impedimentos para colaborar lo hagan con mayor facilidad. Estos espacios de trabajo móvil también disminuyen los recursos económicos y el tiempo invertido. Se ha hablado antes de las delimitaciones como medio y espacio de comunicación, por lo que el activismo en esta época está al alcance de más personas. Un mismo movimiento reúne y organiza mediante la red a personas que tienen distintas interpretaciones de un objetivo para mejorar su ciudad.

La reflexividad sobre el ciberactivismo también conlleva algunas contradicciones: el uso de las redes sociales para el activismo resulta paradójico en gran parte por los objetivos comerciales de las empresas de software. El uso de datos personales, información sobre las actividades y rutinas digitales de los usuarios para poder vender grandes bases de datos a terceros. Facebook es una corporación, y entendiéndole desde el ciberespacio, es una red compuesta de muchas comunidades que se rige bajo las reglas que tal corporación ha establecido.

Sin embargo, los activistas forman parte de la integración de las herramientas digitales a su comunidad, pues como se mencionó en el capítulo II, las tecnologías atraviesan procesos por los cuales las personas les adaptan y encuentran un lugar útil en su vida, aunque el diseño sea pensado para ciertos usos específicos. Es decir, aunque los activistas están bajo la lógica de grandes

corporaciones, ellos interpretan y construyen las tecnologías desde su uso y apropiación.

La bicicleta es un objeto que permite el desplazamiento entre lugares a partir del mismo usuario como motor, e integra nuevos espacios de socialización, nuevas prácticas culturales y reintegra la movilidad con el cuerpo, así como la construcción y apreciación del espacio urbano. Internet por su parte, integra otros desplazamientos más abstractos pero que armonizan con la movilidad urbana no motorizada, pues permite espacios nuevos de interacción y nuevas prácticas culturales o bien, realizarlas de forma alternativa.

Mexicali y Barcelona son ciudades que difieren tanto en cultura como en las etapas que vive el movimiento ciclista urbano en cada una, pero que encuentran puntos de reflexión bastante similares. Empezando por el hecho de que la mayoría de los simpatizantes y activistas son jóvenes y que utilizan la red para organizarse. Se encuentran también las diferencias propias de cada contexto: que Barcelona tiene más años impulsando y estudiando el uso de la bici como parte de la movilidad, por lo que los activistas realizan labores de celebración y persuasión para invitar a más personas.

En el apartado *Lo que hacen aquí y allá* del capítulo V, se comparan estas etapas y se contextualizaron de acuerdo a la idiosincrasia del movimiento. Estas etapas no son estáticas y de ahí es que se ha añadido una etapa más a la tipología empleada por Blumer, la de *Réplica y Retorno*. Porque a partir de que los activistas habitaron las redes sociales para crear comunidad tuvieron fronteras más porosas entre ellos, por lo tanto, grupos activistas de distintas culturas comparten pedazos de historia reciente y revisan las experiencias de otros grupos para aprender y adaptar soluciones a los problemas que enfrentan.

Mexicali, como otras ciudades de México, se enfrenta a más tareas pendientes, sobre todo con temas de seguridad y de infraestructura, por lo que las iniciativas probici que predominan son de cabildeo y del impulso de reformas a

leyes ya existentes. Esto se manifiesta en las redes sociales virtuales mediante la denuncia sobre la distribución de poder y la identificación de casos específicos de corrupción.

En Barcelona, que vive otra etapa en el activismo ciclista predominan las iniciativas orientadas al arte, acciones cotidianas y detalles muy específicos sobre la normativa, se manifiestan más en lo audiovisual y en el debate entre grupos abiertos y privados. Es decir, mientras los activistas de Mexicali luchan por una infraestructura diseñada en el peatón o en el ciclista, Barcelona lucha porque esta se mejore y se siga desarrollando.

Además, durante muchas entrevistas hubo un tema que estuvo presente y que resulta importante compartir: los activistas que tienen más tiempo participando afirman que es necesario que dentro de la agrupación se compartan tareas y roles, y que una misma persona no ejerza la misma labor durante tiempo prolongado. Estas apreciaciones de la cantidad de tiempo son personales, pueden referirse a meses o años según el entrevistado en cuestión, pero nos hablan de la necesidad de que los liderazgos o coordinaciones no sean ejercidos por las mismas personas.

Se mencionan dos aspectos importantes: el agotamiento y la posibilidad de entrar en un ciclo donde no hay ideas nuevas o personas nuevas que se integren a las acciones colectivas. Esto ayuda a pensar en general, no sólo en las asociaciones no estructuradas o los colectivos más “punky”, sino en la forma en que estamos organizados como sociedad y el impacto que tiene el poder en la vida personal de las personas, sobre todo si se trata de voluntariados.

Hay que mencionar que las experiencias de los activistas también apuntan hacia la construcción de conocimiento desde el trabajo en equipo no jerarquizado: en el movimiento ciclista urbano existen mecanismos de debate y pluralidad, aún existiendo participantes más radicales o constantes que otros. Tanto en Mexicali como en Barcelona, los grupos tienen desacuerdos frecuentemente, pero la

cohesión sigue presente.

Respecto al antagonismo entre vehículos motorizados y no motorizados, tan representado en memes, viñetas y bromas virales, así como fuente de discusiones en las redes, habría que apuntar a que una mala planificación urbana es la que merma la armonía en la convivencia. En este, como en otros casos, el activismo digital debe funcionar como un engranaje que demuestre que es posible ver, participar y configurar el cambio social.

7.2 Propuestas para grupos y asociaciones probici

Hay que señalar que tanto España como México, tienen compromisos internacionales con los Objetivos Mundiales, que también son conocidos como Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, y uno de ellos apunta: “lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles” (PNUD, 2016). En este apartado se comparten algunas líneas de acción que son resultado paralelo de las observaciones y conclusiones de esta tesis.

Es necesario un manual de cicloactivismo que oriente a las personas que desean colaborar en el movimiento. Mexicali tiene fermento social, entusiasmo, pero carece de algunos mecanismos claros para la organización de iniciativas. Aunque durante el 2017, hay que señalar, como se ha dicho en el apartado de *La ciudad que capturó al Sol, pero no quiere ser un pueblo bicicletero* que la ciudad presentó características distintas en cuanto a la cultura de la protesta.

Es necesaria la difusión sobre la normativa de tránsito, orientada a usuarios de la bicicleta pero también a motociclistas y automovilistas. Este manual puede servir temporalmente para la educación vial, mientras se implementan pruebas más integrales para la obtención de la licencia de manejo y se integran temas

novedosos a la educación básica en el colegio.

Las redes sociales virtuales son plataformas que brindan datos que pueden ayudar a conocer la percepción de los espacios físicos de la ciudad. En este sentido, las iniciativas pueden empezar por aspectos sencillos, como el mapeo de rutas de transporte público.

Por lo anterior, las ideas para implementar algún sistema de comunicación que permita compartir y obtener datos de movilidad, y que a su vez puedan ser utilizados para el desarrollo de políticas públicas, así como intercambiar experiencias en distintas culturas.

Las planificaciones urbanas trucas o que no funcionan no tienen que ser desechadas en su totalidad. Para intervenir en proyectos fallidos de Mexicali es necesario tener estrategias en las que se contemple el urbanismo táctico, y proyectos de autogestión, que consideren las necesidades de movilidad y comunicación. Esto significaría dejar atrás el paradigma de ciudadanos que votan cada cierto tiempo y apropiarse de significados relacionados con el sentido de comunidad, con capacidad de actuar y de crear.

En Barcelona y en ciudades donde exista un movimiento consolidado, es necesario un documento que retome las iniciativas probici que han tenido éxito y cómo la ciudad se ha apropiado de ellas. Esto ya realizó en otras ciudades como Ámsterdam o Copenhague: la documentación y difusión de los cambios en movilidad y urbanismo son desarrollados tanto por activistas como autoridades.

El activismo probici necesita reconectar con aquellas personas que no utilizan las redes sociales o que no tienen acceso a ellas. Asimismo, necesita generar enlaces hacia las generaciones más jóvenes. Esto es importante porque el acceso a la información es un derecho, que para poder ejercer se requiere, irónicamente, también de información.

Aquí es posible tanto hablar de la información pública como de conocimientos generales. Saber cómo se utilizan los recursos públicos, saber qué proyectos se diseñan y se desarrollan en nuestra ciudad, así como los cambios realizados leyes y reglamentos, son cosas que ayudan a que las personas sean partícipes (y puede decirse, vigilantes) de las acciones de las autoridades.

En muchas ocasiones esta información se encuentra accesible pero no publicada, o bien, se publica pero no de modo amigable para cualquier usuario. Aquí el ciberactivismo contribuye en la selección e interpretación de datos arrojados por estudios que todos pagamos mediante impuestos.

El trabajo de comunicación para el activismo no debe excluir la difusión y organización en medios no digitales. Los carteles, octavillas y folletos aún cumplen una función importante de permanencia y de usabilidad con un sector de la población que utiliza poco Internet. Aunque la penetración de la tecnología en la población es cada vez mayor, no todos los usuarios desean realizar desplazamientos en la red que encaminen a buscar iniciativas sociales o participar en acciones colectivas para su ciudad.

Por ello, es necesario también un activismo que busque una interacción que desafíe los huecos de la brecha digital y promueva la participación online y offline. El tipo de *gadgets* y plataformas que tiene la red, podrían estar fomentando la individualización y a que existan escasas experiencias de comunicación con aquellos que no tienen acceso o que no lo tienen frecuentemente al ciberespacio.

Las personas poseen un smartphone, un ordenador, un portátil, una tableta, todos conectados con una sola cuenta. Los accesos múltiples en un mismo aparato no son comunes, más que en sitios públicos como bibliotecas y salas de Internet. El aspecto de compartir los dispositivos se ha descuidado en el activismo digital, pero hay que señalar que la misma tecnología no facilita el

uso colectivo: los sim cards, el bloqueo con contraseñas, el uso de huellas digitales para acceder al software, entre otros, predisponen un uso personal.

Además, en relación a la visión crítica de Internet; es cierto que hay implicaciones comerciales de las empresas que son propietarias de las interfases y que estas contradicen algunos activismos. Es importante que se reconsidere que a pesar de ello, es en las redes sociales donde se encuentra cada vez más gente, y donde puede encontrarse un espacio para la discusión y el alcance a más personas. Los activistas pueden generar espacios de comunicación, pero deben sobre todo acudir a dónde están las interacciones.

Los participantes de las distintas iniciativas que conforman el movimiento necesitan conectarse y mantener mayor comunicación. En este sentido, los foros de urbanismo y bicicleta, no necesariamente de corte académico, resultan beneficiosos por el intercambio de ideas que se comparten en distintos contextos. Como se ha mencionado, no todas las acciones colectivas del ciclismo urbano se encuentran en las mismas etapas de desarrollo, sin embargo, pueden aprender de otras ciudades que empíricamente ya han comprobado que algunas acciones benefician a la comunidad.

No olvidar que otros no saben el camino. Cuando comenzamos el camino para aportar nuestro grano de arena a todos los problemas que observamos en la ciudad (y el mundo) muchos no sabíamos por dónde empezar o qué hacer. Los activistas que ya estén en el camino, deben de tener dos cualidades importantes: educar al otro y al mismo tiempo respetar su forma de pensar, invitarle con bondad pero sin que dependa totalmente de nosotros, pues los movimiento se componen naturalmente de formas distintas de aportar y pensar, aunque coincidan en un objetivo.

No olvidar que el mundo activista (el probici, y el de otras causas) es diverso, es plural y por lo tanto necesita participantes que ejerzan el diálogo con respeto y con fuerza, y procurar que todos estén empoderados con herramientas

equitativas. Si uno de los participantes no tiene acceso a Internet o a los grupos de discusión, hay que procurar facilitárselos, compartir las herramientas o crear espacios que no estén marginados por la brecha digital.

Utilizar la bici como transporte no es un tema que dependa solamente de que las personas decidan pedalear. Si bien es necesario que cada persona tenga cierta voluntad y adquiera destrezas para desplazarse correctamente por la calle, hay otros factores determinantes que desmotivan a los usuarios potenciales. La infraestructura de una ciudad puede determinar muchas decisiones cotidianas: una ciudad que ha sido urbanizada de forma extendida como Mexicali y que no cuente con transporte intermodal, no es amable para recorrerla a pie o en transporte no motorizado para todas las personas.

En este sentido, los activistas también deben comprender que algunas personas tienen otras experiencias de vida que les han formado opiniones muy sólidas aunque no las compartamos. Recuerdo que cuando era pequeña, yo presencié un siniestro en el que un niño de mi edad fue gravemente herido y que falleció en el hospital a causa del impacto del automóvil. Por lo anterior, no le tuve una confianza inmediata a la máquina que representa el coche, aunque sé conducir y reconozco sus ventajas en la movilidad de largas distancias. Una amiga del mismo barrio tenía a su padre que era coleccionista de coches, y esperaba con ansias cumplir 16 años para poder conducir uno; para ella eran un símbolo de belleza, estos coches aparecían en revistas y en eventos populares. Aunque los autos estuvieran en reposo, la familia gustaba de estar dentro de ellos, tomarse fotografías con ellos, representaban parte de la unión familiar y de compartir un gusto en común.

Así como mi amiga aprendió a andar en bicicleta y yo aprendí a conducir un coche, tenemos ideas muy distintas sobre ambos vehículos, y aún con todo esto, ambas compartimos la preocupación sobre los espacios urbanos, la contaminación y la seguridad vial. A lo que me refiero es que se necesita empatía para comprender a los demás, y entender dentro de sus contextos

cómo la bicicleta, el reciclaje, y otros más básicos como el respeto a la vida son entendidos y cómo pueden desarrollar ideas que beneficien a ambos interlocutores.

Por ello, es necesario que los grupos activistas visibilicen las diferentes formas de apropiación de la bicicleta, entender que hay diferentes perfiles ciclistas y que estas surgen de experiencias personales y por lo tanto el aspecto emocional se encuentra implícito. Es un reto entonces, diseñar estrategias que generen espacios para compartir estas experiencias, sobre todo en ciudades pequeñas que van formando su cultura de la movilidad.

Asimismo, para integrar esta pluralidad de experiencias en torno a la bici, es necesario que existan espacios de formación formales e informales para diferentes segmentos de la población. La formación y educación de personas brinda mayor confianza para retomar el espacio público a quienes por su edad, género, clase social o con disminución de la movilidad, no pueden hacerlo.

Algunos activistas de Copenhague, ciudad que ha transformado su movilidad urbana en las últimas décadas, afirman que la cultura danesa no fue ciclista *a priori* los cambios de infraestructura. Lo que sucedió fue que al igual que ciertos obstáculos que se observan en otras ciudades, como la apatía, la pereza, el escepticismo y la percepción de inseguridad, estuvieron presentes también. Fue a partir de que las distintas iniciativas probici y organizaciones peatonales, con el trabajo de cabildeo y las decisiones gubernamentales, mostraron que la bicicleta era algo más que una tecnología relacionada con el ambientalismo y la seguridad. Hay que mostrar que es un vehículo sencillo y barato, y a partir de esto, los beneficios mencionados serán experimentados por los que se oponen a estos cambios en la ciudad.

Otro aspecto que es importante a señalar sobre el activismo probici, es que es necesario que los participantes sepan distinguir en cómo comparten ciertas acciones nobles, como el trabajo voluntariado y el riesgo que corren en cuanto

al robo de ideas y conocimiento. Esto lo menciono no con el ánimo de sugerir una visión egoísta o desconfiada del activismo, sino que durante el camino de investigación, conocí a muchos activistas que apenas llegaban a fin de mes, que estaban desempleados, y que personas con altos puestos en los ayuntamientos “les consultaban” para el diseño de nuevas obras o planes de desarrollo.

Sin embargo, lo más común es que no se les daba el reconocimiento merecido, ni expresaban la intención de colaborar en equipo con ellos. Esto habla también de la visión que las autoridades tienen de los activistas, y de cómo la labor ciudadana necesita ser tomada en serio. Varias veces escuché entre biciactivistas: “Creen que somos niños, les parecemos interesantes o curiosos, pero no se involucran”.

La bicicleta o la peatonalización de las calles no resolverán por sí mismas los problemas urbanos, así como Internet y los dispositivos móviles no resolverán la distribución del poder de la comunicación: sino que se deben considerar como tecnologías que permiten otros paradigmas urbanos y otros paradigmas de comunicación posibles que gradualmente pueden traducirse en espacios físicos y virtuales más humanos. Los cambios culturales o de paradigma requieren de esfuerzos constantes y de participación ciudadana equitativa, y alejarnos de la visión mesiánica sobre una solución inmediata.

Quiero añadir una reflexión sobre la ciclocultura y su relación con otras iniciativas. Existe una tendencia a la valoración de aquellas tecnologías que no dejan una mancha ecológica como la bicicleta o que promueven la reducción de la producción en masa. En otras áreas, presenciamos el desarrollo de huertos urbanos, arquitectura basada en el reciclaje y reutilización de materiales, el intercambio de muebles y ropa, y otros, que han funcionado porque al ser iniciativas de ciudadanos, utilizan los recursos de organización de las redes sociales que son accesibles. Esto habla de que así como existe una relación entre la bicicleta, tecnología antigua e Internet que sigue modificándose y adaptándose (y adaptándonos), existen otras relaciones similares en otros

ámbitos.

7.3 Estudiar la cultura de las máquinas

En este apartado se muestran conclusiones sobre el método utilizado y algunas reflexiones sobre el trabajo de campo virtual y sus implicaciones en el manejo de la información por parte del investigador. Entre otras cosas, el método ciberetnográfico tendrá cada vez mayor repercusión en los proyectos de investigación sociocultural. La vida virtual está intrincada en distintos aspectos de la vida cara a cara, e incluso que nuestro lenguaje estamos comenzando a dejar de diferenciar lo *online* de lo *offline*.

En el aspecto ciber, realizar etnografía en la pantalla resulta ser un ejercicio que requiere distintas habilidades. La primera, la capacidad de digerir y capturar información que fluye rápido y en abundancia; la segunda, actualizar las destrezas a nivel técnico como cualquier nativo digital; y tercero, saber identificar qué datos son relevantes para la investigación. Estas se traducen en un posible caos de la trayectoria digital diaria, por lo que hay que rehacer la agenda diaria que se tiene naturalizada. Es decir, revisar el correo electrónico, mensajes privados, noticias y demás, deben tener un espacio aparte de nuestro trabajo etnográfico.

Aunque hay una delgada línea entre la vida digital personal y la académica, puede decirse que la etnografía online es una labor que puede acaparar todo el día y esto no tiene que ver con la delimitación del tema o la organización de la agenda. Hay aspectos importantes que no pueden hacerse al lado cuando surgen: la capacidad de reacción en una observación participante online es clave para entender las interacciones.

Tomando en cuenta que trabajé en horarios distintos, el de Mexicali (GMT-8) y el de Barcelona (UTC), la destreza también consiste en estar al tanto de las

horas en las que se interactúa más en las páginas. Este dato lo da la misma aplicación de Facebook en la pestaña de Estadísticas de cada *fanpage* y resulta muy útil: en los últimos años las facilidades para establecer contenidos dirigidos a distintos segmentos resulta más sencillo, pero al inicio de la etnografía esto había que calcularlo según fuera el caso.

Otro aspecto que reflexiono, es la forma en que los investigadores accedemos a información relevante. En el apartado sobre etnografía virtual he mencionado que al hacer búsquedas en navegadores y redes sociales, los algoritmos de publicidad y otros motores de búsqueda ofrecen aquellos temas que hemos venido buscando o visualizado más tiempo. Esto, más allá del sentir que nuestros intereses y nuestra vida están más que tomados por empresas, también ofrece otro campo para la búsqueda de información: en las redes sociales aparecía como prioridad aquella información que compartían los activistas, tanto en sus espacios personales como en las páginas de cicloactivismo.

Lo anterior se traduce en un sin fin de enlaces interesantes y actualizaciones constantes sobre el urbanismo y el ciclismo. No era necesario que alguien me mencionara: –Lily, ¿ya viste que Mexicali fue la tercera ciudad más contaminada del mundo en el 2015?. Esta noticia, con un video o un gráfico impresionante ya estaba compartida por varios contactos en mi *newsfeed* de alguna red.

En relación a las aplicaciones utilizadas, me queda claro que muchas de las empresas de software que menciono en la etnografía y en el apartado de *Caja de herramientas digitales* del capítulo IV, seguramente serán desplazadas en poco tiempo por otras que ofrezcan otra visión innovadora o que cubran otras necesidades. Esto es una desventaja de estudiar espacios virtuales que pudieran ser efímeros.

Sin embargo, por decir un ejemplo, una etnografía online de MySpace del 2005

puede seguir vigente porque muestra las funciones sociales de una red social aunque ahora sea poco utilizada para la interacción social. Además es importante señalar específicamente los nombres de estos productos informáticos, pues representan un panorama en un espacio de tiempo específicos: en unos meses, muchas de las críticas que se hacen a estos, serán resueltas o serán distintas.

Otra reflexión respecto a los productos informáticos, es el hecho de que estemos viviendo una época en la que se analice detenidamente el impacto sociocultural que tienen, y cómo sus creadores, a pesar de su visión y cálculos sobre el uso que tendrán sus creaciones y también a pesar de las limitaciones, se enfrentan a las prácticas de los usuarios, que son las que transforman a las tecnologías al final, las que resignifican las herramientas. En pocas palabras, las tecnologías, dejan de pertenecer completamente a su desarrollador.

Respecto al rapport, es importante señalar que este proceso etnográfico para establecer lazos de confianza, negociación y entendimiento entre el investigador y sus informantes, es llevado de forma distinta en el ciberespacio. El que no se tengan elementos cara a cara del investigador, pueden generar una desconfianza *a priori*. Mis estrategias para esto fue llevar a cabo una convivencia lo más espontánea posible, y al mismo tiempo, comunicar por correo electrónico mis objetivos académicos.

Como sucede con la etnografía presencial, puede existir la impresión de que la etnografía online parece no tener fin. Esto sucede por la misma interacción de temas que tienen contacto con nuestro tema principal de estudio y por los constantes cambios en las plataformas virtuales. Por cuestiones prácticas es necesario delimitar el tiempo del trabajo de campo y considerar notas al margen para otros proyectos, en el caso de encontrar serendipias.

7.4 Ciclo-academicus

Los investigadores somos una tribu particular y al mismo tiempo somos parte de las tribus que estudiamos. Realizar la etnografía en la pantalla y en la bicicleta tiene algunas bondades y dificultades a nivel personal que me gustaría compartir. El título de este apartado hace paráfrasis a la obra *Homo Academicus* de Pierre Bourdieu publicada en 1984, en un intento por la reflexividad al interior del propio trabajo como investigadora.

Aunque la obra de Bourdieu tiene cierta antigüedad, sigue siendo vigente como una lectura para cualquiera que se relacione con el campo académico. En este sentido, este trabajo de tesis en particular me ha ayudado a entender la transformación de las universidades en relación a la investigación. En aquellos proyectos interdisciplinarios como este, la figura del investigador puede fragmentarse en distintas áreas: en este caso entre la academia, el activismo, el trabajo voluntario y la consultoría.

Es decir, desarrollar un tema como el del ciclismo urbano, los grupos de organización e Internet lleva a involucrarse con gente que realiza actividades diversas y que no solo conviene aprenderlas para realizar el trabajo empírico, sino que resulta lógico contribuir en ellas. Recordando al lector que mi postura de conocimiento y mi perspectiva de la etnografía es que no existe la producción científica totalmente objetiva, sino congruente.

Al iniciar el proyecto, pensaba que no sería necesario abundar demasiado en los temas de urbanismo, porque mi objetivo central era ver cómo los grupos de activistas se comunicaban y se apropiaban de ciertas herramientas digitales, pero la verdad es que el tema preocupante en nuestras ciudades lo explicó Jane Jacobs hace tiempo, y es difícil no apasionarse por este tema, que es tan cercano a cualquiera y a la vez tan invisible si no se tiene consciencia de ello.

Por otra parte, hay un aspecto del estudio que sigue cautivándome. Al estar

formada en una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y en una Maestría en Estudios Socioculturales, el tema de la movilidad urbana, la distribución del espacio público y cómo la forma en que diseñemos nuestras ciudades ayuda o perjudica nuestra convivencia, sigue fascinándome. A los arquitectos, ingenieros civiles, constructores e incluso decoradores, les parecería ingenua mi fascinación, pero en los proyectos interdisciplinarios hay poco tiempo para estudiar a profundidad algunos temas transversales.

Lo anterior exige que los observadores de lo social y lo cultural tengamos una sensibilidad urbana, que apreciemos los espacios urbanos y virtuales partiendo de que las personas no solo son usuarios, no solo son habitantes, sino que es su propia vida la que hace que dichos espacios tengan significado.

Hubo un pensamiento que estuvo generando bastante repercusión en mi cabeza: ¿mi papel como doctoranda es tan importante para mi ciudad nativa o la de Barcelona, ahora mi otra ciudad? ¿Este trabajo de escribir frente al procesador de palabras ayudará en algún momento, o aportará al menos a que se comprenda cómo son algunas cosas?

Varios autores sobre el ciclismo urbano explican porqué la bicicleta les hace sentir mejor. Esto lo experimenté. Es una actividad que aporta mucho a la salud, física y mental. Descubrir a profundidad sus bondades durante la etnografía, hizo que fuera difícil mantener una perspectiva crítica. No digo que cualquiera que se suba a una bicicleta se hace mejor persona, pero sí creo que cualquier persona puede intentarlo y descubrir sus beneficios.

En las conclusiones he dicho que no hay buenos ni malos, sino una falta de convivencia armoniosa y una planificación urbana que la permita. Pues en Internet sucede algo así, hay plataformas que fomentan interacciones que pudieran llevar a situaciones de odio. De esta forma, resulta importante que se discuta el uso y apropiación de las herramientas que estamos utilizando para convivir.

Por otra parte, tengo un conflicto al llamar sujetos de estudio a las personas con las que participé para realizar la investigación. Cuando me preguntan en un foro académico “¿Quiénes son tus sujetos de estudio?” Lo percibo extraño, puedo decir que injusto. Decirlo se siente como quien trabaja con organismos unicelulares o con personas a las que nunca llegó a conocer ni sentir empatía.

Esto también dice mucho de la forma en que construimos la ciencia y como observamos: hemos trasladado las distancias entre observador y objeto a la participación etnográfica. Esto se relaciona con lo que he mencionado en el apartado *Participantes* del capítulo III he explicado la desconfianza que tienen muchos activistas con los investigadores y periodistas. Habría que discutir nuestro papel y objetivos en el campo académico y la paradoja de esta distancia generada por ciertas praxis de la etnografía.

Dedicarse a la investigación en un contexto global en el que los conflictos bélicos no cesan, y que pareciera que los seres humanos hemos perdido humanidad, es difícil mantener la esperanza, pero es necesario. Pienso que los investigadores y académicos necesitamos hacer más antropología y estudios de la comunicación comprometidos con la rigurosidad de los estudios clásicos. Estos cambios en la academia reflejan también los cambios en las universidades: y de cómo estas necesitan abrir sus puertas, literal y metafóricamente.

REFERENCIAS

100 Anys d'Història . (2016). Recuperado el 22 de noviembre de 2016 de Volta Ciclista a Catalunya: <http://www.voltacatalunya.cat/ca/historia/>

Abatedaga, N., González, V., Haiquel, M., Siragusa, C., & Brondani, L. (2008). *Comunicación: epistemología y metodologías para planificar por consenso*. Córdoba, Argentina:

Brujas.

Ajuntament de Barcelona. (22 de julio de 2016). Recuperado el 22 de julio de 2016 de Bicicleta : <http://ajuntament.barcelona.cat/bicicleta/es>

Ajuntament de Barcelona. (2015). *Barcelona WiFi*. Recuperado el 16 de 2 de 2016 de <http://www.bcn.cat/barcelonawifi/es/>

Ajuntament de Barcelona. (2016). *Programa de Supermanzanas en Barcelona*. (A. d. Barcelona, Producer) Recuperado el enero de 2017 de Superilles: <http://ajuntament.barcelona.cat/superilles/es>

Anaya, E., & Beroud, B. (2012). Private interventions in a public service: an analysis of public bicycle schemes. In J. Parkin, *Cycling and Sustainability*. Reino Unido: Emerald.

Andrejevic, M. (2009). Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade. *Interactions: Studies in Communication and Culture* , 1 (1), 35-51.

Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.

Anthony, S. (1997). *The Quotable Cyclist*. (B. Strickland, Ed.) New York: Breakaway Books.

Ardèvol, E., Bertrán, M., Callen, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Atenea Digital* (3), 72-92.

ASL. (2016). *ASL Association*. Recuperado el 20 de marzo de 2016 de The ALS Ice Bucket Challenge is back! #EveryAugustUntilACure: <http://www.alsa.org/fight-als/ice-bucket-challenge.html>

Asociación Rueda. (julio de 2016). *Quiénes Somos*. (F. I. Barcelona, Producer, & Rueda Film Festival 2016) Recuperado el 5 de octubre de 2016 de [ruedabcn.cc](http://ruedabcn.cc/festival/quienes-somos/): <http://ruedabcn.cc/festival/quienes-somos/>

Augé, M. (1997). *Los no lugares, espacios del anonimato: Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

Augé, M. (2009). *Elogio de la Bicicleta*. Barcelona, España: Gedisa.

Azuela, M., & Tapia, M. (2013). *Guía práctica para multiplicar la incidencia en políticas públicas desde las tecnologías de la información y comunicación*. de http://www.alternativasycapacidades.org/sites/default/files/publicacion_file/GuiaDeActivismo%20201403.pdf

Balmaceda, D. (2011). *Historia de las palabras*. Argentina: Penguin Random House .

Baudrillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona : Kairós.

- Bauman, Z. (2009). *Tiempos líquidos*. Barcelona, España: Tusquets.
- Bausells, M. (17 de Mayo de 2016). Superblocks to the rescue: Barcelona's plan to give streets back to residents. *The Guardian* .
- Berraquero-Díaz, L. (2016). Internet y bicicleta. Discursos sobre la bici en la red: usos de la red por parte de los usuarios de la bici. In *Bicitopias. Hacia una antropología de la movilidad urbana* (pp. 1178-1231). Barcelona: Icaria.
- BICIREDMX. (2016). *¡Arriba la Bici! Guía para el activismo ciclista*. Red Nacional de Ciclismo Urbano de México, Campaña Hazla de Tos. Guadalajara: BICIREDMX.
- Bicycle Innovation Lab. (diciembre de 2011). *The Reverse Traffic Pyramid*. Recuperado el 22 de noviembre de 2016 de Bicycle Innovation Lab: <http://www.bicycleinnovationlab.dk/?show=jpn&l=UK>
- Blanchar, C. (2013). Barcelona pedalea. *Ciclósfera* (4), 40-46.
- Bravo, P. (2014). *Biciosos*. España: Penguin Random House.
- Cabezas, D. (24 de febrero de 2015). Cuatro años de la tragedia de Porto Alegre. *Ciclosfera* .
- Cabezas, D. (2016). *La revolución silenciosa. La bicicleta como motor de cambio en el siglo XXI*. Barcelona , España: Editorial UOC.
- Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. *Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento* (p. 13). Universitat Oberta de Catalunya.
- Castells, M., & Tubella, I. (2002). *La transición a la sociedad red en Catalunya*. Generalitat de Catalunya, Proyecto Internet Catalunya. Barcelona: UOC.
- CEPAL. (2016). *Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016*. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Ciclista Rodando . (2015). *Conóceme*. (J. T. López, Producer, & Ciclista Rodando) Recuperado el 2016 de ciclistarodando.com: <http://ciclistarodando.com/conoceme>
- Ciclociudades. (2011). *La movilidad en bicicleta como política pública*. Instituto para Políticas de Transporte y Desarrollo. Distrito Federal: Arre.
- Cox, P. (Ed.). (2015). *Cycling Cultures*. Reino Unido: University of Chester Press.
- Dades Bàsiques de Mobilitat . (2012). *Ajuntament de Barcelona- Direcció de Serveis de Mobilitat*. Recuperado el 24 de Julio de 2016 de http://mobilitat.ajuntament.barcelona.cat/es/documentacion?field_tipologia_documento_tid=12: http://prod-mobilitat.s3.amazonaws.com/Dadesbasiquesmobilitat2011_1.pdf

della Porta, D., & Mario, D. (2012). *Los movimientos sociales*. Madrid: Editorial Complutense.

Democracy Now. (30 de Agosto de 2004). *Critical Mass: Over 260 Arrested in First Major Protest of RNC*. Recuperado el 15 de enero de 2015 de Democracy Now: http://www.democracynow.org/2004/8/30/critical_mass_over_260_arrested_in

Dibuja y Pedalea . (2016). *Dibuja y Pedalea*. (K. D. Croo, Producer) Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <https://www.facebook.com/dibujaYpedalea/>

Žižek, S. (7 de junio de 2015). Slavoj Žižek on Synthetic Sex and "Being Yourself". *Big Think* .

Žižek, S. (1999). When the party commits suicide. *New Left Review* (238).

El Informador. (27 de Septiembre de 2013). Mexicali es la ciudad más contaminada del país. *El Informador* , p. 1.

Feixa, C., Costa, C., & Pallares, J. (2002). *Movimientos juveniles en la península ibérica: Graffitis, grifotas, okupas*. España: Ariel.

Ferreirós, H. (17 de septiembre de 2012). ¡Somos el tráfico! *Ciclosfera* .

Galvez, A. M., & Tirado, F. (2006). *Sociabilidad en pantalla: Un estudio de la interacción en los entornos virtuales*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Gerbaudo , P., & Treré, E. (2015). In search of the 'we' of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities, *Information, Communication & Society* .

Goffman, E. (1987). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires : Amorrortu.

Gomes, F. J. (2002). O intercambio epistolar nos textos proféticos: um modelo de comunicação entre o divino e o humano na mesopotâmia. In C. S. Gómez, *La correspondencia en la historia. Modelos y prácticas de la escritura epistolar*. Madrid: Calambur.

Google. (2016). *Política de Privacidad*. De Privacidad y condiciones : <https://www.google.com/policies/privacy/>

Grant, R., & Ballantine, R. (1992). *El Gran Libro de la Bicicleta*. Madrid: El País.

Groningen, R. (15 de Agosto de 2015). Provo: anarquía y bicicletas blancas. *Ciclósfera* .

Guazmayán, C. (2004). *Internet y la investigación científica: el uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*. Bogotá: Editorial Magisterio.

Guber, R. (2001). La entrevista etnográfica o el arte de la no "directividad" . In R. Guber, *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma .

- Habermas, J. (2005). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Haraway, D. (1995). Manifiesto Cyborg. In D. Haraway, *Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinención de la Naturaleza* (pp. 251-311). Madrid: Cátedra,.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta edición ed.). México: Mc Graw-Hill Educación .
- Himanen, P. (2004). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Hine, C. (2011). *Etnografía Virtual*. Barcelona, Catalunya, España: UOC.
- Ianni, O. (2007). *La sociedad global*. Distrito Federal: Siglo Veintiuno Editores.
- IDARTES. (2015). *Bicicletario*. Bogotá, Colombia: Instituto Distrital de las Artes.
- IFT. (2016). *Anuario Estadístico 2015*. Instituto Federal de Comunicaciones , Ciudad de México.
- Ihde, D. (2004). *Los cuerpos en la tecnología: Nuevas tecnologías, nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo*. Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya.
- IMIP. (2014). *Red de Movilidad en Bicicleta de Mexicali*. Instituto Municipal de Investigación y Planeación Urbana de Mexicali. Mexicali: Ayuntamiento de Mexicali.
- INEGI. (2015). *Encuesta intercensal 2015*. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) Recuperado el 14 de junio de 2016 de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/intercensal/>
- Instituto Nacional de Estadística*. (2012). Recuperado el 15 de junio de 2016 de Población : <http://www.ine.es/en/>
- Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Capitán Swing.
- Kingsley, D., & John Hurry. (2011). *Un mundo sin coches*. Barcelona: Península.
- Kiss de A., D. M., & Castro, E. (2004). Comunicación Interpersonal en Internet. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales* , 11 (36), 277-301.
- Kloof, A. v. (2015). Lessons Learned Trough Training Immigrant Women in the Netherdlands to Cycle. In P. Cox, *Cycling Cultures* (pp. 78-105). Chester, Reino Unido: University of Chester.
- Kohler, C. (2008). *Narrative Methods for the Human Sciences*. Londres: SAGE.
- La Crónica . (25 de febrero de 2015). Ciclistas se manifestarán en el Palacio Municipal. *La Crónica de Baja California* .
- La Crónica. (19 de abril de 2017). Estiman que en Mexicali hay 6 mil ciclistas. *La*

Crónica de Baja California .

Le Breton, D. (2007). *Adiós al cuerpo. Una teoría del cuerpo en el extremo contemporáneo*. México: La Cifra.

Le Breton, D. (2010). La enseñanza de una técnica del cuerpo mezcla permanentemente el gesto y la palabra, el ejemplo y su explicación: Entrevista a David Le Breton. *Educación Física y Ciencia*. (E. Galak, Interviewer)

Le Bretón, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad* . Buenos Aires: Nueva visión.

Levine, P. (2004). The Internet and Civil Society. In V. V. Gehring, *The Internet in Public Life* (pp. 79-98). Reino Unido: Rowman & Littlefield .

Lin, N. (2000). Cybernetworks an the global Village. The rise of Social Capital. In S. Capital, *Nan Lin* (pp. 210-239). New York, United States of America: Cambridge University.

Lorenzi, E. (2012). *Alegría Entre Tus Piernas To Conquer Madrid's Streets*". In L. E. Chris Carlsson, *"Shift Happens! Critical Mass at 20" (¡El Cambio Ocurre! La Masa Crítica a sus 20 años)* (p. 15). San Francisco, California, Estados Unidos: Full Enjoyment Books.

López , F., Rangel, M., & De la Sierra, G. (1982). *El transporte en la Ciudad de México: 500 años de evolución*. México: Castellnova.

MacBride, S. (1980). *Un Solo mundo, Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*. UNESCO, Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Maigret, É. (2005). "Capítulo 15. La Nueva Sociología de los Medios". In *Sociología de la comunicación y de los medios*. México: Fondo de Cultura Económica.

Mansilla, J. (12 de Diciembre de 2014). Urbanismo y desigualdad social en un barrio de Barcelona. *Diagonal* .

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*.

Massa Crítica Barcelona. (2017). *Filosofía de la Masa Crítica*. Recuperado el 1 de enero de 2017 de Massa Crítica Barcelona:
<https://masacriticabcn.jimdo.com/filosof%C3%ADa-y-concienciación/>

Mayans, J. (2007). *Género Chat: o Cómo la Etnografía Puso un Pie en el Ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.

Melucci, A. (2002). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. (E. C. México, Ed.) México.

Movimiento 15M. (1 de abril de 2013). *Movimiento 15M*. Recuperado el 1 de abril de 2013 de Facebook: www.facebook.com/Mov15M

- Neveu, É. (2006). *Sociología de los Movimientos Sociales*. Barcelona, España: Hacer .
- Open Signal. (2016). *State of Mobile Networks: Mexico* . Open Signal. Open Signal.
- Organización Mundial de la Salud. (1 de Enero de 2013). "México ocupa el séptimo lugar a nivel mundial en muertes por accidentes de tránsito" OPS . Recuperado el 13 de Noviembre de 2013 de Organización Panamericana de la Salud: www.paho.org/mex/index.php?option=com_content&view=article&id=552&Itemid=1
- Ortoll, S., & López, L. (2011). El lado oscuro de los White. In *Estudios de Sonora 2010*. Hermosillo, México: Colegio de Sonora.
- Pernau, G., & Climent, E. (2015). *Barcelona en Bicicleta. Guía Práctica*. Barcelona, Cataluña, España: Columna edicions.
- PNUD. (2016). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 22 de noviembre de 2016 de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Putnam, R. (2003). *Better Together*. Nueva York: Simon & Schuster Paperbacks.
- Red de Ciudades por la Bicicleta. (2015). *Barómetro de la Bicicleta en España*. Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública, S. L. . GESOP.
- Robertson, J., Riley, M., & Willis, A. (31 de marzo de 2016). How to Hack an Election. *Bloomberg Businessweek* .
- Robles, J. M. (2011). *Ciudadanía digital: Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*. Barcelona: UOC.
- Rosillo, R. (15 de enero de 2017). Gigantesca manifestación en Mexicali. *El Mexicano* .
- Sádaba, I., & Gordo, A. (2008). *Cultura Digital y Movimientos Sociales*. Madrid: Catarata.
- Sardar, Z., & Boris, V. (2005). *Estudios culturales para todos*. Barcelona: Paidós.
- Scolari, C. (2013). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Serrano-Puche, J. (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Anàlisi* (46), 1-17.
- Sinca, G. (2014). El alcalde Porcioles y la Operación Cataluña. *Barcelona Metròpolis* (092), 30-31.
- Soriano, J. (2007). Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación . *Portal de la Comunicación InCom-UAB* . Barcelona.
- Tercero, J. (28 de septiembre de 2016). Veïns contra la superilla del Poblenou.

Vilaweb .

Thompson, J. B. (2010). *Los media y la modernidad*. Barcelona, España: Paidós.

Trujillo, G. (2003). *Mexicali: un siglo de vida artística y cultural, 1903-2003*. Mexicali, México: Fondo Editorial de Baja California.

Turkle, S. (2011). *Alone Together*. Nueva York: Basic Books.

Turkle, S. (1997). *Life on the Screen: Identity in the age of the Internet*. Londres: Weidenfeld & Nicolson.

Turkle, S. (1985). *The Second Self*. Nueva York: Simon & Schuster.

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge, Reino Unido: Polity Press.

Vilar, P. (2011). *Breve Historia de Cataluña*. España: Edicions UAB.

Vivas i Elias, P., Mora, M., Vidal i Moranta, T., Rojas Arredondo, J., López Catalán, Ó., Valera i Pertegás, S., et al. (2005). *Ventanas en la ciudad. Observaciones sobre las urbes contemporáneas*. Barcelona: UOC.

Vivas i Elias, P., Ribera-Fumaz, R., López Catalán, O., & Pellicer Cardona, I. (14 de febrero de 2008). Barcelona: una ciberciudad en tránsito. *ACE. Architecture, City and Environment* , 723-738.

We Are Social. (2016). *Digital, Social and Mobile in 2015*. We are Social.

White, T. (Director). (1999). *We are the traffic* [Motion Picture]. Estados Unidos.

YoSoy132. (29 de marzo de 2013). *Yo Soy 132. Media*. Recuperado el 28 de marzo de 2013 de YoSoy132: www.yosoy132media.org

ANEXO

Glosario ciclonauta

En este anexo se presenta jerga y vocabulario importante para entender el mundo de la bicicleta y también el de Internet. Las definiciones han sido hechas por la autora, la mayoría provenientes de conversaciones con ciclistas así como de la interacción diaria en la red. Hay que aclarar que la jerga ciclista es muy amplia, y en este glosario se omiten algunos términos provenientes de la práctica deportiva y que se utilizan muy poco por ciclistas urbanos.

A pata, a patín. (México) Informal para referirse a ir a pie a un sitio.

A piñon fijo. Frase utilizada por ciclistas cuando hay que obstinarse o no ceder en alguna meta, no necesariamente relacionada con la bicicleta.

Abanicar. Acción de hacer el *abanico*.

Abanico. Es cuando un grupo de ciclistas se mantiene en pelotón para protegerse del viento.

Afilador. Cuando un ciclista roza con la rueda delantera de su bici la rueda trasera del que va delante, provocando la caída del primer ciclista. Está inspirada en la fricción que tiene un afilador de cuchillos.

Badana. Es la parte del *culotte* que protege la zona perianal. Está compuesto de microfibras muy suaves y antibacteriales que amortiguan golpes y tracciones. Actualmente, para el ciclismo urbano puede encontrarse la badana en prendas de vestir no deportivas, como la ropa interior cotidiana.

Bache. Desnivel en el suelo o en el pavimento, producido por la pérdida de la superficie. Metafóricamente, se utiliza también para referirse a los obstáculos en un objetivo.

Baika, baica, baicón. Barbarismo para referirse a la bicicleta, proveniente del inglés *bike* que es utilizado en el norte de México, sobre todo en zonas fronterizas con Estados Unidos.

Bajar. Descargar o extraer un archivo de un sitio web.

Banqueta (México). Acera (España). Es una superficie a la orilla de una calle u otras vías públicas para uso de los peatones. Son espacios importantes para las actividades sociales y el flujo pacífico de las personas en una ciudad.

Banquetear. Utilizar la acera o banqueta para ir en bicicleta. Práctica común en

calles donde la velocidad de los automóviles supera los 40 km por hora y los ciclistas prefieren ocupar estos espacios aunque es riesgoso para los peatones.

Bichi. Término informal para referirse a alguien desnudo. Proviene de la lengua cahita, (también llamada lengua mayo o yaqui), perteneciente a las culturas indígenas de Aridoamérica. El término es generalmente utilizado en el norte de México. En Internet, en zonas como Baja California, los ciclistas aprovechan el juego de palabras cuando se celebra la *World Naked Bike* en distintas ciudades del mundo (*bici-bichi*).

Bicicleta clásica. Son bicicletas con manillares anchos y cambios de velocidad sencillos o pueden incluso no llevarlos. No permiten acelerar demasiado, ni ir por caminos desiguales, pero son cómodas y permiten llevar la espalda y el cuello rectos para apreciar los paisajes recorridos.

Bicicleta de carretera. Son bicicletas de neumáticos finos, no son cómodas pero son ligeras y rápidas.

Bicicleta de ciudad o CityBike. Son bicicletas comúnmente de rueda grande y tienen frenos y cambios cómodos.

Bicicleta de montaña. Estas bicicletas están diseñadas para andar por caminos difíciles y en relación a la naturaleza. Tienen neumáticos anchos y son comúnmente de colores llamativos. La postura para pedalear es deportiva, aunque suelen verse muchas de estas bicicletas por la ciudad.

Bicicleta eléctrica. Son bicicletas que tienen un pedaleo asistido que facilita subir por caminos altos o montañosos. Ayuda también cuando el conductor tiene una reducción de la movilidad o cuando este no desea realizar esfuerzos físicos. Son pesadas y hay que recargar la batería. Se utilizan bastante para el cicloturismo.

Bicicleta plegable (en el norte de Mexico, *folding bike*). Se inventaron para los navegantes, quienes las guardaban plegadas en cualquier rincón del velero. Sus ruedas son pequeñas (16 a 20 pulgadas) (Pernau & Climent, 2015) . No son tan estables como las bicicletas de ruedas grandes, pero su uso es conveniente para no dejarlas con un candado en la calle, y en la mayoría de las ciudades del mundo es permitido viajar con ella en el transporte público, como si fuese cualquier equipaje. Este tipo de bicicleta aparece en una imagen promocional que el Ajuntament de Barcelona lanzó: *Aparcar dins de 'l oficina*. y que muestra a un hombre atractivo y vestido de forma elegante de mediana edad, sonriendo mientras recarga parte de su cuerpo en su bicicleta en medio de la Gran Vía.

Bikeporn. Se le llama así al material multimedia sobre bicicletas, que únicamente mantiene relación con la pornografía por el sentido de la

apreciación visual, y no por el sentido sexual. En el ciberespacio pueden encontrarse términos similares como *catporn*, *dogporn*, *foodporn* y otros. En pocas palabras, es la golosina visual de la ciclocultura.

Bofeado. (México) Adjetivo que se refiere al efecto de quedarse sin aliento o sentirse agotado por un esfuerzo físico.

Bofo. (México) Persona que no tiene condición física ni fuerza, o que se agita fácilmente con algún esfuerzo físico a causa del sedentarismo.

Bonobici. Es una broma que se refiere a un permiso que se consigue para poder salir en bicicleta después de convencer a la pareja sentimental. Ocurre con ciclistas que dedican muchas horas a ejercitarse o pasear en bici.

Bot . Robot. Son cuentas o perfiles falsos de correo electrónico que se producen comúnmente en grandes cantidades para simular votos, publicaciones, publicar spam o estafar usuarios.

Brecha digital. Se define como la brecha económica que divide a algunos sectores de la población que no tienen acceso a las tecnologías de la información. Esto conlleva que no todas las personas se enteran de lo que sucede en el ciberespacio o puedan acceder a sus contenidos.

Bukkake. El término proviene de una palabra japonesa que se refiere a una práctica sexual grupal basada en la eyaculación de varias personas encima de otra. Pero en el ciclismo se refiere a la situación en la que un ciclista cae y en consecuencia termina ocasionando que otros ciclistas que estuvieran detrás de él también caigan, provocando una caída en cadena.

Burra. (Mexicali). Autobús urbano, comúnmente se refiere a un modelo anticuado o en mal estado, o bien que es un transporte lento, aunque puede utilizarse para cualquier autobús. *Me fui en burra al trabajo.*

Caballito (Wheelies). Es un truco con bicicleta en el que se monta con la llanta delantera en el aire mientras que la trasera permanece en el suelo. Consiste en montar sobre una sola llanta, emulando el montar un caballo que levanta las patas delanteras.

Cajafruta. (España). Algunos ciclistas llaman despectivamente a otros ciclistas que utilizan una caja reutilizada de un local de frutas y verduras, comúnmente de plástico. La caja es adaptada al portabultos como un canastín y se utiliza comúnmente para realizar la compra de víveres en la bicicleta.

Callo del dedo gordo. Informal para llamar a la cabeza del primer metatarsiano. Parte de la anatomía del pie que se apoya en el pedal. Al tener el pie esta parte más “acolchada” se pueden evitar lesiones y cansancio.

Carril bici protegido. Camino para bicicletas construido en la ciudad que se

encuentra en la calzada, pero que contiene algún elemento que segrega físicamente la convivencia con el transporte motorizado.

Carril bici. Camino para bicicletas construida en la ciudad que se encuentra en la calzada, y que contiene una señalización que le segrega del transporte motorizado.

Chat. Del inglés: *plática, charla*. Se refiere a una ciberconversación, que bien puede ser pública o privada, entre dos o más individuos. También se refiere a los entornos virtuales designados para este fin.

Chopper. Ver *torito*. Bicicleta alargada con manubrios altos, en la que el usuario va inclinado hacia atrás.

Chupar rueda. Es ir detrás de un ciclista, casi pegado, y aprovechar su esfuerzo de cortar el viento para cansarse menos. Esto es usual en el cicloturismo o en viajes largos. En la ciudad se considera peligroso y poco conveniente.

Ciber-rapport. Proceso etnográfico de establecer un vínculo de confianza, negociación y entendimiento entre el investigador y sus informantes, pero llevado a cabo en el ciberespacio. Esto, porque el proceso difiere del rapport llevado cara a cara, la desterritorialización de la entrevista u observación y los riesgos que pueden existir en la red generan una desconfianza *a priori*.

Ciberpunk o Cyberpunk. Género de la ficción que se expresa en la literatura y cine. En este, los personajes y objetos narrativos siempre se encuentran en una situación en la que la tecnología juega un papel importante en la vida humana.

Click. Onomatopeya del sonido mecánico de presionar el *mouse* o ratón. Asimismo, se le nombra así a la acción de seleccionar o presionar con el cursor en el monitor.

Clicktivismo. Participación activista en Internet basada en la participación online, llamado así por la acción de hacer *click* al “hacer likes” y firmar peticiones online. Es una participación que da lugar a discusiones y desacredita el activismo digital, y aunque sí tiene rasgos de simulación, ayuda también a discutir los grados de participación en el activismo offline, y qué tanta simulación hay en ellos. Las personas que se encuentran incapacitadas físicamente para acudir a reuniones, asambleas o protestas, defienden su participación activa a partir del uso de canales de comunicación y opinan que es un término reduccionista.

Colgar. Se refiere a la acción de la falla repentina de un sistema. Se utiliza para el *net-split*, ya sea de un sitio web o software que detiene su funcionamiento o el proveedor del servicio de Internet se encuentra lento o paralizado: *El mensajero se colgó y no te llegan mis mensajes*. También se utiliza para nombrar el fallo del

sistema operativo de una computadora de cualquier tipo (ordenador, teléfono, reproductor de música). También puede referirse a subir información

Comerse un semáforo. Pasarse un semáforo en luz roja en lugar de detenerse.

Copenaguizar. Del inglés *Copenhagenize*. Verbo que se refiere a la acción de rehabilitar, adaptar o transformar la infraestructura y cultura de la movilidad urbana en una ciudad. Proviene de Copenhague, capital de Dinamarca que en las últimas décadas ha realizado cambios basados en la movilidad no motorizada, y ha reducido la tasa de muertes por siniestros de tránsito. Asimismo, también el verbo también indica un cambio en la economía local y a la reducción de emisiones de hidrocarburos. En los últimos años se ha utilizado el término *Sevillanizar* por el avance en términos de movilidad que ha tenido esta ciudad de España en poco tiempo.

Coronar. Llegar a una cima de una montaña en bicicleta.

Corral Bici, corralito Bici. Término peyorativo para denominar a la infraestructura de carriles bici que no favorece la movilidad o que está incompleta.

Criticona. Es una Masa Crítica Mundial que se realiza en una ciudad distinta cada año y reúne a ciclistas de todo el mundo, y además organiza actividades relacionadas con el movimiento Reclaim The Streets. Actualmente se realiza la Ciemmona en Italia y la Criticona en España.

Criticones. Participantes y organizadores de la Criticona. Es utilizado en un sentido afectivo entre ciclistas que organizan la Criticona o que asisten a ella.

Culot, culotte. Prenda ciclista que evita el dolor por permanecer sentado en el sillín durante mucho tiempo. Son pantalones ajustados de tejido elástico que llega hasta las rodillas y que pueden o no llevar tirantes. El culot se utiliza mayormente entre ciclistas deportivos, pero en la actualidad se fabrica ropa interior de uso diario que poseen la badana, que es el acolchonamiento que reduce los golpes por tracción, así que cualquier ciclista urbano puede optar por utilizarla en su vestimenta. La palabra en castellano designa a esta prenda ciclista, pero la traducción directa del francés se refiere en general a *calzón*.

Date Karate. Frase informal utilizada en Mexicali para indicarle a otra persona que avance por un camino o que se le está cediendo el pase. Se utiliza también para indicar la aprobación inmediata de una acción: *¿Puedo utilizar tu bicicleta*



Ilustración 26. Coronar es llegar a la cima de una montaña. Fuente: Dibuja y Pedalea 2016.

para ir ahora mismo al mercado? – Date Karate.

Emoji. (pronunciación: emoyi). Emoji una palabra japonesa que se utiliza para pictogramas fijos o en movimiento que son insertables en una conversación de texto o fotografía en las redes sociales y mensajería. Estos soportes gráficos se emplean para el lenguaje no verbal mediante texto, dando mayor sentido a las conversaciones y utilizado para mostrar emociones o reacciones de forma deliberada. Su origen comienza en la web 1.0, y posteriormente en otras redes sociales y mensajeros, en donde el uso de caracteres como “:)” formaban una cara feliz ☺.

Enlicrados. Se utiliza despectivamente para referirse a aquellos hombres de mediana edad que utilizan una bicicleta deportiva costosa y visten ropa deportiva asociada al ciclismo profesional, con colores brillantes y ropa fabricada con “lycra” y que se utiliza ajustada al cuerpo. Aquí puede observarse cómo la figura del ciclista también está asociada a la de juventud de forma excluyente por parte de los usuarios, y también puede verse que en Facebook y en otras redes virtuales se juega más inmediatamente con los significados de palabras nuevas, y se generan juegos al respecto. Este mismo concepto puede localizarse en Internet con el neologismo MAMIL, que es el acrónimo en inglés de *Middle Aged Man In Lycra*.

Exfoliante. (México) Se le llama así de forma irónica al resultado de haber tenido un pequeño accidente en bicicleta en el que no hay daño muscular ni fractura de huesos, y la piel ha quedado con cicatrices por la fricción.

Fixero. Ciclista que utiliza la bicicleta sin marchas con el piñón fijo.

Fixie. Bicicleta de mecanismo sencillo para pista o velódromo, en el que la cadena transmite la energía directamente a un piñón fijo en la rueda trasera de la bicicleta, por lo que los pedales están en movimiento siempre que esta lo esté. Son ligeras, requieren poco mantenimiento y se les identifica como parte de la subcultura hipster, ya que representan la tecnología más antigua de la bicicleta.

Flaca. La bicicleta de carretera de un ciclista, quien comúnmente tiene más de una bicicleta en casa (ver *Gorda*). Se dice así porque las ruedas de las bicicletas de carretera son delgadas.

Folding bike. Ver *bicicleta plegable*.

Friki de las bicis. Como adjetivo general, un friki es un obsesionado con un tema, o bien que hace uso extravagante de una cultura. En este caso se refiere a los obsesionados con el mundo de la bicicleta. Por ejemplo, aquellos que personalizan y decoran su bicicleta de forma estafalaria o poco común.

Googlear. Verbo y acción de usar el buscador *Google*. Primer paso de investigar

en Internet con una navegador web. Aunque existen buscadores distintos, el término más popular es el de la empresa que lleva este nombre.

Gorda. La bicicleta de montaña de un ciclista que tiene más de una bicicleta en casa. (Ver *Flaca*). Esto viene a que las ruedas de una bicicleta de montaña son gruesas.

Grillos. Sonidos emitidos por la bicicleta que pueden indicar un fallo pero que no es fácil de localizar su origen.

Hashtag. Cadena de caracteres formada por una o varias palabras y precedidas por el símbolo de número (#) que en las redes sociales se usa para identificar un tema o una tendencia. Facilita la búsqueda de las publicaciones sobre un tema, tanto dentro de una red social como en un buscador general de Internet.

Licencia de manejo (México). Carnet de conducir (España).

Lima (Norte de México). Camiseta.

Lluvia de tweets. Son reacciones y publicaciones masivas, que pueden ser organizadas o espontáneas, respecto a un suceso o tema en tiempo real. El suceso puede ser una actividad online, por ejemplo, los usuarios reaccionan a una publicación oficial de alguna institución para reclamar algo.

MAMIL. *En Internet.* Acrónimo para Men Middle in Lycras (hombre de mediana edad en lycras). De esta palabra surgen bromas

y memes virales asociados a la exclusión. A diferencia de la palabra enlicrados, esta denominación es global.

Masa, massa. "Hacer masa". Grupo masivo de ciclistas que de acuerdo a la normativa de tránsito, al trasladarse colectivamente les convierte legalmente en un solo vehículo.

Masero o masacritero. Participante de la massa crítica. Ver *criticones*.

Molinillo. *Hacer el molinillo.* Pedalear mucho y a gran velocidad. Se dice



Ilustración 27. Hacer el molinillo. Fuente: Facebook de Dibuja y Pedalea, 2016.

molinillo porque al pedalear, tanto los pies como las piernas parecieran imitar el movimiento de un molinillo.

Morra, morro. (norte de México). Chica, chico, muchacha, muchacho en informal.

Netsplit. Anglicismo que se refiere a la desconexión inesperada de un nodo en una red de ordenadores, no necesariamente con conexión a Internet, pero en los últimos años esta palabra se refiere más a la desconexión o fallos en la red.

NewsFeed. Son las noticias que se actualizan de forma personalizada en las redes sociales para cada usuario. Estas pueden incluir sucesos internacionales, pero en general están relacionadas con las publicaciones nuevas de los contactos a los que sigue, que pueden ser personas, entidades o sitios de entretenimiento. El NewsFeed, a diferencia de las noticias impresas que seleccionamos de un diario, lo que hace es que a base de algoritmos, muestra una selección de los contenidos más importantes para cada quien, basándose en las interacciones que hayamos tenido.

Nube o La Nube. (the Cloud, en inglés): Servicios de almacenaje gratuitos o de paga a los que se puede tener acceso mediante una conexión a internet desde cualquier dispositivo. Puede actuar como un disco externo o una memoria portátil sin soporte físico.

Pedaleada, Bicicletada. Paseo ciclista grupal. En Latinoamérica se utiliza también *rodada*.

Pedalear en la semola. Proviene del francés *Pédaler dans la semoule*. Es la sensación que se tiene de no llegar al final de un trayecto, ya sea porque es difícil, muy largo o no se logra un objetivo; tal como si se anduviese en bicicleta en un camino de harina gruesa del trigo. Esta metáfora también se utiliza fuera del ciclismo.

Piernón loco. (Norte de México). Se refiere en broma a los músculos de las piernas cuando adquieren mayor masa muscular por el ejercicio. A veces se refiere también a este hecho sumado a que la persona en cuestión muestra con pantalones cortos las piernas ejercitadas.

Plegable. *Bicicleta plegable*. Es la bicicleta urbana que como el nombre lo dice, puede plegarse para ocupar menor espacio. Es ligera, sus ruedas son pequeñas y su uso es indicado para transportarse en la ciudad e incluso “aparcarse dins de l'oficina” (Ajuntament, 2016) (*aparcarse dentro de la oficina* en catalán).

Pueblo bicicletero. (México). Peyorativo para un sitio urbano o suburbano, utilizando la retórica de la ausencia de carreteras y calzadas para referirse a la escasez de ofertas culturales o a pocos movimientos cosmopolitas. Las

agrupaciones activistas ciclistas en México han resignificado esta frase para empoderarse ante provocaciones o exclusiones.

Push Bike. Bicicleta para niños que aún no han aprendido a montar la bicicleta con pedales. Está diseñada para habituar el cuerpo del pequeño al equilibrio sobre dos ruedas sin tomar velocidad e impulsarse con los pies.

Ranfla. (México). Coche, automóvil. La subcultura de los cholos ha acuñado términos como este desde el siglo pasado pero ahora se extienden por todo el país.

Ronda verde. Carretera diseñada exclusivamente para ir en bicicleta. Son construídas a partir de caminos ya trazados por ciclistas, o para conectar ciudades o distritos.

Rotonda. Sinónimo de glorieta. Es una intersección que facilita los cruces de caminos. El centro es un círculo en el que confluyen de forma rotatoria los distintos flujos de tránsito.

Salmón. Ciclista que va en dirección contraria en un camino con la intención de tener mayor visibilidad para los automóviles. Esta práctica es rechazada por los activistas y por la normativa por considerarse temeraria. Surge de contextos rurales en donde los caminos no transitan demasiados automóviles.

Salmoneo. (México). Ir por un camino en sentido contrario. Algunos ciclistas utilizan esta técnica, que de hecho está en contra de las normativas de tráfico, para visualizar a los coches. No es aceptada por la comunidad activista, ni por las asociaciones de peatones y automovilistas.

Síndrome de Ciclógenes. Se refiere de forma lúdica al trastorno de Diógenes (necesidad patológica de acumular basura y otros artefactos) pero designado a coleccionistas o restauradores de bicicletas antiguas o bicicletas raras. En los foros de Internet este término no tiene connotaciones negativas ni se habla de algún trastorno mental, sino de una afición en común. Las personas que afirman tener esta característica de su personalidad son principalmente quienes participan y organizan exposiciones para la apreciación de la historia de la bicicleta o para promover la personalización de esta.

Spam. Mensajes enviados de forma masiva o en grupos específicos pero que entorpecen la información o la desvían. Son de contenido comúnmente publicitario, virus o troyanos. Se envían no solo a los usuarios de Internet mediante ventanas emergentes no solicitadas llamadas *pop-ups* o correo electrónico, sino también a los usuarios de a través de mensajes de texto. En las redes sociales suelen ser bots los que envían estos mensajes a partir de perfiles falsos. El término proviene de la marca de alimentos enlatados *Spam*,

"Shoulder of Pork And haM" (*Hombro de Cerdo y Jamón*).

Taponar. Acción de algunos ciclistas voluntarios durante paseos ciclistas reivindicativos o masas críticas, que consiste en tapar con cuerpo y bicicleta las calles para que los demás ciclistas avancen con mayor seguridad. Quienes van a la cabeza de una masa respetan los semáforos, pero en grupos de más de 200 ciclistas es común que la luz roja no sea suficiente tiempo para que todos alcancen a cruzar, por lo que es necesario taponar. Durante estos momentos, muchos ciclistas dialogan o discuten con motociclistas o automovilistas, o bien, entregan panfletos u octavillas con información perteneciente a la masa crítica.

Tennis (bambas en España). Este término se utiliza en el norte de México y algunas zonas del país para referirse al calzado deportivo.

Torito. Término informal para referirse a la bicicleta estilo playera o en inglés *cruiser* que tiene un manubrio y manillares altos que asemejan la forma de los cuernos de un toro.. De este tipo de bicicleta se derivan las bicicletas "tumbadas" o "chopper".

Tramo. (Norte de México). Pantalón

Troca. (Norte de México) Anglicismo proveniente de la palabra *truck*. Es un camión, vehículo de motor diseñado para transportar carga. Aunque comúnmente los camiones pueden ser muy grandes y potentes en relación a un automóvil sedán, varían de tamaño y especialización. Pueden ser desde camiones de bomberos, construcción y excavadoras. En Estados Unidos y en el norte de México la palabra se utiliza tanto para este tipo de camiones como para algunas furgonetas y automóviles abiertos por atrás para llevar carga. Hay que señalar que el uso de *trocas* es un problema de movilidad, ya que se estima que estos vehículos no se utilizan la mayor parte del tiempo para llevar carga y son utilizados solo por un pasajero: su conductor. El problema reside en que es un vehículo que utiliza demasiado combustible y espacio urbano en relación a su eficacia como medio de transporte. Según los informantes, este vehículo puede representar status de poder y masculinidad. La palabra es común en narcocorridos.

Tumbadas. Bicicleta personalizada o *custom* que se utiliza en la subcultura del cholo. Estas tienen un cuadro y sillín muy bajo, y tienen los pedales al frente cerca de las ruedas, para lo cual se pedalea con las piernas casi estiradas hacia el frente y con la espalda recta. En consecuencia, la postura del cuerpo es imponente y avanza a una velocidad lenta. Este tipo de bicicletas se personaliza con arte urbano, comúnmente con diseños alusivos a la virgen de Guadalupe, a la mujer, al amor, a la muerte y a la expresión de la pertenencia al barrio o a la

ciudad.

Twit o tuit. Publicación individual o compartida de un usuario de la red social de Twitter que se comparte para un público de seguidores. En este caso se refiere a las veces que un simpatizante reenvía y comparte un mensaje de apoyo o exigencia para una causa.

Twitrear. Verbo y acción de publicar en *Twitter*.

Twitter. Del inglés: *parlotear, trinar*. Es una red social tipo microblog, al igual que una bitácora pero con publicaciones más constantes y breves, con la posibilidad de ligar a otro usuario o a otro sitio en la misma publicación. Por esto también existe una tendencia a la conversación o mini historia en cada "parloteo". Se puede publicar solo para un círculo de amigos o de manera abierta.

Vía verde. Son infraestructuras ferroviarias en desuso que han sido reconvertidas en caminos cicloturistas y senderistas. En España existen más de 2 500 kilómetros de vías verdes. En México se empiezan a considerar las antiguas estructuras ferroviarias para este tipo de proyectos.

Vorera bici (Catalunya) o banquetabici (México). Camino para bicicletas que se encuentra señalado en aceras anchas. Tanto colectivos de peatones como agrupaciones de ciclistas le consideran peligroso o bien, le consideran transitoria.

Wheelies (wilis). Anglicismo. Ver *caballito*.

Zona 30. Calzada o área urbana en donde la velocidad máxima para los vehículos motorizados es de 30 kilómetros por hora y que permite que tanto peatones como vehículos no motorizados puedan compartir la movilidad, al reducirse los riesgos de accidentes. Ocurre lo mismo con *Zona 15, Zona 20* y similares.

Zorrear. (Mexicali). Acción de observar detenidamente algo o alguien. Puede utilizarse para la observación cuidadosa de un camino, a tomar precaución al andar, pero también se utiliza para la mirada lasciva hacia una persona.