

**Producto Edu-Comunicativo en Búsqueda de la Cultura Ciudadana del  
Joven Peatón Frente a la Seguridad Vial en la Ciudad de Neiva  
Cynthia Pamela Chávez Perdomo y Mónica Alejandra Serrano Losada  
Universidad Surcolombiana**

**Notas del autor**

**Cynthia Pamela Chávez Perdomo y Mónica Alejandra Serrano Losada**

**Ciencias sociales y Humanas, comunicación social y periodismo**

**La correspondencia de este Proyecto de investigación debe ser dirigida al programa  
de comunicación social y periodismo**

**Facultad Ciencias sociales y Humanas, Universidad Surcolombiana Neiva-Huila**

**Contacto, [serranomonica@gmail.com](mailto:serranomonica@gmail.com), [pachape369@gmail.com](mailto:pachape369@gmail.com)**

## **Declaración de autoría y cesión de derechos de autor**

Nosotras, Mónica Alejandra Serrano Losada y Cynthia Pamela Chávez Perdomo, declaramos bajo juramento que en la autoría del presente trabajo con el título “PRODUCTO EDU-COMUNICATIVO EN BÚSQUEDA DE LA CULTURA CIUDADANA DEL JOVEN PEATÓN FRENTE A LA SEGURIDAD VIAL EN LA CIUDAD NEIVA” nos corresponde totalmente y nos responsabilizamos con criterios y opiniones científicas que en el mismo se declara, como producto de la investigación realizada. De la misma forma cedemos nuestros derechos a la Universidad Surcolombiana de Neiva, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y normatividad institucional vigente.

### **AUTORES:**

---

Cynthia Pamela Chávez Perdomo

C.C 1.075.273.480

---

Mónica Alejandra Serrano Losada

C.C 1.075.274.523

## **Agradecimientos**

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Todos aquellos que contribuyeron con el debido desarrollo de este proyecto para y por el bienestar del ambiente peatonal y vial de la ciudad de Neiva, a los docentes que aportaron sus conocimientos y nos brindaron sus pertinentes asesorías, a todos y cada uno de los que participaron en la realización del producto comunicativo, de igual manera a los peatones que de una u otra manera quisieron contribuir por una mejor cultura ciudadana y un mejor ambiente ciudadano y por supuesto a nuestro colega Juan Pablo Rivera disponibilidad y buena actitud en cada producción realizada.

## **Dedicatoria**

Le dedicamos este proyecto de investigación a todas aquellas personas que estuvieron presentes en cada paso de nuestra carrera universitaria y que ahora nos ven llegar a la meta que nos propusimos cuando ingresamos a la universidad, a nuestros familiares que confiaron en nosotras los cuales fueron los pilares fundamentales para hoy lograr este objetivo porque supieron guiar nuestros pasos hacia un buen e integral perfil profesional.

## Contenido

Tema: Producto Edu-Comunicativo En Búsqueda De La Cultura Ciudadana Del Joven Peatón Frente A La Seguridad Vial En La Ciudad Neiva .....		viii
Resumen .....		viii
Introducción .....		1
1.	Planteamiento Del Problema .....	3
2.	Justificación.....	6
3.	Objetivos .....	8
3.1	General: .....	8
3.2	Específicos: .....	8
4	Antecedentes .....	9
4.1	Local.....	9
4.2	Nacional .....	13
4.3	Global.....	14
5.	Marco Teórico .....	17
5.1	Comunicación. ....	17
5.1.1	Estrategia.....	19
5.1.2	Comunicación estratégica .....	20
5.2	Seguridad vial.....	22
5.3	Señales de transito.....	23
5.4	Peatón.....	24
5.5	Comportamiento Seguro .....	24
6.	Metodología .....	27
6.1	Enfoque Metodológico.....	27

6.2 Tipo de estudio .....	28
6.3 Población .....	28
6.4 Muestra.....	29
6.5 Técnicas de recolección de datos .....	29
6.5.1 La observación participante .....	29
6.5.2 Entrevista Colectiva .....	30
6.5.3 Documentación .....	30
6.5.4 Evidencia Audiovisual .....	31
7. Resultados .....	33
7.1 Entrevista Colectiva .....	33
7.2 Documentación .....	34
7.3 Evidencia Audiovisual .....	35
7.4 Observación.....	35
8. Impacto.....	37
9. Conclusiones .....	38
10. Recomendaciones.....	40
10. Producto Comunicativo.....	42
10.1 Presentación .....	42
10.2 Resumen.....	44
10.3 Objetivos .....	45
10.3.1Objetivo general .....	45
10.3.2 Objetivos Específicos.....	45
10.4 Estrategia comunicativa .....	45
10.5 Redes sociales: .....	6

10.5.1 Protocolo para publicaciones en redes sociales.....	6
10.6 Impacto de las redes sociales .....	13
10.7 Recomendaciones de uso .....	20
Bibliografía .....	23
Anexos.....	28

## **Tema: Producto Edu-Comunicativo En Búsqueda De La Cultura Ciudadana Del Joven Peatón Frente A La Seguridad Vial En La Ciudad Neiva**

### **Resumen**

Partiendo de la fusión entre educación y comunicación se realizó un producto comunicativo como estrategia en pro del comportamiento peatonal. Por consiguiente, se llevó a cabo una campaña audiovisual que abarco opiniones y conductas de los peatones, datos de acopio que luego ayudaron a crear varios vídeos clips con una duración máxima de 3 minutos. Estos videos gracias a su corta duración facilitaron llamar la atención de los jóvenes, y enseñarles el propósito de nuestra campaña, objetivo central del presente proyecto.

Fueron ocho videos llamativos y creativos los cuales pudieron atrapar la atención del público, ayudando a motivar a las y los jóvenes a que contribuyan a un mejor ambiente vial y entorno social en la ciudad de Neiva, por lo que se considera importante incluir un personaje que se encarga en cada pieza comunicativa de recorrer la ciudad, indagando a las y los peatones con diferentes temas acordes a la investigación.

Gracias a la contextualización bibliográfica de esta problemática se nos permitió fundamentar y delimitar según la realidad con antecedentes y justificaciones alusivas al tema. Luego de un arduo trabajo en el anteproyecto, se realizaron muchos ajustes acordes a los consejos dados en asesorías, los cuales nos permitieron encontrar y definir las bases para el proyecto a realizar, desarrollando aspectos esenciales para la ejecución del producto.

Asimismo, la redacción de los respectivos guiones técnicos y literarios dio inicio al plan de rodaje para todas las mini-cápsulas establecidas, poniendo en marcha el recorrido por distintos sectores de la ciudad para la recolección del material; donde el equipo pudo identificar en la cotidianidad vial de los neivanos, que la mayoría de habitantes no cuentan con suficientes bases

frente a la educación vial, por lo que se concluye que es fundamental la formación y educación ciudadana frente a esta problemática, dado que existen situaciones donde el ciudadano neivano se ha visto involucrado en accidentes de tránsito que se producen a diario.

Ya sea por falta de interés o simple desconocimiento y descuido, también se pudo diagnosticar que el joven peatón neivano, no adopta el rol apropiado cuando debe transcurrir por las calles, por esto se vio la necesidad de crear una plataforma virtual donde se pudiera llegar a esta población, transmitiendo un mensaje de conciencia y motivación por medio de mini-cápsulas, artículos, videos y frases alusivos al tema.

El experto Pedro José Romero agente de la policía metropolitana de la ciudad de Neiva, compartió en una entrevista audiovisual su punto de vista desde su experiencia, testimonio que concluye con que “aunque se debe castigar al mal peatón, no se le presta la debida atención a las sanciones las cuales entonces son pasadas por alto, generando que los peatones repitan los errores y sus malas decisiones al transitar a pie por la ciudad”.

**Palabras Claves:** edu-comunicacion, seguridad vial, responsabilidad social, campaña audiovisual.

## **Introducción**

Colombia se enfrenta a un problema de salud pública a raíz del elevado índice de accidentalidad provocada por peatones jóvenes, quienes protagonizan accidentes al ser atropellados en las zonas con mayor fluidez de tránsito; situación que está presente hoy en día en la ciudad de Neiva, ya que la población juvenil tiende a tener comportamientos asociados a conductas inapropiadas, como hablar o chatear en el teléfono móvil, usar audífonos, ignorar las señales de tránsito y la constante distracción frente al entorno que lo rodea a la hora de apropiarse del rol como peatón. Por lo tanto, esta campaña audiovisual buscó crear una cultura ciudadana frente a la seguridad vial y generar un desarrollo social integral, el cual es necesario, debido al fenómeno de falta de apropiación del deber como peatón que debe tener todo adolescente y que es un aspecto que escasea por la poca iniciativa de la población neivana.

En la primera parte del proyecto se da a conocer a los lectores, el tema del proyecto, el planteamiento del problema, la justificación de la investigación donde sustenta la forma como se logró delimitar el problema, los objetivos generales y específicos de la investigación, y por último el resumen refleja cómo se desarrollaron los objetivos planteados.

Terminada la primera parte, se presenta el marco teórico de la investigación, asimismo los antecedentes del tema, la metodología que se empleó y los instrumentos de recolección de la información, la cual después de analizada e interpretada permitió dar inicio a la elaboración de los seis videos que conforman el producto edu-comunicativo. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendación necesarias para futuras

investigaciones.

El presente estudio empleo un enfoque cualitativo con el método descriptivo, para trabajar con una población de peatones entre los 18 y 24 años de edad de la ciudad de Neiva.

## **1. Planteamiento Del Problema**

En la actualidad, la seguridad vial se ha convertido en una temática de vital importancia a nivel mundial en los países y ciudades que buscan su integral desarrollo respecto al ámbito vial. Debido a esto, es preciso borrar del imaginario de los conductores y jóvenes peatones que la seguridad vial se limita al buen estado de las carreteras, y enseñarles que esta seguridad hace referencia a distintos “comportamientos que las personas deben tener en la vía pública, ya sea en condición de peatones, conductores o acompañantes. Además, a una serie de normativas y procedimientos que permiten regular el orden vial y resguardar la seguridad de las personas” (Fernández 2009, citado por Anacona, 2014, p. 21). En otras palabras, la seguridad vial son los comportamientos o actitudes del ciudadano para prevenir accidentes al momento de movilizarse ya sea a pie o en un vehículo.

Por la falta de una educación o cultura en seguridad vial, la accidentalidad ha aumentado considerablemente, en Colombia en los últimos 10 años murieron más de 63 mil personas como consecuencia de accidentes de tránsito; de hecho, las muertes y lesiones en siniestros de tránsito son la segunda causa de muerte violenta en el país, y la primera causa de muerte en los niños de 5 a 14 años, convirtiéndose así, en un problema social y de salud pública (MinTransporte, s,f). En lo que respecta a Neiva, la secretaria de Movilidad de Neiva informo que “entre los meses de enero y octubre del año 2015 hubo 1.703 eventos de accidentes de tránsito, mientras que en el presente año, se han presentado 1.506, arrojando una reducción el 11.57%” (Alcaldía de Neiva, 2016). Aunque las cifras bajaron no debe dejar de realizarse campañas formativas en informativas en seguridad vial para concientizar a peatones, pasajeros y conductores sobre la necesidad de lograr una movilidad racional y

sostenible como lo estipula la Ley 1503 de 2011 en su artículo 1, porque “las colisiones en las vías de tránsito son la segunda de las principales causas de muerte a nivel mundial, por factores como conducir en estado de embriaguez, el no estar atento o el irrespeto por la señales de tránsito (O.M.S, 2004).

Por su parte el gobierno nacional desde el Ministerio de Transporte y de Educación ha impulsado proyectos pedagógicos como transversales para enseñar desde la escuela y todos los ciudadanos el respeto por las normas de tránsito. En ese sentido, el gobierno creó la Agencia Nacional de Seguridad Vial con el propósito de brindar soporte interinstitucional y de coordinación para la ejecución, seguimiento y control de las políticas, estrategias, planes y acciones dirigidos a dar cumplimiento a las políticas de seguridad vial, definidas por el Gobierno Nacional, así como para el fortalecimiento en la planeación y gestión de la seguridad vial en el país (MinTransporte, s,f). Asimismo el gobierno ha establecido La Resolución 4101 de 2004 adopta el Plan Nacional de Seguridad Vial denominado “Hacia una Nueva Cultura de Seguridad Vial” y La Ley 1383 de 2010 (por la cual se reforma la Ley 769 de 2002) enfatiza que los principios rectores del código nacional de tránsito son, seguridad de los usuarios, movilidad, calidad, oportunidad (Pico , Gonzales , & Noreña, 2011, p.196).

El Ministerio de Educación, en relación con esta problemática a trabajo apoyándose en los proyectos transversales con los cuales desarrolla las competencias de los estudiantes y les enseña a construir ciudadanía. También realizó el lanzamiento del documento sobre las "Orientaciones pedagógicas para la movilidad segura: Un enfoque de educación vial 'Saber Moverse'"; documento que se originó a partir de los resultados de una encuesta que se

aplicó en 2013 a 5580 estudiantes de 5° y 9° en las Pruebas Saber, la cual indagó sobre los conocimientos, actitudes y prácticas en movilidad (MinEducación, 2014). Por este motivo, la Universidad de la Salle (2015), sostiene que “la seguridad vial en la actualidad ha tenido un impacto muy importante referenciado por la educación para la conducción y comportamiento en calles y rutas” (p.3). Por esto es importante el acatamiento que se merece la Ley 1503 de 2011 y la resolución 1565 de 2014.

Es por ello que prestarle atención a tal problemática se convierte en algo indispensable para el desarrollo social, por lo que es pertinente dar a conocer la importancia de este fenómeno actual para que las personas identifiquen las causas y así poder prevenir, reducir y evitar el incremento en los accidentes de tránsito causados por el transeúnte.

Las evidencias anteriores, nos llevan a formular una pregunta que es el hilo conductor de esta valiosa investigación.

**Pregunta de investigación:**

¿Cómo educar al peatón entre los 18 y 24 años de la ciudad de Neiva, realizando un Producto Edu-Comunicativo en búsqueda de la cultura ciudadana con respecto a la seguridad vial?

## 2. Justificación

La seguridad vial en la actualidad se convirtió en una problemática nacional y mundial debido a las elevadas cifras de lesionados y muertos por accidentes: a nivel local, según la Secretaria de Movilidad la ciudad reporto entre los meses de enero y octubre del año 2015 hubo 1.703 eventos de accidentes de tránsito, mientras que en el 2016 se han presentaron 1.506. A nivel mundial “cada año, más de 270 000 peatones pierden la vida en la vía, y los peatones representan el 22% del total de defunciones por accidentes de tránsito, y en algunos países la proporción alcanza un 66%” (Organizacion Mundial de la Salud, 2013). Esta situación ha hecho que los países legislen ante esta situación, y organismos tan significativos como la ONU y la OMS se han referido acerca de lo importante de crear una cultura vial para reducir los índices de mortalidad.

En Colombia, el gobierno nacional a través de los ministerios de educación y principalmente el de transporte creo una agencia de seguridad vial, y han impulsado campañas, creados leyes, desarrollados proyectos desde las escuelas todo en pro de educar a los ciudadanos en movilidad y seguridad vial, con el fin reducir la tasa de accidentalidad, de lesionados y de muertes por el no respeto a las normas de tránsito. Presentaron estadísticas preocupantes, demostrando que Colombia cada 85 minutos muere un colombiano por un accidente de tránsito, según las estadísticas oficiales presentadas por el Banco Mundial en el 2013; cada día mueren dos niños por accidentes de tránsito, según datos de 2012 de la Corporación Fondo de Prevención Vial; y, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, los accidentes de tránsito son la primera causa de muerte en niños entre los 5 y los 14 años, y la segunda entre las personas de 15 y 24 años de edad (MinEducacion, 2014).

Por lo tanto, el presente proyecto en lineamiento con la ley 1503 de 2011 de contribuir “a que la educación vial y la responsabilidad como actores de la vía sean asuntos de interés público y objeto de debate entre los ciudadanos Ley 1503 de 2011, art. 1, literal A); llevó a cabo la realización de un producto educomunicativo, formado por una serie de videos clip para lograr una máxima difusión y reproducción de estas piezas audiovisuales, con el objetivo de incrementar el posicionamiento del tema en pro de una cultura ciudadana y una responsabilidad social necesaria para el buen actuar diario de los peatones en un entorno de tránsito.

En este orden de ideas, los videos o productos edu-comunicativo para instruir a los peatones entre 18 y 24 años de edad de la ciudad de Neiva, cuenta con la ayuda del personaje Juan Pablo Rivera, quien recorre algunas zonas de la ciudad, evidenciando comportamientos, conductas y percepciones que tienen los jóvenes peatones frente al tema de seguridad vial, logrando así desarrollar la campaña audiovisual del tema.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 General:**

Motivar e incentivar al peatón entre los 18 y 24 años por medio de un producto Edu-Comunicativo para promover la seguridad vial de la ciudad de Neiva.

#### **3.2 Específicos:**

- Evaluar el conocimiento de los jóvenes peatones en relación a la seguridad vial y responsabilidad social.
- Identificar los factores asociados con el incumplimiento a las normas de tránsito y seguridad vial por parte los jóvenes peatones de la ciudad de Neiva.
- Difundir el producto edu-comunicativo por medio de las redes sociales en la ciudad de Neiva.

## **4 Antecedentes**

Quisimos partir definiendo el concepto de cultura ciudadana, considerada como el conjunto de actitudes, costumbres, acciones y reglas mínimas que son compartidas por los individuos de una comunidad, permitiendo la convivencia y generando sentido de pertenencia social, centrando como tema de interés para toda comunidad, tanto en Colombia como en países desarrollados, centramos o delimitamos el tema a la ciudad de Neiva para que la seguridad vial incremente su importancia y sea acogida favorable con las instituciones estatales como la Alcaldía de Neiva, la Secretaría de Movilidad vial y otras entidades e incluso las instituciones educativas, porque han ofrecido múltiples campañas y estrategias para que el ciudadano reconozca las normas de tránsito y actúe de una forma adecuada por las calles de la ciudad sin poner en riesgo su propia vida y la de los demás, sin embargo en pocas ocasiones ha generado verdadero impacto.

La seguridad vial es un aspecto de interés común, ya que el bienestar respecto al ambiente de tránsito debe ser construido por los ciudadanos quienes al tener cultura vial contribuyen a generar mejores conductas y comportamientos al momento de transitar a pie por la ciudad de Neiva. Teniendo en cuenta la anterior afirmación se relacionan los conceptos cultura ciudadana y seguridad vial ya que si hay disposición por parte del peatón en este caso de contribuir al bien común estaría teniendo cultura ciudadana lo que da como resultado seguridad vial.

### **4.1 Local**

En primera instancia en el año 2014, la administración municipal en conjunto con la compañía seguros Allianz realizaron una campaña de seguridad vial, con el propósito de

generar respeto por las normas de tránsito a cada uno de los conductores de las ciudad donde el secretario de movilidad indicó “esta iniciativa busca llegar a todas las comunas de Neiva, educar tanto a conductores de vehículos particulares como a personas que manejen los micro buses de servicio público con el fin de disminuir los índices de accidentabilidad en la capital huilense” (Durán, 2014), ofreciendo charlas en el club empresarial y de negocios durante 4 días hacia los conductores ,enfocándolos a respetar las normas de tránsito para así generar conciencia en los conductores huilenses sobre la importancia de adquirir comportamientos y hábitos seguros a la hora de ir frente al volante y así reducir muertes por conductores imprudentes.

En el 2015 se presentó una campaña que iba dirigida a peatones y conductores realizada en diferentes semáforos de la ciudad, donde los neivanos fueron instruidos en temas relacionados con el paso por las cebras, respetar las señales de tránsito y el uso de cinturón de seguridad Según ratificó Ángel Eduardo Triana Secretario de Movilidad en ese momento dijo

Es una campaña denominada “Héroes Viales”, donde se ve la publicidad con un gato que dice “Tu no siete vidas, movilízate bien”, va dirigido a las personas que no respetan las normas de tránsito, queremos con esta campaña fortalecer gracias a la tecnología de los centrales de tráfico, donde vamos a comenzar en las instituciones educativas” (Radio, 2015).

Sin embargo, pese a estas estrategias, el número de personas lesionadas por culpa de accidentes de tránsito se debe a los malos comportamientos de los actores de las ciudad, por tal razón en el 2016 Ecopetrol con el apoyo de la policía de carretas realizó una campaña de seguridad vial en sus instalaciones y las comunidades vecinas a su operación petrolera en el Huila: dispusieron de jornadas para sensibilizar a funcionarios, aliados y comunidades

sobre el respeto de las normas de tránsito y la conducción preventiva de vehículos, sean automóviles, motos o bicicletas, dentro y fuera de la compañía empresa, llevando a cabo actividades lúdicas y retenes viales concientizando a la población sobre la importancia de la conducción segura; Johnson Forero, jefe del departamento de HSE de la Regional Sur de Ecopetrol dijo que “la seguridad vial consiste en la prevención de accidentes o la minimización de sus efectos, especialmente para la vida y la salud de las personas” (Ecopetrol, 2016).

A mediados del año 2016, en el mandato de Rodrigo Lara junto a la alcaldía de Neiva desarrollaron un proyecto de fortalecimiento vial, con el fin reducir la mortalidad de accidentes de tránsito financiada por la Agencia Nacional de seguridad vial de transporte, se ejecutó en el mes de agosto en una semana por la seguridad vial, para así fortalecer la cultura ciudadana dos habitantes, entidades públicas, y privadas.

Según Jimmy Puentes secretario de movilidad

En lo que va del año, definimos las estrategias para la inversión de este recurso del Gobierno Nacional. Haremos énfasis en la vinculación y sensibilización a varios actores de la ciudadanía neivana en diversos escenarios como la escuela, la vía, en el espacio público, para comprometerlos a ayudar en la construcción de conciencia colectiva a través de la educación” (Nacion, 2016).

Respecto a lo anterior, el grupo de investigación con un rigor periodístico, pudo encontrar que la mayoría de estrategias que se han venido desarrollando en la ciudad se enfocan en la comunidad neivana en general, como conductores de transporte público y motociclistas, dejando de un lado la necesidad de incorporar los peatones en el cambio para una cultura ciudadana deseada. Es pertinente rescatar que en varias partes de Colombia ya incorporan

las multas a los peatones imprudentes, pero en la ciudad de Neiva es aún una falencia, por tal razón sustentamos que aún es una necesidad en la ciudad crear ideas que incluyan al peatón y no lo hagan invulnerable.

Delimitando los antecedentes se llega al momento en que la Universidad Surcolombiana en el mandato de Eduardo Pastrana Bonilla como Rector adoptó el programa de Prevención en seguridad vial en la universidad con la resolución 065 que se refiere a que

Es necesario adoptar el Programa de Prevención en Seguridad Vial en la Universidad Surcolombiana, con el fin de promover una movilidad segura de la comunidad educativa en toda la geografía nacional, generando mecanismos y estrategias que garanticen la gestión y administración del riesgo y la promoción de la seguridad vial (Surcolombiana, 2012 ).

La seguridad vial se entiende como la disciplina que estudia y aplica las acciones y mecanismos para garantizar el buen funcionamiento de la circulación en la vía pública, para así prevenir los accidentes de tránsito; nos referimos entonces a los comportamientos que deben tener las personas en la calle, previniendo que sea el ser humano el principal causante de lesiones y muertes de tránsito en la población, en hechos como por ejemplo cuando se corre al cruzar las calles, se movilizan consumiendo alcohol o cuando no usan los puentes peatonales, ni prestan atención a los semáforos peatonales. Es preciso entonces citar el estudio realizado por dos estudiantes de la Universidad Surcolombiana de comunicación social y periodismo; *Sheila Henao Moreno* y *Angélica María Falla* quienes en su investigación “*Estrategia edu-comunicativa para la cultura ciudadana y la educación vial en la ciudad de Neiva*” (Falla) concluyen que es importante crear una estrategia que influya en el comportamiento de la población, para generar cultura ciudadana a la hora de

conducir, centrándose en quienes manejan los autos; comparando este estudio se tomarán como actores a los peatones quienes también incumplen las normas y reglas de tránsito; ya que la investigación realizada por *Sheila Moreno y Angélica Falla* complementa de cierta manera el tema a tratar en este caso dado que las imprudencias tienen similitud en varios aspectos.

#### **4.2 Nacional**

La falta de apropiación sobre la cultura vial por parte de los peatones desencadena varios acontecimientos lamentables, como daños físicos y emocionales, lesiones graves con fatales resultados, etc. Por esto es indispensable hallar las razones por las cuales las personas actúan de esta manera, poniendo en riesgo su salud integral y la de las otras personas con actitudes inadecuadas, que influyen en su forma de comportarse en las calles, porque muchas personas emiten sentimientos de agresividad reprimidos hacia los demás ciudadanos y así mismo canalizan estrés y frustraciones personales lo que desencadena la apatía con la sociedad.

Casseres (s.f) define la cultura de la siguiente forma

La cultura ciudadana es el conjunto de costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos. Su propósito es desencadenar y coordinar acciones públicas y privadas que inciden directamente sobre la manera como los ciudadanos perciben, reconocen, usan y se relacionan los entornos sociales y urbanos, pertenecer a una ciudad es reconocer contextos y en cada contexto respetar las reglas correspondientes, apropiarse de la ciudad es aprender a usarla valorando y respetando su ordenamiento y su

carácter de patrimonio común.

Por lo anterior, se deriva que los ciudadanos necesitan despertar el sentido de pertenencia por lo público y participar para mejorar el ambiente de tránsito. Un ejemplo rescatable fue la iniciativa dada por el exalcalde de Bogotá Antanas Mockus durante sus dos mandatos (1995-1998 y 2001-2003) implementando enseñanzas sencillas frente a la cultura ciudadana con la necesidad de crear una conciencia social que permita hacer un uso adecuado, racional y humano de los espacios dedicados al tránsito, como respetar la cebra al pasar la calle, según Mockus la cultura ciudadana “parte del hecho de que, en muchas ocasiones, la solución de un problema no depende tanto de la creación de nuevas leyes, sino más bien de la admiración y respeto por parte de los ciudadanos de las que ya existen” (Suarez, 2015).

### **4.3 Global**

Los accidentes de tránsito se han convertido en una problemática global en los países industrializados, además al adolescente se le considera como un actor principal en este tipo de situaciones, considerando que

Los accidentes de tránsito se han convertido en España, así como en los países industrializados, en una importante causa de lesiones y muertes en la población juvenil, y es la primera causa de defunción entre los 5 – 24 años de edad. Entre los 14 – 18 años, los adolescentes pueden ser víctimas de las conductas de riesgo de otras personas cuando viajan como pasajeros, o bien pueden ser protagonistas de estas conductas (cuando conducen a gran velocidad, cuando han consumido alcohol, cuando no usan el casco o cinturón, etc.). Algunos autores consideran que el paso de víctimas a protagonistas marca diferencias entre la infancia y la adolescencia o juventud” (Carmen Meneses Falcóna, 2009).

En este orden de ideas Vanegas (2009) afirma que

Los accidentes de tránsito son epidemia a nivel mundial, no hay organismo internacional que no tenga como meta bajar las cifras de siniestralidad vial, son un problema económico y social, porque constituye la primera causa de muertes violentas y las económicas de los países, aunque el problema se vuelve aún mayor en regiones donde los jóvenes forman parte de la población es un tema de preocupación mundial, ya que el planeta se estiman alrededor de 1.200.000 muertes por año, en un promedio de 3288 muertes por día; cada año cerca de 400.000 jóvenes menores de 25 años mueren a causa del tráfico en las carreteras de todo el mundo, aunque mientras en los países más desarrollados los afectados suelen ser los conductores, en los más pobres se trata más de peatones, además mientras la juventud representa cerca del 10% de la población mundial., entre los fallecidos en los accidentes de tránsito suponen el 27%... más de la mitad de los muertos tenían entre 15 y 40 años; y muchos seguramente el sostén económico de su familia, sin mencionar el daño.

En la actualidad se ve a diario en las calles cómo peatones y conductores violan la ley, sin embargo no se los sanciona ejemplarmente como debería ser, lo que genera que los malos comportamientos sean reiterativos, aspecto que deriva pésimas consecuencias ya que aunque a veces no es por culpa de quien conduce un vehículo sino también por la irresponsabilidad de por quienes transitan por la calle es decir los transeúntes.

Se han llevado a cabo un sin número de investigaciones sobre accidentes de tránsito, sin embargo, no se ha logrado solucionar este problema

Agencia Nacional de Tránsito (ANT) en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del año 2014 - 2015, 191 accidentes fueron provocados por peatones que cruzaron la calzada sin respetar la señalización

(semáforos o señales manuales), y otros 51 incidentes por bajarse o subirse de vehículos en movimiento sin tomar las precauciones debidas. Además, en 2014 hubo 60 percances por embriaguez del peatón” (Justicia, 2015 ).

Sabiendo entonces que el interés del peatón es fundamental para generar un comportamiento participativo en cuestión de la seguridad vial, se quiso mostrar mediante la investigación la influencia que se puede generar para un cambio en la cultura urbana por medio de la comunicación, priorizando la necesidad de educar acerca de la seguridad vial, dando a conocer que en Latinoamérica los atropellamientos provocados por los peatones no son considerados como hecho para prestar la suficiente atención a pesar de que son eventos que generan lesiones e incluso muertes, por esto es pertinente que se trabaje en estrategias para contrarrestar esta problemática pública; la cual debe ser de incumbencia para todo ciudadano.

## **5. Marco Teórico**

Este estudio le apostó a la creación de un producto comunicativo, que ayudo a inculcar una cultura participativa frente a la seguridad vial dentro del ámbito urbano, con un pensamiento responsable respecto a las normas de tránsito y así lograr incidir en el tema de cultura vial por medio del peatón catalogándolo como el actor clave de nuestro proyecto, por lo que se trabajó buscando incentivar su iniciativa como sujeto ciudadano, por medio de la campaña audiovisual desarrollada.

### **5.1 Comunicación.**

Esta investigación adopta la comunicación, la cual se deriva de la raíz latina *communis*: poner en común algo con otro, es decir transmite algo que se comparte, que se tiene o se vive en común. Por esto se reconoce la comunicación como uno de los aspectos que influyen en el contexto del ser humano.

La comunicación no tiene solo una acepción o una forma de aplicarse a los distintos contextos del ser humano y la sociedad; además, su uso como herramienta o estrategia reporta valiosos resultados en la consecución de objetivos propuestos. En este orden ideas presentaremos varias definiciones pertinentes con los objetivos propuestos en este proyecto.

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, la definen como “producción común de sentido, sobre la realidad sociocultural, conformada por un campo posible de configuración de nociones, visiones, percepciones, intenciones, operaciones y acciones comunes, que se construyen y se configuran nuevamente en otras” (Salas, 2011,

p.236); por otro lado, Piñuel y Gaitán (1995, citado por salas, 2011) afirman que la comunicación puede ser entendida como “un modo peculiar de interacción mediadora y mediada entre sujetos-agentes sociales” (p.236). Cardenas & Godoy, (2008) la definen como “una habilidad que nos permite transmitir información verbal y no verbal; es decir, mediante palabras o, simplemente, mediante gestos y acciones” (p.17), y estas autoras manifiestan que la comunicación es útil para coordinar diferentes acciones y llegar a los objetivos planteados y resaltan el hecho que de una buena comunicación depende el éxito de organizaciones, empresas y productos durante mucho tiempo.

En consecuencia para lograr una buena comunicación es relevante tener en cuenta lo siguiente

...unas preguntas poderosas que se deben tener en cuenta y a las cuales debe responderse concretamente: qué se quiere comunicar, cómo, por qué, quién lo puede comunicar, dónde, cuándo y, qué sentido queremos despertar; es decir, cual es la identidad de lo que se quiere comunicar. Nótese que estas preguntas fundamentan el sentido de la comunicación, es decir le dan sentido al acto de comunicar, al ejercicio de circulación de mensajes y a la construcción y divulgación de símbolos significantes (Pizzolante, 2004, citado por Cardenas & Godoy, 2008, p.18).

Con base en estas definiciones no es equivocado afirmar que la comunicación como disciplina, proceso, herramienta o medio, facilita entrar en contacto con otras personas con distintos intereses, aun así, permite establecer una relación mediada por el dialogo para generar compromisos, relativizar intereses y posibilitar la construcción de un bien general que afecte positivamente a todos; por ejemplo, el conocimiento y respeto por la señales de tránsito para promover la seguridad vial.

### **5.1.1 Estrategia**

Se hizo referencia a la comunicación como medio, herramienta, proceso, pero también es una estrategia; y para comprender la comunicación como estrategia es necesario aclarar el concepto de estrategia. La palabra estrategia al igual que la comunicación tiene varias definiciones y varios usos en distintos contextos como el educativo, en el cual el docente diseña e implementa estrategias para facilitar el aprendizaje del educando. De igual manera, en esta investigación, lo que se busca es llegar al mayor número de personas o peatones posible para motivarlos a que aprendan todo lo concerniente a la seguridad vial.

Una estrategia es la planificación del proceso de enseñanza aprendizaje, de manera consciente y reflexiva, para llegar a las metas propuestas para un determinado grupo (Castilla y Sartori, 2004) o son los recursos que se utilizan en una práctica educativa; para facilitar el aprendizaje (Roser, 1995). En el mismo sentido Díaz (2004) las define como “todos los procedimientos, conjunto de pasos, operaciones o habilidades que se emplean en forma consciente, controlada como instrumento para aprender significativamente” (p.78). Lo anterior nos muestra que las estrategias son alternativas, planes, herramientas entre otros aspectos que generan soluciones prácticas, a situaciones que se presentan en contextos diferentes al ámbito educativo y que “pueden ser definidas como conductas y pensamientos que un aprendiz utiliza durante el aprendizaje con la intención de influir en su proceso de codificación” (Weinstein y Mayer, 1986, p. 315).

Para Garrido (2004 citado por Salas, 2011) una estrategia aplicada a la comunicación debe tener las siguientes características.

1. Es esencialmente directriz teórica.
2. Tiene carácter normativo y unificador.
3. Induce al pensamiento de largo plazo.
4. Define responsabilidades y propósitos a todo nivel.
5. Genera procesos de interacción y aprendizaje de todos sus componentes.
6. Unifica recursos en relación con objetivos (p.237)

Partiendo de estas características el mismo autor define la estrategia de comunicación como “un marco ordenador, centrado en el receptor, que integra los recursos de comunicación corporativa, en un diseño de largo plazo, conforme con unos objetivos rentables para la organización”.

### **5.1.2 Comunicación estratégica**

Por consiguiente, la comunicación como estrategia o la comunicación estratégica es una “forma de acción social que se caracteriza por la interacción simbólica, para resolver problemas o maximizar oportunidades (Pérez, 2008). Esta comunicación estratégica se da dentro de un “juego estratégico, donde el emisor decide y preelabora la comunicación de cara a unos objetivos, de acuerdo con un contexto o unas tendencias, para las que hay que tener en cuenta las posibles decisiones/reacciones de los públicos” (Salas, 2011, p.235).

Para que la comunicación sea estratégica requiere de:

- Intervienen varios jugadores —los cuales se denominan stakeholders, quienes son afectados o pueden ser afectados por el producto educucomunicativo, o todos los públicos de interés en una organización, que pueden afectar o ser afectados por esta.
- Las personas que toman decisiones tienen que tomar en cuenta otros

jugadores, y el entorno.

- Hay un objetivo o una intencionalidad consciente orientada a controlar la comunicación.
- Hay más que un público objetivo, un mensaje, o unos medios; también hay creatividad, la clave para ser diferentes de la competencia.
- Se investiga; es decir, se gestiona.
- Se elige un curso de acción, que se ejecuta, controla y evalúa, con el fin de ser competitivos, a lo cual se agrega una relación de beneficio mutuo con los stakeholders (Pérez, 2008, citado por Salas, 2011).

La estrategia comunicativa y educativa ofrece múltiples beneficios importantes, por esto nos referimos también a “La teoría de una pedagogía de la comunicación” por Mario Kaplún, quien alude que

...cuando hacemos comunicación educativa estamos siempre buscando, de una y otra manera, un resultado formativo. Decimos que producimos nuestros mensajes «para que los destinatarios tomen conciencia de su realidad», o «para suscitar una reflexión», o «para generar una discusión». Concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular, como alimentadores de un proceso educativo transformador (Kaplun, 2002).

La comunicación es la estrategia adecuada para llegar a la población deseada, ya que gracias a la tecnología ha sido posible modificar los métodos de informar, en este caso las redes sociales cumplieron el deber de posicionar el tema tratado en el contexto de los jóvenes quienes interactuaron de una u otra manera dando a entender que la mejor forma de relacionarse con los jóvenes en la actualidad es por medio de las TICS involucrando la comunicación digital como herramienta clave en este proyecto de investigación y teniendo

en cuenta que “la verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, si no por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos aunque sea a distancia a través de medios o canales artificiales. Los medios masivos tal como operan actualmente en su casi totalidad no son medios de comunicación si no medios de información o de difusión” (Kaplun, 2002).

Por lo anterior se tiene en cuenta que la comunicación cumple un papel fundamental dentro del desarrollo de comportamientos, generando un impacto social que permita crear condiciones físicas, mentales y sociales en una persona para que cambie su actuar.

## **5.2 Seguridad vial**

Las ciudades año tras años crecen, mayor número de pobladores, barrios, vehículos, calles y avenidas que demandan cada una su señalización para evitar accidentes de peatones como de vehículos. Ante el inminente riesgo de accidente donde el peatón puede ser la víctima, países como Colombia ha establecido la legislación correspondiente para que peatones como conductores y ciudadanía en general conozcan sus derechos y deberes cuando se desplazan por la calle. Estas leyes establecidas dan origen a la seguridad vial definida como un “sistema social el cual comprende una variedad de actividades o procesos en los que participan diferentes actores que interactúan entre sí en ambientes físicos, mediante la utilización de medios de transporte motorizados o no motorizados” (Pico , Gonzales , & Noreña, 2011); y en esa interacción que se realiza en la calle, en una avenida esta mediada por una normatividad, la cual el peón debe comprender lo vital que resulta respetarla porque le puede salvar la vida.

Los reportes informan que “cada año mueren aproximadamente 1,3 millones de personas a raíz de un accidente de tránsito, es decir, más de 300 fallecimientos al día por esta causa, aunque más de la mitad de los fallecidos no viajaban en automóvil” (Pico , Gonzales , & Noreña, 2011). Por esta razón, la Ley 769 de 2002 establece que el Ministerio de Transporte deberá elaborar un Plan Nacional de Seguridad Vial para disminuir la accidentalidad en el país que sirva además como base para los planes departamentales, metropolitanos, distritales y municipales; y por parte de la misma ciudadanía se hace necesario diseñar propuestas educativas que se puedan implementar con el propósito de concientizar al peatón de lo impórtate que es la seguridad vial para a movilidad del ciudadano en la ciudad.

### **5.3 Señales de transito**

Parte de la seguridad vial son las señales de tránsito, las cuales tienen como función establecer, sugerir o avisar los que el peatón debe realizar para evitar cualquier tipo de accidente mientras se moviliza en la ciudad. Estas señales, también, reglamentan las restricciones y prohibiciones del uso de las vías públicas y privadas del país, nos informan acerca de las facilidades que podemos encontrar en una vía y lo que debemos saber a la hora de movilizarnos por las calles o vías públicas.

De esta manera, es importante resaltar que

.....las señales de tránsito juegan un papel demasiado importante en nuestra vida cotidiana que pretenden transmitir información haciendo el mínimo uso de palabras. La utilización de diferentes colores también es una herramienta clave en su empleo, dado a que cada color tiene un significado específico. Estas señales tienen como objetivo el control del tráfico vehicular y garantizar su fácil y correcta circulación, tanto en las calles, como en las

carreteras (**Organizacion Mundial de la Salud, 2004**).

Por consiguiente, si el peatón pretende movilizarse seguro y no exponer su vida debe conocer las señales de tránsito y cumplirlas; de esta manera colabora con la seguridad vial.

#### **5.4 Peatón**

Para movilizarse existen varios medio pero el más antiguo es caminar, y es un medio, gratis, básico y saludable usado en todas partes del mundo. Cuando nos desplazamos de esta forma en las calles, nos convertimos en peatones, es decir, en “la persona que, sin ser conductor, transita a pie por las vías públicas. También se consideran peatones a las personas con movilidad reducida que circulan al paso con una silla de ruedas con motor o sin él” (MinInterior, s,f, p.7). En este sentido, todos somos peatones., ya que así se inician y terminan todos los desplazamientos.

Los datos reportados estiman que las persona fallecidas por accidentes de tránsito, en 2010 fallecieron aproximadamente 273 000 peatones por esta causa; y según el Informe sobre el Estado de Seguridad Vial cada año mueren 142.252 personas por esta causa y se presentan más de cinco millones de lesionados, de los cuales muchos quedan con discapacidades permanentes (Pico , Gonzales , & Noreña, 2011).

#### **5.5 Comportamiento Seguro**

Modelar o cambiar la conducta del peatón o concientizarlo de asumir un comportamiento seguro en las vías no es una tarea sencilla, pues se cree que el factor de riesgo o de accidentalidad de los conductores, pero en la información que ha sido necesario recopilar para la presente investigación se ha encontrado que los peatones son un factor de riesgo,

por lo tanto, es necesario enseñarles un correcto o seguro comportamiento cuando transitan por las calles para evitar accidentes. En este sentido la teoría del comportamiento seguro o seguridad basada en los comportamientos es una forma de prevenir accidentes no solo en las carreteas sino en cualquier contexto donde se desarrolle una actividad.

Para lograr esta reducción la seguridad basada en los comportamientos realiza el siguiente proceso

...determinar el porcentaje (partiendo de una lista de comportamientos relativos a la seguridad previamente redactada) de aquellos comportamientos que, dentro de todos los observados por una persona, fueron considerados seguros. Con este porcentaje y utilizando diferentes técnicas que pueden influenciar a las personas y sus comportamientos se realiza un proceso que logra disminuir y mantener bajo control a los accidentes industriales. La utilización de estas técnicas han tenido como objetos de estudios múltiples ambientes industriales y de servicios: minería, astilleros, fábricas manufactureras, hospitales, construcción de edificios, tránsito de vehículos, oficinas, plantas de generación de energía y otros (Montero, 2003).

El comportamiento como es un acto o conjunto de actitudes observables, lo que hace el proceso de seguridad basada en el comportamiento es profundizar en los actos que causan el accidente (Martinez, 2015); de esta forma asegura el autor se puede “establecer una conexión estadísticamente significativa entre ciertos comportamientos y las probabilidades de los accidentes, midiendo y evaluando estos comportamientos a través de la observación, se podrían proporcionar una argumentación más exacta de la seguridad en cada lugar de trabajo”(p.427).

En Chile, por ejemplo, según Jimenez (2010) expone que

La Subsecretaría de Transportes ha desarrollado y aplicado un instrumento metodológico llamado INSETRA: Índice de Seguridad de Tránsito, el cual permite medir el grado de incorporación del concepto de seguridad de tránsito. Según los resultados analizados el informe (EMCorp, 2008), los peatones en la Región Metropolitana de Chile presentan altos niveles de descuido y falta de precaución antes de cruzar una calle (38% de una muestra analizada de 1.500 personas); los jóvenes (entre 16 y los 24 años) presentan bajo cumplimiento de las conductas “respeto semáforo”. Las mujeres presentan un nivel de incorporación de la seguridad de tránsito mayor que los hombres y a medida que aumenta la edad de los peatones, va aumentando su indicador de seguridad.

Teniendo en cuenta este proceso del comportamiento seguro o seguridad basada en el comportamiento se debe trabajar en los peatones es recepción o imaginario que tienen de lo que es un riesgo y de forma alcanzar un mayor respeto por las normas de tránsito. E consecuencia a partir de las observaciones conductuales de las personas ir realizando un registro de esta forma tener claro la conducta a cambiar y concientizar a las personas y peatones que somos todos a respetar las reglas para una mayor seguridad vial.

## **6. Metodología**

Para desarrollar este proyecto investigativo se tendrán en cuentas cuatro fases. En la primera fase, elige el tema del proyecto, el planteamiento del problema, la justificación de la investigación donde sustenta de qué forma se logró delimitar el problema, los objetivos generales y específicos de la investigación, y, por último el resumen refleja cómo se desarrollaron los objetivos planteados en un principio

En la segunda fase, la de trabajo de campo, al contar con los instrumentos diseñados y validados, se aplican a la población seleccionada.

En la tercera fase, la analítica, al contar con la información recolectada como resultado de la aplicación del instrumento a la población seleccionada, los datos fueron sometidos al proceso de análisis correspondiente para poder interpretar y presentar los resultados. Y en la última fase, la informativa, se presentan las interpretaciones correspondientes al análisis de la información recolectada en las encuestas y así poder realizar las conclusiones y recomendaciones necesarias acorde a la temática y objetivos de la investigación.

### **6.1 Enfoque Metodológico**

Para desarrollar este proyecto investigativo se utilizó el enfoque cualitativo que nos permite “comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Sampieri, 2010, p.364); este “enfoque explora las experiencias de la gente en su vida cotidiana, se usa para comprender con naturalidad los fenómenos que ocurren, sin que el investigador manipule el

escenario de la investigación” (Mayan, 2001, p.5). Por otra parte, según Sampieri (2010) “El enfoque cualitativo es recomendable seleccionarlo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico” (p.367). En este orden de ideas, el enfoque cualitativo, que explora desde las perspectivas de los participantes y desde sus experiencias, es el idóneo para alcanzar los objetivos de este estudio; porque permite realizar una reconstrucción de la realidad desde la visión de aquellos inmersos en ella, en el caso del presente estudio, los jóvenes peatones entre los 18 y 24 años de edad de la ciudad de Neiva, Huila.

## **6.2 Tipo de estudio**

Con el enfoque mixto se eligió el método descriptivo, porque es útil para “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, y muestra con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (Sampieri, 2010, p.80). Por consiguientemente este método descriptivo permitirá presentar detalladamente los resultados con respecto a los jóvenes peatones, sus infracciones y su cultura sobre la seguridad vial.

## **6.3 Población**

Seleccionar los participantes no es un trabajo fácil que se deja al azar, Alvarez-Gayou (2003) afirma que “unos participantes bien seleccionados facilitarán que logren expresar realmente su sentir y sustentan la representatividad de un universo, se presentan como el factor crucial para generalizar los resultados” (p.45). Por eso, la selección de los participantes se debe realizar con base en unos criterios y características para que se puedan lograr resultados válidos y confiables. Por esta razón, un factor fundamental para el buen

desarrollo de una investigación es una buena selección de los participantes, debido a que “una deficiencia que se presenta en algunos trabajos de investigación es que no describen lo suficiente las características de la población o consideran que la muestra la representa de manera automática, entonces no se alcanzan resultados auténticos, confiables y válidos” (Sampieri, 2010).

#### **6.4 Muestra**

Teniendo en cuenta que la población objetivo de este trabajo es bastante amplia, se decide implementar un muestreo no probabilístico por conveniencia el cual está regido por unos criterios que atienden a las necesidades de este trabajo. Se utilizará este método de muestreo por conveniencia, porque va permitir seleccionar estratégicamente a un grupo de personas que cumplan con las características de la población objetivo (Ruiz, 2012); en este caso peatones entre los 18 y 24 años de la ciudad de Neiva.

#### **6.5 Técnicas de recolección de datos**

##### **6.5.1 La observación participante**

La observación participante, según Guber (2001), consiste en “dos actividades principales: observar sistemática y controladamente todo lo que acontece en torno del investigador, y participar en una o varias actividades de la población”. La observación posibilita registrar los acontecimientos para su posterior análisis, puesto que "consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conductas manifiestos y en la que el observador interactúa con los sujetos observados.” (Fernández y Baptista, 2003, p. 428). Según Kawulich (2005), sugiere que “la observación participante sea usada como una forma de incrementar la validez del estudio, como observaciones que puedan ayudar al

investigador a tener una mejor comprensión del contexto y el fenómeno en estudio”.

Esta técnica de la observación nos permitió interactuar con la población, además recolectar datos sobre la vida cotidiana, esto posibilitó examinar e indagar la realidad en la que viven las y los jóvenes peatones de la ciudad de Neiva.

### **6.5.2 Entrevista Colectiva**

Luego de analizar las vivencias y comportamientos de las y los jóvenes peatones, se decide aplicar la técnica de entrevista colectiva, para examinar a profundidad las percepciones de los transeúntes jóvenes de la ciudad, teniendo en cuenta que

La entrevista colectiva como un método de investigación válido que, en un proceso dialógico, permite a los participantes complementar o contrastar sus experiencias para así generar fuentes de la memoria. De esta forma, los informantes, a la vez que aportan sus vivencias, son también participantes interesados por las experiencias relatadas por los demás en un acontecimiento compartido, vivencial, que trasciende los objetivos y logros de una entrevista individual que aísla a experto y entrevistado” (Navas, 2008).

Por medio de esta técnica permitió al equipo de investigación, identificar las percepciones y opiniones de las y los jóvenes transeúntes.

### **6.5.3 Documentación**

Luego de interactuar con la población se decide analizar los documentos recolectados durante el trabajo de campo para así reunir, ordenar y seleccionar cada dato con las respuestas que nos guíe a las causas y factores que producen las imprudencias cometidas por los y las jóvenes peatones, siendo esta técnica considerada como un paso fundamental a la hora de descubrir los resultados. Permittiéndonos diagnosticar las posibles causas que

produce tales imprudencias, para así conocer sus nociones más a fondo, considerando la documentación como “Soporte material de hechos, fenómenos y manifestaciones de la realidad social, que existe con independencia de la acción del investigador” (Javier Gómez Ferri) ,por tal razón se decide tabular cada respuesta recolectada en el trabajo de campo, obteniendo resultados satisfactorios para así llegar a escoger una idea central en la construcción de los videos clips, es decir se buscó darle sentido a las respuestas desde la observación participante y entrevista colectiva de un grupo de jóvenes de Neiva, a partir de esto se trató entender cómo la gente categoriza su contexto social, cómo piensan y qué criterios tienen para tomar sus decisiones y actuar de una u otra manera.

Se organizó la información por medio de un conteo de las respuestas dadas por los participantes en la observación participativa donde las preguntas cerradas nos permitieron descubrir el nivel desconocimiento en el que está el joven de la ciudad acerca de los reglamento y normas de tránsito para peatones, a continuación se expone el número de respuestas acertadas y así mismo el formato que se utilizó en la encuesta.

#### **6.5.4 Evidencia Audiovisual**

Después de un recorrido por las percepciones y conocimientos en el que encuentra de la población estudiada, se logró con la evidencia audiovisual interactuar con la juventud de Neiva, es decir se desarrolló 2 videos promo de corta duración donde se anuncia e invita a los jóvenes a optar buenas actitudes a la hora de transitar por las calles este instrumento nos permitió dinamizar las plataformas de redes, tanto el Facebook como el twitter, puesto que por medio de videos promo hemos animado a las personas a conocer más a fondo el tema de la importancia del ser un buen peatón. La recolección de los videos se hizo en el mismo momento cuando realizamos la observación para que los seguidores y amigos que tienen las

redes puedan apropiarse del tema antes de subir los videos clip finales a las redes, por esto los videos recolectados son base para sustentar el manejo que se ha llevado durante este tiempo en Facebook y Twitter, es así por lo que se compartieron videos con testimonios de voluntarios peatones que han participado en la construcción de las cápsulas y uno de los detrás de cámaras para captar la atención más eficazmente.

## **7. Resultados**

### **7.1 Entrevista Colectiva**

Luego del análisis de los datos, esta técnica sirvió de base para entender los diferentes puntos de vista de los peatones frente a la seguridad vial, permitiendo diagnosticar las posibles causas que traen la falta de información en la que se encuentran los actores involucrados, pudiendo entonces así conocer sus nociones más a fondo. Para ello se entrevistaron 6 personas con la edades entre 18 años y 24 años, seis jóvenes, tres hombres y tres mujeres; en cuatro secciones de la semana (lunes-martes-miércoles-jueves) con un horario flexible dando inicio a las 9am; en esta entrevista la construcción de las preguntas fueron enfocadas en consultar detalladamente sobre las nociones sobre la reglas y normas como peatón.

Esta técnica utilizo el formato de mesa redonda, donde se le indicó a los participantes la metodología y el tema que se iba abordar en la entrevista, que consto de 10 preguntas enfocadas en la cultura del rol como peatón, se dio un lapso de tiempo por cada pregunta teniendo en cuenta que se dividieron las preguntas en los días de la semana, para hacer más dinámica la entrevista y poder captar una participación amena por los jóvenes, ya que al finalizar cada protagonista nos compartió su punto de vista con esta experiencia; las preguntas que utilizamos fueron las siguientes:

Gracias a esta técnica logramos el inicio de nuestra investigación, se pudieron conocer datos como:

- La normativa para el peatón es desconocida por la mayoría de los jóvenes peatones.
- Los puntos de vista de los y las jóvenes acerca de su imprudencia al

momento de movilizarse dentro de la ciudad.

- La percepción de los y las jóvenes peatones acerca del compartimento indebido como transeúnte.
- La mayoría de jóvenes cometen imprudencias fatales, la más nombrada fue utilizar aparatos electrónicos al caminar por las calles y Zigzaguear por la calle entre los carros en movimiento.
- Si se tiene en cuenta que las respuestas por parte de los actores indican que existe la falencia en el proceso de aprendizaje desde el colegio, ya que no es tan importante para los profesores enseñar estas normas, y si lo explican lo hacen una vez en primaria y nunca lo vuelven a retomar en ninguna clase.
- Prevalece en la población la falta de uso de puentes, semáforos y cebras, aceras y peatonales, y si las utilizan lo hacen cuando el semáforo está en rojo para el paso del peatón.
- Pese a que en dos de lugares escogidos como la cra2 y cra 7 prevalece la presencia de agentes de tránsito, estos ignoran o lo pasan por alto estas acciones de peatonales.
- Se considera necesario iluminar los puentes peatonales para mayor seguridad en las horas de la noche.

## **7.2 Documentación**

Como técnica transversal durante todo el proceso de desarrollo del trabajo de investigación, la documentación jugo un papel muy importante ya que teniendo en cuenta la información obtenida por medio de la indagación se obtuvieron datos trascendentales que ayudaron al fortalecimiento de resultados ya que se concluyó que en la mayoría de jóvenes prevalece la falta de interés por tener un mejor ambiente de tránsito y la poca apropiación frente a desarrollar un buen papel como peatón lo que en si generaría más cultura ciudadana en los jóvenes de la ciudad de Neiva.

### **7.3 Evidencia Audiovisual**

Durante todo el tiempo de investigación se realizó un buen material audiovisual el cual prueba algunos de los comportamientos o conductas hechas por los y jóvenes quienes fueron visto o escuchados ya sea por medio de la cámara fotográfica o la grabadora de audio mientras realizaban su rol como peatón mientras transitaban por la ciudad, con conforme a ello se generó el producto edu-comunicativo el cual consta de una serie 6 minicapsulas centradas en fortalecer el rol del joven peatón dándole a conocer los comportamientos y conductas indebidas que hacen y no deben repetir si se quiere llegar a contribuir al ambiente ciudadano con una cultura acorde a nuestro contexto social.

### **7.4 Observación**

Esta técnica nos permitió identificar las múltiples causas que conllevan el comportamiento inadecuado de los jóvenes peatones de Neiva, además es el instrumento más necesario, debido a que los videos que recolectamos nos ayudaron a estructurar los videos clip; teniendo presente que el objetivo de cada producto es mostrar e informar acerca de estas actitudes para mejorar el comportamiento peatonal.

La observación se hizo con el objetivo de identificar las acciones indebidas que cometía cada peatón en distintas zonas de la ciudad; las calles escogidas fueron transcurridas por el equipo de trabajo en el horario más trascendido del día entre las 9 am y 11 am, situándose en espacios estratégicos para esperar lograr observar y grabar alguna conducta inapropiada, una vez identificado el infractor peatonal el equipo de trabajo lo abordaba para preguntarle acerca del acto imprudente y el porqué de su actitud infractora.

Durante la observación cotidiana también se logró llegar la conclusión de que aquellos

peatones que cruzan por el puente peatonal duran menos tiempo realizando esta acción, mientras que los ciudadanos que decidían cruzar por la vía demoran el doble o a veces el triple de tiempo, arriesgando su vida y la de los demás al tomar esta inapropiada conducta esquivando carros y motocicletas únicamente por creer que esta opción es más rápida, lo que es totalmente falso y completamente peligroso para todo ciudadano.

Con la información recolectada a través de los distintos instrumentos se inició el proceso de elaboración y posterior grabación de los videos para difundirlos en las redes sociales

## **8. Impacto**

Utilizando la triangulación propuesta, tecnología-información-educación, se puede llegar a afirmar que por medio de las nuevas tecnologías se logra informar gratuitamente, también educar dando así un buen uso a las TICS. Considerando el manejo que se ha realizado con las redes ya que el público ha reaccionado de manera positiva, siendo entonces la internet una básica herramienta que ha desempeñado un papel importante influyendo de manera directa con los perfiles creados referentes al tema de Cultura Ciudadana y Seguridad Vial, evidenciando la participación de los propios jóvenes lo que ha permitido que conozcan y se apropien de conceptos y nociones desconocidas para la mayoría. El equipo durante todo el tiempo del estudio pudo visualizar una interacción amena sobre los temas tratados en las plataformas; donde se recalcan a menudo la importancia de la responsabilidad social.

El grupo de amigos, seguidores o usuarios que se han vinculado al proyecto, durante todo el transcurso de tiempo han generado difusión logrando así que muchos opitas se enteren y comenten acerca de la campaña audiovisual, generando interés en la población que al observar en las plataformas además de videos alusivos, también noticias y datos referentes al tema principal. Dando prueba por medio de “me gusta”, ”compartir” y comentarios en todo el material publicado por muchas personas interesadas en el tema tratado.

Se pudo apreciar el efecto que causaron redes sociales en los usuarios, ayudando a generar memoria e interacción con su entorno, siendo así la alternativa más propositiva para llegar a cambiar formas de pensar y modo de ver el mundo real. La mejor opción para transmitir ideas de manera breve sin duda alguna en la actualidad es por medio de la red que en muchos casos cambia hábitos y costumbres a causa de que cada día aumenta el número de

personas que navega por la web.



importancia en Colombia y el mundo, debido al gran número de accidentes que deja

como saldo una alta cifra de muertes y de personas lesionadas con graves heridas que les deja secuelas permanentes en sus cuerpos.

- El elevado número de accidentes reportados y que son la causa principal de muerte en niños entre los 5 y los 14 años ha hecho que el gobierno municipal y nacional aúnen esfuerzos para la realización de campañas en pro de concientizar a la ciudadanía de lo importante de respetar las normas de tránsito y de asumir una actitud de responsabilidad al movilizarse por las calles.
- Recolectando la información suficiente para la elaboración del “Producto educativo en búsqueda de la cultura ciudadana del joven peatón frente a la seguridad vial en la ciudad Neiva”, se evidenció la falta de apropiamiento acerca del rol como peatón o transeúnte de los ciudadanos de Neiva.
- Por medio de las respuestas analizadas, los peatones dejan en claro su desinterés por el tema y el desconocimiento, motivos claves por los cuales se dio marcha al proceso de cambio ciudadano, que se quiso establecer desde un inicio ya que se tuvieron siempre en cuenta los objetivos, tanto el general como los específicos, y, se dio el tratamiento más adecuado para lograr generar motivación en los jóvenes peatones de la ciudad de Neiva quienes son los actores del proyecto.
- El ciudadano de Neiva en su rol de peatón no realiza sus acciones ni se desplaza por la calles teniendo en cuenta un comportamiento seguro como forma de prevenir accidentes. Sus actos e incumplimiento a las normas las hace de forma deliberada ya que no le encuentra interés al hecho de salvaguardar su vida y las de los demás, corrigiendo su comportamiento irresponsable y descuidado.

## **10. Recomendaciones**

### **Recomendaciones generales**

- Es de vital importancia tener el conocimiento de las señales de tránsito y cumplirlas al pie de la letra y según lo exija la ley competente en el tema.
- Se debe aceptar y tener en cuenta que causas como el alcohol y las drogas son nocivos para el buen comportamiento peatonal.
- Es necesario que los organismos competentes intervengan con el fin de adelantar los planes y programas de seguridad vial pertinentes para que la ciudad se apropie de tales conocimientos y los aplique.
- La seguridad vial es de interés de todos los ciudadanos, por lo que todos pueden contribuir a que las vías sean más seguras.
- La tecnología debe ser usada para temas de relevancia que contribuyan a la mejora del desarrollo humano.
- Las redes sociales pueden y deben ser enfocadas para la formación de todos sus usuarios sin importar su edad.
- Las entidades escolares deberían reforzar sus planes de estudio con materias acordes a formar un mejor ciudadano, es decir fortalecer su enseñanza para poder moldear sujetos integrales.

### **Recomendaciones al joven peatón:**

- Se considera necesario que la mayoría los y las jóvenes peatones reproduzcan la mayor cantidad de veces los videos clips, para que así logren tomar conciencia y reconocer las acciones indebidas que comenten al caminar por Neiva.
- Se le sugiere al peatón compartir y hacer conocer la campaña a allegados y conocidos para así lograr difusión digital.
- Las y los peatones deberían aprovechar el fácil y gratuito ingreso a conocimientos y conceptos tal vez no conocidos por ellos.

### **Recomendaciones a las autoridades de tránsito**

- Es fundamental que cumplan su deber y apliquen las medidas de sanción para aquellos peatones infractores.
- Se considera necesario que se incorporen sanciones para los peatones imprudentes e irresponsables con el bien de la ciudad.
- Deben considerar al peatón como parte del contexto de tránsito y por lo tanto también como sujeto de derechos y deberes viales.

### **Recomendaciones a la Alcaldía municipal**

- Es de vital importancia que este ente garantice seguridad en los puentes peatonales ya que es pertinente aspectos como la iluminación y agentes de policía a los alrededores de los diferentes sitios peatonales ya que en algunos testimonios se pudo identificar que algunas personas no hacen uso de estas infraestructuras por miedo a un hurto.
- Deberían demostrar más interés respecto al rol del peatón en la ciudad, por

medio de campañas que contribuyan a la motivación cultural.

## **10. Producto Comunicativo**

### **Peatón joven, una estrategia comunicativa para la educación vial**

#### **10.1 Presentación**

Este producto comunicativo se desarrolla como una campaña educativa audiovisual que responde a la necesidad de generar iniciativa en los y las jóvenes a mejorar su rol como peatón joven, ya que se tiene en cuenta que los comportamientos que utilizamos cuando estamos en la cotidianidad influyen en la sociedad, así como los conductores, motocicletas, ciclistas, patinadores deben utilizar conductas que contribuyan al ambiente de tránsito para así evitar colisiones o atropellamientos u otras imprudencias que pongan en riesgo su seguridad y las demás en la vía, también los peatones tiene una serie de normas que deben cumplir para así evitar consecuencias de dichos accidentes. Teniendo en cuenta una acción tan simple como pasar una calle tiene un conjunto de responsabilidades que todos debemos llevar a cabo, se trata de que seamos conscientes que todas nuestras acciones y actos tiene consecuencias, que en este caso podrían afectar a muchas personas, empezando por nosotros mismos.

Esta campaña audiovisual se realiza en las calles de mayor flujo peatonal de la ciudad Neiva, con la participación de los mismos opitas, en zonas donde la mayoría de los neivanos transitan a diario, cra7, cra2, calle21 y Av26 entre otras. Esta estrategia comunicativa contiene 8 vídeos clips ligados al tema de educación vial, en los cuales se comparten distintos aspectos, favoreciendo en la actitud que debe adquirir cualquier persona que transite a pie por la calle, adoptando un comportamiento seguro en

consecuencia que todos en algún momento de nuestra vida somos peatones y por tal razón hacemos parte del sistema de tránsito donde se interactúa con los demás en la vía pública.

Los videos clips tienen un tiempo aproximado de 2 a 3 minutos máximo, los cuales van ligados uno a otro con un orden lógico dependiendo de las necesidades identificadas por el grupo de trabajo durante de la investigación y sus respectivos resultados, cada mini-cápsula se compartió y difundió por la redes sociales Facebook y twitter.

La estrategia audiovisual cumple un papel de gran importancia, ya que es un proceso innovador que facilita la interacción y retroalimentación con la población deseada, esta campaña profundiza en las acciones o conductas de forma planificada para llegar alcanzar un fin determinado, y es que cada actor reflexione e incorpore los comportamientos adecuados frente a la vía pública y evite la postura negativas que actualmente se evidencia en los neivanos; por ello se considera relevante tomarlo como un medio de cambio y transformación, es decir como un producto que puede llegar apoyar procesos educativos en cuanto a los comportamientos seguros viales.

## 10.2 Resumen

El presente producto tiene como temática central un Producto Edu-Comunicativo en Búsqueda de la Cultura Ciudadana del Joven Peatón Frente a la Seguridad Vial en la Ciudad de Neiva; y se realizó con el objetivo de motivar e incentivar al peatón entre los 18 y 24 años por medio de un producto Edu-Comunicativo para promover la seguridad vial de la ciudad de Neiva. Por esta razón el tema y el trabajo se delimitó a la ciudad de Neiva para que la seguridad vial incremente su importancia y sea acogida favorable con las instituciones estatales como la Alcaldía de Neiva, la Secretaría de Movilidad vial y otras entidades e incluso las instituciones educativas. Se utilizó las redes sociales porque a través de las nuevas tecnologías se logra informar gratuitamente, también educar dando así un buen uso a las TICS; y con el uso de las redes público reacciono de manera positiva, siendo entonces la internet una básica herramienta influyendo de manera directa con los perfiles creados referentes al tema de Cultura Ciudadana y Seguridad Vial.

Cabe resaltar que uno de los factores para llevar a cabo este producto son las estadísticas reportadas por la secretaria de movilidad de Neiva, las cifras de accidentalidad del Ministerio de Transporte a nivel nacional y las de las OMS a nivel mundial, cifras con las que se demuestra y concluye que la falta de seguridad vial y las consecuencias que deja son una problemática de salud pública a nivel local, nacional y mundial.

Para lograr la realización del producto y saber las temáticas para abordar en los videos se recolecto información por medio de diferentes técnicas como la documentación, la entrevista colectiva, la evidencia audiovisual y la observación participante a la población seleccionada. Con esta información se elaboró el producto comunicativo con el que se

desarrolló una campaña educativa audiovisual que responde a la necesidad de generar iniciativa en los y las jóvenes a mejorar su rol como peatón joven.

Esta campaña audiovisual se realizó en las calles de mayor flujo peatonal de la ciudad Neiva, con la participación de los mismos opitas, en zonas donde la mayoría de los neivanos transitan a diario, cra7, cra2, calle21 y Av26 entre otras. Esta estrategia comunicativa contiene 8 vídeos clips ligados al tema de educación vial, en los cuales se comparten distintos aspectos, favoreciendo en la actitud que debe adquirir cualquier persona que transite a pie por la calle, adoptando un comportamiento seguro.

### **10.3 Objetivos**

#### **10.3.1 Objetivo general**

- Promover comportamientos seguros en el marco de la seguridad vial en los peatones entre los 18 y 24 años en la ciudad de Neiva.

#### **10.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los factores que generan los malos comportamientos / conductas de las personas en su rol de peatones.
- Aportar al posicionamiento del tema de la seguridad vial en la vida cotidiana de los ciudadanos con respecto a su rol como peatón.
- Generar una apropiación del tema de la seguridad vial como práctica segura en la vida cotidiana de los ciudadanos de Neiva.

### **10.4 Estrategia comunicativa**

Para su construcción, esta campaña audiovisual para tuvo tres etapas donde se vio reflejado la pre-producción, producción y finalmente la postproducción para así llegar al producto

final el cual está compuesto por 8 videos clips, donde se muestran la necesidad de educar con los temas relacionados a la seguridad vial dando como resultados los cuales fueron difundidos por dos redes sociales Facebook y twitter.

Las etapas se llevaron a cabo como punto de partida y definen brevemente cuál sería la postura de cualquier peatón frente a la propuesta es decir:

### **1. Etapa: “contextualización”**

En esta fase se buscó que los jóvenes se enteraran del tema de la campaña audiovisual, se interesaran y mostrarán empatía frente a los aspectos a desarrollar durante toda la realización del producto comunicativo. El periodo de contextualización contiene los dos videos promo y el primer videoclip denominado “Contextualización peatonal”, el segundo nombrado “Nociones peatonales”, el fin central de esta etapa responde la necesidad de dar a conocer la propuesta a la mayor cantidad de población posible.

### **2. Etapa “reflexión”**

En este lapso de intervención, se intenta que cada peatón auto evalúe su comportamiento peatonal mientras camina por la vías de la ciudad, así mismo que adquiera una postura de reflexión y considere según su perspectiva; qué es lo que debe mejorar y cambiar al momento de ser un transeúnte. Esta fase está compuesta por tres videos clips los cuales se denominan “conducta peatonal”, “imprudencia peatonal” y “Propuesta peatonal” y buscan que el joven acepte sus errores, no los repita generando de esta manera una conducta adecuada al ser peatón.

### **3. Etapa “acción”**

Este último periodo, se enfoca en lograr que los peatones luego de conocer la situación y de reflexionar respecto a ello, efectúen una reacción mejorar sus comportamientos como transeúnte y evitando cometer imprudencias peatonales. Esta fase consta de 2 videos clip, el primero llamado “Invitación peatonal” y “Compromiso Peatonal” los cuales intentan que el peatón transforme su conducta en un contexto de seguridad vial.

Las tres etapas anteriores buscaron que los protagonistas tuvieran una apropiación del tema, posteriormente una autoevaluación y finalmente una acción teniendo en cuenta todas las evidencias del actual comportamiento de las y los peatones de la ciudad de Neiva.

Siendo así es de considerar que cada video tuvo su debido proceso y así mismo una intención para así intervenir y contribuir en el ambiente de tránsito de la ciudad de Neiva según las necesidades identificadas con un estudio previo de investigación, desencadenado un objetivo, en primera instancia se llevó a cabo la construcción de dos videos promo para despertar un interés en la audiencia y así dar continuidad a los seis videos clips y por último la recopilación de “los detrás de cámara”, a continuación se mostrará el propósito que tuvo cada pieza audiovisual:

#### **1. Video promo “Peatón joven”**

##### **Objetivo:**

Este pieza Audiovisual tuvo el fin de dar a conocer el tema a ejecutar durante la campaña, donde los algunos peatones voluntarios y el presentador invitan a la comunidad a interesarse a ser parte de estas temáticas y autoevaluarse en base a la pregunta ¿Joven, eres un buen o mal peatón?

Realizando así la introducción al tema a tratar se abordará a algunos peatones para que participen y den consejos para ser un peatón ejemplar, dejando claro nuestro objetivo primordial en pro de la cultura ciudadana a quienes visualicen el video y quieran seguir conectados con la temática.

## **2. Video promo “Noción peatonal”**

### **Objetivo:**

La intención de este video es indagar a algunos jóvenes acerca de conceptos como; Ser peatón, Cultura ciudadana, Responsabilidad social, Percepción de la imprudencia peatonal, para así llegar a distinguir qué conocimientos apropiados la comunidad universitaria sobre estas nociones.

## **3. Video clip “contextualización peatonal”**

### **Objetivo:**

Informar acerca de las actitudes que debe tener un peatón ejemplar, es decir comportamientos que debe incorporar en su rol como transeúnte además muestra imágenes de apoyo de las acciones que si se emplean y cuáles no.

## **4. Video clip “conductas peatonales”**

### **Objetivo:**

En esta parte se quiso visualizar acerca de los comportamientos que influyen en la falta de apropiación de rol como transeúnte, por esto el equipo de trabajo después de ver o “pillar” el peatón imprudente lo aborda y lo invita a reflexionar.

Sección en la cual se recolectaron imágenes de instantes en el que jóvenes peatones estén

realizando conductas inadecuadas, para de esta manera tener pruebas y crear conciencia en quienes visualizan la cápsula. Y con el objetivo de generar cultura ciudadana y responsabilidad se espiaron a los peatones y se les aborda inmediatamente luego de un mal comportamiento para que así aprendan de los errores y no los vuelvan a repetir.

### **5. Video clip “Imprudencia peatonal”**

#### **Objetivo:**

El fin fue mostrar por medio de una historia real a un personaje que fue afectado directamente en su vida profesional y personal el haber tenido un accidente de tránsito por culpa de un peatón imprudente, para así generar una reflexión de conciencia en la comunidad opita e incentivar a que adquieran una apropiación del rol como peatón, como sujeto influyente en el ambiente de tránsito.

### **6. Video clip “Propuesta peatonal”**

#### **Objetivo:**

Dar a conocer la iniciativa que podría tener cualquier ciudadano al reconocerse como peatón capaz de contribuir positivamente con un ambiente de tránsito seguro,

En esta sección se inicia con la idea de llegar a la mayor cantidad de peatones para que pronuncien y compartan frases alusivas para así incentivar a los ciudadanos a que consideren el rol del transeúnte como elemental para ser un ciudadano íntegro. Se dará iniciativa a los peatones (infantes, jóvenes, adultos) para que voluntariamente participen en pro de un mejor ambiente peatonal y en búsqueda de un buen entorno de tránsito.

## **7. Video clip “Invitación peatonal”**

### **Objetivo:**

En esta sección se quiere que los jóvenes peatones inviten a sus cercanos a contribuir con el ambiente de tránsito. Así que por medio de algunas intervenciones voluntarias, se querrá que cada joven se motive a invitar cordialmente a quien quiera para que tenga un mejor comportamiento vial.

## **8. Video clip “Compromiso peatonal”**

### **Objetivo:**

Lograr que varios jóvenes peatones se comprometan a mejorar el ambiente de tránsito contribuyendo con un buen comportamiento peatonal al transitar por la ciudad, solicitando de manera voluntaria a varios peatones a que hicieran una promesa frente a cómo actuar en las calles como buen peatón.

**FICHA TÉCNICA**

	<b>Título</b>	<b>Duración</b>	<b>Formato</b>	<b>Participantes</b>	<b>Locaciones</b>	<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>
	<b>BUEN O MAL PEATÓN</b>	41''	Informativo (Reportaje)	Presentador: Juan Pablo Rivera  Voluntarios: -Shirley -Laura Garzón -Esteban Valderrama	-Universidad Surcolombiana  -Avenida Pastrana Borrero  -Carrera 1ra, barrio Cándido  -Avenida 26	Como video promo, esta pieza audiovisual  Inicio el posicionamiento del tema.	Sería adecuado que para llegar a la población deseada se persuada en primer lugar con este video, ya que resume el tema a tratar.
	<b>NOCIÓN PEATONAL</b>	1':46''	Informativo (Entrevista)	Reportera: Pamela Chávez  Voluntarios: -Paola Junco -Andrés Felipe Pulgarin -Maicol Ruiz -Juan Laverde -Jesús Riaño -Catalina Rivera	Universidad Surcolombiana	Complementando el video promo anterior, esta pieza audiovisual explora los conocimientos de los peatones jóvenes.	Es muy importante conocer el nivel de sentido pertenencia que tiene el actor joven respecto a conceptos acordes a la seguridad vial para así crear un panorama de la población a involucrar.

	<b>CONTEXTUALIZACIÓN PEATONAL</b>	1':51"	informativo (Reportaje)	Presentador: Juan Pablo Rivera  Voluntarios: -Erika Ramos -Leidy Sierra -Álvaro Mota -Paula Méndez -Carlos Murcia	-Monumento la Gaitana -Carrera 5 -Cra 1, barrio candido. -Parque Santander -Torre "El Mohan" -Carrera 2da -Calle 21 -Puente peatonal cra 1ra. -Carrera 6	Como primer video clip oficial, este busca obtener una percepción general acerca de las consideraciones de algunos voluntarios frente a temas de comportamiento vial.	Tener en cuenta las nociones de los protagonistas en este caso de los peatones es algo básico ya que según ello podremos considerar en que aspecto se debe intervenir y así mismo definir cómo.
	<b>CONDUCTAS PEATONALES</b>	2':23"	informativo (Documental)	Presentador: Juan Pablo Rivera  Voluntarios: -Tomas Jeampier -Kevin González -Camilo Quisabony -Carlos García	-Avenida 26 -calle 10 -Calle 8 -Carrera 5 -Carrera 1 -avenida La Toma -Carrera 7 -Carrera 2da	La mayoría de personas solo aceptan sus errores cuando en realidad se les puede comprobar que están actuando mal, por ello esta pieza audiovisual acopia todo tipo de acciones debidas y no debidas con el fin de hacer que el peatón considere un cambio personal.	Este video clip desarrolla una dinámica muy interesante por lo que adquiere mayor atención por parte de los jóvenes, se recomienda utilizarlo al momento de querer comprobar las imprudencias peatonales cometidas.

	<b>IMPRUDENCIA PEATONAL</b>	2':51"	informativo (Crónica)	Presentador:  Juan Pablo Rivera  Invitado:  Andrés Novoa	-Parque del amor y la amistad	Casos de accidentes y atropellamientos causados por un peatón son muchos, por ello se vio necesario dar a conocer la historia de un joven opita quien se vio afectado por una imprudencia, para así crear conciencia en los peatones.	Esta pieza audiovisual puede funcionar para hacer caer en cuenta a cualquier peatón de que el comportamiento al transitar a pie por la ciudad también repercute en las demás personas que hacen parte del sistema vial, por lo que se considera necesario que todo transeúnte adquiera un comportamiento seguro.
	<b>PROPUESTA PEATONAL</b>	1':44"	Informativo (Reportaje)	Presentador:  Juan Pablo Rivera  Voluntarios:  -Pamela Chávez  -Shirley Aristizabal	-Calle 8  -Puente peatonal cra 1 -Avenida 26 -Plaza cívica -Carrera 1 -Carrera séptima -Carrera 2 -Carrera 5	Este video clip se centra en involucrar a la mayor cantidad de peatones posible, en el contexto vial, incentivando a ser un "Peatón de corazón".	Teniendo en cuenta que toda persona tiene sus ocupaciones diarias, se lleva a cabo esta pieza audiovisual la cual se enfoca en interrumpir su rutina diaria e invitarlo a ser "peatón de corazón" es decir un transeúnte consiente y responsable.

	<b>INVITACIÓN PEATONAL</b>	2':06"	Informativo (Documental)	Presentador: Juan Pablo Rivera  Voluntarios: -Shirley Aristizabal -Estefany González -Davinson Morales -Juan Pablo Chacón -James Castrillón -Lina Marcela Gutiérrez -Luis Ferney Oliveros -Sebastián Lombana -Esteban Valderrama	-Calle 10 -Carrera 5 -Calle 21 -Parque Santander -Carrera 1	Los quehaceres de los jóvenes son múltiples y en la mayoría de su tiempo están organizando cualquier tipo de actividad, así que este videoclip hace una cordial invitación, llevando a cabo un recorrido por la ciudad el cual permitió acercarse a muchos jóvenes peatones y motivarlos.	Con el fin de intervenir en la cotidianidad de los jóvenes peatones, es recomendable interrumpir su rutina y hacerle una invitación a que se reconozca como peatón y se comporte adecuadamente.
--	--------------------------------	--------	-----------------------------	--	---	---	---

	<p>COMPROMISO PEATONAL</p>	<p>2':25"</p>	<p>Informativo (Entrevista)</p>	<p>Presentador: Juan Pablo Rivera</p> <p>Voluntarios: -Laura Vega -Katherine Rodríguez -Sergio Agudelo -Luzby Lorena -Julián Gómez -Derly Osorio -Ever Polania -Juan David Motta -David Rojas</p>	<p>-Carrera 1ra -Carrera 5ta -Calle 10 -Carrera 7</p>	<p>Luego de una posible reflexión durante todo el proceso, se puede concluir con dar a conocer la disposición de los transeúntes por ser mejores ciudadanos parte de un ambiente de tránsito.</p>	<p>Para todo actor parte del sistema vial debe ser de suma importancia cumplir con los deberes del peatón en este caso, con el objetivo de promover un sentido de pertenencia y una adecuada conducta frente a cualquier situación vial.</p>
	<p>DETRÁS DE CAMARAS</p>	<p>2':48"</p>	<p>Híbrido Entre informativo y Entretenimiento</p>	<p>Presentador: Juan Pablo Rivera</p> <p>Voluntarios: -Laura Garzón -Lina Marcela Gutiérrez -Shirley Aristizabal -Pamela Chávez</p>	<p>-Plaza cívica -Calle 21 -Universidad surcolombiana -Carrera 5 -Avenida 26 -Avenida La Toma</p>	<p>Partiendo de que la población protagonista de este proyecto es juvenil se opta por captar su atención de forma dinámica así que por medio de los "bloopers" que evidencian la producción recopilada detrás de cámaras, se busca despertar interés de los jóvenes peatones respecto a la temática.</p>	<p>Buscar los canales o medios más interesantes para la población a la que se quiere llegar siempre será relevante ya que de esta manera se crean vínculos comunicativos los cuales generan un mayor impacto desde cualquier campaña educativa.</p>

## **10.5 Redes sociales:**

El uso de los avances tecnológicos, como las redes sociales está ganando terreno frente a otras alternativas de comunicación vía Internet, teniendo en cuenta que las TICS han transformado el modo actual de transmitir y recibir la información para la comprensión y percepción de una realidad a visibilizar.

Quisimos crear dos plataformas en redes sociales como punto estratégico para llegar a la máxima población opita, teniendo en cuenta que las personas suelen pasar más tiempo utilizando estos medios de comunicación que ya está al alcance de la mayoría de personas, convirtiéndose como la mejor opción para potenciar la enseñanza de manera diferente e interesante. Considerando estos medios de difusión como la mejor opción para acercarse a las y los jóvenes mediante piezas audiovisuales y temas alusivos a la seguridad vial y con esto lograr una máxima apropiación del rol como peatón en quienes conozcan estas plataformas.

### **10.5.1 Protocolo para publicaciones en redes sociales**

El proyecto tiene 2 cuentas en redes sociales: Facebook *“Joven Peatón”* y Twitter *“Buen Joven Peatón”* las cuales tienen como presentación el logo del proyecto comunicativo

#### ***10.5.1.1 Facebook “Peatón Joven”***

Se conoce como una herramienta esencial de aprendizaje colaborativo, siendo el mejor ejemplo de red social de masas, donde sus usuarios no solo le adoptan como un lugar virtual, también se convierte en un mundo de experiencias compartidas, convirtiéndose como un canal de comunicación abierto que le permite tener contacto con las personas, además esta red social comunica no solo con el uso de las palabras, sino también en el uso de contenido compartido, es decir videos, imágenes y música permitiendo distribuir contenido visual y sonoro que permite

una comunicación e información grupal.

Ofrece muchas posibilidades para promocionar y posicionar los vídeos, también nos permite conocer los comentarios, opiniones y reacciones de las personas, por ser un medio donde la interacción de la información es más amena para el público digital, teniendo en cuenta que el objetivo es que nuestros contenidos sean masivos y las personas los comparten de manera rápida y continua.

**Publicación:** Se inició la divulgación con dos videos promo, en el transcurso de los meses se subió los “detrás de cámara” para así persuadir a los jóvenes y crear interés respecto al tema tratado en la campaña. En total fueron nueve videos acompañados de la publicación de noticias alusivas al tema, consejos y datos.

Tamaño De Las Imágenes:

Foto portada: Si tu portada tiene 851px de ancho x 315px l como mínimo para que tu portada se vea bien es 399 x 150 píxeles.



Fuente: Mónica Serrano, 2017.



Fuente: Mónica Serrano, 2017

Foto de perfil: Una foto que se verá bien en la miniatura es de 180 x 180 píxeles



Fuente: Mónica Serrano, 2017.

-Promoción:

Se inicia el manejo de la plataforma con preguntas directas a los peatones, también se utilizan hashtags alusivos al tema de la cultura vial, y se redactan textos que describen el propósito del video compartido, promoviendo así el impacto mediático e invitando a todos los seguidores a estar pendientes de las publicaciones de la campaña comunicativa.

Ejemplo: <https://www.facebook.com/peaton.joven>

-videos promo:

 **Peaton Joven** 5 de noviembre de 2016 ·  

¿Y tú eres un buen peatón? #PrográmateConlaSeguridadVial  
Observa nuestro nuevo vídeo, y además reflexiona sobre el rol como peatón en la ciudad de Neiva y espera ver nuestra serie completa ¡MUY PRONTO!,te invitamos a seguirnos en nuestro twitter @JovenBuenPeaton para que te informes mas acerca del tema y aportemos a nuestra ciudad.



968 reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

 **Peaton Joven** 2 de diciembre de 2016 ·

¿conoces que es ser peatón? #PrográmateConlaSeguridadVial  
Observa nuestro nuevo vídeo, además reflexionar sobre el rol como peatón en la ciudad de Neiva y espera ver nuestra serie completa ¡MUY PRONTO!,te invitamos a seguirnos en nuestro twitter @JovenBuenPeaton para que te informes mas acerca del tema y aportemos a nuestra ciudad.



287 reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

 Tú, Alejandra Serrano, Luisa Fernanda Pérez y 3 personas más

Se ha compartido 13 veces 1 comentario

 **Liliana Mora Pulgarin Mendez** jejejejejejejejejejejeje 😊

Video detrás de cámaras (Bloopers):



**Peaton Joven**  
9 de enero ·

Ya estamos preparando nuestra producción pero antes quisimos compartir con ustedes la recopilación de todas nuestras embarradas durante las grabaciones, esperamos les guste y compartan el video y INO OLVIDEN¡ muy pronto estarán listas todas las mini-capsulas en pro de un #BuenJovenPeatón por una mejor #CulturaCiudana y #SeguridadVial , TODOS SOMOS PEATONES así que contribuye con el bienestar de nuestra ciudad #SeJovenSePeatón



**BLOOPERS**  
Peatón Joven

▶ 🔍 -2:39 ⚙️ 🗄️ 🔊

631 reproducciones

 **Me divierte**  **Comentar**  **Compartir**

  Tú, Tatiana Rosero, Stephany Castro Araújo y 16 personas más

Se ha compartido 14 veces 1 comentario

-Algunas fotos y noticias alusivas al tema;



Fuente: Mónica Serrano, 2017



Fuente: Mónica Serrano, 2017.

### 10.5.1.2 Twitter “joven peatón”

Esta aplicación tipo “microblogging” ha sido una verdadera revelación, ya que ha conquistado al planeta entero a pesar de su aparentemente exagerado límite de 140 caracteres por mensaje,

desafiando a que muchos usuarios lo aprovechen de la más concreta manera posible. Twitter permite compartir con un grupo de personas nuestras actividades a cada momento, con la posibilidad de incluir contenido multimedia. Su ya archiconocido “hashtag” se ha convertido en parte del lenguaje popular y es muy utilizado por todos sus usuarios.

Además nos facilita llegar a un público de manera concreta, siendo una red que fue alimentada constantemente al igual que Facebook por videos, noticias, frases acordes al tema y demás, con el propósito de difundir la campaña audiovisual

The screenshot shows the profile page for 'BUEN JOVEN PEATON' (@JovenBuenPeaton). The profile bio states: 'Bienvenidos al perfil, el objetivo es motivar a todos los jóvenes a ser mejores peatones en la ciudad de Neiva #CulturaCiudadana #SeguridadVial #BuenJovenPeaton'. The location is 'Neiva, Colombia' and it was created in 'septiembre de 2016'. The 'A quién seguir' section lists 'CGTN @CGTNOfficial', 'Las Ceibas ESP @lasceibas...', and 'Diego @DiegoMedinaa96'. The 'Tweets' section shows three tweets from the account, including one about 'GUÍAS VIALES' and another about 'AGREGAMOS EN NUESTRA CUENTA OFICIAL PEATON JOVEN DE #facebook'.

The screenshot shows a search results page for the hashtag #SeguridadVial. The top tweet is a retweet from 'Dirección Tránsito @TransitoPolicia' dated 9 ene., with the text: '#SeguridadVial Si consumió licor NO MANEJE, no ponga en riesgo su vida y las de los demás. Llegue bien a su destino. #PuenteFestivo.' Below it are three tweets from 'BUEN JOVEN PEATON' (@JovenBuenPeaton) dated 6 ene., 5 nov. 2016, and 5 nov. 2016, all promoting the campaign and encouraging users to follow on Facebook.

## 10.6 Impacto de las redes sociales

Facebook:

Esta plataforma tuvo una acogida positiva por parte de nuestros usuarios, esto se logró visualizar que por medio de sus comentarios, reproducciones, me gustas y compartidas así llegando a interactuar directamente con las personas, también nos permitió conocer en los comentarios, opiniones y reacciones de los usuarios donde se demostró que la intención que queríamos a que nuestros contenidos fueran masivos y las personas los compartieran de manera rápida y continua.

Ya que por medio de estas interacciones digitales se puede comprobar que una parte de la población se enteró de la campaña audiovisual, convirtiéndose en un instrumento social adecuado para generar el reconocimiento que se esperaba.



The image is a screenshot of a Facebook post. At the top left is the profile picture of 'Peaton Joven', which is a blue and white logo featuring a stylized pedestrian. The post text reads: 'Peaton Joven está con Alejandra Serrano y Juan Pablo Rivera.' followed by '14 de septiembre a las 7:49'. Below this is the main text: '¿Y tú, te consideras un buen o mal peatón? No esperes más,haz parte del cambio... Neiva lo necesita,por tu bien y mi bien 😊'. The central part of the post is a video player showing a street scene with pedestrians and trees. A large red 'X' is overlaid on the video player. Below the video, it says '157 reproducciones'. At the bottom of the post are the interaction buttons: 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'. Below these buttons, it shows 'Lucia Tirone, Alejandra Serrano y 5 personas más' and 'Se ha compartido 3 veces' and '1 comentario'.

Fuente: Mónica Serrano, 2017

En esta oportunidad nuestras cámaras escondidas ¡pillaron! a muchos ciudadanos realizando conductas peatonales indebidas, así que OJO sé un buen peatón para que no seas detectado por nuestro equipo de trabajo.

Dato peatonal:  
Sabías que según La secretaria de movilidad de la ciudad de Neiva "los índices de accidentes ocasionados por peatones imprudentes van en aumento año tras año".

¡Peatón! no esperes más y cambia/mejora tu comportamiento mientras transitas por las calles de la ciudad.



347 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Camilo Quisabony, Stephany Castro Araújo y 7 personas más

Se ha compartido 4 veces 2 comentarios

Fuente: Mónica Serrano, 2017



Peaton Joven está con Alejandra Serrano y Juan Pablo Rivera. ...

18 de septiembre a las 23:34 · 🌐 ▼

Invitamos a pasear, a beber, a comer, a uno y otro plan pero ¿por que no invitar a ser un buen peatón?

¡vamos! te reto a tomarte en serio el rol de peatón y así mismo invitar a otro a que también lo haga.

Recuerda que el bien común es un interés publico y es tarea de todos contribuir para el bienestar ciudadano. 😊



60 reproducciones

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👍❤️😊 Stephany Castro Araújo, Daniel Felipe Penagos Sanchez y 6 personas más

Se ha compartido 1 vez

2 comentarios

Fuente: Mónica Serrano, 2017

**Peaton Joven** 19 de septiembre a las 23:03 · 

¡Vamos PEATÓN!  
Comprometernos es un deber de todos, ¿que esperas para ser parte del cambio?  
HAZLO POR TI, HAZLO POR MI  
¡HAZLO POR UNA MEJOR CIUDAD!



31 reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

 Stephany Castro Araújo, Alejandra Serrano y 2 personas más

 Alejandra Serrano Katherine Rodriguez Cardozo

Fuente: Mónica Serrano, 2017

349 reproducciones

 Me gusta  Comentar  Compartir

  Camilo Quisabony, Stephany Castro Araújo y 7 personas más

Se ha compartido 4 veces

 **Peaton Joven** Kevin González Camilo Quisabony  
Me gusta · Responder ·  1 · 16 de septiembre a las 8:21

 **Kem Suaza Rojas** · 2 amigos en común  
1:02 Sebastian ... Soy yo o parece ser nuestro pequeño amigo? xD Hahaha  
Me gusta · Responder · 17 de septiembre a las 8:58

 Ocultar 12 respuestas

 **Sebastian Polania** Angel Cedeño parece lo pillaron bajajajajaj  
Me gusta · Responder · 17 de septiembre a las 9:07

 **Peaton Joven** 😊 inspirada.  
17 de abril · 🌐 ▼

SÉ MEJOR PEATÓN, es facilísimo 🤗

### Consejos prácticos para peaton

Módulo web para [www.aunteespero.com](http://www.aunteespero.com)

YOUTUBE.COM

---

 **Me gusta**    **Comentar**    **Compartir**

 Tú y **Diego Arce Pérez**

Fuente: Mónica Serrano, 2017

Llega el tiempo de reflexión y ¿por que no reflexionar respecto a nuestro comportamiento imprudente al transitar por la ciudad? #Neiva #Huila #MejoresPeatones #CompromisoSocial

---

 **Me gusta**    **Comentar**    **Compartir**

 Tú, **Juan Diego Rivera Marin, Miguel López y Fredder Carmona**

---

 **Peaton Joven** 🔒 segura.  
6 de abril · 🌐 ▼

5 TIPS PARA SER UN MEJOR PEATÓN...un mensaje de #YoMeCuido para que todos los y las ciudadanas sean mejores peatones al caminar por la vía publica, #BuenJovenPeatón #CulturaCiudadana #ResponsabilidadSocial

### 05 tips para ser un mejor peatón

Recuerda que las reglas de tránsito están para protegerte, no para fastidiarte. Sigue nuestros consejos para que te conviertas...

YOUTUBE.COM

---

 **Me encanta**    **Comentar**    **Compartir**

  Tú, **Diego Arce Pérez, Lucia Tirone y Shirley Aristizábal Rivera**



Fuente: Mónica Serrano, 2017.

## Twitter

En esta plataforma quiso interactuar e informar de la campaña, sin embargo hasta ahora no ha obtenido un número de seguidores considerables como buena muestra de población, pero se debe resaltar que ha tenido cierto impacto ya que algunas de las cuentas que más influencia causan a nivel regional se han tomado el tiempo de re tuitear algunas de nuestras publicaciones dirigida al peatón, estrategia que se desarrolló más ampliamente en la red social Facebook.

Una limitante fue que solo se pudo publicar los videos promo ya que la capacidad de la plataforma no permite exceder un tiempo establecido por la red social, sin embargo se invitó a seguir la campaña por la página oficial de la red social Facebook


 1
  1
 


**BUEN JOVEN PEATON** @JovenBuenPeaton · 17 feb.  
 Te reto a ser mejor peatón #BuenJovenPeatón


 1
  1
 


**BUEN JOVEN PEATON** @JovenBuenPeaton · 9 ene.  
 Nuestros #Bloopers para que !NO OLVIDEN! que muy pronto estará lista nuestra producción #BuenJovenPeatón #CulturaCiudadana y #SeJovenSePeatón




 2
  1
 

Fuente: Mónica Serrano, 2017



 1
  4
  12
 


**BUEN JOVEN PEATON** @JovenBuenPeaton · 28 oct. 2016  
 El peatón también hace parte del caos de tránsito, pero aún no estamos conscientes de nuestra responsabilidad.



**Seguridad Vial para Peatones**  
 Las calles y las carreteras son espacios que nos acercan a los demás, espacios libres, espacios para todos, PERO CADA UNO POR SU SITIO.  
[youtube.com](https://www.youtube.com)



 1
 

Fuente: Mónica Serrano, 2017



Fuente: Mónica Serrano, 2017

### 10.7 Recomendaciones de uso

- Cuando el Ministerio de educación promueva o realice charlas pedagógicas de educación vial dirigida a toda la ciudadanía, puedan complementarlas con el soporte audiovisual desarrollado en la campaña audiovisual “Peatón Joven”, teniendo en cuenta que al conocer los factores frente al actuar de todo transeúnte, se puede llegar a generar comportamiento seguro vial.
- Es necesario que los organismos de control adopten la idea de generar una infracción ejemplar al peatón que llegue a cometer un acto de imprudencia, ya que actualmente existe una normativa pero no se cumple en su totalidad.
- Con el posicionamiento actual de internet, esta campaña se convierte en un recurso perfecto y económico de difusión de material audiovisual que llega directamente a la

población peatonal, ya depende de la iniciativa y el apropiamiento de cada persona de compartir la información dada y lograr que la temática se convierta en viral.

- Esta campaña audiovisual se puede incluir en programas visuales de formación para instituciones educativas, empresas y entidades gubernamentales para generar una visión crítica de los comportamientos de los peatones de la ciudad de Neiva y así contribuir al cambio.
- Sería ideal incorporar este tipo de campañas dinámicas en el ámbito escolar para fomentar el comportamiento seguro como aspecto primordial de cualquier niño, futuro joven y ciudadano.
- Este producto audiovisual lo puede incorporar la Policía Nacional cuando realiza charlas o conversatorios pedagógicos con la comunidad infractora, ya que el contenido refleja las conductas de los mismos opitas en su rol como peatón en las calles de la ciudad, logrando así que los transeúntes analicen y opten por una transformación en su actuar.
- Sería pertinente que la Secretaría de movilidad vial de la ciudad de Neiva y las entidades gubernamentales vea la necesidad de incluir este tipo campañas dirigidas sólo al peatón, teniendo en cuenta que en esta campaña se da el debido protagonismo al transeúnte que al fin y al cabo puede ser un papel tomado por cualquier neivano.
- Las plataformas virtuales, más exactamente las redes sociales deberían aprovechar el auge que tienen actualmente para informar, guiar, enseñar y difundir conocimiento a sus usuarios por medio de material dinámico y formativo, considerando que la mayoría de personas tienen acceso gratuito y fácil a cualquier red social.

- sería ideal que la empresas regional utilizara este tipo de campañas para difundirlas en sus empleos y así generar un cambio social
- La normativa peatonal debería ser conocida por toda la ciudadanía sin embargo la mayoría la desconoce y por ello no la aplica, por lo que se recomienda necesario hacer mayor difusión del tema por medio de campañas dirigidas por Secretaría de movilidad hacia todos los peatones.

## Bibliografía

- (2008). Obtenido de La entrevista cualitativa :  
<https://pochicasta.files.wordpress.com/2008/11/entrevista.pdf>
- Ajzen, I. (1980). *Teoría del comportamiento planificado*.
- Ajzen, M. F. (1975). *La teoría de la acción razonada*.
- Alcaldía de Neiva. (11 de noviembre de 2016). *Accidentalidad de neiva bajo un 11,57%*. Recuperado el 24 de 08 de 2017, de <http://www.alcaldianeiva.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/ACCIDENTALIDAD-EN-NEIVA-BAJO-UN-11-57.aspx>
- Anacona, I. (2014). Propuesta educativa sobre educación vial. *Tesis*. Santiago de Cali, Colombia: Universidad del Valle.
- araujo, T. J. (16 junio 2009). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Brasil: EOS.
- Berna, L. A. (2003). *La Construcción Social de las Juventudes*. Valparaíso - Chile.
- Blumer, H. (1937). *Chicago Patente n° 2 EL INTERACCIONISMO SIMBÓLICO*.
- Carballo, R. F. (2001). *La entrevista en la investigación cualitativa*. Obtenido de Portal de entrevistas académicas: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/8017>
- Cardenas , A., & Godoy, D. (2008). Estrategias de Comunicación. *Tesis*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Carmen Meneses Falcón, E. G. (2009). Adolescentes, situaciones de riesgo y seguridad vial. *Atención Primaria*, 452-458.
- Casseres, T. G. (s.f.). *"CULTURA CIUDADANA: ALGUNOS PROBLEMAS DE CULTURA CIUDADANA: ALGUNOS PROBLEMAS DE"*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional .

- Durán, D. P. (16 de julio de 2014). Campaña de Seguridad Vial Neiva . *Diario del Huila*, pág. 1.
- Ecopetrol, E. (6 de mayo de 2016). *ECOPETROL*. Obtenido de ECOPETROL:  
[http://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web/nuestra-empresa/sala-de-prensa/noticias/Noticias%202016/Noticias%202016/marcha-campana-seguridad-vial-huila!/ut/p/z0/jY7BTsMwEER\\_BQ4-WusGWpVj1EOrogICIQVfqsVZkgVn7dpOgb8n5QA3xG2eNPM0YKEBK3jkDgsHQT\\_xk1](http://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web/nuestra-empresa/sala-de-prensa/noticias/Noticias%202016/Noticias%202016/marcha-campana-seguridad-vial-huila!/ut/p/z0/jY7BTsMwEER_BQ4-WusGWpVj1EOrogICIQVfqsVZkgVn7dpOgb8n5QA3xG2eNPM0YKEBK3jkDgsHQT_xk1)
- Erinon, E. (1950). *Teoría del desarrollo psicosocial*. EE.UU.
- Falla, S. H. (s.f.). *Estrategia edu-comunicativa para la cultura ciudadana y la educación vial en la ciudad de Neiva*. Neiva.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía crítica* .
- Haddon, W. (1970). *Matriz de Haddon*. EEUU.
- Javier Gómez Ferri, A. G. (s.f.). *Técnicas cualitativas de investigación social* . Valencia,España: Universidad de Valencia.
- Jimenez , D. (2010). *Comportamiento Peatonal*. Obtenido de [http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/cf-jimenez\\_dr/pdfAmont/cf-jimenez\\_dr.pdf](http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/cf-jimenez_dr/pdfAmont/cf-jimenez_dr.pdf)
- Justicia, R. (21 de Febrero de 2015 ). La imprudencia del peatón causa 242 accidentes. *El telegrafo*, pág. 1.
- Kaplun, M. (2002). *La teoría de una pedagogía de la comunicación*.
- Kawulich, B. B. (Mayo 2005). *La observcion participante como metodo de recoleccion de datos*. Carrollton, USA.
- Lina Beatriz Boró León, H. M. (s.f.). *La observación participante* . España Madrid: 3º Magisterio Educación Especial.
- Martinez, C. (2015). *La gestión de la seguridad basada en los comportamientos. ¿Un proceso*

- que funciona?* Recuperado el 22 de 09 de 2017, de <http://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v61n241/especial.pdf>
- Mejía, M. R. (enero-junio de 2015). El resurgimiento de lo educucomunicativo. *Revista Enunciacion* , 20(1), 119-140. Recuperado el 14 de 07 de 2017, de <http://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/enunc/article/viewFile/9449/11012>
- MinInterior. (s,f). *Los peatones*. Madrid: Direccion General de Trafico. Recuperado el 30 de 08 de 2017, de [http://www.dgt.es/PEVI/documentos/catalogo\\_recursos/didacticos/did\\_adultas/peatones.pdf](http://www.dgt.es/PEVI/documentos/catalogo_recursos/didacticos/did_adultas/peatones.pdf)
- Montero, R. (2003). *Siete principios de la Seguridad Basada en los comportamientos*. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de [http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev\\_INSHT/2003/25/seccionTecTextComp11.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev_INSHT/2003/25/seccionTecTextComp11.pdf)
- MOPT. (2002). *Seguridad Vial: Algunas consideraciones conceptuales*. Recuperado el 30 de 08 de 2017, de [http://www.mopt.go.cr/planificacion/centrotransferencia/2002\\_V10/2002enedic01.asp](http://www.mopt.go.cr/planificacion/centrotransferencia/2002_V10/2002enedic01.asp)
- Nacion, E. L. (8 de agosto de 2016). Neiva apuesta por la seguridad vial. *La nacion*, pág. 1.
- Navas, P. M. (2008). *METODOLOGÍA Y APLICACIONES DE LA ENTREVISTA*. Obtenido de <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/207.pdf>
- O.M.S. (2004). *Día Mundial de la Salud: ¡La seguridad vial no es accidental!* Recuperado el 26 de 08 de 2017, de <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2004/pr24/es/>
- Organización Mundial de la Salud (OMS), O. (2004). *Informe mundial sobre prevencion de los traumatismos causados por el transito*. Ginebra.
- Organizacion Mundial de la Salud. (07 de abril de 2004). *Día Mundial de la Salud: ¡La seguridad vial no es accidental!* Recuperado el 15 de 07 de 07, de

[http://www.who.int/world-health-day/previous/2004/infomaterials/en/brochure\\_feb23\\_es.pdf](http://www.who.int/world-health-day/previous/2004/infomaterials/en/brochure_feb23_es.pdf)

- Organizacion Mundial de la Salud. (2013). *Seguridad peatonal: manual de seguridad vial para instancias decisorias y profesionales*. (O.M.S, Ed.) Ginebra, Suiza.
- Pico , M., Gonzales , R., & Noreña, O. (julio-diciembre de 2011). Seguridad Vial Y peatonal. *Hacia la promocion de la salud*, 16(2), 190-204.
- radio, E. R. (12 de agosto de 2015). Lanza campaña de sensibilización a conductores y peatones en Neiva. *RCN radio*, pág. 1.
- Roberto Hernandez sampieri, C. f. (s.f.). Metodologia de la invetigación Quinta Edición . En *Metodologia de la invetigación Quinta Edición* (págs. 7 - 9). Mc Graw Hill.
- Rojas , R. (20 de noviembre de 2011). La imprudencia de los peatones es la principal causa de atropellos. *El Comercio*. Recuperado el 21 de 07 de 2017, de [http://archivo.elcomercio.pe/sociedad/lima/imprudencia-peatones-principal-causa-atropellos\\_1-noticia-1336492](http://archivo.elcomercio.pe/sociedad/lima/imprudencia-peatones-principal-causa-atropellos_1-noticia-1336492)
- Roser, T. (1995). *Estrategias y Recursos didácticos para la escuela rural*. Barcelona, España: Grao.
- Salas, C. (2011). Estado del arte de la nueva comunicacion. *Signo y Pensamiento*, 234-246. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de <file:///C:/Users/ABEL/Downloads/PAMELA%20USCO/la%20nueva%20comunicacion.pdf>
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodologia de la investigacion* (Quinta ed.). Mexico: Mac Graw Hill.
- Simon, H. (1988). *Conducta Administrativa* .
- Suarez, R. (1 de junio de 2015). El doloroso retroceso de la cultura ciudadana en Bogotá. *El tiempo*, pág. 1.
- Surcolombiana, U. (2012 ). *Prevención en seguridad vial Universidad Surcolombiana*. NEIVA.

Universidad De LA SALLE. (29 de mayo de 2015). *PLAN ESTRATÉGICO DE SEGURIDAD VIAL*. Recuperado el 24 de 07 de 2017, de <http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/ef660204-99a7-473c-bf49-af1214a6f5b7/PESV+LA+SALLE++5+JUNIO+DE+2015.pdf?MOD=AJPERES>

Venegas, N. Y. (2009). *La aplicacion de la ley de transito por parte de conductores y peatones y los accidentes de transito en la ciudad de Ambato*. Ambato-Ecuador: Universidad tecnica de Ambato centro de estudios de postgrado.

Verdugo, M. I. (20 de diciembre 2013). LA EDUCACIÓN VIAL. UNA FORMA MÁS DE EDUCAR . En M. I. Verdugo, *Las Palmas de Gran Canaria* (págs. 114-127). El Guiniguada, N° 22 .

Anexos

Anexo 1 Derecho de petición a la Secretaria de Movilidad.



Universidad Surcolombiana

-USCO-  
NIT. 891.180.084-2

Neiva, 03 de marzo 2016

SECRETARIA DE MOVILIDAD NEIVA

03 MAR 2016

Fecha

Nº. Radicación 002055

Pasa a

Cordial Saludo  
Señora  
Ximena

Con el fin de elaborar un proyecto Universitario respectivo al tema de "Seguridad vial" en la ciudad de Neiva, Solicito por medio de la presente datos provenientes del instituto de tránsito y transporte, específicamente los índices más recientes (año 2015) de la accidentalidad donde haya estado involucrado el peatón, tal información es necesaria para el debido desarrollo del proyecto investigativo que tiene como fin influir en la cultura ciudadana de los habitantes de la ciudad.

Muchas Gracias por la atención prestada.

Atentamente:

Mónica Serrano  
C.C. 1.075.274.523

Estudiante de Comunicación Social y periodismo.  
Universidad Surcolombiana

Anexo 2: Oficio de respuesta de la Secretaria de Movilidad

	<b>OFICIO</b>	
	<b>FOR-CG-03</b>	<b>Versión: 01</b> <b>Vigente desde: Junio 4 de 2014</b>

ESPACIO PARA RADICADO

**Oficio No.:** S.M.S.E.V. 189 – 2055 – 2016

Neiva, 07 de Febrero del 2016

Señor:  
**MÓNICA SERRATO**  
Estudiante USCO  
Ciudad  
C.LL 2A N° 26-14

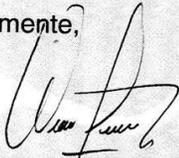
**Asunto:** Estadística de Accidentalidad con Peatones del año 2015

Respetuoso Saludo:

Comedidamente atendiendo lo solicitado en el oficio del asunto, me permito proporcionarle la información de los accidentes de tránsito ocurridos en el año 2015 donde estuvieron involucrados peatones, con el fin de ser utilizada como referencia para la elaboración del proyecto universitario sobre Seguridad Vial el cual usted adelanta en la facultad de Comunicación Social y Periodismo. Dicho documento está dividido en tres tablas en las que se muestran los accidentes con Daños, Heridos y Homicidios.

Le reiteramos que la Secretaria de Movilidad estará atenta en proporcionar cualquier otra información de su interés.

Atentamente,



**ING. WILSON TRUJILLO MEDINA**  
Profesional Especializado  
Unidad de Seguridad Vial

Proyecto Ing. María Ximena Sarmiento C.

Carrera 5 No. 9-74 Piso 3  
Teléfono: 8718936 Neiva - Huila  
[www.alcaldianeiva.gov.co](http://www.alcaldianeiva.gov.co)

