

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A	
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(103)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ADANÍES PÉREZ NAVARRO, DARWIN RIZO RINCÓN		
FACULTAD	FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	CLAUDIA MARCELA DURÁN CHINCHILLA		
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE PROMUEVA EL USO DEL CASCO EN MOTOCICLISTAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN			
<p>ESTE PROYECTO INVESTIGATIVO BUSCÓ DISEÑAR UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA PROMOVER EL USO DEL CASCO EN LOS MOTOCICLISTAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER; PARA ELLO, SE IDENTIFICARON UNAS CARACTERÍSTICAS EN LA POBLACIÓN OBJETO, PARTIENDO DE UNA VARIABLE Y UNOS INDICADORES QUE PERMITIERON CONOCER LOS FACTORES QUE INFLUÍAN EN EL USO DEL CASCO. POSTERIORMENTE, SE LOGRÓ DEFINIR LA ESTRATEGIA Y SER SOCIALIZADA ANTE LA SECRETARÍA DE MOVILIDAD Y TRÁNSITO DE LA CIUDAD.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 103	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE PROMUEVA EL USO DEL
CASCO EN MOTOCICLISTAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

AUTORES:

ADANÍES PÉREZ NAVARRO

DARWIN RIZO RINCÓN

Trabajo presentado para optar el título de Comunicador Social

DIRECTOR:

CLAUDIA MARCELA DURÁN CHINCHILLA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

abril, 2018

Dedicatoria

A Dios le debo todo, ha sido él una de mis más grandes fuerzas, mi guía, y por quien hoy todo esto es una realidad.

A mi familia, ese motor que me mueve y me inspira, quienes me impulsaron y apoyaron durante todo este maravilloso proceso, a mi madre Dignora Navarro Angarita, la mujer más increíble en el mundo, ella fue mi más grande modelo a seguir, me enseñó a ser una gran persona, a ser humilde y a luchar por lo que se quiere, su apoyo es y será para mí siempre el regalo más grande. A mi padre Elisoel Pérez Montaña y a mis hermanos, quienes forman parte de la mejor familia que Dios me pudo haber dado.

A todos mis amigos y a quienes de una u otra forma aportaron al logro de este objetivo en mi vida, mil gracias.

A mis profesores quienes me aportaron, no solo académicamente, sino también en todo el proceso de convertirme en una gran persona, un profesional íntegro y entregado a servir a la comunidad, con rectitud y con pasión por lo que hago.

Adanies Pérez Navarro

Dedicatoria

Prohibido no cumplir sueños, con esta frase inicié lo que un día soñé y hoy se torna realidad. Con humildad, disciplina, constancia, fe, optimismo, ganas, esfuerzo, entrega y dedicación he logrado este gran triunfo. Agradezco y dedico esta tesis a Dios por nunca dejarme desfallecer y en especial a mi mamá Yamile Rincón quien ha sido el gran motor y ha estado de principio a fin en todas las etapas de mi vida

Este logro se lo consagro a todas aquellas personas que en su día a día no se cansan de luchar, también a mis hermanas Vanessa y Jessica, demás familiares y a mis amigos, quienes siempre me animaron para continuar, a mis profesores quienes me inculcaron valores y conocimientos para mi crecimiento personal y profesional durante toda mi carrera.

Gracias y mil gracias a todos los que aportaron a mi formación académica y a quienes emprendieron conmigo este hermoso sueño, fruto que hoy la Academia me brinda y me convierte en Comunicador Social, profesión que trabajaré con transparencia y responsabilidad en pro del bienestar social.

“Todo lo puedo en Cristo que me fortalece” Filipenses 4:13

Darwin Rizo Rincón

Agradecimientos

Agradecemos primordialmente a Dios quien nos ha regalado vida y salud para finalizar con júbilo este proyecto que es un logro significativo para alcanzar nuestra meta.

A nuestra directora Claudia Marcela Durán Chinchilla, por su guía durante todo el proceso, a nuestros jurados Yeny Paola Palacio Álvarez y William David Sanjuán Ibáñez por dedicarnos tiempo en cada espacio que necesitábamos, por sus recomendaciones y correcciones para terminar con éxito esta tesis de grado.

De igual manera extendemos nuestros más sinceros agradecimientos a la Secretaría de Movilidad y Tránsito por escucharnos, a nuestra querida Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña por abrirnos las puertas en todo momento durante el proceso de formación, a la comunidad ocañera y a quienes estuvieron de una u otra forma colaborando con su grano de arena en nuestro proyecto de investigación. Mil y mil gracias.

Los obstáculos los encontramos en todo momento, pero nunca deben ser motivo para detenernos. Nada es imposible, debemos siempre insistir, persistir, resistir y nunca desistir ante las adversidades que nos presente la vida, aprendimos que sin sacrificios no hay victorias, Dios siempre nos dará las fuerzas para continuar.

*Este es el comienzo de nuevos triunfos en la vida, vamos por más.
“Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas. A él sea la gloria por los siglos.
Amén” Romanos 11:36*

Resumen

Este proyecto investigativo buscó diseñar una estrategia comunicativa para promover el uso del casco en los motociclistas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, identificando las características de la población a la que está dirigida la estrategia, en este caso, conductores y pasajeros de motocicletas, de esta manera se determinan los indicadores y factores de percepción de riesgo por el no porte del casco a través de una encuesta con preguntas y respuestas cerradas a población flotante de la comunidad ocañera y un guión de observación, logrando así el diseño y promoción de la campaña de cultura ciudadana que fue socializada ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito de la ciudad. La metodología utilizada para el desarrollo del proyecto fue la de una investigación descriptiva de tipo cuantitativo. Finalmente, con los análisis de resultados obtenidos graficados se logró diseñar la estrategia comunicativa más acertada que promueva al uso del casco en motociclistas en el municipio de Ocaña. Esta estrategia deberá integrar medios convencionales de comunicación, medios alternativos, y, además, se tendrán en cuenta las nuevas plataformas online, que para este proyecto serán principalmente las redes sociales.

Abstract

This research project sought to design a communicative strategy to promote the use of the helmet in the motorcyclists of Ocaña's city, North of Santander, identifying the characteristics of the population whom the strategy was directed, in this case, drivers and passengers of motorcycles, Hereby there decide the indicators and factors of perception of risk for do not carry of the helmet across a survey with questions and answers closed to floating population of the community ocañera and a script of observation, achieving this way the design and promotion of the campaign of civil culture that was socialized before the Secretariat of Mobility and Traffic of the city. The methodology used for the development of the project was that of a descriptive investigation of quantitative type. Finally, with the analyses of obtained results graphed was achieved to design the most guessed right communicative strategy that he promotes to the use of the helmet in motorcyclists in Ocaña's municipality. This strategy will have to integrate conventional means of communication, alternative means, and, in addition, the new platforms will bear in mind online, that for this project will be principally the social networks.

Introducción

En el presente trabajo se pretende abordar el tema de cultura ciudadana frente al uso del casco en motociclistas y pasajeros en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, donde se llevó a cabo un diagnóstico a través de un guión de observación y una encuesta con preguntas y respuestas cerradas para identificar los indicadores de la variable sobre el uso del casco al transportarse en una motocicleta.

Uno de los medios de transporte más utilizados en la actualidad son las motocicletas, debido a la facilidad y lo económico que resulta adquirirlas como mantenerlas, debido a ello y al crecimiento poblacional en la ciudad de Ocaña se ha generado un incremento del número de motocicletas que transitan diariamente, desencadenando distintos problemas que preocupan a las autoridades, como lo es la accidentalidad, entre otras causas, por la imprudencia y la falta de uso de elementos de seguridad, como lo es el casco. Todo esto lleva a resaltar tanto la importancia, como la obligatoriedad del desarrollo de estrategias comunicativas que busquen crear una conducta en motociclistas y pasajeros de este tipo de vehículos, frente a la utilización del casco de seguridad, como elemento de protección en la vía.

La investigación se abordó por el deseo de educar a los conductores y pasajeros frente a la importancia de usar el casco cuando se transportan en motocicleta. Durante el desarrollo de la investigación se analizaron diferentes factores como prevención y seguridad vial, responsabilidad, frecuencia, el aspecto jurídico-económico, conocimiento, significado e importancia al portar un casco en este medio de transporte.

La metodología fue abordada de una forma entendible al lector, se realizará una encuesta a población flotante, simultáneamente se realizará un guión de observación para deducir sobre el comportamiento a la hora de transportarse los ciudadanos en motocicletas, profundizando así en el tema, y pasar de esta forma a un análisis de resultados obteniendo de ellos el diseño de la estrategia comunicativa.

La investigación del proyecto plantea dificultades como el desconocimiento de los ciudadanos frente a las normas de tránsito y la poca importancia que se refleja en la ciudadanía al portar un casco para transportarse en motocicleta ya sea como pasajero o como conductor.

El proyecto de investigación se divide en cuatro capítulos donde se desarrolla todo el proceso:

En el primer capítulo con el “planteamiento del problema” pone en contextos la problemática de manera general, seguido con la formulación del problema, objetivos, justificación y delimitaciones.

En el segundo capítulo, se abordan antecedentes investigativos en diferentes aspectos, así como en el marco histórico donde se estudia la incidencia del uso del casco a nivel mundial, nacional y local, referenciando investigaciones desarrolladas con un criterio similar al nuestro, de igual manera comprende el marco contextual, conceptual y legal, sirviendo como guía en el desarrollo del presente trabajo.

El tercer capítulo trata sobre la metodología de investigación a trabajar, describiendo el enfoque y tipo de investigación, la población y muestra escogida, así como los instrumentos y técnicas utilizados en la recolección de información.

En el capítulo cuarto se encuentra la presentación de resultados, la caracterización de la población objeto de estudio y el análisis de resultados, el diagnóstico, definición de estrategia comunicativa, proyección financiera de la estrategia y la socialización de la estrategia ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito.

Por último se registran las conclusiones, las recomendaciones y posteriormente las referencias, apéndice y evidencias.

Índice

Capítulo 1. Diseño de una estrategia comunicativa que promueva el uso del casco en motociclistas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo General.	3
1.3.2 Objetivos específicos.	4
1.4 Justificación.....	4
1.5 Delimitaciones.....	6
1.5.1 Delimitación Geográfica.	6
1.5.2 Delimitación Temporal.	6
1.5.3 Delimitación Conceptual.....	7
1.5.4 Delimitación Operativa.	7
 Capítulo 2. Marco Referencial.....	 8
2.1 Antecedentes investigativos	8
2.2 Marco histórico.....	13
2.2.1 A nivel mundial.....	13
2.2.2 A nivel nacional.	14
2.2.3 A nivel local.	14
2.3 Marco contextual	15
2.4 Marco Conceptual	16
2.4.1 Seguridad vial.....	16
2.4.2 Estrategia comunicativa.....	17
2.4.3 Prevención.....	20
2.4.4 Cultura.....	21
2.5 Marco Legal.....	22
2.5.1 Código de Tránsito de Colombia.....	22
2.5.2 Régimen Nacional de Tránsito Terrestre.....	23
2.5.3 Ley 1239 de 2008.....	23
2.5.4 Ley 1503 de 2011.....	24
 Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	 26
3.1 Tipo de investigación	26
3.2 Población.....	26
3.3 Muestra.....	27
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	27
 Capítulo 4. Resultados.....	 29
4.1 Caracterización de la población objeto de estudio.....	29
4.1.1 Tabulación y análisis de la encuesta.....	30
4.1.2 Tabulación y análisis del guión de observación.....	39
4.2 Definición de la estrategia comunicativa.....	41

4.2.1 Colores.....	42
4.2.2 Concepto.....	42
4.2.3 Mensaje.....	43
4.2.4 Piezas comunicativas.....	43
4.2.5 Piezas audiovisuales.....	56
4.3 Proyección financiera de la estrategia.....	60
4.4 Socialización de la estrategia ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito.....	61
Conclusiones	64
Recomendaciones	66
Referencias.....	67
Apéndice.....	69
Evidencias.....	80

Listado de figuras

Figura 1. Apéndice A: Spot publicitario televisivo.....	8
Figura 2. Apéndice B: Spot publicitario televisivo.....	8
Figura 3. Apéndice C: Spot radial.....	9
Figura 4. Apéndice D: Pieza gráfica.....	9
Figura 5. Apéndice E: Piezas gráficas.....	9
Figura 6. Apéndice F: Pieza gráfica.....	10
Figura 7. Apéndice G: Pieza gráfica.....	10
Figura 8. Apéndice H: Pieza gráfica.....	11
Figura 9. Apéndice I: Piezas gráficas.....	11
Figura 10. Apéndice J: Spot publicitario televisivo.....	12
Figura 11. Apéndice K: Spot publicitario televisivo.....	13
Figura 12. Afiche diseño 1, estrategia comunicativa.....	45
Figura 13. Afiche diseño 2, estrategia comunicativa.....	46
Figura 14. Pasacalle, estrategia comunicativa.....	47
Figura 15. Rompetráfico, estrategia comunicativa.....	47
Figura 16. Mupi, estrategia comunicativa.....	47
Figura 17. Valla Espectacular, estrategia comunicativa.....	48
Figura 18. Adhesivo promocional, estrategia comunicativa.....	49
Figura 19. Botón publicitario, estrategia comunicativa.....	50
Figura 20. Canguro promocional, estrategia comunicativa.....	51
Figura 21. Llaverito promocional, estrategia comunicativa.....	51
Figura 22. Manga promocional, estrategia comunicativa.....	52
Figura 23. Tula/morral promocional, estrategia comunicativa.....	52
Figura 24. Volante promocional, estrategia comunicativa.....	53
Figura 25. Publicación en redes sociales, estrategia comunicativa.....	54
Figura 26. Ventana emergente en página web, estrategia comunicativa.....	54
Figura 27. Banner en prensa escrita, estrategia comunicativa.....	55
Figura 28. Banner en página web, estrategia comunicativa.....	56
Figura 29. Socialización de la estrategia comunicativa.....	63
Figura 30. Estadísticas brindada por Secretaría de Movilidad y Tránsito.....	75
Figura 31. Encuesta.....	76
Figura 32. Guión de observación.....	78
Figura 33. Formato de asistencia de entidades a la socialización de estrategia.....	79

Listado de tablas

Tabla 1. Tabla de variable del uso del casco.....	29
Tabla 2. Tabla de relación tipo de piezas comunicativas.....	44
Tabla 3. Tabla de guión técnico spot televisivo.....	60
Tabla 4. Tabla de proyección financiera de la estrategia.....	61

Listado de gráficas

Gráfica 1. Información relacionada con la frecuencia del uso del casco.....	30
Gráfica 2. Información relacionada con la importancia del uso del casco.....	31
Gráfica 3. Información relacionada con el beneficio del uso del casco.....	32
Gráfica 4. Información relacionada con el aspecto jurídico-económico del uso del casco.....	34
Gráfica 5. Información relacionada con el conocimiento del uso del casco.....	35
Gráfica 6. Información relacionada con la variable del uso del casco.....	36
Gráfica 7. Información relacionada con los medios de comunicación más utilizados.....	38
Gráfica 8. Información relacionada con el guion de observación en conductores.....	39
Gráfica 9. Información relacionada con el guion de observación en parrilleros.....	40

Capítulo 1. Diseño de una estrategia comunicativa que promueva el uso del casco en motociclistas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

Ocaña tiene una ubicación geográfica que ha sido uno de los factores más determinantes para que en los últimos años se experimente el crecimiento poblacional de manera acelerada, según reportes del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE, muestran que para el 2005 la ciudad contaba con 90.517 habitantes según el Censo General; y para el 2018 la proyección es de 100.506. Este crecimiento afecta aspectos dentro de la ciudad y crea nuevas necesidades, tales como la movilidad, obligando a las personas a adquirir medios de transporte propios, para facilitarse la movilización.

Uno de los medios de transporte más utilizados son las motocicletas, debido a la facilidad que brindan para transportarse, y lo económico que resulta, tanto adquirirlas, como mantenerlas. Cada vez más aumenta el número de estas en distintas ciudades del país. En Ocaña según informes de la Secretaría de Movilidad y Tránsito, en el 2017 se estima que hay 43.000 motocicletas matriculadas, y sumado a esta cifra, se pueden incluir otro gran número provenientes de distintos municipios del país, que no se encuentran registradas en la ciudad, pero que circulan en ella.

Por otra parte, Ocaña recibe cada semestre a cientos de jóvenes que llegan a realizar sus estudios superiores en las distintas instituciones de la ciudad; en la mayoría de los casos,

adquieren una motocicleta para transportarse dentro y fuera de la ciudad, pues resulta más económico que el servicio de transporte público, así lo manifestó a través de una entrevista Dioneider Carrascal, estudiante de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Todo esto, ha generado un incremento del número de motocicletas que transitan en este municipio nortesantandereano, ha desencadenado distintos problemas que preocupan a las autoridades, como lo es la accidentalidad, entre otras causas, por la imprudencia y la falta de uso de elementos de seguridad, como lo es el casco. En el año 2017 según un informe parcial del mes de octubre de la Secretaría de Movilidad y Tránsito se presentaron 45 accidentes de tránsito en los que estaba involucrada una motocicleta.

En un accidente de tránsito protagonizado por un motociclista y su pasajero, los últimos son quienes llevan la peor parte, ocasionándose lesiones de traumatismo craneoencefálico, una lesión común en este tipo de accidentes, sin embargo, quienes no utilizan el casco de protección adecuado son un 40% más propensos a morir por dichos traumas ocasionados por el impacto directo del conductor con otros vehículos u objetos, según afirman estudios de aseguradoras a nivel mundial.

Dentro de las actividades económicas de la ciudad la más común es el comercio, sin embargo, otra actividad, aunque informal, que ha cobrado gran auge es el llamado “mototaxismo” un tipo de transporte ilegal que ha tomado fuerza en este municipio, es decir ahora las motocicletas no son solo de uso personal, sino que además se presenta como un medio de transporte público, que, aunque ilegal, es para muchos la forma de ingresos económicos para

el sostenimiento personal y de sus familias. En la mayoría de los casos quienes utilizan este medio no portan el casco como pasajeros, debido a que los conductores y/o propietarios de la motocicleta no llevan consigo un casco adicional.

Esta conducta frente al no uso de este elemento de protección, que en un accidente puede ser la diferencia entre la vida y la muerte, se ha vuelto cada vez más frecuente; es normal ver a la mayoría de personas, jóvenes, adultos, ancianos e incluso niños que se desplazan en estos vehículos por la ciudad sin usar ningún mecanismo de seguridad, desconociendo el riesgo al que se exponen ante un eventual accidente.

1.2 Formulación del problema

¿A través de qué estrategia comunicativa se puede promover el uso del casco en motociclistas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Diseñar una estrategia comunicativa que promueva el uso del casco en los motociclistas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos específicos. Identificar las características de la población a la que estará dirigida la estrategia comunicativa para promover el uso del casco en los motociclistas de la ciudad de Ocaña.

Definir la estrategia comunicativa que promueva el uso del casco en motociclistas.

Socializar la estrategia comunicativa ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito de Ocaña, Norte de Santander.

1.4 Justificación

El crecimiento poblacional dentro de una ciudad las obliga a expandirse, lo que ocasiona que se alarguen las distancias de un lado a otro, y esto lleva a que las personas deban utilizar medios de transporte para movilizarse. Sin duda alguna, uno de los medios que más ha ganado acogida son las motocicletas, puesto que éstas, resultan más económicas para transportarse que el servicio de transporte público e incluso en otros vehículos particulares, entre otras cosas, porque adquirir las no requiere de mucho dinero; además la facilidad para desplazarse dentro y fuera de las ciudades es mucho mayor.

No obstante, aun cuando las motocicletas representan muchos beneficios para quienes las utilizan, también el riesgo de sufrir un accidente es aún mayor que en otros medios de transporte, están consideradas como uno de los más peligrosos, debido a que en un accidente de tránsito el conductor y su acompañante reciben directamente el impacto.

En la mayoría de los casos los motociclistas llevan la peor parte en un accidente de tránsito, y esto empeora cuando no llevan elementos de seguridad, principalmente el casco; de ahí la importancia de promover en los conductores y pasajeros el uso de este mecanismo de seguridad.

Por lo anterior, se hace aún más evidente la responsabilidad y la obligación que tiene el Estado, desde sus entidades territoriales, de trabajar en la disminución de las tasas de heridos graves, y de muertos por accidentes de tránsito en el que se ven involucrados motociclistas, para ello en la Resolución n° 001737 del 13 de julio de 2004, expedida por el Ministerio de Transporte, se reglamenta la utilización obligatoria del casco de seguridad en motociclistas.

Por su parte, las secretarías de transporte municipales tienen como función el diseño e implementación de campañas para promover el uso de los elementos de seguridad establecidos para cada tipo de vehículo en el que se transporten los ciudadanos, así como el cumplimiento en la imposición de las sanciones a las que dé lugar la infracción de este punto expuesto en el Código Nacional de Tránsito de Colombia.

Todo esto lleva a resaltar tanto la importancia, como la obligatoriedad del desarrollo de estrategias comunicativas que busquen crear una conducta en motociclistas y pasajeros de este tipo de vehículos, frente a la utilización del casco de seguridad, como elemento de protección en la vía.

Por estas y otras razones el presente proyecto es significativo y preponderante para la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, porque permite mostrar el compromiso de la Institución en los problemas sociales relacionados con la falta de cultura ciudadana en la comunidad, y pretende aportar de manera significativa estas falencias, generando estrategias en las que, a través de la creatividad, el diseño y la comunicación se logre despertar cultura ciudadana frente a la conducta de uso del casco. De igual manera, para el programa de

Comunicación Social es importante, puesto que le facilita a sus estudiantes la oportunidad de sensibilizarse ante las problemáticas sociales del día a día; por su parte, para los autores del proyecto y/o investigadores, es relevante porque permite conocer y contribuir los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera, para desarrollar nuevos procesos comunicacionales en los que se llegue a la población objeto y se logre un aporte significativo a la construcción de una cultura ciudadana en prevención.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación geográfica. Este proyecto se llevó a cabo en la ciudad de Ocaña, ubicada en la zona noroccidental del departamento de Norte de Santander y la estrategia será implementada en el casco urbano.

1.5.2 Delimitación temporal. El tiempo de ejecución del proceso de investigación fue de 8 semanas, después de aprobada la propuesta y se desarrolló como se plantea en el cronograma de actividades.

1.5.3 Delimitación conceptual. Se tendrán en cuenta los siguientes conceptos: seguridad vial, estrategia comunicativa, prevención y cultura.

1.5.4 Delimitación operativa. Para la ejecución del proyecto de grado fue necesario diseñar una estrategia comunicativa a través de la cual se logrará promover el uso del casco a conductores y pasajeros de motocicletas. Esta estrategia integró medios convencionales de

comunicación, medios alternativos, y, además, se tuvieron en cuenta las nuevas plataformas online, que para este proyecto serán principalmente las redes sociales.

Capítulo 2. Marcos referenciales

2.1 Antecedentes investigativos

A nivel internacional, nacional y local se han hecho distintas campañas, enfocadas en la prevención de accidentes en motocicletas.

Dentro de ellas se puede mencionar la realizada por la Dirección General de Tráfico de España que realizó una campaña en 1993 para mostrar la importancia del uso del casco en motociclistas, debido a que se estaba presentando por parte, en su mayoría jóvenes, accidentes en motocicletas, y en los que quienes se veían involucrados no portaban casco de seguridad. La estrategia presentó un spot publicitario televisivo en el que se muestra un joven realizando ejercicios para intentar caminar de nuevo, sin embargo, a pesar del esfuerzo con el que realiza los ejercicios, el resultado es desalentador, puesto que no logra el objetivo. Justo en ese momento llega el médico y le informa de la visita de sus familiares y su novia, el joven intenta nuevamente realizar los ejercicios, pero al no lograrlo cae en un intensa frustración y tristeza reflejada en sus lágrimas. Al terminar aparece un letrero de letras blancas y fondo negro en el que explica que no usar el casco puede traer como consecuencia lesiones cerebrales y paraplejías. Evidencia de esa campaña se puede observar en (Figura 1. Apéndice A).

Así mismo en el 2004 la Dirección General de Tráfico de España, DGT, lanza una nueva campaña frente al uso del casco, esta vez utiliza un nuevo concepto a través de un spot televisivo, la campaña anterior mostraba la consecuencia de no usar casco, esta vez lo hizo de manera muy gráfica, de lo que ocurría al no utilizar este elemento de seguridad, e hizo un

paralelo de lo que sucede durante un accidente en el que se ven involucrados los motociclistas, aparecen dos jóvenes: una conductora y su acompañante en una motocicleta, y éstas colisiona contra un coche, los primeros segundos muestran como las cabezas de las protagonistas chocan contra el pavimento de manera violenta, y por no llevar el casco, su cráneo recibe el golpe; luego aparece la misma escena, pero en este caso, ambas llevan puesto el casco, y salen casi ilesas del accidente. De fondo hay una voz en off que da un mensaje de no poner excusas para la seguridad vial, y del compromiso de cada conductor y pasajero de ayudar a reducir el número de muertos en accidentes de tránsito; e invita a que se utilice el casco y a hacer que lo utilicen siempre. La campaña llevaba como eslogan “únete a nosotros, únete a la vida”. Véase gráficamente en (Figura 2. Apéndice B)

Durante el mismo año 2004 se continúa con la tarea de concienciar frente a la importancia de usar el casco, en esta oportunidad la DGT del Gobierno de España, crea un spot radial en el que a través de un monólogo de una persona que va saliendo de rapidez para un examen que comenzará en media hora, pero éste aún está saliendo de casa, toma algunos objetos antes de salir, pero se olvida de llevar el casco, una vez afuera recuerda que debe llevarlo, pero entra en un dilema, entre si se devuelve por él o continua, en últimas decide devolverse, puesto que asegura eso no le tomará más de un minuto.

La cuña radial termina con la frase de la campaña “al conducir eres tú quien decide” motivando a las buenas prácticas en la vía y el uso de elementos de seguridad. Escuchar audio en link referenciado en (Figura 3. Apéndice C)

“No podemos usar el casco por ti” bajo este lema en el 2005 la DGT de España, hace una campaña en la que busca promover el casco en motoristas, ésta se realiza durante el verano, tiempo en el que las temperaturas aumentan y hace que muchos motociclistas prescindan del uso de este elemento, para ello a través de piezas gráficas envían un mensaje, en el que se ve una mujer tomando entre sus manos un casco que recibió un golpe por lo que se ve algo agrietado, simulando un vientre en gestación y el mensaje que aparece es “ayer volvió a nacer”, en la parte inferior lleva un texto en el que muestra la historia de una persona que tuvo un accidente, pero por haber utilizado el casco se libró de morir y tuvo una nueva oportunidad de vida, y compara una cifra de muertos por no llevar consigo el casco y afirma que de haberlo llevado se hubiesen podido salvar. Véase en (Figura 4. Apéndice D)

Cuatro años más tarde, exactamente en el 2009 la DGT realiza una campaña bajo el lema “Por eso, también en ciudad, ponte el casco” por medio de las piezas gráficas, se promovía el uso del casco, para ello se hacía alusión a la forma en que desde la antigüedad se utilizaba el casco como mecanismo de protección ante lesiones en la cabeza; también de la forma cómo los animales por naturaleza llevaban un casco o caparazón que les sirve de protección ante los peligros, y también cómo otros objetos comunes tenían una forma de protegerse; todo esto terminaba haciendo el llamado de usar el casco. Ver (Figura 5. Apéndice E)

En este mismo año la Agencia Nacional de Seguridad Vial de Argentina promovió el uso del casco por medio de una campaña gráfica con un cartel en el que se muestra la imagen de una motocicleta tirada a un lado de la carretera tras un accidente, y una frase “el viento en la cara puede ser lo último que sientas”. Esta pieza hace parte de la campaña denominada “Si se puede evitar, no es un accidente. Disfruta tus vacaciones”. Ver (Figura 6. Apéndice F)

“Usá el casco, te salva la vida” a través de la pieza gráfica en la que se muestra la imagen de una cicatriz en el cráneo de una persona, haciendo referencia a la consecuencia de un golpe luego de sufrir un accidente en motocicleta, y que gracias a no llevar puesto un casco se obtiene sufría la lesión.

Bajo esta idea la Agencia Nacional de Seguridad Vial del Ministerio del Interior de Argentina, promovió en el 2010 el uso de este elemento de seguridad, con una imagen realmente fuerte en la que llama principalmente la atención la cicatriz. Una pieza bastante sencilla en cuenta al contenido, puesto que la mera imagen y el texto de la campaña son más que suficientes para el mensaje que buscaban transmitir. Véase imagen en (Figura 7. Apéndice G)

En el mismo año la ANSV de Argentina, lanza otra pieza gráfica bajo el tema “¿Ahora entiendes por qué usar casco!? En la que hacen una comparación entre los elementos de un automóvil que protegen al conductor como: paragolpes, bolsa de aire, cinturón de seguridad, parabrisas laminado, entre otros, y el único elemento, que en un símil con los del auto, cumple estas funciones, el casco.

Además, la campaña consistió en regalar cascos nuevos a los conductores, y la invitación se hizo a través de la pieza. Ver (Figura 8. Apéndice H)

Esta misma Agencia desarrolló en este mismo año una campaña publicitaria “No me mates” en la que se promueve la seguridad vial, y por supuesto uno de los puntos que tocó esta campaña es el uso del casco. Las piezas gráficas que consistían en un folleto y un afiche, en el

cual se daba una cifra de personas que fallecían durante un accidente de tránsito y que como factor común tenían que no llevaban puesto el casco de seguridad. Ver (Figura 9. Apéndice I)

“Algunos animales no usan casco” una campaña realizada por el Ministerio de Salud y el Fondo de Prevención Vial. La estrategia buscaba a través de imágenes amables hacer la comparación un poco graciosa y sarcástica de una persona que no usa casco y un animal, refiriéndose a una persona carente de inteligencia, lo que es normalmente llamado bruta o animal.

En el spot aparece un hombre que circula por las calles de una ciudad en una motocicleta, y que choca contra una tortuga que lleva consigo su caparazón natural y que la protege del golpe, por el contrario, el conductor recibe todo el impacto de la colisión, por no llevar el casco. La secuencia de las imágenes del vídeo puede verse en (Figura 10. Apéndice J)

No se muera de pereza, abróchese el casco” esta campaña fue realizada por el antiguo Fondo de Prevención Vial y el Ministerio de Salud de Colombia, a través de un spot y bajo el argumento que dan algunos de los motociclistas, quienes aseguran que el hecho de no utilizar correctamente el casco corresponde principalmente a la pereza que les da.

Con esto se crea la idea del vídeo en el que aparece una pareja de personas en una motocicleta, con unos elementos de vestuario bastante extravagantes y que luego se usarán en la narración del producto audiovisual.

El narrador le hace a los personajes una serie de preguntas, frente a la comparación de que no les había producido pereza el hecho de abrocharse las botas, a lo que el hombre responde “no”, por su parte le pregunta a la mujer por la acción de abrocharse la docena de botones de su

blusa, a lo que ella responde negativamente a si le había producido pereza, luego de esto sucede un accidente, y aparece la imagen de una de las llantas y los dos cascos que se desprenden de la cabeza de los personajes por no llevarlos abrochados correctamente.

El mensaje es claro, usar de manera correcta puede prevenir muertes. La secuencia de las imágenes del spot puede verse en (Figura 11. Apéndice K)

2.2 Marco histórico

El casco es un objeto de material muy resistente y forma generalmente semiesférica que se ajusta a la cabeza para protegerla de posibles heridas o golpes.

2.2.1 A nivel mundial. Los cascos están presentes desde el año 1885 cuando Gottlieb Daimler creó el primer casco para moto. La velocidad no era un problema en ese entonces, pero con el paso del tiempo se fue incrementando y en consecuencia fue necesario brindar protección al conductor y el pasajero.

Hoy en día los cascos de motocicleta no sólo son seguros, también son requeridos obligatoriamente por la ley. Se puede afirmar que gracias a la evolución de los cascos para moto cada vez se salvan más vidas.

Al inicio los cascos de moto sólo se usaban en competencias, y su uso era recomendable pero no obligatorio. Con el paso del tiempo cada vez más ciudades, municipios, departamentos, y provincias dictaron leyes sobre el uso obligatorio del casco para moto, a causa de los accidentes en calles, rutas, y autopistas. Estas leyes se aplicaban tanto al conductor como al

acompañante. Estudios demuestran que usar un casco reduce la cantidad de heridas graves y muertes en accidentes. En la actualidad se han vuelto cada vez más prácticos y han evolucionado en cuanto al diseño, modelo y confort para quienes lo utilizan.

2.2.2 A nivel nacional. No se tiene una fecha exacta del inicio de la utilización del casco en motocicletas en Colombia, pero lo que sí ha de conocerse son las distintas campañas que en los últimos años el Ministerio de Transporte ha formulado y definido para el uso obligatorio del casco en motocicleta, frente a ello la Secretaría de Movilidad de Medellín y Auteco realizaron una jornada de sensibilización sobre el uso del casco en el año 2016 demostrando a más de 600 motociclistas de la ciudad la importancia de llevar el casco a la hora de conducir. Se estima que el riesgo de muerte en caso de accidente es 40 por ciento menor si se lleva casco y del 70 por ciento a la hora de contraer lesiones graves.

La vida útil de un casco en Colombia oscila entre 1 y 5 años y cuando se cae a más de 2 metros de altura deja de servir.

2.2.3 A nivel local. En el contexto local no se conoce una fecha exacta ni estimada de la entrada en circulación de las motocicletas con la utilización del casco, pero, al igual que en distintas ciudades de nuestro país, las motocicletas han entrado en aumento, cada vez más los ocañeros se hacen de uno de estos vehículos como medio de transporte diario, incluso hay quienes lo toman como su medio de trabajo, aunque informal, lo que ha permitido el crecimiento de éstas con sus respectivos implementos como lo es el casco, pese a ello muchos conductores y

pasajeros de motocicletas no lo usan, por ello, y ante el crecimiento de accidentes, en agosto de 2016 estudiantes de Ingeniería Civil de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, realizaron una investigación aplicando una encuesta respectiva, para analizar la percepción del riesgo de los accidentes de tránsito a los motociclistas en la ciudad de Ocaña. (Gómez, 2016)

2.3 Marco contextual

El presente proyecto de grado fue desarrollado en Ocaña, un municipio del departamento de Norte de Santander, ubicado en la Subregión occidental del departamento, con una superficie total de 672.27 km², y cuenta según el último censo nacional del 2005, con 90.517 habitantes, el 87% de ellos en el área urbana y el restante en el área rural. Se encuentra a 203 km de Cúcuta, la capital del departamento de Norte de Santander, y a 299 km de Bucaramanga, Santander.

Ocaña es la puerta de entrada a la región del Catatumbo, y es además considerada como la ciudad más próxima a los distintos municipios que conforman esta región. Además, tiene gran afluencia de personas provenientes de municipios del Sur del Cesar y Sur del departamento de Bolívar, debido entre otras cosas, a que se ha venido convirtiendo en una ciudad universitaria, a la que arriban cientos de jóvenes a realizar sus estudios superiores.

La ciudad cuenta con una malla vial, en la mayoría de los casos, con calles bastante estrechas, a tal punto de ser consideradas como vías de único sentido, incluso el mismo centro está conectado por vías de este tipo, lo que genera una mayor congestión. También tiene calles demasiado empinadas con alto índices de accidentalidad, así como curvas demasiado cerradas

que aumentan el riesgo de accidentes.

2.4 Marco conceptual

A continuación, se muestra información relevante referente a conceptos sobre la importancia de la seguridad vial y la prevención, como método para disminuir las muertes causadas por accidentes de tránsito; la implementación de estrategias comunicativas con el fin de incidir en los hábitos de las personas; entre otros términos que fueron importantes en el desarrollo del proyecto.

2.4.1 Seguridad vial. Este término es utilizado para definir una serie de actuaciones de conductores y peatones encaminadas a la prevención de cualquier tipo de accidente de tránsito o de la mitigación del impacto frente a la salud de quienes se ven involucrados en este tipo de situaciones inesperadas. (Fundación Mapfre, s.f.).

Dentro de los factores que integran la seguridad vial se encuentran todas las normas de tránsito y el correcto uso de las vías públicas, así como la integración de tecnologías utilizadas para reducir incidentes en los que se pone en peligro la vida e integridad de los individuos.

También se define la seguridad vial como la unificación de esfuerzos de diferentes entes, tanto públicos como privados, en la organización y planeación de estrategias de socialización y concienciación de las buenas conductas en la vía, así como la utilización de los distintos mecanismos o elementos de protección. Dichas estrategias incluyen campañas, capacitaciones y

demás actividades enfocadas a la educación vial de todos los ciudadanos.

Existen dos tipos de seguridad vial, la activa y la pasiva, la primera se refiere a todas aquellas acciones aplicadas al vehículo, al humano y a las vías, buscando evitar que ocurra un accidente, entre éstas se puede resaltar el respeto por los límites de velocidad, la instalación de señales de tránsito y el correcto estado de los medios en los que se transporten. Por otra parte, la pasiva comprende una serie de elementos que buscan disminuir las lesiones ocasionadas tras un accidente, una vez éste se ha presentado. (E- mediadrive, s.f.).

La seguridad vial es una responsabilidad social que le compete a organismos estatales y de la sociedad civil, quienes en conjunto deben implementar y desarrollar estrategias con el fin de intervenir de manera eficiente en mejoras del sistema de tránsito orientada al desarrollo de la protección de las personas y de su entorno inmediato, unos de los más impactantes son los proyectos educativos, campañas, formación a conductores, sistemas de atención de rescate y emergencia para los ciudadanos, entre otros.

2.4.2 Estrategia comunicativa. Es el conjunto de actividades programadas bajo un plan en el que se pretende la consecución de unos objetivos, que pueden estar determinados por una problemática, crisis o falencia en cualquier organización, grupo de personas o una población en particular. (Arellano, 1998).

La particularidad de este tipo de estrategias es que el elemento principal es la comunicación, de todos los tipos, visual, sonora, escrita, y demás. Ésta obedece a un orden

determinado por el tipo de objetivos propuestos, así como del tiempo requerido o necesario para la obtención de resultados por parte de quien la implemente. Una de las características que tiene, es el factor de buscar cambiar conductas a través de elementos integrales dirigidos a la población determinada.

Para lograr un impacto de sensibilización en la sociedad mediante una campaña, proyecto o trabajo social es indispensable desarrollar una buena estrategia de comunicación, con mensajes claros que permita saber a quién va dirigido, por qué, y para qué se creó, de lo contrario se estaría botando los recursos y desperdiciando los esfuerzos destinados para su realización, creando a su vez expectativas falsas en la sociedad a los que se desea transformar.

Dentro de un proceso de comunicación estratégico se debe tener en cuenta el estudio de la población mediante un diagnóstico situacional que permita analizar el contexto al cual se direcciona la propuesta.

Según Vital (2016) Las estrategias comunicativas, en realidad, de este concepto que puede sin duda referirse a cuestiones muy finas y complejas, sólo tomaremos un rasgo: estrategias comunicativas será para nosotros la manera como un interlocutor organiza la información que quiere o debe transmitir. Por interlocutor entenderemos a todo aquel que asume una voz, sea como coparticipe en un dialogo, sea como narrador o como autor implícito de la novela.

Tal como lo expresan Williams, M & Burden, R. (2016) la introducción de este concepto es una herramienta para lograr dicho objetivo establecido en algún documento o bien sea en los

principios que mantiene el hombre, para lograr un cambio social, o llamar la atención de la población para mejorar el comportamiento de cada individuo en lo social.

Las estrategias comunicativas constituyen un grupo de estrategias de aprendizaje (los otros tres grupos son las estrategias cognitivas, las metas cognitivas y las socio-afectivas). Consisten en todos aquellos mecanismos de los que se sirven los aprendientes para comunicarse eficazmente, superando las dificultades derivadas de su insuficiente dominio de la lengua meta.

Estas estrategias permiten al aprendiente mantener la comunicación en lugar de abandonarla ante dificultades imprevistas, proporcionándole así un mayor contacto con la L2 y más ocasiones de práctica y aprendizaje.

En las estrategias de los aprendientes, los autores distinguen entre las estrategias de evitación y las de compensación. Las primeras conducen a un empobrecimiento de la comunicación, puesto que el hablante, con el fin de evitarse problemas en el uso de la lengua o de cometer errores, renuncia a abordar determinados temas: o bien abandona total o parcialmente un tema iniciado, o bien reduce el contenido de su mensaje. Las segundas consisten en la búsqueda de procedimientos alternativos, que permitan al hablante conseguir su propósito comunicativo: parafrasear, explicar mediante ejemplos, usar un término inventado que se considera comprensible por el receptor, etc.

Desde el punto de vista de las aplicaciones didácticas, las más importantes son las estrategias de compensación. Muchas de ellas son comunes a los procesos de comunicación entre

nativos competentes: recurrir a claves extralingüísticas, ayudarse de los datos contextuales, pedir aclaraciones al interlocutor, etc., para asegurarse de la recta comprensión de los mensajes; paradójicamente, estas estrategias que el aprendiente aplica espontáneamente en su propia lengua quedan bloqueadas en el uso de una L2, especialmente en contextos de aprendizaje escolarizado. Las actuales propuestas didácticas introducen en los programas el reconocimiento de las estrategias comunicativas por parte de los aprendientes y la práctica de su aplicación.

2.4.3 Prevención. Es el conjunto de medidas que se anteponen a eventuales sucesos, y con las cuales se busca disminuir o evitar las consecuencias de estos sucesos en los individuos.

Otros términos con los que se puede relacionar, son precaución y cuidado, puesto que el objetivo de prevenir es precisamente actuar antes de que ocurra un hecho en el que se ponga en peligro la vida o la salud de un individuo, o ante los cuales se pretenda un resultado distinto al que se obtendría de manera natural.

La acción de prevenir resulta más económica que el mismo hecho de curar o solucionar las consecuencias de accidentes o sucesos que dan resultado efectos poco deseados. La prevención aplica en distintos aspectos de la vida en donde existe cierto grado de riesgo, por más mínimo que éste sea.

Una de las formas de prevención, en el caso de los accidentes de tránsito, y en el cual las autoridades enfocan sus esfuerzos, es frente a las conductas adecuadas en la vía, para evitar incidentes de bajo y alto riesgo para conductores y peatones, para lo cual se establecen

campañas, a través de las cuales se muestran los conocimientos de expertos para evitar cualquier peligro, mediante la utilización de elementos de seguridad y las buenas prácticas en las vías.

Según lo referenciado en informe del 2004 de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Banco Mundial sobre prevención de los traumatismos causados por el tránsito, a nivel mundial los sistemas de tránsito inseguros están dañando gravemente la salud pública y el desarrollo mundial. Además, sostienen que la cifra de lesiones causadas por el tránsito es inaceptable y en gran medida evitable.

2.4.4 Cultura. La introducción de cultura es un valor que se encuentra infundado en los principios de cada persona en busca del bien, ya sea particular o general, protegiendo y conservando lo que ha sido mantenido por la antigüedad.

Tylor (2016) plantea: “La cultura es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias. El arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”. Dentro de esta definición resalta la importancia de exponer los hechos históricos, pero no solamente como una sucesión de hechos, sino de la conexión de los acontecimientos. De otra parte, plantea cómo los fenómenos naturales son hechos concretos que parten de una lógica dentro del orden causa y efecto.

Kroeber (2016) considera la cultura como “la mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos y la conducta que provocan... es el producto especial y exclusivo del hombre, y es la cualidad que lo distingue en el cosmos.”

Según Boas (2016) la cultura es:

"...todo lo que incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres."

Malinowsky (2016), plantea que la cultura: "...incluye los artefactos, bienes procedimientos, técnicas, ideas, hábitos y valores heredados, el lenguaje, forma parte integral de la cultura, no es un sistema de herramientas, sino más bien un cuerpo de costumbres orales."

Por su parte, White (2016), planteó que "la cultura consiste en herramientas, implementos, vestimenta, ornamentos, costumbres, instituciones, creencias, juegos, obras de arte, lenguaje..."

2.5 Marco legal

2.5.1 Código de Tránsito de Colombia. Dentro de las responsabilidades del Estado está su función como un ente preventivo frente a posibles amenazas contra la integridad física de las personas, para esto se establecen como normas ciertas acciones que van encaminadas a evitar lesiones o daños a los ciudadanos, tal es el caso de las normas de tránsito, dentro de estas se establecen una serie de conductas y mecanismos que en últimas buscan salvaguardar la vida.

Estas normativas deben incluir aspectos tan importantes dentro de la seguridad vial como: el uso del casco en motociclistas, excesos de velocidad, conducción bajo los efectos del alcohol o de sustancias alucinógenas, la utilización del cinturón de seguridad, entre otros. Colombia se encuentra dentro de los países que ha logrado regular a través de leyes todos estos factores, sin embargo, ha sido muy débil su control.

Tal como se mencionó anteriormente Colombia ha reglamentado de manera muy completa estas normas y las ha agrupado en la Ley 769 de 2002, donde se denomina el Régimen Nacional de Tránsito Terrestre, en éste se establece ciertos parámetros, derechos y responsabilidades de quienes conducen en vías colombianas, dicha ley ha tenido una serie de modificaciones. A continuación, se mencionan aquellas enfocadas a las buenas prácticas de los motociclistas y la responsabilidad de las autoridades en la aplicación de estrategias para la educación vial.

2.5.2 Régimen Nacional de Tránsito Terrestre (LEY 769 DE 6 DE AGOSTO DE 2002)

Título III

Capítulo V: Ciclistas y motociclistas

Artículo 94. Los conductores y los acompañantes, deberán utilizar casco de seguridad, de acuerdo como fije el Ministerio de Transporte. La no utilización del casco de seguridad cuando corresponda dará lugar a la inmovilización del vehículo.

2.5.3 Ley 1239 de 2008 (MODIFICACIÓN LEY 769 DEL 6 DE AGOSTO DE 2002)

Artículo 3°. El artículo 96 de la Ley 769 quedará así:

"Artículo 96. Normas específicas para motocicletas, motociclos y mototriciclos. Las motocicletas se sujetarán a las siguientes normas específicas:

Podrán llevar un acompañante en su vehículo, el cual también deberá utilizar casco y la

prenda reflectiva exigida para el conductor.

El conductor y el acompañante deberán portar siempre en el casco, conforme a la reglamentación que expida el Ministerio de Transporte, el número de la placa del vehículo en que se transite, con excepción de los pertenecientes a la fuerza pública, que se identificarán con el número interno asignado por la respectiva institución.

2.5.4 Ley 1503 de 2011 (MODIFICACIÓN A LA LEY 769 DEL 6 DE AGOSTO DE 2002)

Capítulo II: Lineamientos en educación en seguridad

Artículo 3°. Educación Vial. La educación vial consiste en acciones educativas, iniciales y permanentes, cuyo objetivo es favorecer y garantizar el desarrollo integral de los actores de la vía, tanto a nivel de conocimientos sobre la normativa, reglamentación y señalización vial, como a nivel de hábitos, comportamientos, conductas, y valores individuales y colectivos, de tal manera que permita desenvolverse en el ámbito de la movilización y el tránsito en perfecta armonía entre las personas y su relación con el medio ambiente, mediante actuaciones legales y pedagógicas, implementadas de forma global y sistémica, sobre todos los ámbitos implicados y utilizando los recursos tecnológicos más apropiados.

El fin último de la educación vial es el logro de una óptima seguridad vial. Por ello, la educación vial debe:

1. Ser permanente, acompañando el desarrollo de la persona en todas sus etapas de crecimiento.
2. Ser integral, transmitiendo conocimientos, habilidades y comportamientos positivos.
3. Estar basada en valores fundamentales, como lo son la solidaridad, el respeto mutuo, la tolerancia, la justicia, etc.
4. Lograr la convivencia en paz entre todos los actores de la vía.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Este proyecto se orientó como una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo, ya que “Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis.”, esto permitió analizar el porqué de la conducta por parte de motociclistas y pasajeros, y así describir la situación tal y como se venía presentando, para de esta forma obtener la estrategia comunicativa más acertada, incluyendo los medios y el tipo de mensaje más adecuado para promover el uso del casco en estos individuos. (Grajales, 2000).

3.2 Población

Se acudió a una población flotante, debido a que la población en la que se basa el proyecto, algunas de ellas, no están oficialmente inscritas en el censo de la ciudad, pero, residen temporal o permanentemente en ella, en ésta se incluyen a motociclistas y pasajeros de motocicletas que circulan por la ciudad de Ocaña. Para la selección de la población se tuvo en cuenta motociclistas y pasajeros que circularan en la zona céntrica de la ciudad de Ocaña, se tomó la

zona céntrica porque se presume que allí es donde más y mayor número de motociclistas transitan pues es ahí, la zona comercial de la ciudad.

3.3 Muestra

La muestra fue tomada de un muestreo no probabilístico, “En este tipo de muestras, también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, etc.)”. Además, será con sujetos tipos debido a que se tomarán en donde no es importante la cantidad, sino la calidad de la información que se recolecta, “El muestreo no probabilístico con sujetos tipos es utilizado en estudios donde lo que importa es la riqueza, calidad y profundidad de la información por sobre la generalización, la cantidad y estandarización.” (Scharager, J., & Reyes, P. 2001), en tal sentido, se escogió este tipo de muestreo, ya que lo que se necesitaba era que las personas a encuestar cumplieran con las condiciones de: ser motociclista conductor o pasajero.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para la recolección de la información, se implementó una encuesta descriptiva con opción de respuesta cerrada (Figura 27. Anexo B. Encuesta), buscando determinar datos importantes de la población objeto, es decir, conductores y pasajeros de motocicletas. Además, extraer información importante que permitiera destacar los principales indicadores del no uso del casco, como lo es la frecuencia, importancia, beneficio, cumplimiento de la norma jurídica, y el aspecto económico y el conocimiento frente al mismo.

Por otra parte, se realizó un guion de observación (Figura 28. Anexo C. Guión de observación), para tener un diagnóstico de la situación; este instrumento permitió además, recolectar evidencias reales de la conducta de conductores y pasajeros de motocicletas, para posteriormente mostrarlas durante la socialización de la estrategia ante las entidades encargadas, frente a la cantidad de personas que transportándose en estos vehículos no portan el casco, para ello los investigadores del proyecto se ubicaron durante tres días distintos de la semana, en horas pico en la zona céntrica de la ciudad; por medio de este guion se llevó una cuenta del número de individuos en motocicletas portando o no el casco de seguridad, clasificados por conductor o pasajero, y si fuese hombre, mujer o menor.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Caracterización de la población objeto de estudio

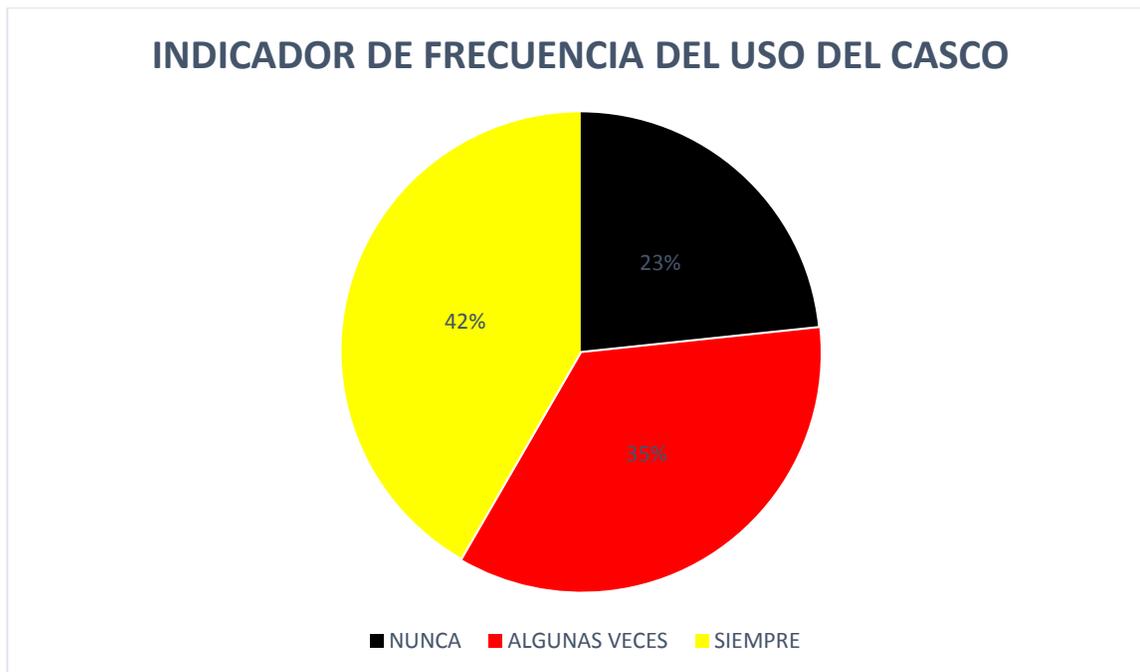
Se aplicó una encuesta en la que se plantearon preguntas con opciones de respuesta cerradas, teniendo en cuenta los indicadores de frecuencia, importancia, beneficio, cumplimiento de la normatividad jurídica, el impacto económico y el aspecto en conocimientos que pueden influir en la no utilización del casco, para ello se tuvo en cuenta población flotante de la ciudad de Ocaña.

Tabla 1. *Tabla de variable del uso del casco*

Variable	Indicadores	Ítem/ Preguntas
USO DEL CASCO	Frecuencia	1,2 y 3
	Importancia	4,5 y 6
	Beneficio	7,8 y 9
	Aspecto Jurídico- Económico	10,11 y 12
	Conocimiento	13,14 y 15

Fuente: Autores del proyecto

4.1.1 Tabulación y análisis de la encuesta



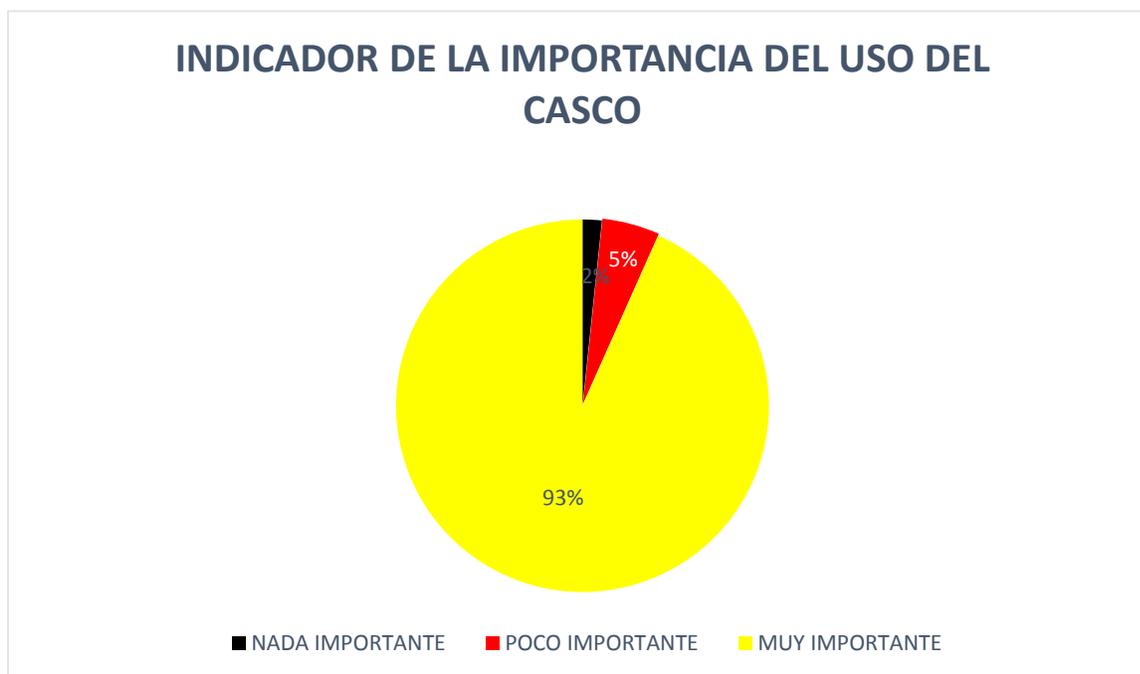
Gráfica 1. Información relacionada con la frecuencia del uso del casco

Fuente: Autores del proyecto

Indicador de frecuencia: Este indicador se hizo indispensable para conocer la frecuencia del uso del casco en población flotante que se transportan en motocicletas en la ciudad de Ocaña, con el fin de determinar las características pertinentes acerca del factor de usabilidad. Para ello se realizaron las siguientes preguntas cerradas en la modalidad de encuesta para realizar un análisis cuantitativo:

1. ¿Utiliza el casco cuando se transporta en motocicleta?
2. ¿Evita ponerse el casco para no afectar su presentación personal?
3. ¿Durante trayectos cortos omite utilizar el casco mientras se transporta en motocicleta?

• **Análisis cuantitativo del indicador de frecuencia:** De las 200 personas encuestadas, el 42% siempre utiliza el casco al transportarse, el 35% algunas veces lo porta y un 23% nunca lo usa, deduciendo que según los resultados hace falta reforzar el uso constante de este mecanismo de seguridad.



Gráfica 2. Información relacionada con la importancia del uso del casco

Fuente: Autores del proyecto

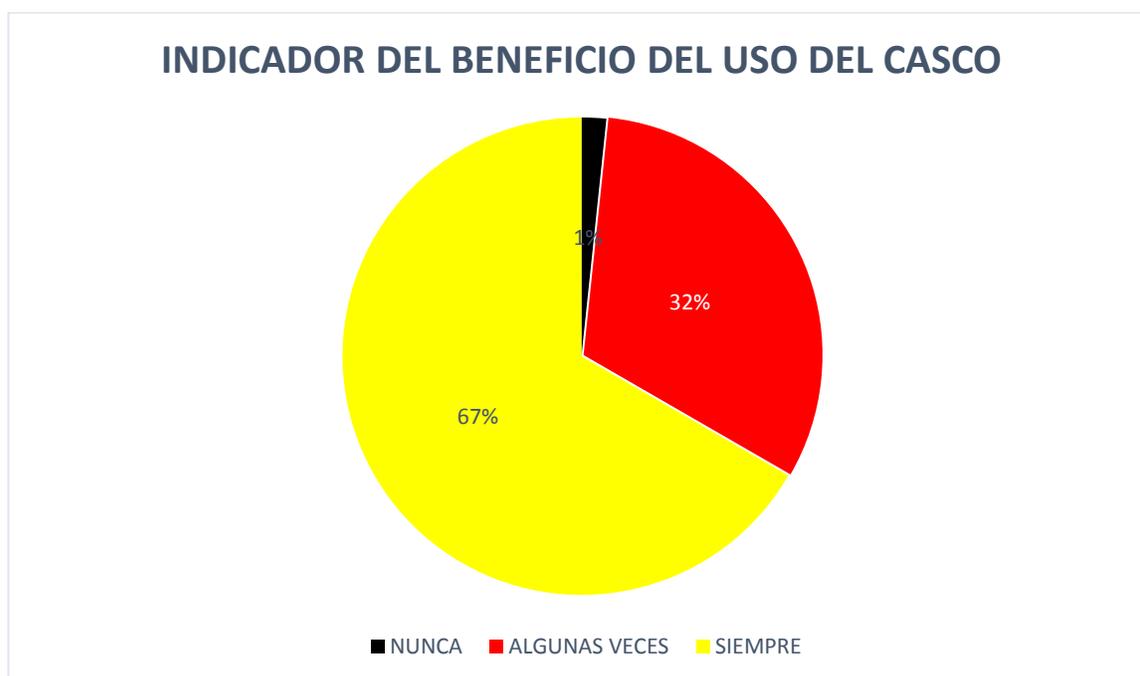
Indicador de importancia: Este indicador sobre la importancia del uso del casco en personas que se transportan en motocicletas en Ocaña, se realizó con el objetivo de visibilizar el significado que tiene para ellos el porte del casco al transportarse en este medio. Para ello, se realizaron las siguientes preguntas cerradas en la modalidad de encuesta para realizar un análisis cuantitativo:

4. ¿Qué tan importante considera usted el uso del casco al momento de transportarse en una motocicleta?

5. ¿Qué tan importante considera usted el uso del casco para evitar lesiones cerebrales ante un accidente?

6. ¿Qué tan importante considera usted el uso del casco para evitar sanciones por parte de las autoridades de tránsito?

• **Análisis cuantitativo del indicador de importancia:** Según los resultados, el 93% de la población encuestada le parece muy importante el uso del casco ya sea para evitar una lesión o una sanción, el 5% piensa que es poco importante usarlo y tan solo un 2% expresa que es nada importante el porte del mismo, siendo este inherente a este medio de transporte.



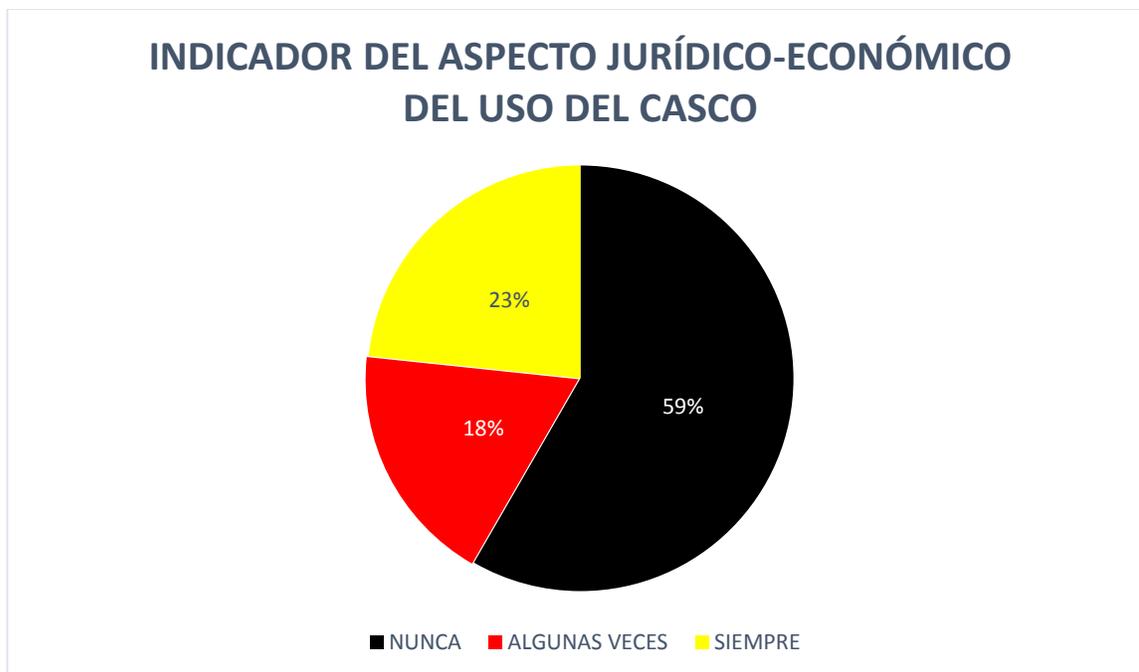
Gráfica 3. Información relacionada con el beneficio del uso del casco

Fuente: Autores del proyecto

Indicador del beneficio: Este indicador fue de vital importancia abordarlo ya que permitiría conocer sobre la percepción del riesgo de quienes se transportan en este vehículo, permitiendo así reconocer los beneficios que les ofrece el uso del casco. Para ello se realizaron las siguientes preguntas cerradas en la modalidad de encuesta para realizar un análisis cuantitativo:

7. ¿Considera usted el casco como un beneficio?
8. ¿Reconoce usted que al utilizar el casco mientras se transporta en una motocicleta podría alargar el tiempo de vida?
9. ¿Reconoce el beneficio de utilizar el casco mientras se transporta en una motocicleta frente al cumplimiento de las normas legales?

• **Análisis cuantitativo del indicador del beneficio:** De la población encuestada, se pudo determinar que el 67% siempre ve como beneficio el uso del casco ya sea por salud o bienestar, el 32% algunas veces lo ve de esta manera y solo un 1% nunca lo ve necesario frente a este indicador.



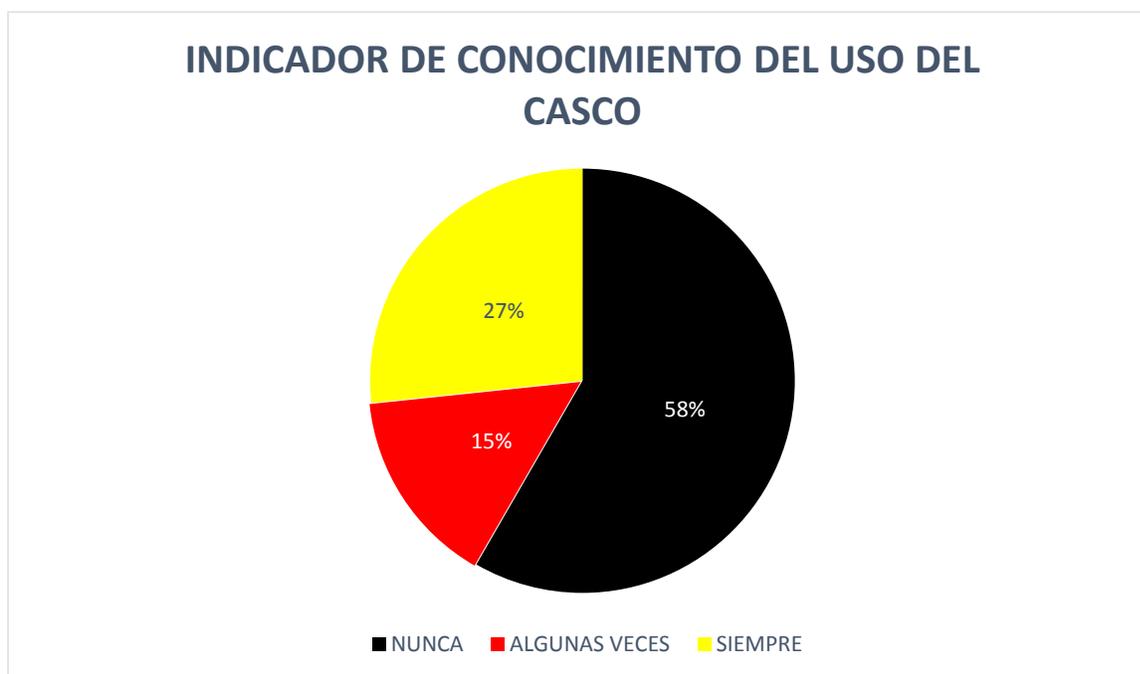
Gráfica 4. Información relacionada con el aspecto jurídico-económico del uso del casco

Fuente: Autores del proyecto

Indicador del aspecto jurídico-económico: Este indicador se implementó para analizar si el uso o no del casco en la población tenía cierta repercusión o afinidad en cuanto a las normas legales de tránsito, comparendos, multas y demás sanciones económicas. Para ello se realizaron las siguientes preguntas cerradas en la modalidad de encuesta para realizar un análisis cuantitativo:

10. ¿Es consciente de las repercusiones legales y económicas que se le pueden imponer por parte de las autoridades por no utilizar el casco?
11. ¿Se ha planteado la diferencia entre el costo de un comparendo por no utilizar el casco y el precio que tiene comprar un casco?
12. ¿Preferiría pagar el costo de un comparendo o multa en lugar de utilizar el casco?

• **Análisis cuantitativo del indicador del aspecto jurídico-económico:** Con respecto a este indicador de aspecto jurídico-económico las personas encuestadas, en un 59% nunca se habían planteado estos interrogantes que se dan conforme a los gastos y demás situaciones en las que por el no porte del casco pueden incurrir, un 18% algunas veces se ha percatado o lo ha tenido en cuenta y el otro 23% siempre lo ha tenido muy presente.



Gráfica 5. Información relacionada con el conocimiento del uso del casco

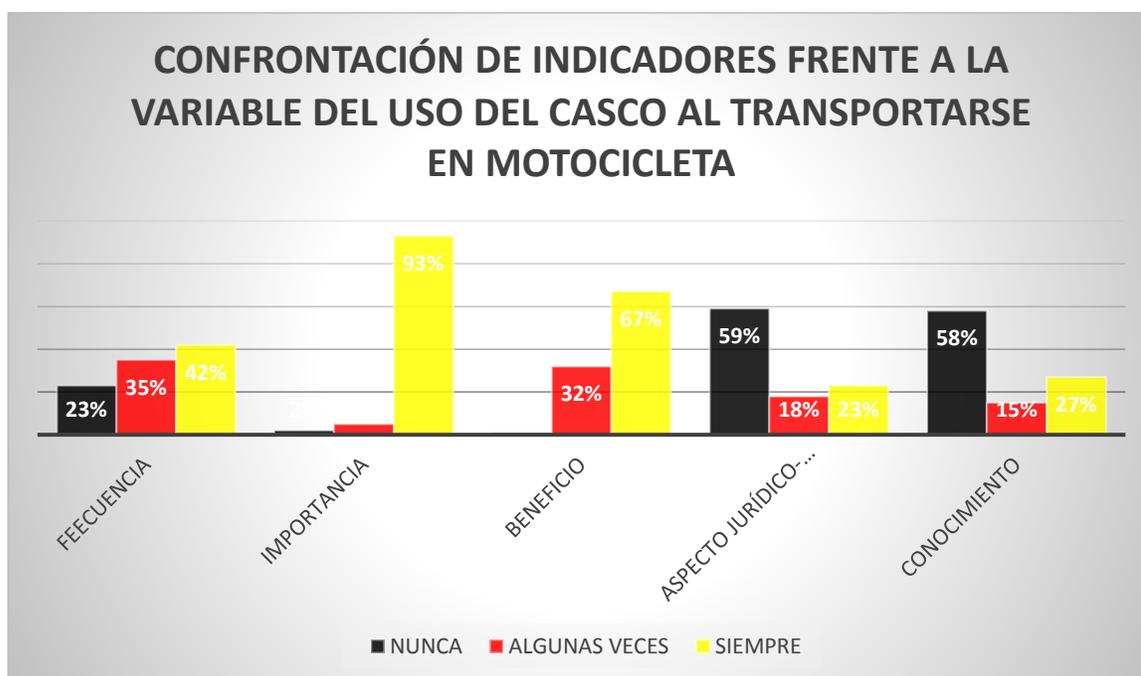
Fuente: Autores del proyecto

Indicador de conocimiento: Este indicador se abordó para interpretar los índices de responsabilidad y conocimiento en la población objeto frente al uso del casco como mecanismo de protección y seguridad tanto para el conductor como para el parrillero. Para ello se realizaron las siguientes preguntas cerradas en la modalidad de encuesta para realizar un análisis

cuantitativo:

13. ¿Reconoce usted el casco como un mecanismo de seguridad que reduce la posibilidad de muerte ante un accidente en hasta un 39%?
14. ¿Reconoce usted el casco como un mecanismo de seguridad que disminuye el riesgo y la gravedad de las lesiones en la cabeza hasta en un 72%?
15. ¿Reconoce usted el casco como un mecanismo de seguridad que reduce el impacto del cerebro contra el cráneo, disminuyendo los posibles daños?

• **Análisis cuantitativo del indicador de conocimiento:** El 58 % un poco más de la mitad de los encuestados, desconocen que el uso del casco es un mecanismo de protección y seguridad que mitiga los porcentajes de lesiones cerebrales y demás daños como consecuencia de un accidente, un 15% algunas veces sabe de estos datos y un 27% conoce o ha escuchado de esta información.

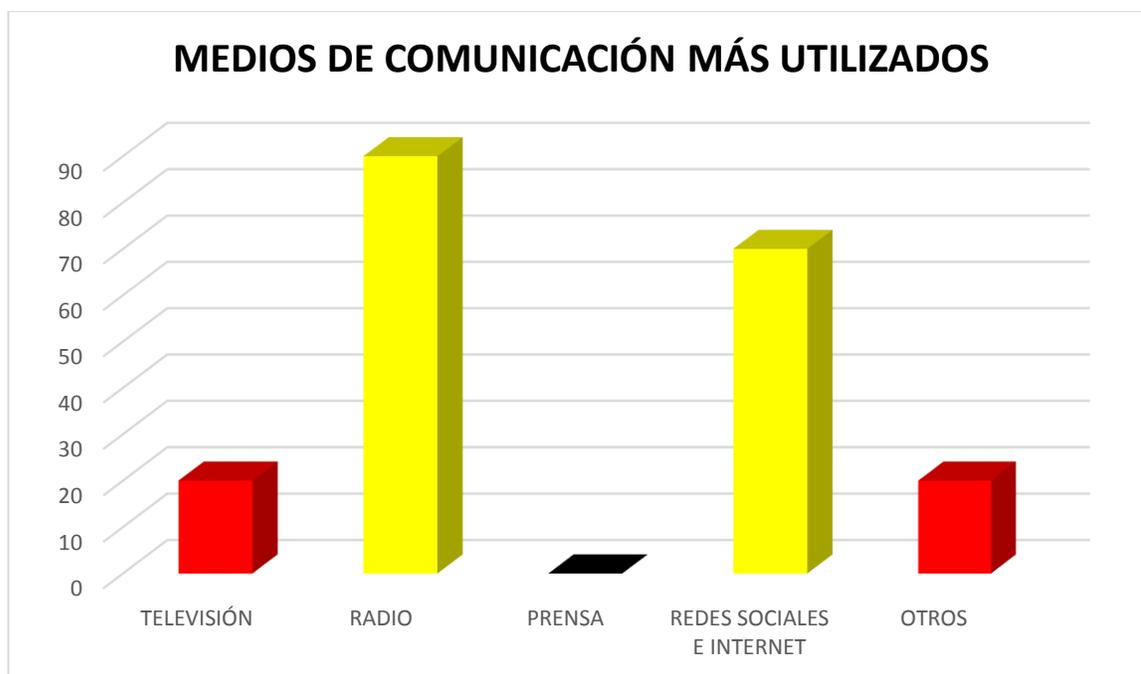


Gráfica 6. Información relacionada con la variable del uso del casco

Fuente: Autores del proyecto

Variable del uso del casco: El uso del casco fue la variable tenida en cuenta para la elaboración de la encuesta aleatoria con preguntas y respuestas cerradas que se formuló dependiendo de los indicadores de frecuencia, importancia, beneficio, aspecto jurídico-económico y conocimiento que permitieron analizar cuantitativamente la percepción de los distintos factores que influyen en el uso o no del casco en personas que se movilizan en motocicleta en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

• **Análisis cuantitativo de la variable del uso del casco:** A través de la encuesta y mediante sus resultados en porcentajes se puede diferir que existen altos índices en cuanto al desconocimiento y la importancia del cumplimiento frente a las normas legales, focalizándolos con porcentajes del 58% y 59% respectivamente, de igual manera se evidencia en la anterior gráfica que existe un 67% de beneficio y un 93% de importancia, considerando así que los datos obtenidos dan a conocer que sí existe la teoría, pero se pierde durante la práctica.



Gráfica 7. Información relacionada con los medios de comunicación más utilizados

Fuente: Autores del proyecto

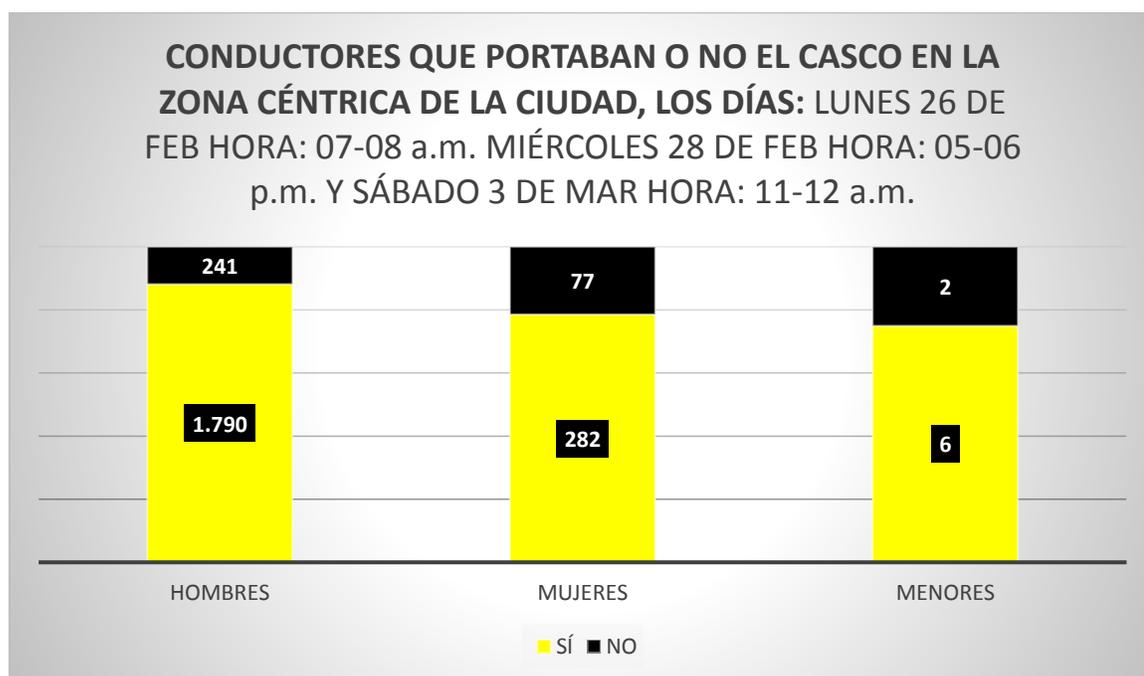
Medios de comunicación más utilizados: Este dato no menos importante, fue necesario dentro de la encuesta en la medida que sirvió para calcular los medios de comunicación que más utilizan y manipulan los habitantes de la ciudad de Ocaña, información necesaria para la definición, creación y diseño de la estrategia comunicativa que será necesaria para realizar campañas que incentiven y promuevan al buen uso del casco en motociclistas y a fines en parrilleros cuando se transportan en motocicleta. Para ello se realizó la siguiente pregunta cerrada en la modalidad de encuesta para realizar su respectivo análisis cuantitativo:

16. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado por usted?

• **Análisis cuantitativo de los medios de comunicación más utilizados:** Conforme a los datos recogidos a través de las 200 encuestas dirigidas a la población flotante, se logró conocer

los medios de comunicación más utilizados por la población, necesarios para el diseño de la estrategia comunicativa más acertada para promover al uso del casco en motocicletas. De los datos obtenidos, la radio con un 90% y las redes sociales e internet con un 70% fueron los que la población objeto más frecuente, seguido de la televisión y otros, en donde las respuestas fueron medios alternativos de comunicación.

4.1.2 Tabulación y análisis del guión de observación

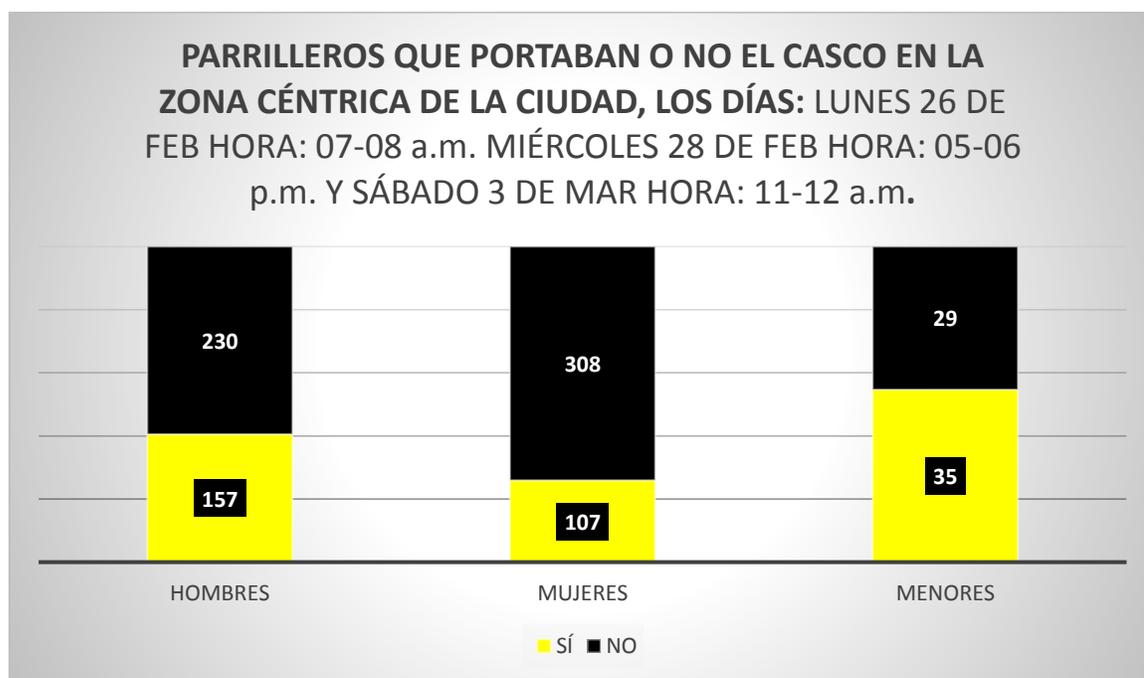


Gráfica 8. Información relacionada con el guion de observación en conductores

Fuente: Autores del proyecto

Guion de observación en conductores: Este guión fue necesario y preponderante para la investigación ya que permitió obtener datos adicionales para la confrontación de resultados y llegar así a sus respectivas conclusiones. Para ello se tuvo en cuenta la clasificación en hombres, mujeres y menores.

• **Análisis cuantitativo del guión de observación en conductores:** Uno de los datos obtenidos está relacionado con la actividad que realizan y el uso del casco, en este caso se logró identificar que quienes se dedican al “moto-taxismo” la gran mayoría utilizan el casco, sin embargo, algunos de ellos no portan un casco adicional para los pasajeros y por otra parte, los pasajeros no exigen el préstamo de un casco mientras utilizan este transporte informal.



Gráfica 9. Información relacionada con el guion de observación en parrilleros

Fuente: Autores del proyecto

Guion de observación en parrilleros: Este guión se abordó para conocer el comportamiento frente al uso del casco de parrilleros en motocicleta. Para ello se tuvo en cuenta la clasificación en hombres, mujeres y menores.

• **Análisis cuantitativo del guion de observación en parrilleros:** Con los datos de los resultados expuestos en la gráfica se evidencia que los parrilleros que se transportaban en

motocicleta en la zona céntrica de la ciudad en los diferentes días y en las distintas horas, gran parte de ellos no portaban casco, localizando a las mujeres con la cifra más alta.

4.2 Definición de la estrategia comunicativa

La estrategia comunicativa que busca promover el uso del casco en motociclistas en la ciudad de Ocaña, se diseñó tomando como base en el análisis de los resultados de la encuesta y el guión de observación aplicados en este proyecto de grado. La imagen integra distintos elementos comunicativos, reforzados, además, por colores tenidos en cuenta por su asociación en la psicología del color y sus efectos sobre la percepción de las personas.

Por su parte, se utilizará una figura representativa de la muerte, como insignia de la estrategia y que acompañará todas las piezas gráficas diseñadas, esto con el fin de atraer la atención del público objeto, conectando su significado con el mensaje principal.

En un primer lugar, se desarrollará la temática del uso del casco, pero tal y como se ha pensado la estrategia, permite la implementación de la misma para otros temas educativos relacionados con la seguridad vial, como es el caso de la promoción del uso del cinturón, las cebras y los puentes peatonales, el respeto de las normas de tránsito, los límites de velocidad, el no consumo de alcohol y sustancias psicoactivas cuando se conduce un vehículo, entre otras. Se adicionará al mensaje de la estrategia “Que la muerte no te detenga...” el tema que se desee promover, por ejemplo, “Que la muerte no te detenga, abróchate el cinturón”. Todo esto enfocado en la educación en conductas seguras en la vía, y tal y como se priorice desde la

secretaría de tránsito de Ocaña.

4.2.1 Colores. Durante el diseño se tuvieron en cuenta las características y efectos a los que se asocian ciertos colores, según la psicología del color. El color amarillo se utiliza a menudo para llamar la atención, su efecto más predominante es orientar la vista hacia cualquier elemento en el que se encuentre éste, por otra parte, cuando se combina con el negro, transmiten la sensación de alerta, precaución y cuidado, usualmente es utilizado en señales de tráfico, precisamente, por estas cualidades.

En cuanto al color negro añadido al diseño, fue tenido en cuenta para reforzar el mensaje alrededor de la palabra “Muerte” con el fin de resaltarla visualmente, puesto que la estrategia está pensada principalmente en enviar el mensaje a la parte del cerebro que algunos expertos han denominado el “cerebro reptiliano”, desde el que se controlan las funciones primarias, relacionadas con la supervivencia del individuo; y es por eso que al mencionar la palabra “muerte” en combinación con el color rojo, que hace alusión a la sangre, se genera un impacto bastante importante en la psique de las personas.

4.2.2 Concepto. Cada individuo busca conservar su vida por encima de cualquier otra cosa; cuando esta se ve en peligro, se genera una reacción en la conducta, que busca, desde luego, preservar su existencia. Basados en esto se definió el concepto de la estrategia, buscando transmitir un mensaje de precaución frente a un comportamiento y/o acción que pone en peligro la vida de las personas, como lo es el no uso del casco mientras se transporta en una motocicleta.

4.2.3 Mensaje. La estrategia comunicativa orientó su mensaje a una emoción que se despierta por el valor de la vida, de los sueños, metas, y el diario vivir de las personas, que puede verse afectado cuando por la imprudencia de no usar el casco, se pone en peligro la vida misma. Para ello se estableció la frase “Que la muerte no te detenga...” en la que se hace un llamado a cuidar de la propia integridad personal, evitando poner en riesgo el transcurrir normal de la vida. Además, se recomienda de manera explícita el uso de este mecanismo de seguridad con el enunciado “...utiliza el casco”. Estas frases unidas forman el mensaje de la estrategia, que busca despertar un comportamiento prudente en aras de preservar la vida.

4.2.4 Piezas comunicativas. Para el diseño de las piezas comunicativas se tuvieron en cuenta diferentes medios alternativos a través de los cuales se busca promocionar la estrategia de manera visual, realizando distintos elementos publicitarios en los cuales se integra el concepto, mensaje y demás componentes gráficos, todos pensados en atraer la atención de la población y generar la recordación en la comunidad en general.

A continuación, se relacionan cada una de las piezas diseñadas para los diferentes medios, teniendo en cuenta el resultado de la encuesta, a través de la cual se logró determinar los medios más utilizados por los encuestados durante la investigación; buscando así abarcar gran parte de la población objeto.

Tabla 2. *Tabla de relación tipo de piezas comunicativas*

Tipo de medio	Cantidad	Pieza comunicativa
Televisión	1	Spot televisivo
Radio	3	Spots radiales
Prensa	2	Banners publicitarios
Medios impresos	2	Afiches
	1	Volante
Medios alternativos	2	Mupi
	1	Rompetráfico
	1	Botón publicitario
	1	Adhesivo
	1	Llavero
	1	Valla o espectacular
	1	Pasacalle
	1	Cangurera
	1	Tula/ morral

Medios digitales	4	Publicaciones para redes sociales
	1	Banner flotante

Fuente: Autores del proyecto

En primer lugar, se presentan dos afiches o póster en las cuales se muestra la estrategia con su concepto y su mensaje directo, en éste se promueve el uso del casco para evitar que la muerte interrumpa el transcurrir normal y/o cotidiano de la vida misma. Esta pieza está diseñada con el fin de ubicarla en lugares estratégicos, y su contenido visual logra ser atractiva y generar gran recordación puesto su contenido es sencillo, lo que permite dar gran relevancia al mensaje y a la recomendación de la utilización del casco.



Figura 12. Afiche diseño 1, estrategia comunicativa “Que la muerte no te detenga, utiliza el casco”.

Fuente: Autores del proyecto

Se diseñó un segundo afiche en el que el mensaje es mucho más impactante, pues se muestra lo que sería una escena trágica de un accidente en una motocicleta, para ello se recrea dicha escena, en la que aparece un cadáver al lado de una motocicleta recién accidentada. La escena ocurre en una calle céntrica y reconocida de la ciudad de Ocaña, con el fin de contextualizar la estrategia. Otro de los aspectos que se tuvo en cuenta fue que dicha fotografía fue recreada en horas de la mañana, teniendo en cuenta que del análisis obtenido a raíz del guión de observación, en estas horas transitan gran cantidad de personas en motocicleta, adicional a esto, se busca transmitir el mensaje de lo cotidiano y/o común que puede ser el hecho de tener un accidente de tránsito. Esto último se refuerza a través del texto que aparece en la parte superior en el que se relata lo que sería una actividad del diario vivir que se ve afectada por la no utilización del casco.

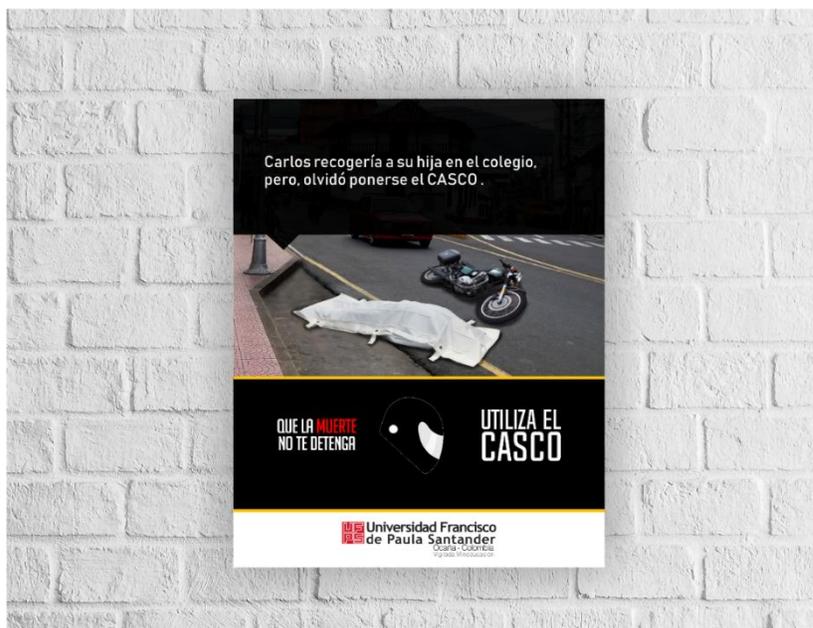


Figura 13. Afiche diseño 2, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto

Continuando con la promoción masiva de la estrategia, se diseñaron piezas que alcanzan a gran parte de la comunidad, incentivando en toda la población ocañera la cultura del uso del casco. Entre estos elementos publicitarios se tienen: pasacalles, vallas o espectaculares, rompetráficos e incluso mupis, que ayudan a consolidar en la mente de la comunidad y población objeto, la importancia de la estrategia.



Figura 14. Pasacalle, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto



Figura 15. Rompetráfico, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto



Figura 16. Mupi, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto



Figura 17. Valla Espectacular, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto

Otro elemento publicitario de la estrategia consiste en adhesivos con la imagen y el mensaje de la estrategia, los cuales se podrán ubicar en los tanques de las motocicletas, con el fin de generar contacto constante con los conductores; estos también podrán ubicarse en la parte posterior de los cascos, con el objetivo que los parrilleros reciban el mensaje y se estimule en

ellos la necesidad de utilizar el casco para proteger su vida; esto último se sugiere teniendo en cuenta que gran parte de la población que no utiliza el casco son en su mayoría los parrilleros.



Figura 18. Adhesivo promocional, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto

Los botones publicitarios serán la insignia de los motociclistas, con quienes se apoyará esta estrategia con el fin de convertirlos en promotores de cultura frente al uso del casco, y aliados estratégicos para extender el mensaje a pasajeros, y a sus familias; para ello se les dotará de esta pieza publicitaria con el fin de resaltar dicho compromiso, así como de estimular en sus parrilleros el requisito del casco como mecanismo de seguridad.



Figura 19. Botón publicitario, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto

Teniendo en cuenta los elementos más utilizados por mototaxistas, una población bastante numerosa entre quienes utilizan la motocicleta, nace la idea de producir cangureras en las cuales aparece la imagen de la estrategia, todo con el fin de posicionar dicha estrategia.

Por otra parte, se busca utilizar elementos de uso diario, que se encuentren en contacto constante y directo con la población objeto, es por esto que se propone la producción de llaveros; así como tulas/morrales, mangas utilizadas para protegerse del sol, en las cuales irá el mensaje de la estrategia invitando a la utilización del casco.



Figura 20. Canguro promocional, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto



Figura 21. Llavero promocional, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto



Figura 22. Manga promocional, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto



Figura 23. Tula/morral promocional, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto

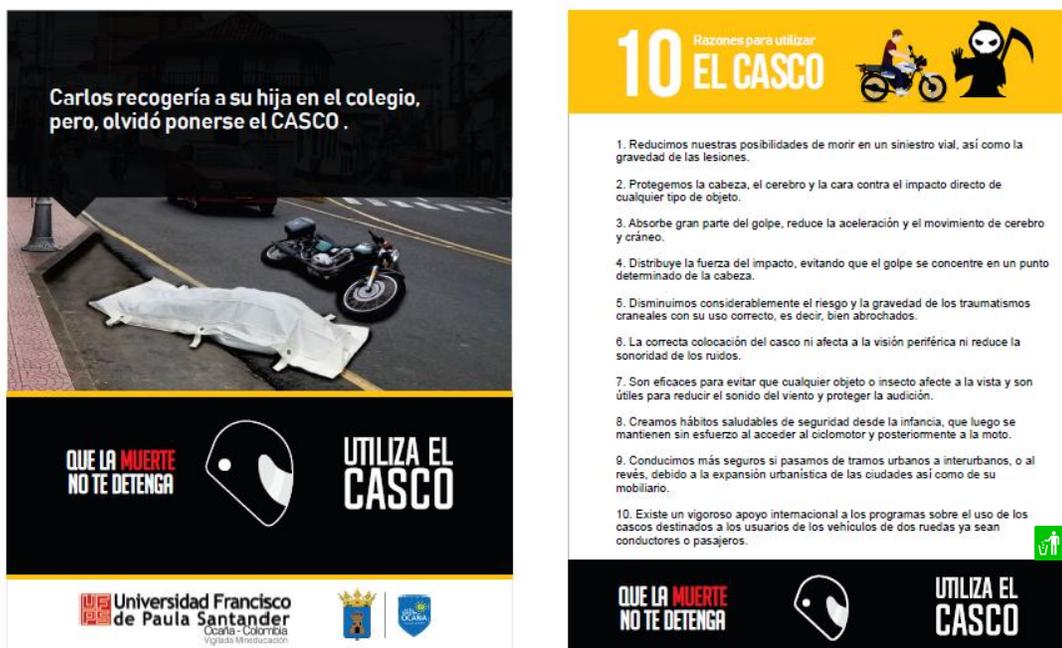


Figura 24. Volante promocional, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña.

Fuente: Autores del proyecto

Las plataformas digitales también tienen gran relevancia dentro de los medios propuestos para la difusión de la estrategia, en primer lugar, por los resultados arrojados por la encuesta, y por supuesto estas nuevas tecnologías han logrado plantearse como una forma eficaz de transmitir un mensaje y/o información. Por lo anterior se diseñaron publicaciones para redes sociales con la imagen de la estrategia, así como ventanas emergentes o flotantes que aparecerán cada vez que se ingresen a los sitios web de la Ufps seccional Ocaña, la Alcaldía y demás entidades que deseen adoptar e implementar esta estrategia comunicativa; además se diseñó un banner publicitario que aparecerá a un lado dentro de las publicaciones propias de las diferentes páginas web.



Figura 25. Publicación en redes sociales, estrategia comunicativa para promover el uso del casco en Ocaña. Fuente: Autores del proyecto

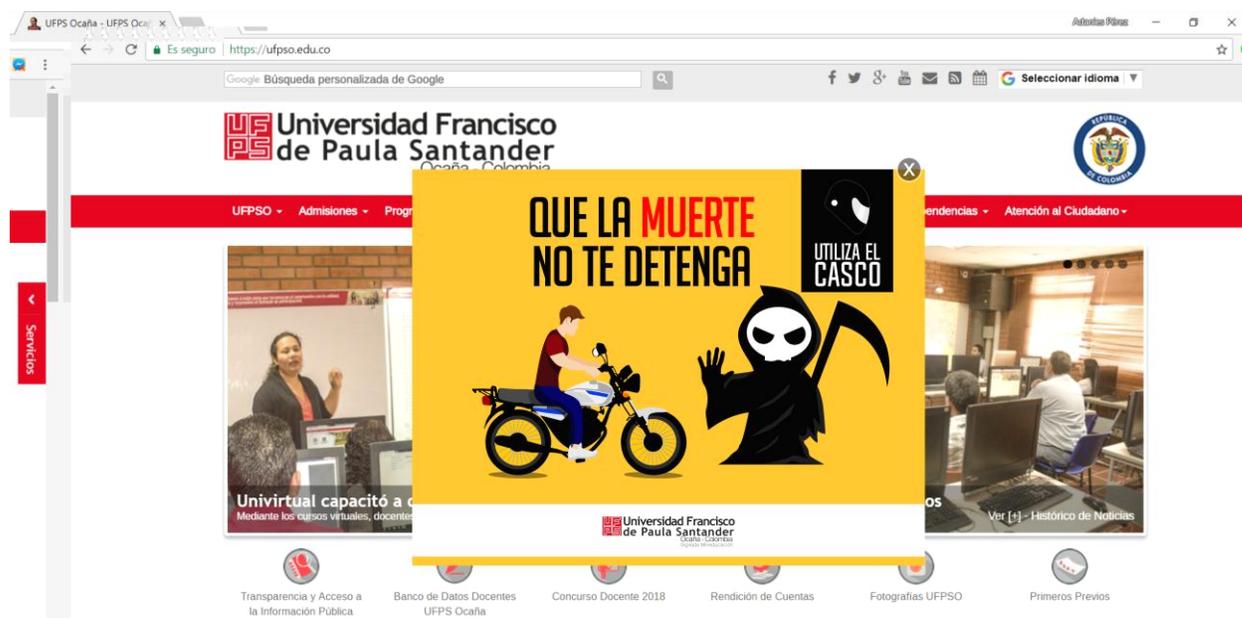


Figura 26. Ventana emergente en página web, estrategia comunicativa. Fuente: Autores del proyecto

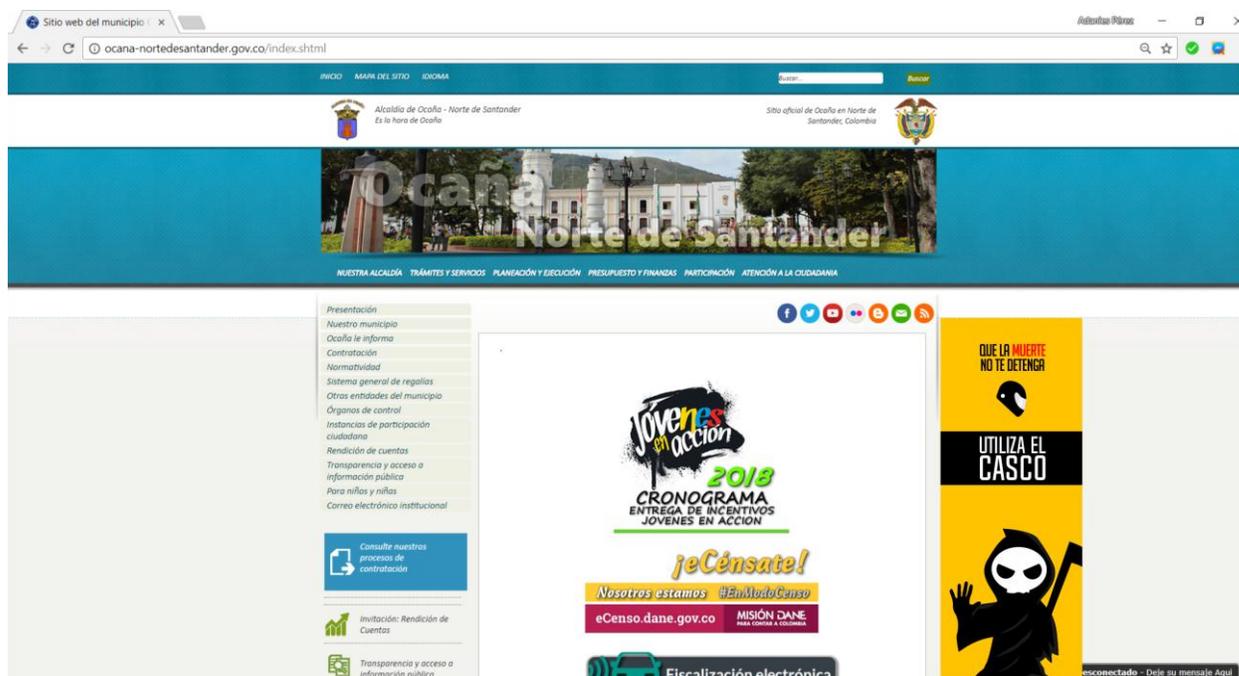


Figura 27. Banner en página web, estrategia comunicativa.

Fuente: Autores del proyecto

Dentro de los resultados que arrojó la encuesta cuando se interrogó sobre los medios más utilizados por los encuestados, la prensa fue el ítem con el menor número, sin embargo, se incluyeron publicaciones de la estrategia dentro de este medio impreso con el fin de llegar al público que accede a este, aumentado así la visibilidad de la estrategia, pues se considera un medio con gran importancia y de gran alcance, que permitirá por otro lado, guardar memoria de esta estrategia.



Figura 28. Banner en prensa escrita, estrategia comunicativa.

Fuente: Autores del proyecto

4.2.5 Piezas audiovisuales. Con el fin de extender la campaña a toda la población ocañera, y teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, que mostraron la radio como el medio de comunicación más utilizados por nuestra población objeto, se produjeron spots radiales, en los que se resaltaron los beneficios del casco y su importancia en la protección contra lesiones cerebrales ante accidentes en motocicletas. Por otra parte, se hizo el montaje del spot televisivo de la estrategia, que buscaba sensibilizar a la población frente a lo expuesto que se está cuando se transporta en una motocicleta.

A continuación, se muestran los guiones técnicos que se tuvieron en cuenta durante la producción de las piezas audiovisuales.

• **Guión técnico spot radial**

Spot radial no. 1

Duración: 18 segundos

Sonido efecto: *motor de motocicleta*, sostiene y pasa a fondo.

Voz off: él es Carlos, y va de la universidad a casa de sus amigos, quedó a encontrarse con ellos para ver el partido de su equipo favorito.

Sonido efecto: *choque de accidente*, entra alto y pasa a sonido *sirena ambulancia*

Voz off: pero, olvidó ponerse el casco. Un accidente le puede suceder a cualquiera.

Sonido efecto: *música de suspenso*, sostiene a fondo.

Voz off: el uso del casco disminuye el riesgo de muerte en al menos un treinta y nueve por ciento.

Voz off: que la muerte no te detenga, utiliza el casco.

Spot radial no. 2

Duración: 18 segundos

Sonido efecto: *motor de motocicleta*, sostiene y pasa a fondo.

Voz off: ella es Juliana, y salió a comprar el vestido que usará para el cumpleaños de su hijo.

Sonido efecto: *choque de accidente*, entra alto y pasa a sonido *sirena ambulancia*

Voz off: pero, olvidó ponerse el casco. Un accidente le puede suceder a cualquiera.

Sonido efecto: *música de suspenso*, sostiene a fondo.

Voz off: el uso del casco disminuye el riesgo y la gravedad de las lesiones en la cabeza en un setenta y dos por ciento.

Voz off: que la muerte no te detenga, utiliza el casco.

Spot radial no. 3

Duración: 21 segundos

Sonido efecto: *motor de motocicleta*, sostiene y pasa a fondo.

Voz off: ellos son Ana y Santiago, hoy celebrarán el primer aniversario de su noviazgo con una cena romántica.

Sonido efecto: *choque de accidente*, entra alto y pasa a sonido *sirena ambulancia*

Voz off: pero, olvidaron ponerse el casco. Un accidente le puede suceder a cualquiera.

Sonido efecto: *música de suspenso*, sostiene a fondo.

Voz off: el uso del casco reduce el impacto del cerebro contra el cráneo, disminuyendo los posibles daños.

Voz off: que la muerte no te detenga, utiliza el casco.

Fuente: Autores del proyecto

• **Guión técnico spot televisivo**

Tabla 3. *Tabla de guión técnico spot televisivo*

Escena	Imagen	Sonido	Voz off	Duración
1	Efecto zoom hacia adentro: escena de cadáver y motocicleta tirada en la carretera posterior a un accidente.	Sonido efecto: Música de suspenso.	Él es carlos, y va de la universidad a casa de sus amigos, quedó a encontrarse con ellos para ver el partido de su equipo favorito, pero, olvidó ponerse el casco.	13 segundos
2	Pantalla en negro con texto de Voz en Off.		Que la muerte no te detenga, utiliza el casco.	
3	Logotipos de créditos de la estrategia.			

Fuente: Autores del proyecto

4.3 Proyección financiera de la estrategia comunicativa

La estrategia comunicativa requiere de distintos elementos publicitarios necesarios para la difusión y posicionamiento de la misma, por lo que a continuación se relacionan en la siguiente

tabla, los costos de producción y aplicación de algunas de las piezas gráficas en los distintos medios de comunicación tradicionales y alternativos.

Tabla 4. *Tabla de proyección financiera de la estrategia*

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio</i>
<i>Afiche</i>	100	\$ 300.000
<i>Volantes</i>	100	\$ 20.000
<i>Botón Publicitario</i>	100	\$ 130.000
<i>Pasacalle</i>	10	\$ 1'000.000
<i>Valla/Espectacular</i>	1	\$ 500.000
<i>Alquiler mensual espacio para Valla</i>	1	\$ 600.000
<i>Llavero</i>	100	\$ 300.000
<i>Rompetráfico</i>	10	\$ 1'000.000
<i>Mupi</i>	1	\$ 120.000
<i>Canguro</i>	100	\$ 2'000.000
<i>Adhesivos</i>	100	\$ 80.000
<i>Manga</i>	100	\$ 1'000.000
<i>Pauta radial diaria durante 15 días</i>	1	\$ 400.000
<i>Pauta Televisiva 15 días</i>	1	\$ 500.000
		\$
	TOTAL	7'950.000

Fuente: Autores del proyecto

4.4 Socialización de la estrategia comunicativa ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito

La Secretaría de Movilidad y Tránsito de la ciudad de Ocaña, es la entidad encargada de todo lo relacionado con tránsito en el municipio, entre otras cosas, de las actividades y campañas de educación vial, por esta razón la propuesta debió socializarse ante este ente municipal con el fin de dar a conocer el diseño de la estrategia comunicativa que buscará promover el uso del casco en este municipio.

A la reunión asistió la actual secretaria de Movilidad y Tránsito, la abogada, Laura Navarro, quien de manera atenta aceptó la invitación a la socialización de la estrategia; también hizo parte de esta reunión, Jairo Carrascal, Coordinador de Movilidad de la ciudad de Ocaña.

Se realizó la respectiva sustentación de la importancia y pertinencia de la implementación de esta estrategia comunicativa, basando todos los argumentos en la información recolectada a través de los instrumentos expuestos anteriormente en el diseño metodológico; lo que permitió visibilizar la falta de cultura ciudadana frente al uso de este mecanismo de seguridad en motociclistas y parrilleros en la ciudad.

Por su parte, desde la Secretaría se felicitó a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, por incentivar en sus estudiantes el deseo de aportar soluciones desde la academia a estas problemáticas sociales, buscando generar cultura en la comunidad frente a los temas de educación en seguridad vial. Invitando además a continuar desarrollando todas estas propuestas que le aportan al municipio y ayudan a crecer enriqueciendo de buenas conductas viales a toda la población, y además, transmitieron su total apoyo a todos los procesos que desde la Universidad estén dirigidos a temáticas como las de este proyecto y otras que surjan de procesos investigativos y que fortalezcan la educación en el municipio.



Figura 29. Socialización de la estrategia comunicativa ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito.

Fuente: Autores del proyecto

Conclusiones

1. Este proyecto permitió hacer el diagnóstico a un problema de cultura ciudadana frente a la seguridad vial, abarcando una de las tantas prácticas que ponen en riesgo la vida de conductores y pasajeros de motocicletas en la ciudad de Ocaña; logrando así alertar a las autoridades frente a la necesidad de implementar campañas educativas y de comunicación para cambiar estas conductas. Por otra parte, la investigación arrojó un dato importante para la futura implementación de la estrategia, como lo es, que quienes menos usan el casco son los pasajeros y/o parrilleros de las motocicletas, en especial las mujeres.

A través de una encuesta se logró conocer la percepción que se tiene sobre el casco como elemento de protección, y posterior a ello, se aplicó un guión de observación con el cual se pudo contrastar la información recolectada en la encuesta, en la que la gran mayoría aseguraban que sí utilizaban el casco mientras se transportaban en motocicletas, pero lo obtenido con el guión de observación, desmintió esta información.

2. Para lograr definir la estrategia comunicativa fue necesario determinar en primer lugar el público objeto, con el fin de dirigir de manera eficaz el mensaje. En cuanto al mensaje se tuvo en cuenta que lograra atraer la atención de los receptores y generara la mayor recordación en la mente de los mismos; teniendo en cuenta distintas estrategias comunicativas realizadas en diferentes partes del mundo. Adicionalmente, se integró en el diseño gráfico de la estrategia tonos basados en la psicología del color con el fin de justificar y argumentar cada uno de los elementos que integran la estrategia; y, además, lograr impactar en la mente de los receptores.

3. Durante la socialización de la estrategia ante la Secretaría de Movilidad y Tránsito del municipio de Ocaña, se obtuvo una respuesta positiva frente a la iniciativa de implementar este tipo de estrategias que buscan educar y fortalecer la cultura ciudadana en los habitantes de la ciudad, con el fin de salvar vidas e incentivar la prevención y promover conductas positivas en la vía. Además, se abrió la oportunidad de trabajar de manera mancomunada entre esta entidad municipal y la Universidad Francisco de Paula Santander, en especial con la carrera de Comunicación Social, para continuar generando estas estrategias que contribuyen a la educación vial, incluso a otras problemáticas que pueden abarcarse desde la comunicación.

Recomendaciones

1. Desde la Universidad se deben continuar generando este tipo de estrategias comunicativas que intervienen en las distintas problemáticas sociales y generan una mayor educación vial y contribuye a la consolidación de una cultura ciudadana, poniendo en práctica conductas positivas en la vía que promueven la protección de la vida.
2. Se hace necesario la articulación de la Universidad y las entidades municipales para trabajar de manera conjunta en la implementación de este tipo de estrategias que educan a la población frente a prácticas seguras y conductas que van acorde a los lineamientos jurídicos y de prevención vial, promoviendo la importancia de la seguridad y la vida. Además, se recomienda implementar estas estrategias de manera constante, integrando los distintos medios de comunicación tradicionales y alternativos en busca de abarcar la mayor cantidad de personas posibles, y de esta forma crear una cultura de seguridad y precaución vial en la comunidad.
3. Es importante que se continúe trabajando en otros aspectos o problemáticas relacionadas con el riesgo que se generan por prácticas y/o conductas indebidas en la vía, tales como el exceso de velocidad; el no uso del cinturón de seguridad, los puentes peatonales y las cebras; la falta de reconocimiento de las señales de tránsito y el respeto de las mismas; conducir bajo los efectos del alcohol o las drogas; el sobrecupo de tripulantes en carros y motocicletas; entre otras conductas presentes en la comunidad, y que pueden abordarse y mitigarse con la implementación de nuevas estrategias comunicativas como las expuestas en este proyecto.

Referencias

- Arellano, E. C. (1998). *Razón y palabra*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>
- E- mediadrive. (s.f.). *Cultura vial*. Obtenido de <http://culturavial.com/seguridad-vial/ques-seguridad-vial.html>
- Fundación Mapfre. (s.f.). *Seguridad Vial en la Empresa*. Obtenido de <http://www.seguridadvialenlaempresa.com/seguridad-empresas/actualidad/noticias/definicion-seguridad-vial.jsp>
- Grajales, T. (27 de Marzo de 2000). Tipos de investigación On line.
- Real Academia Española. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=7nhdIIF>
- Vital Díaz, A. (2 de abril de 2016). *UNAM*. Obtenido de UNAM.
- Scharager, J., & Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. *Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología*. Extraído desde http://cursos.uc.cl/unimit_psi_003-1/almacen/1222368251_jscharag_sec4_pos0.pdf.
- Burden, R. (2 de abril de 2016). *Cervantes*. Obtenido de Cervantes: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/estratcom.htm
- Williams, M. (2 de abril de 2016). *Cervantes*. Obtenido de Cervantes: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/estratcom.htm
- Tylor. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>
- Kroeber. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>

Boas. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>

Malinowsky. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>

White. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>

Ruedas, R., & Gómez, A. (2016). Análisis de la percepción del riesgo de los accidentes de tránsito con motocicletas por medio de una encuesta en Ocaña, Norte de Santander. (Tesis de pregrado) Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña.

Apéndice

Figura 1. Apéndice A: Spot publicitario televisivo Dirección General de Tráfico, España.



Fuente: <http://www.dgt.es/es/la-dgt/campanas/2004/Usa-siempre-el-casco-Unete-a-nosotros-Unete-a-la-vida.shtml>

Figura 2. Apéndice B: Spot publicitario televisivo Dirección General de Tráfico, España.



Fuente: <http://www.dgt.es/es/la-dgt/campanas/2009/Por-eso-tambien-en-ciudad-ponte-el-casco.shtml>

Figura 3. Apéndice C: Enlace Spot radial Dirección General de Tráfico, España.

Fuente: <http://www.dgt.es/es/la-dgt/campanas/2004/Usa-siempre-el-casco-Unete-a-nosotros-Unete-a-la-vida.shtml>

Figura 4. Apéndice D: Pieza gráfica Campaña publicitaria.



Fuente: <http://www.seguridadvial.gov.ar/campana/2009/grafica>

Figura 5. Apéndice E: Pieza gráfica Campaña publicitaria Ponte el Casco.



Fuente: <http://www.seguridadvial.gov.ar/Media/Default/Campanas/Grafica/2010/flyer-casco-2010.pdf>

Figura 6. Apéndice F: Pieza gráfica campaña publicitaria Usá Casco Siempre.



Fuente: <http://www.seguridadvial.gov.ar/Media/Default/Campanas/Grafica/2010/2010-Casco.jpg>

Figura 7. Apéndice G: Pieza gráfica campaña publicitaria Usá casco te salva la vida.



Fuente: <http://www.seguridadvial.gov.ar/campana/2011/grafica>

Figura 8. Apéndice H: Pieza gráfica campaña publicitaria Programa Nacional Uso de Casco.

Programa Nacional
USO DE CASCO



Elementos que te Salvan la vida

AUTO	MOTO
Paragópes	Casco
Airbag	Casco
Cinturón de seguridad	Casco
Apoya cabezas	Casco
Barras de protección laterales	Casco
Columna de dirección colapsable	Casco
Carrocería con deformación programada	Casco
Parabrisas laminado	Casco

¿¡AHORA ENTENDES POR QUÉ USAR CASCO!?

Jornadas de Concientización
Cámara de la Industria y Comercio
2º piso, Av. Roca 678 - Santiago del Estero, Capital
Te regalamos un casco nuevo



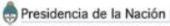


Fuente: <http://www.seguridadvial.gov.ar/campana/2011/grafica>

Figura 9. Apéndice I: Piezas gráficas.










Fuente: <http://www.seguridadvial.gov.ar/Media/Default/Campanas/Grafica/2011/no-me-mates-casco-folleto-2011.pdf>

Figura 10. Apéndice J: Spot publicitario televisivo.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=zU-1g5YRTvY>

Figura 11. Apéndice K: Spot publicitario televisivo.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=W-xwZumVxqU>

Figura 30. Estadísticas brindada por Secretaría de Movilidad y Tránsito.

Secretaría de Movilidad y Tránsito




1000.1001-2229
Ocaña, 09 de Noviembre de 2017

Estudiantes
DARWIN RIZO RINCÓN
ADANIÉS PÉREZ NAVARRO
Estudiantes de Comunicación Social
UFPS Ocaña

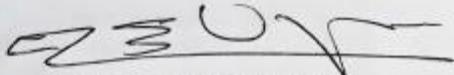
Asunto: Respuesta oficio con radicado N° 3592

Cordial saludo,

En respuesta a su requerimiento, nos permitimos informales que para su primer interrogante, este despacho no maneja estos datos, pues es una tarea que le corresponde al Registro Único de Tránsito, sin embargo, estimamos que hoy el municipio de Ocaña cuenta con cerca de 43 mil motocicletas matriculadas. Con respecto al el segundo interrogante, anexamos la siguiente tabla.

AÑO	CANTIDAD DE MOTOCICLETAS INVOLUCRADAS EN ACCIDENTES
2015	148
2016	107
2017	45 Parcial Octubre

Atentamente,



ALBER URQUIJO SÁNCHEZ
Secretario de Movilidad y Tránsito

	NOMBRES Y APELLIDO	CARGO	FIRMA
Elaboró	Andrés Citado	Contratista	
Vo.Bo. Aprobado	Alber Urquijo Sánchez	Secretario MTT	

Ocaña, Norte de Santander AV.CIRCUNVALAR CRA 11 No 19-332
Teléfono 5622500 – movilidad@ocana-nortedesantander.gov.co
Código Postal 546552

Fuente: Secretaría de Movilidad y Tránsito de Ocaña, Norte de Santander

Figura 31. Encuesta.

ENCUESTA
Uso del casco de seguridad

La siguiente encuesta se realiza con el fin de conocer desde diferentes perspectivas la frecuencia, importancia y el conocimiento frente al uso del casco en conductores y parrilleros de motocicletas en la ciudad de Ocaña. Para ello agradecemos responda con la mayor sinceridad posible.

- 1) ¿Utiliza el casco cuando se transporta en una motocicleta?
 - Nunca
 - Algunas veces
 - Siempre

- 2) ¿Evita ponerse el casco para no afectar su presentación personal?
 - Nunca
 - Algunas veces
 - Siempre

- 3) ¿Durante trayectos cortos omite utilizar el casco mientras se transporta en motocicleta?
 - Nunca
 - Algunas veces
 - Siempre

- 4) ¿Qué tan importante considera usted la utilización del casco al momento de transportarse en una motocicleta?
 - Nada importante
 - Poco importante
 - Muy importante

- 5) ¿Qué tan importante considera usted el uso del casco para evitar lesiones cerebrales ante un accidente?
 - Nada importante
 - Poco importante
 - Muy importante

- 6) ¿Qué tan importante considera usted el uso del casco para evitar sanciones por parte de las autoridades de tránsito?
 - Nada importante
 - Poco importante
 - Muy importante

- 7) ¿Considera usted el casco como un beneficio?
 - Nunca
 - Algunas veces
 - Siempre

- 8) ¿Reconoce usted que al utilizar el casco mientras se transporta en una motocicleta podría alargar el tiempo de vida?
 - Nunca
 - Algunas veces
 - Siempre

- 9) ¿Reconoce el beneficio de utilizar el casco mientras se transporta en una motocicleta frente al cumplimiento de las normas legales?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 10) ¿Es consciente de las repercusiones legales y económicas que se le pueden imponer por parte de las autoridades por no utilizar el casco?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 11) ¿Se ha planteado la diferencia entre el costo de un comparendo por no utilizar el casco y el precio que tiene comprar un casco?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 12) ¿Preferiría pagar el costo de un comparendo o multa en lugar de utilizar el casco?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 13) ¿Reconoce usted el casco como un mecanismo de seguridad que reduce la posibilidad de muerte ante un accidente en hasta un 39%?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 14) ¿Reconoce usted el casco como un mecanismo de seguridad que disminuye el riesgo y la gravedad de las lesiones en la cabeza en un 72%?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 15) ¿Reconoce usted el casco como un mecanismo de seguridad que reduce el impacto del cerebro contra el cráneo, disminuyendo los posibles daños?
- Nunca
 Algunas veces
 Siempre
- 16) ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado por usted?
- Televisión
 Radio
 Prensa
 Redes sociales e internet
 Otros ¿Cuáles? _____

Fuente: Autores del proyecto

Figura 32. Guión de observación.

GUIÓN DE OBSERVACIÓN												
<p>Objetivo: caracterizar a la población objeto de estudio, es decir, conductores y parrilleros de motocicletas en la ciudad de Ocaña.</p>												
Aspectos a evaluar	HOMBRES				MUJERES				MENORES			
	Conductor		Parrillero		Conductor		Parrillero		Conductor		Parrillero	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Porta el casco mientras se transporta en motocicleta	1.790	241	157	230	282	77	107	308	6	2	35	29

Fuente: Autores del proyecto

Figura 33. Formato de asistencia de entidades a la socialización de estrategia.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA						
						
Actividad: <u>SOCIALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA</u>						
Objetivo de la actividad: <u>DAR A CONOCER A LAS ENTIDADES ENCARGADAS EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA</u>						
Fecha: <u>12/03/2018</u> Hora: <u>03:00 P.M.</u> Lugar: <u>SECRETARÍA DE MOVILIDAD Y TRÁNSITO</u>						
Responsables: <u>DARWIN RIZO RINCÓN</u> <u>Adanies Pérez N.</u>						
No.	Nombre y Apellidos	Documento C.C.	Cargo	Entidad	Correo Electrónico	Firma
1	Jairo Camasca Villegas	88.187.795	Coord. Movilidad	Alcaldía de Ocaña	Jaircamasca@hotmail.com	Jairo
2	Lara Diana Navarro Manucho	87.181.939	Secretaría Movilidad y TI	Alcaldía de Ocaña	laramanucho@hotmail.com	Lara Diana Navarro
3	Adanies Pérez Navarro	1091675529	Autor del proyecto	UFPSO	adacnape@hotmail.com	Adanies Pérez N.
4	Darwin Rizo Rincón	1.091.675.120	ACTOR DEL PROYECTO	UFPSO	darwinrri@hotmail.com	Darwin Rizo Rincón
5						
6						
7						
8						
9						
10						



Vía Acolisure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufps.edu.co - www.ufps.edu.co

Fuente: Autores del proyecto

Evidencias



Ocaña, 6 de marzo de 2018

ALCALDIA MUNICIPAL
SECRETARÍA DE MOVILIDAD Y TRÁNSITO

RECIBIDO [Firma]

FECHA 2 MAR 2018 HORA 3:11

FIRMA [Firma]

RADICADO 0608

SECRETARÍA DE MOVILIDAD, TRÁNSITO Y TRANSPORTE ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

Cordial saludo,

La ciudad de Ocaña ha venido presentando, al igual que otras ciudades del país, un aumento en el número de motocicletas, tanto como medio de transporte personal, como hasta para prestar un servicio público, y con ello ha aumentado el riesgo de accidentes; por lo anterior, se hace necesario continuar incentivando el uso del casco como uno de los mecanismos de seguridad en motociclistas.

De esta problemática nace de parte de dos estudiantes del último semestre del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, y planteado como proyecto de grado, el diseño de una estrategia comunicativa que promueva el uso del casco en motociclistas en la ciudad de Ocaña. Para tal fin se ha elaborado una propuesta comunicativa, visual, en diversos formatos y muy impactante, con el fin de transmitir un mensaje claro y contundente de la importancia de este mecanismo de seguridad.

De manera respetuosa, nos permitimos extenderle la invitación a la reunión de socialización de la estrategia, con el fin de mostrarles todos los detalles de la misma.

Fecha: lunes, 12 de marzo de 2018

Lugar: Secretaría de Movilidad y Tránsito

Hora: 3:00 p.m.

Agradecemos su atención y contamos con su presencia.

Atentamente,

DARWIN RÍO RINCÓN
Adanías Pérez Navarro
Autores del proyecto

GUIÓN DE OBSERVACIÓN-CONDUCTOR

Fecha: LUNES 26/02/2018
 Hora: 07-08 a.m.
 Lugar: ZONA CENTRICA DE LA CIUDAD

¿PORTA EL CASCO MIENTRAS SE TRANSPORTA EN MOTOCICLETA?

HOMBRES	SÍ	512
	NO	103
MUJERES	SÍ	92
	NO	48
MENORES	SÍ	3
	NO	1

GUIÓN DE OBSERVACIÓN-CONDUCTOR

Fecha: Miércoles 28/02/2018
 Hora: 05-06 P.M.
 Lugar: ZONA CENTRICA DE LA CIUDAD

¿PORTA EL CASCO MIENTRAS SE TRANSPORTA EN MOTOCICLETA?

HOMBRES	SÍ	742
	NO	90
MUJERES	SÍ	114
	NO	21
MENORES	SÍ	1
	NO	0

GUIÓN DE OBSERVACIÓN-CONDUCTOR

Fecha: SABADO 03/03/2018
 Hora: 11-12 a.m.
 Lugar: SAN AGUSTIN

¿PORTA EL CASCO MIENTRAS SE TRANSPORTA EN MOTOCICLETA?

HOMBRES	SÍ	536
	NO	48
MUJERES	SÍ	76
	NO	8
MENORES	SÍ	2
	NO	1

GUIÓN DE OBSERVACIÓN-PARRILLERO

Fecha: Lunes 26/02/2018
 Hora: 07-08 a.m.
 Lugar: ZONA CENTRICA DE LA CIUDAD

¿PORTA EL CASCO MIENTRAS SE TRANSPORTA EN MOTOCICLETA?

HOMBRES	SÍ		73
	NO		104
MUJERES	SÍ		45
	NO		98
MENORES	SÍ		2
	NO		2

GUIÓN DE OBSERVACIÓN-PARRILLERO

Fecha: Miércoles 28/02/2018
 Hora: 05-06 P.M.
 Lugar: ZONA CENTRICA DE LA CIUDAD

¿PORTA EL CASCO MIENTRAS SE TRANSPORTA EN MOTOCICLETA?

HOMBRES	SÍ		56
	NO		62
MUJERES	SÍ		38
	NO		94
MENORES	SÍ		19
	NO		9

GUIÓN DE OBSERVACIÓN-PARRILLERO

Fecha: Sábado 03/03/2018
 Hora: 11-12 a.m.
 Lugar: SAN AGUSTÍN

¿PORTA EL CASCO MIENTRAS SE TRANSPORTA EN MOTOCICLETA?

HOMBRES	SÍ		28
	NO		64
MUJERES	SÍ		24
	NO		116
MENORES	SÍ		14
	NO		18







