



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**SISTEMA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**“Los medios de comunicación y su influencia, en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempo de crisis en el cantón Milagro.”**

**AUTORA:**

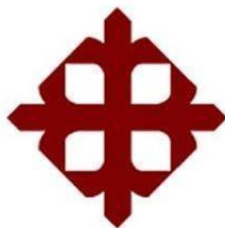
Lic. Xiomara Heredia Leal

**Trabajo de titulación para la obtención del grado de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación.**

**Tutor:**

**Lcda. Teresa Knezevich Pilay, PhD.**

**Guayaquil, 16 de marzo del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN.**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Licenciada Xiomara Heredia Leal, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación.

**TUTOR**

---

**Mgs. Teresa Knezevich Pilay, PhD.**

**OPONENTE**

---

**Dra. Irene Trelles Rodríguez**

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

---

**Dra. Irene Trelles Rodríguez**

**Guayaquil, 16 de marzo del 2021**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**SISTEMA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN.**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Xiomara Heredia Leal

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Los medios de comunicación y su influencia, en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempo de crisis en el cantón Milagro**” previo a la obtención del **Grado Académico de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

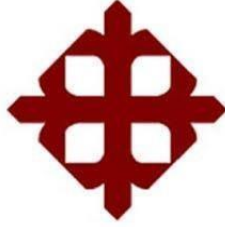
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, 16 de marzo del 2022**

**EL AUTOR**

---

**Lcda. Xiomara Heredia Leal**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**SISTEMA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN.**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Xiomara Heredia Leal

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Los medios de comunicación y su influencia, en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempo de crisis en el cantón Milagro”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 16 de marzo del 2022**

**EL AUTOR**

---

**Lcda. Xiomara Heredia Leal**



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN.

INFORME URKUND



Document Information

Analyzed document	Tesis Educación Vial final 11-02-22 analisis Urkund.docx (D127658444)
Submitted	2022-02-11T14:34:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	xiomyheredia5546@hotmail.es
Similarity	5%
Analysis address	teresa.knezevich.ucsg@analysis.urkund.com

Sources included in the report

W	URL: <a href="https://www.redalyc.org/journal/290/29062641009/html/#redalyc_29062641009_ref6Castells">https://www.redalyc.org/journal/290/29062641009/html/#redalyc_29062641009_ref6Castells</a> Fetched: 2022-02-11T16:04:00.0000000	5
W	URL: <a href="https://library.co/document/q51xprwy-medios-comunicacion-influencia-fomento-educacion-seguridad-ciudad-milagro.html">https://library.co/document/q51xprwy-medios-comunicacion-influencia-fomento-educacion-seguridad-ciudad-milagro.html</a> Fetched: 2021-12-12T17:40:25.6630000	4
W	URL: <a href="https://www.liderman.com.pe/por-que-es-importante-aprender-sobre-seguridad-vial/">https://www.liderman.com.pe/por-que-es-importante-aprender-sobre-seguridad-vial/</a> Fetched: 2021-07-23T23:51:42.7500000	1
W	URL: <a href="http://eprints.rclis.org/25298/1/14-Reflexi%C3%B3n%2001.pdf">http://eprints.rclis.org/25298/1/14-Reflexi%C3%B3n%2001.pdf</a> Fetched: 2022-02-11T16:04:00.0000000	2
W	URL: <a href="https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/3Ley-Organica-de-Transporte-Terrestre-Transito-y-Seguridad-Vial.pdf">https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/3Ley-Organica-de-Transporte-Terrestre-Transito-y-Seguridad-Vial.pdf</a> Fetched: 2019-12-09T05:41:25.8800000	3
W	URL: <a href="http://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/eyJyYXJwZXRhIjoicm8iLCJ1dWlkjoiYjRkNGE3ZGMtY2NkOC00NGZkLWFiY2UtZmQ4NmEwNGVIM2lzLnBkZiJ9">http://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/eyJyYXJwZXRhIjoicm8iLCJ1dWlkjoiYjRkNGE3ZGMtY2NkOC00NGZkLWFiY2UtZmQ4NmEwNGVIM2lzLnBkZiJ9</a> Fetched: 2021-11-29T05:04:07.5000000	1
W	URL: <a href="http://docplayer.es/81310679-Universidad-estatal-de-milagro-unidad-academica-de-ciencias-de-la-educacion-y-la-comunicacion.html">http://docplayer.es/81310679-Universidad-estatal-de-milagro-unidad-academica-de-ciencias-de-la-educacion-y-la-comunicacion.html</a> Fetched: 2022-02-11T16:04:05.0800000	8
SA	<b>TESIS-VELIZ Bryan- TORRES Suanny TPGTT 27 de octubre 2020.docx</b> Document TESIS-VELIZ Bryan- TORRES Suanny TPGTT 27 de octubre 2020.docx (D82808146)	3
SA	<b>VALENCIA-PALACIOS-Sugey-Soledad-ute-lvt-2016.docx</b> Document VALENCIA-PALACIOS-Sugey-Soledad-ute-lvt-2016.docx (D17092453)	1
W	URL: <a href="https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/28565/9789275319123-spa.pdf?sequence=6">https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/28565/9789275319123-spa.pdf?sequence=6</a> Fetched: 2021-11-06T05:57:57.4700000	1
W	URL: <a href="https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=14857:new-who-report-highlights-insufficient-progress-to-tackle-lack-of-safety-on-the-world-s-">https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=14857:new-who-report-highlights-insufficient-progress-to-tackle-lack-of-safety-on-the-world-s-</a>	1
SA	<b>TESIS VERA LUCAS VERÓNICA.pdf</b> Document TESIS VERA LUCAS VERÓNICA.pdf (D21779846)	1

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser el soporte y fortaleza que necesito en el trayecto de mi vida. Ser profesional, madre e hija es una tarea difícil, quiero agradecer a mis padres Lcda. Amelia Leal de Heredia y Félix Heredia Vallejo por ser ese pilar fundamental que me motiva cada día a ser una mujer de progreso en busca del éxito.

A mis docentes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por contribuir en este proyecto de vida que ha sido muy relevante para mi satisfacción personal y la obtención de mis metas profesionales.

## **DEDICATORIA**

A mis hijos Gregory Sebastián y Milena Bravo Heredia la inspiración de mi vida, dedico este trabajo por todas esas horas que no he podido ser una mamá de tiempo completo a ellos mi amor, mi cariño y todo mi esfuerzo hasta el final de las metas que me proponga.

A Gregory Bravo por ser el apoyo incondicional en todos los sucesos importantes de mi vida.

## INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN .....	iv
INFORME URKUND .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
INDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	2
Justificación e importancia del tema.....	3
Antecedentes .....	5
Problema de investigación .....	8
Pregunta Problema .....	10
Otras preguntas de investigación .....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos .....	10
Elementos fundamentales del diseño metodológico.....	11
Tipo de investigación por su alcance:.....	11
Enfoque metodológico .....	11
Breve síntesis de los resultados obtenidos .....	12
Estructura del trabajo .....	12
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>15</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>15</b>
1. MARCO TEÓRICO.....	15
Seguridad Vial .....	15
Principios fundamentales de la seguridad Vial.....	17
La educación vial .....	18



La seguridad vial en tiempos de crisis: educando a la ciudadanía durante la crisis de la Covid- 19 .....	20
Comunicación de Crisis .....	20
Campaña publicitaria para la comunicación de la seguridad vial.....	27
Marco legal que sustenta la seguridad vial en Ecuador .....	29
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	32
<b>DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	32
2.1. Categoría de variables.....	32
2.2. Operacionalización de variables. ....	35
2.3. Tipo de investigación.....	35
2.4. Enfoque investigativo .....	36
2.5. Diseño de investigación .....	37
2.6. Procedimientos y técnicas de investigación.....	37
<b>CAPITULO 3</b> .....	40
<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	40
<b>PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA</b> .....	63
CONCLUSIONES .....	84
RECOMENDACIONES.....	86
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	87
<b>ANEXOS</b> .....	96

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población seleccionada para el estudio.....	39
Tabla 2: Tipos de comunicación usados para dar difundir las medidas de circulación vehicula.....	40
Tabla 3: Medios de comunicación para transmitir información acerca de la Covid - 19.....	42
Tabla 4: Reconocimiento de la situación local de la Covid -19 .....	43
Tabla 5: Fortalecimiento de las regulaciones sobre la Covid-19 a través de los mensajes compartidos por los medios de comunicación .....	45
Tabla 6: Estrategias de comunicación para generar una conducta responsable.....	46
Tabla 7: Conocimiento sobre la seguridad vial.....	48
Tabla 8: Conocimiento sobre la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.....	50
Tabla 9: Incidencia de la falta de conocimiento las leyes de tránsito .....	51
Tabla 10: Campañas de concientización .....	53
Tabla 11: Importancia de las Campañas de concientización .....	54
Tabla 12: Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el control de infracciones viales.....	56
Tabla 13: Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el esfuerzo local para la prevención de la Covid -19 .....	57
Tabla 14: Desarrollo de nuevas acciones comunicaciones para el fortalecimiento de la seguridad vial en el cantón el Milagro.....	59
Tabla 15: Mensajes de las compañías de seguridad vial difundidos por los medios de comunicación local.....	61
Tabla 16: Planificación de la Campaña de comunicación sobre seguridad vial.....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de comunicación usados para dar difundir las medidas de circulación vehicular.....	41
Figura 1. Medios de comunicación para transmitir información acerca de la Covid-19.....	42
Figura 3. Reconocimiento de la situación local de la Covid-19 .....	44
Figura 4. Fortalecimiento de las regulaciones sobre la Covid-19 a través de los mensajes compartidos por los medios de comunicación .....	45
Figura 5. Estrategias de comunicación para generar una conducta responsable .....	47
Figura 6. Conocimiento sobre la seguridad vial .....	49
Figura 7. Conocimiento sobre la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial .....	50
Figura 8. Incidencia de la falta de conocimiento las leyes de tránsito.....	52
Figura 9. Campañas de concientización.....	53
Figura 10. Importancia de Campañas de concientización .....	55
Figura 11. Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el control de infracciones viales.....	56
Figura 12. Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el esfuerzo local para la prevención de la Covid-19.....	58
Figura 13. Desarrollo de nuevas acciones comunicaciones para el fortalecimiento de la seguridad vial en el cantón el Milagro.....	60
Figura 14. Mensajes de las compañías de seguridad vial difundidos por los medios de comunicación local. ....	61
Figura 15. Dimensiones de la propuesta.....	65
Figura 16. Diagrama de la propuesta .....	83

## RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo diseñar una campaña de comunicación a través de los medios de comunicación locales para fortalecer la educación vial de los ciudadanos del cantón Milagro en tiempos de pandemia, con el propósito de gestionar estrategias efectivas de comunicación. El enfoque de esta investigación es mixto. Se desarrolla de manera cualitativa porque ayudó a la recopilación y análisis de información la cual ha sido obtenida de diversas fuentes bibliográficas y documentales, y cuantitativo, ya que se analizan los diversos datos resultados de las encuestas aplicadas a 135 transportistas de la ciudad. Los resultados obtenidos permitieron evidenciar que las medidas aplicadas durante la pandemia generaron grandes cambios en el sistema vial de la ciudad llevando a la necesidad de fortalecer las acciones necesarias para mantener el control de la movilidad y la seguridad vial. Por lo tanto, se recomienda poner en práctica la propuesta presentada, cuyas estrategias puedan a impactar la conducta de los ciudadanos milagreños, a través de los medios de comunicación local.

**Palabras claves:** Seguridad vial, gestión comunicativa, Covid-19

## ABSTRACT

The objective of this research work was to design a communication campaign through the local media to strengthen the road education of the citizens of the Milagro canton in times of pandemic, with the purpose of managing effective communication strategies. The approach of this research is mixed. It is developed in a qualitative way because it helped the collection and analysis of information which has been obtained from various bibliographic and documentary sources, and quantitatively, since the various data results of the surveys applied to 135 carriers of the city are analyzed. The results obtained made it possible to show that the measures applied during the pandemic generated major changes in the city's road system, leading to the need to strengthen the necessary actions to maintain control of mobility and road safety. Therefore, it is recommended to put into practice the proposal presented, whose strategies can impact the behavior of the citizens of Miracles, through the local media.

**Keywords:** Road safety, communication management, Covid-19

## INTRODUCCIÓN

El crecimiento y desarrollo mundial experimentado durante las últimas décadas, refleja una serie de avances sociales, económicos y culturales, que sin duda alguna, han evolucionado juntamente con la gran diversidad de sistemas de comunicación global, los cuales se han enmarcado en nuevos retos tecnológicos y de cambios estructurales, que no solo se han hecho más eficaces y prácticos, sino que han ampliado su capacidad de alcance, a través de nuevas herramientas y recursos para facilitar la comunicación.

Es así como la gestión comunicacional, ha ocupado un rol fundamental en los grandes cambios y transformaciones mundiales, un papel organizador y estructurante del orden social pues ayuda a las instituciones a construir la cultura del orden y de la toma de decisiones, mediante la planificación y control de los comportamientos humanos (Koontz, H. y Wehrich, H., 2004). Una gestión fundamentada integralmente en las bases para el acople de los individuos a nuevos tiempos, proporcionando las estrategias, instrumentos y acciones que convergen para lograr canales efectivos de comunicación.

En virtud de esto, los medios de comunicación configuran una alternativa del conocimiento y de información que prevalece en las diversas áreas que componen la sociedad, constituyéndose en una herramienta relevante para la construcción de una ciudadanía consciente e integrada a las realidades vividas. Es aquí, donde los medios de comunicación intervienen en procesos esenciales y determinantes como los desarrollados en la formación de una cultura de seguridad vial y centrados en el cuidado del valor de la vida, que permita generar conciencia sobre este tema, especialmente en tiempos de crisis, como el vivido durante la pandemia de la Covid-19.

Definitivamente, la seguridad vial se ha convertido en un gran desafío social y sumamente relevante en tiempo de pandemia, en la cual la invitación a la responsabilidad y respeto a las

normas y restricciones establecidas, como parte del fomento de la educación necesaria sobre seguridad Vial. En este sentido, en medio de la crisis generada por la contingencia de la Covid-19, los medios de comunicación se han convertido en clave para la transmisión de información. En este sentido:

Los periodistas juegan un papel importantísimo y se volvieron piezas fundamentales para mantener a las personas informadas en un contexto de pandemia mundial, porque han aportado información creíble y están cerca de los hechos para poder transmitir lo que está sucediendo. Se hace importante dejar a un lado el periodismo reactivo y apostar por un periodismo preventivo que busque explicar lo que puede pasar, interpretar datos, explicar y ofrecer el contexto en temas de salud (Márquez, 2020).

En este sentido, el análisis de esta temática se hace sumamente importante, ya que, ante los distintos accidentes viales, incumplimiento de las leyes de tránsito y las restricciones establecidas por la Covid-19, las y los tomadores de decisiones a nivel nacional y especialmente local necesitan innovar para hacerle frente a los múltiples retos que se tienen para lograr un desarrollo armónico, sostenido y equitativo.

Por lo tanto, se hace imperante determinar la influencia de los medios de comunicación en el fomento de la educación en seguridad vial dentro del cantón el Milagro, con la finalidad de establecer la necesidad de desarrollar una campaña de concientización a través de los medios de comunicación local que permita fortalecer la gestión vial durante los tiempos de pandemia.

### **Justificación e importancia del tema**

Con base a lo establecido en líneas anteriores, queda claro que los desafíos que impone la vida en cuanto a la crisis sanitarias por la pandemia de la Covid-19, la seguridad vial es un tema que compromete a todos y, en especial, a los medios de comunicación que deberían educar a la

audiencia en temas verdaderamente interesantes que contribuyan a la sociedad, de una u otra manera a reducir de forma sistemática el alto índice de morbimortalidad que existe en la actualidad por los accidentes de tránsito a través de una campaña de concienciación.

La investigación propuesta se constituye un tema relevante por la magnitud de importancia, actualidad, pertinencia y novedad que representa un evento mundial como lo es la pandemia Covid-19. Es un evento nuevo para todos, que se ha ido estudiando y se sigue estudiando sobre la marcha. Esta pandemia ha mostrado las capacidades en todos los sectores que conforman las naciones, y de manera especial del sector de la comunicación, el cual se ha convertido en una herramienta potente para considerar tanto en su preparación como en la gestión de esta, y contribuye de manera significativa al éxito de las medidas de control que se proponen. Por ello es primordial tener en cuenta los aspectos relativos a la comunicación en crisis.

De esta manera, la pertinencia de la presente investigación se fundamenta en el diseño de una campaña de concienciación comercial, manual, televisiva y radial que llegue con mayor facilidad a la audiencia a la que está dirigido este proyecto. La finalidad es generar expectativas en estudiantes, profesionales y dueños de medios de comunicación que varíen en la programación, que inviten, en cierta forma, al público a auto educarse, mediante la aplicación de una acción educativa en materia de seguridad vial.

Ante ello resulta interesante, propiciar un contexto que le permita a la ciudadanía acercarse a un comportamiento de mayor conciencia y responsabilidad al momento de transitar y circular por las calles milagreñas, lo que a su vez impulse al resto del país a un cambio de aptitud a favor de la red vial, obteniendo respuestas favorables en los ciudadanos con el desarrollo de una campaña comunicativa y logrando visualizar que ideales de esta índole son los que se deban proyectar con



mayor frecuencia por nuestros profesionales milagreños y que se inclinen por la implementación de programas de periodismo educativo.

### **Antecedentes**

Para investigar la realidad actual que tienen los medios de comunicación y su influencia al informar a la comunidad sobre tema de interés, se pretende analizar el criterio de la ciudadanía en general para poder determinar la importancia de la noticia mediática sobre la educación en seguridad vial en tiempo de crisis que deben poseer los ciudadanos en el Cantón Milagro.

Sobre esta temática tan interesante, se han desarrollado diversos estudios e investigaciones que han buscado consolidar y a la vez fundamentar la importancia de la gestión de la comunicación y sus diversas estrategias y acciones en los diversos aspectos que conforman el quehacer de la vida, como es el caso de la seguridad vial, un tema que ha dejado muchas consecuencias negativas en el convivir de las comunidades ecuatorianas, ya que muchos habitantes de sus cantones, como es el caso del Milagro, no tienen en si definido un concepto claro sobre lo que es prevención o lo conocen pero su significado carece de importancia, por lo cual se deriva una falta de respeto a las Leyes de Seguridad Vial (Abad, 2008).

Ante esta problemática, los medios de comunicación ejercen una gran incidencia en la concientización y educación de la ciudadanía sobre estos aspectos, creando nuevas alternativas que permiten acceder a mayores públicos.

Al respecto, Moreno et al. (2021) señalan que los medios de comunicación, como altavoces de la sociedad, pueden ser quienes ayuden en las situaciones de crisis a calmar a la población o a generar un clima de prudencia que puede desembocar en miedo hacia lo desconocido, estos contribuyen a la difusión de la información en tiempos de crisis como las pandemias.

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la seguridad vial es un tema que no ha recibido la atención que se merece, y según sus apreciaciones, la solución está en el desarrollo de políticas sólidas y su aplicación, el diseño de vías de tránsito inteligentes y muy especialmente en el desarrollo de campañas poderosas de sensibilización pública que permitan incidir en la población" (Organización Panamericana de la Salud, 2018).

Según el estudio realizado por Naranjo (2015) dirigido a analizar la incidencia de los medios de comunicación en la seguridad vial, el principal elemento que origina el elevado número de accidentes de tránsito en muchos cantones del Ecuador está relacionado directamente a la cantidad de habitantes que poseen.

Sus hallazgos permitieron determinar que el caso del cantón Durán, que dicha región es una de las ciudades más pobladas del país, además de esto es muy rica en comercio y turismo, lo cual impulsa la llegada de muchas personas de otras provincias, por lo que el tránsito es muy concurrido. Por lo tanto, según sus apreciaciones, los medios de comunicación tienen un gran impacto en el comportamiento de los ciudadanos en cuanto a la seguridad vial, por lo que desarrollar una efectiva campaña de concientización es la clave para minimizar los riesgos viales.

En relación con el cantón el Milagro, también conocida como San Francisco de Milagro, es la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia del Guayas. Se localiza al centro-sur de la Región Litoral de Ecuador y es llamada "La Ciudad más dulce del Ecuador" por su importante producción de piña y caña de azúcar. Además, cuenta con una población de 134 mil habitantes, por este cantón atraviesan a diario centenares de vehículos de diferentes partes del Ecuador ya que sirve como intersección entre varias provincias.

Durante la pandemia de la Covid-19 este cantón decidió implementar una serie de acciones en seguridad vial encaminadas a la prevención del virus, a través del aislamiento obligatorio, la

restricción de acceso a la región tanto de personas como vehículos, fumigaciones de los transportes y la revisión de placas y salvoconductos por parte de los organismos de seguridad, aspectos donde los medios de comunicación han cumplido un papel imperante a partir de su capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad, orientando a la opinión pública y modificando conductas y comportamientos.

Por lo tanto, los medios durante la crisis de la pandemia han sido los precursores de informar a los ciudadanos sobre las diversas medidas que tomaron las autoridades con relación a la seguridad vial los días en los que según sus placas podían circular, dando la mayor información posible, siendo responsables entre lo que se visualiza en las calles y la información que estos brindan.

En tiempos de crisis es necesario que la gente reciba explicación de las cosas que están aconteciendo con claridad y certeza, ya que se vive en una abundancia de información que se extiende de todas partes, a través de los diversos medios de comunicación (Márquez, 2020). Cabe destacar también la imponente de las redes sociales en estos tiempos de crisis ya que fue aquí donde se resaltó su protagonismo para ser utilizadas como un medio de comunicación también. Las investigaciones y datos relacionados con la seguridad vial y la salud pública son vastos y a menudo accesibles. A discrepancia de ciertas crisis de salud pública en que se carece de vacunas o cura, conocen cómo reducir los traumatismos y muertes por accidentes de tráfico, y son muchos los países que lo han logrado. Los artículos sobre estos resultados, como lo que se presentan a continuación, pueden brindar a los medios de comunicación oportunidades de centrar la atención en esta epidemia o mortífera de un modo que no dependa del gancho informativo de un accidente mortal (Kelly, Cain, Paranaiba, & Brown, 2017).

Por este motivo se considera importante efectuar una investigación a un grupo determinado de los actores viales; como son los conductores del servicio público del cantón Milagro involucrados

con el ámbito de transporte como conductores profesionales e informales, además de peatones que contribuyan a esta exploración.

Por otra parte, es importante destacar que es necesario dar a conocer a la ciudadanía la importancia de informarse correctamente sobre temas relacionados con la Educación Vial, para de esta manera mejorar el comportamiento de los actores viales en las vías, más aún en tiempos de crisis especificando que cuando se refiere a la nueva modalidad de circulación, donde existe un horario de circulación tanto vehicular como peatonal a la cual todos los ecuatorianos debemos respetar debido a que son Ordenes Presidenciales que a través de un Decreto se convierte en Ley.

### **Problema de investigación**

En los últimos tiempos, los medios de comunicación se han consolidado como una de las herramientas indispensables para el fomento de la educación vial, a través de la difusión de diversas campañas comunicativas, cuyo objetivo principal es sensibilizar a la colectividad sobre la importancia de tomar medidas preventivas y organizativas en el ámbito de la seguridad vial.

Es por esto, que ante los últimos cambios desarrollados en la sociedad como respuesta de la crisis originada por la Covid-19, el rol de los medios de comunicación ha sido fundamental para la difusión de la información acertada en cuanto al control y seguimiento de la seguridad vial, a través de los cuales se ha buscado proyectar ejemplos de conductas orientadas a subsanar este tipo de situaciones.

Citando al autor Castells (2009) en su libro sobre comunicación y poder, permite comprender las ventajas de las redes de comunicación en estos tiempos de crisis. Debido a que en la vida social estos canales son estructuras comunicativas que permiten un mayor enlace entre los seres humanos, además este autor menciona que dichas redes son las pautas de contacto creadas por el flujo de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y en el espacio.

De esta manera, al analizar la realidad de los diferentes sectores que conforman el cantón Milagro, se han evidenciado en una serie de cambios relacionados a la movilidad en la circulación vial, transformaciones que se han originado principalmente por la falta de cultura vial dentro de la población Milagreña, y motivados, según lo establece Torres (2015), a la prevención de accidentes viales dentro de este contexto.

Aunado a esto, es menester mencionar, que la crisis producida por la Covid-19 a partir del año 2020, trajo consigo nuevos retos en el sistema vial del cantón Milagro, escenario que impulsó la búsqueda de otras formas de organización vial para evitar las aglomeraciones en el transporte público, además de cumplir con las normas de bioseguridad. Por lo tanto, en este aspecto, la comunicación y en especial, los mensajes emitidos a través de los medios de comunicación se han convertido en una herramienta sumamente importante para la difusión de las medidas de prevención y control que amerita esta situación de crisis.

En este sentido, y en consideración de la nueva realidad, que no solo se vive en todo el Ecuador, sino también el cantón Milagro, se hace necesario desarrollar constantemente nuevas estrategias comunicativas que permitan fortalecer la seguridad vial, a través de campañas educativas orientadas e podrá ubicar la población de estudio a los ciudadanos, a los conductores de transporte público, ya que ellos están inmersos en este tema considerado de suma importancia, referente a la aplicación de las leyes de tránsito del país.

En tiempos de crisis no sólo los choferes profesionales son miembros de los organismos competentes de tránsito, sino también los actores de la red vial por este motivo los medios de comunicación deben ser la principal fuente de información a los usuarios viales del cantón, para de esta manera evitar multas por contravenciones de tránsito, y muertes en las vías por el irrespeto de las leyes, sobre todo en tiempos de crisis.

### **Pregunta Problema**

¿En tiempos de pandemia como se podría fortalecer la seguridad vial de los habitantes del cantón Milagro a través de los medios de comunicación?

### **Otras preguntas de investigación**

¿Cuál es la situación actual del sistema de seguridad vial del cantón Milagro, ante las incidencias de la crisis por la Covid-19?

¿Cuál es la importancia que tiene la gestión comunicativa como herramienta para la formación ciudadana en seguridad vial durante tiempos de pandemia?

¿De qué manera los medios de comunicación inciden en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempos de crisis en el cantón Milagro?

¿Cuáles son las estrategias principales para el diseño una campaña de comunicación que permita fortalecer el conocimiento de la seguridad vial a través de los medios de comunicación, en el cantón Milagro?

### **Objetivo general**

Diseñar una campaña de comunicación a través de los medios de comunicación locales para fortalecer la educación vial de los ciudadanos del cantón Milagro en tiempos de pandemia.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual del sistema de seguridad vial en el cantón Milagro, estableciendo el impacto de la pandemia Covid-19 con relación a esta temática.

- Determinar la importancia de la gestión comunicativa como herramienta para la formación ciudadana en seguridad vial durante tiempos de pandemia.
- Establecer la incidencia de los medios de comunicación en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempos de crisis en el cantón Milagro.
- Diseñar las estrategias principales de una campaña de comunicación que fortalezca el conocimiento de la seguridad vial a través de los medios de comunicación en el cantón el milagro.

### **Elementos fundamentales del diseño metodológico**

Según a las características del análisis planteado, esta investigación se categoriza de la siguiente manera:

#### **Tipo de investigación por su alcance:**

Esta investigación tiene un alcance descriptivo, ya que se observa y se describe la dinámica comunicativa desarrollada por los medios de comunicación en el cantón Milagro en relación, en relación con la seguridad vial en tiempo de pandemia.

De la misma manera, se caracteriza por ser aplicada, ya que se profundiza a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos, como la encuesta y la entrevista, a un grupo representativo de transportistas (choferes de buses, taxistas, interprovinciales y jefes de la comisión de tránsito Ecuador [CTE]) del cantón Milagro, y así poder determinar la percepción de los mensajes emitidos por los medios de comunicación en el fomento de la educación vial durante la pandemia Covid-19.

### **Enfoque metodológico**

El enfoque del presente estudio se enmarca en una investigación mixta, ya que se aborda la problemática desde la perspectiva cualitativa y cuantitativa.

Cualitativa, a través de la revisión bibliográfica que sustentan el desarrollo de este trabajo, tales como investigaciones, libros, leyes, entre otros, las cuales complementan el alcance de los objetivos propuestos.

Así mismo, abarca un enfoque cuantitativo, ya que se analizan los diversos datos resultados de las encuestas aplicadas, a partir de las cuales se establecerán los lineamientos principales para el desarrollo de la propuesta investigativa y posteriormente establecer las conclusiones y recomendaciones.

### **Breve síntesis de los resultados obtenidos**

A partir del tipo y enfoque de la investigación presentado, se plantea la importancia de una efectiva gestión de comunicación a través de los mensajes emitidos por los medios de comunicación en cuanto al fomento de la educación en seguridad vial.

La propuesta que se presenta en este estudio se enfoca en desarrollar estrategias de comunicación efectivas en el diseño de una campaña de concientización, la cual sea difundida por los medios de comunicación local, que impacte y logre captar la atención de los ciudadanos del cantón Milagro sobre la importancia de la seguridad vial.

Se refuerza el fomento de la educación vial, incluyendo el respeto a las leyes, las medidas de cuidado y la prevención de accidentes viales, como parte de un sistema gestión que garantice la comunicación efectiva y refuerce la concientización social en tiempos de pandemia.

### **Estructura del trabajo**

La presente investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera:



Introducción: en este apartado se presenta la formulación del problema, la justificación, elementos metodológicos fundamentales y la estructura.

#### Capítulo 1: Fundamentación conceptual:

En el primer capítulo del trabajo de titulación se plantea la fundamentación conceptual, lo que garantiza el cumplimiento del primer objetivo, que busca establecer referentes teóricos sobre la adaptación y construcción comunicativa de los medios de estudios estudiados.

#### Capítulo 2: Diseño metodológico:

En el segundo capítulo se aborda el diseño metodológico de la investigación, se plantea los elementos como preguntas de investigación que complementan a la situación problemática, la categoría de análisis, así como también su operacionalización. Además, en este capítulo, se detalla el diseño de la investigación empleado, su método y los procedimientos y técnicas para llevar a cabo el proyecto. Asimismo, se especifica los medios de comunicación seleccionados y los entrevistados.

#### Capítulo 3: Análisis de los resultados:

En el tercer capítulo se detalla el contexto en el que se enmarca el trabajo de investigación, la historia de los dos medios de comunicación, objeto de estudio. Así como también se presenta el análisis de resultados alcanzados después de llevar a cabo la aplicación de los procedimientos y técnicas planteadas. Además, se detallan los esquemas de las variables más representativos junto a la participación de los entrevistados.

#### Capítulo 4: Presentación de la Propuesta

En este capítulo se desarrolla la propuesta de solución, detallando los aspectos principales y las estrategias de comunicación que se emplearan para el diseño de una campaña comunicacional

sobre seguridad vial, estableciendo la finalidad que se persigue, sus objetivos, estructura, beneficiarios y utilidad.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones pertinentes a los resultados obtenidos en la investigación.

## **CAPÍTULO 1**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

En este apartado se presentan los fundamentos teóricos y bibliográficos que sustentan el desarrollo de este estudio, exponiéndose la opinión de diversos autores que han realizado estudios sobre la comunicación, crisis, manejo de crisis y educación sobre seguridad vial. El mismo servirá como marco referencial que orientará la ejecución de la investigación y la interpretación de los resultados.

#### **1. MARCO TEÓRICO**

##### **Seguridad Vial**

De acuerdo a los planteamientos de Pico, González, y Noreña (2011) la seguridad vial incluye todas aquellas acciones dirigidas a la disminución de los riesgos que se presentan en la circulación del tránsito. Es por esto, que los autores mencionados consideran que este es un tema sumamente importante y que debe ser de gran interés para los gobiernos y los organismos encargados del tránsito y transporte, ya que el aumento de muertes y lesiones por accidentes, generan altos costos tanto a nivel personal, familiar y social, lo cual, sin duda alguna, involucra las diversas políticas necesarias en el área social, ambiental, económica y de salud.

Por consiguiente, la intervención del Estado debe enfocarse en el desarrollo e implementación de políticas públicas que se orienten a el diseño de diversas medidas que sean aplicadas a través de la participación de la ciudadanía en general y que, a la vez, se sustente desde el ámbito legislativo, académico y de veeduría ciudadana, dando respuesta efectiva a las necesidades de seguridad de la sociedad.

Según la ideología de Maslow (1987) las necesidades de seguridad se refieren a las necesidades de un individuo de un entorno de vida relativamente estable, seguro y predecible. Se presentan necesidades básicas de estructura, orden y límites. Es relevante desechar miedo, la tristeza y la confusión. Como ocurre con las necesidades fisiológicas, la mayoría de la gente necesita una sociedad protectora estable, bien gobernada. En las sociedades occidentales modernas, la necesidad de seguridad es endémica solo en emergencias como desastres naturales, plagas y disturbios públicos.

No obstante, según lo establece Maslow (1987), estas necesidades se hacen cada vez más deslucidas en una sociedad que, como la nuestra, privilegia la movilidad y el individualismo. Además, el no poder cubrir estas necesidades, suele ser una de las causas de la inadaptación psicológica.

Al indagar sobre seguridad vial dentro del cantón el Milagro, diversas investigaciones que han estudiado esta temática, concuerdan en que existen diversos factores de riesgo que han generado la mayor cantidad de muertes y lesionados en accidentes viales, mencionando la velocidad excesiva, el consumo de alcohol y drogas durante la conducción, el uso de distractores durante la conducción, el incumplimiento de las normas de tránsito y convivencia vial, particularmente en relación con los usuarios vulnerables, la fatiga, cansancio o sueño, las malas condiciones físicas o mentales del conductor, y estrés, la falta de uso del cinturón de seguridad, por conductores y pasajeros, la falta de uso de cascos, ropa conspicua y dispositivos de protección por ciclistas y motociclistas, la falta de uso de sistemas de retención infantil y el transporte de pasajeros en los compartimientos de carga de camionetas (pickups, estacas, redilas o caja cerrada).

Es así, que la seguridad vial constituye un elemento clave para el funcionamiento efectivo de las regiones, siendo indispensable que la población en general tome conciencia sobre las medidas

de prevención y cuidado necesarias para mitigar los riesgos que se suelen presentar en las vías de tránsito.

Ante tales razones, la seguridad vial según Espinoza (2015) “no es asunto de una sola persona, sino de toda la sociedad, que implica prevenir posibles siniestros o accidentes de tránsito que, en su mayoría, son evitables si se toman las precauciones necesarias y se cumplen los principios que la rigen” (p. 56).

### **Principios fundamentales de la seguridad Vial**

La seguridad vial se rige principalmente por una serie de principios que determinan el funcionamiento y operacionabilidad de la circulación de los conductores, ciclistas y peatones. Estos principios son esenciales y permiten dar efectividad a la normativa que regula estas acciones.

De acuerdo con las reflexiones presentadas por Jaime (2016) los principios de la seguridad vial se clasifican en:

Principio de la responsabilidad: Todos los usuarios de la vía pública deben asumir la responsabilidad de cumplir la normativa existente, evitando ser un peligro o un obstáculo para los demás usuarios, adoptando un comportamiento adecuado en cada momento y asumiendo las consecuencias de sus actos (Jaime, 2016, p. 3).

Principio de confianza en la normalidad del tránsito: Todos los usuarios de la vía pública que se comporten siguiendo el principio de responsabilidad y por lo tanto cumplan las normas de tránsito, tiene el derecho de esperar que los demás usuarios también las cumplan y por lo tanto hagan uso adecuado de ellas (Jaime, 2016, p. 4).

Principio de la seguridad o de defensa: Este principio orienta a la ciudadanía a prever un comportamiento contrario a las normas de circulación para evitar daños a circular por las vías públicas defensivamente es decir contando con la eventual imprudencia de los demás

partícipes en el tránsito. Este principio es por lo tanto el complemento del “de confianza” y de él se deriva una de las normas esenciales de la circulación, la prudencia (Jaime, 2016, p. 4).

Principio de conducción dirigida: Este principio nos dice que los conductores deben ser dueños del movimiento de su vehículo en todo momento nos obliga pues, a concentrar toda nuestra atención y nuestra conciencia a la actividad de conducir, sin distracciones que nos haga perder el dominio sobre nuestro vehículo y por lo tanto provocar daños a los demás usuarios (Jaime, 2016, p. 5).

Principio de señalización: Este principio dice que si existe un obstáculo que impida el paso o altere o limite esta regla, debe estar convenientemente señalizado. Como se ve este principio es complementario al de confianza ya que si no existe ninguna señal que indique alguna alteración de la normal circulación el conductor circulará con la confianza de que no hay ningún obstáculo y si hubiera, estaría señalizado (Jaime, 2016, p. 5).

Es por esto, y a partir de cada uno de estos principios es que se hace importante educar a la población sobre la importancia de respetar y reconocer las normativas que se han desarrollado para propiciar la seguridad vial, que se convierta en una guía que incentive al cumplimiento efectivo de estas.

### **La educación vial**

Hablar de educación vial, es referir a todas las acciones impartidas para propiciar el conjunto de reglas y normas que deben regir el comportamiento ciudadano, enmarcado en una formación que trata de inculcar la responsabilidad pública en el uso de los espacios y de los medios de transportes como bicicletas, automóviles, ciclomotores, entre otros.

Son acciones encaminadas en influir en la participación de la ciudadanía con la finalidad de desarrollar una mentalidad que permita generar espacios seguros y con los menores riesgos posibles.

Esta terminología se ha hecho imperante en los últimos años, ya que ante el crecimiento población y de la infraestructura de las ciudades, los estados han desarrollado nuevos medios para poder sembrar la concientización y el conocimiento sobre las reglas que imperan dentro de la seguridad vial. De esta forma, Espinoza (2015) señala que la educación vial se ha convertido en acciones “imprescindibles para una educación ciudadana integradora de todos los principios que fomenten la convivencia, la tolerancia, la solidaridad, el respeto, la responsabilidad y que, en definitiva, sea un cauce que sirva para favorecer las relaciones humanas en la vía pública” (p. 55).

Según el artículo desarrollado por LIDERMAN (2017) “aprender sobre Seguridad Vial para fomentar y garantizar el respeto y preservación de la propia vida y la de los demás en las vías públicas; ya sea al conducir, caminar por las veredas o abordar un vehículo como pasajeros”.

Los datos suministrados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), a nivel mundial los accidentes de tránsito se han constituido como la segunda casusa de muertes en jóvenes “con lo que se evidencia una gran necesidad de conocer y aplicar las buenas prácticas en Seguridad Vial: como conducir con prudencia, mirar a los lados antes de cruzar la calle, conocer y respetar las señales de tránsito, entre otras (LIDERMAN, 2017).

Por esta razón, se deben desarrollar estrategias de comunicación integrados que permitan incentivar e impactar el pensamiento de los ciudadanos, de tal forma, que se efectivice la transmisión de mensajes, ideas e impresiones sobre los lineamientos necesarios para alcanzar un tránsito seguro.

## **La seguridad vial en tiempos de crisis: educando a la ciudadanía durante la crisis de la Covid- 19**

Actualmente el mundo se encuentra inmerso en una gran crisis, que sin duda alguna ha generado cambios y transformaciones en el modo de vida de la humanidad, que van desde los hábitos personales hasta el comportamiento social y donde la comunicación juega un papel sumamente importante en este tipo de situaciones.

### **Comunicación de Crisis**

Según la RAE (real académica de la lengua española) la palabra “Crisis” tiene como significado un cambio profundo y de consecuencias importantes, dentro de un proceso o una situación en la que estos son apreciados. Igualmente, Isaías y Hernández (2013) consideran que las crisis fragmentan la operación normal ya sea de una empresa, de una sociedad o de una persona.

La comunicación de crisis tiene su punto de partida dentro del área de comunicación de las entidades. Destacando que las entidades públicas tienen gestión de la comunicación de una empresa o institución las cuales engloba diversos asuntos, dentro de los que se debe situar a la comunicación de crisis. García y Saura (2010) sostienen que cuando la comunicación se aprecia en su conjunto, las diversas áreas que forman parte de las mismas estas realizan sus trabajos de manera coordinada e integrada. Además consideran que en situación de crisis es necesaria la máxima eficacia, por tal motivo la integración del área de comunicación puede favorecer la gestión de las crisis

Se cree que con la rapidez que tienen las nuevas tecnologías, un simple suceso puede convertirse en una crisis mayor para la empresa u organización. Sin embargo, Rojas (2013) considera que la misma habilidad de comunicar un acontecimiento negativo debe ser aprovechada



por las empresas para informar a su público sobre lo que están efectuando a favor de la solución de los problemas que se presentaron.

Haciendo referencia a lo citado por el autor no está de más tener en cuenta que las mejores decisiones son las que se toman racionalmente pensando en un bien común ya sea para la empresa u organización, aunque dentro de un momento de crisis es difícil guardar la calma. Pero también se tiene que considerar que se deben equilibrar los intereses de la compañía por salvaguardar su integridad.

Jiménez (2007) menciona que es importante entender que tanto la comunicación como la gestión son dos procesos inherentes, ya que la comunicación de crisis esta sujeta a la gestión de crisis debido a que las empresas se ven susceptibles ante cualquier problema que se les presenta, por tal motivo deben informar a sus públicos acerca del asunto crítico por el que están pasando, siendo esta una medida para evitar los posibles efectos negativos en su imagen.

Hay que resaltar que el hecho de que las crisis sean repentinas hacen que muchas instituciones no deseen prepararse para ellas, considerando que si no les han ocurrido es porque son inmunes o porque a su vez pueden resolver cualquier tipo de problemas sin complicaciones, por tal motivo no dedican un plan de comunicación de crisis ya que suelen considerarlo como innecesario y es ahí donde ocurren las faltas de estrategias comunicativas.

Desde estas percepciones, se hace necesario destacar, que, en relación a las teorías de crisis se pueden localizar los siguientes aspectos:

Existen varios eslabones o divisiones en la Comunicación de Crisis en función de su elemento básico y desencadenante, o sea, la Crisis. Numerosos autores han fundamentado la teoría de este campo, en ocasiones confrontándola con la práctica y nos han permitido observar las tipologías y características derivadas de esta observación y catalogación. Muchas de esas

divisiones han sido realizadas, matizadas, reformuladas y complementadas por autores posteriores. Vamos a atender en este artículo a las bases. (García y Smolak, 2013, p. 53)

De la misma manera, el autor citado anteriormente sostiene que:

Otras teorías afirman que el ciclo de vida de una crisis está medido desde un punto de vista lineal, mientras que el mundo que nos rodea no muestra ese comportamiento, sino una alta variabilidad e imprevisibilidad cíclica o presuntamente cíclica. Quienes más se acercan a esta concepción son aquellos que han aplicado a la comunicación de crisis la Teoría del Caos. Ésta teoría que se adentra en las matemáticas no lineales, ahondando en la búsqueda de un patrón entre el Caos aparente y la autoorganización presente, por ejemplo en las muestras matemáticas, gráficas y en la misma naturaleza de los patrones fractales y atractores. A este respecto, los autores (Speakman y Sharplay, 2012; Seeger 2002) aplican el modelo del Caos a la Comunicación de Crisis, como Jaques (2007) que defiende una estructura cíclica en lugar de línea. (García y Smolak, 2013, p. 54)

Bajo este enfoque y en relación a la crisis desarrollada por la presencia de la Covid-19, autores como Crespo y Garrido (2020) mencionan que las crisis sanitarias, dentro de su primera fase suelen estar orientadas, lógicamente, a las simulaciones, la preparación y la prevención de las crisis, y que en varias ocasiones solo una correcta planificación de este tipo de escenarios probables y de las previsibles actuaciones futuras contribuye a una gestión más controlada del problema en la fase siguiente, además hacen mención a que la fase de eclosión o emergencia de las crisis, donde es prioritario gestionar la sorpresa de la opinión pública se basa en ganar tiempo.

Una crisis que ha incidido en todos los aspectos que conforman la sociedad, y donde la seguridad vial no ha sido ajena a este impacto, el cual ha generado grandes cambios en la circulación vial, que en su primera instancia llevó a la ciudadanía a un confinamiento para poder

hacer frente a la pandemia, pero que paulatinamente se logrado la incorporación social nuevamente.

Es por esto, que el sector transporte está cumpliendo un papel fundamental en este nuevo escenario, el cual requiere no solo de brindar una seguridad en el control y prevención de accidentes, sino también del cuidado para evitar la propagación del virus. Por lo tanto, se hace necesario fortalecer las medidas dirigidas a educar a los individuos sobre el comportamiento que deben asumir ante los nuevos cambios. Una educación que permita seguir reforzando la convivencia, el respeto, la responsabilidad y el autocuidado, a través de estrategias que permitan concientizar a la población.

Todo esto depende en gran parte de la intervención de estrategias comunicacionales que permitan integrar a la ciudadanía a un nuevo contexto, donde la gestión comunicación se posicione como un elemento clave para la comprensión y conocimiento de estas nuevas condiciones.

### **La gestión de comunicación como herramienta para fomentar la educación en seguridad vial**

Al indagar sobre la importancia de la seguridad vial se hace esencial entender que la comunicación interviene como un elemento fundamental para el fortalecimiento de esta dentro de la sociedad. De ahí que, los estados deben desarrollar una efectiva gestión comunicativa que les permita influir en las actitudes ciudadanas para tomar conciencia de los riesgos y de las medidas preventivas en torno a esta temática.

De modo que, la gestión de comunicación se ha constituido en una herramienta indispensable para la comprensión de los diversos procesos que requieren de sus mecanismos, direccionando acciones para mejorar la organización, efectividad y eficacia a través del desarrollo de planes estratégicos que permitan llevar la información al público de interés.

A su vez, “gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones” (Cirigliano, (s/f)). De la misma manera, Capriotti (2009) señala que este tipo de gestión incluye un gran número de mensajes y acciones comunicacionales, realizadas de forma consecuente y voluntaria para fomentar una efectiva relación, con el propósito de comunicar con ello de forma distinta y creativa el mensaje necesario.

Por estas razones, es que la gestión de la comunicación se ha convertido en una pieza clave en la educación para la seguridad vial, ya que, a través de los años, los avances tecnológicos han propiciado el desarrollo de nuevos medios comunicativos, que han facilitado llegar a más y más públicos facilitando la promoción de los valores en la cultura vial.

Al respecto, Trillos y Cuello (2020) establecen que la gestión de la comunicación se ha convertido en un elemento indispensable actuando como una herramienta necesaria para integrar las Ciencias de la Información con las Ciencias de la Educación que buscan transformar y construir un espacio para el desarrollo de la sociedad.

Finalmente, el aspecto esencial para la construcción de una ciudadanía sana y orientada a la promoción de una seguridad vial se centra en desarrollar una gestión de comunicación que permita brindar una educación efectiva para el cumplimiento, respeto y compromiso, en la generación de un ambiente integral que favorezca a cada uno de los actores que intervienen en este proceso.

Por lo tanto, ante estas perspectivas, los sistemas de comunicación se han convertido en los representantes principales de esta gestión educativa, donde los medios de comunicación se han convertido en el primer poder dentro del mundo actual, convirtiéndose en un espacio de producción y circulación de formas simbólicas que influyen directamente en el comportamiento ciudadano.

## **El papel de los medios de comunicación en el fomento de la educación en seguridad vial**

Al hilo de lo planteado anteriormente, los medios de comunicación se han convertido en un elemento protagónico en la difusión de la información dentro de las comunidades, ejerciendo un gran impacto en la comprensión y entendimiento sobre la seguridad vial.

Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen. Gutiérrez, Rodríguez y Gallego (2010) establecen que estos proporcionan un gran sistema publicitario inmerso que actúa de autopromoción de todos esos productos. Todo esto a través de la puesta en marcha de una gran cantidad de canales informativos escritos (folletos, volantes, carteles, artículos de prensa); orales (Radio, televisión) y tecnológicos (Servicio de red social) que facilitan la esencia de la comunicación.

De esta manera se puede inferir que los medios de comunicación proporcionan modelos de conducta económica y de valores sociales, fomentan el consumo, la participación en la vida política y el desarrollo del sentimiento nacionalista, entre otros aspectos a considerar.

Por su parte, Vilain (2012) indica que el escenario de la comunicación protagonizado por las nuevas tecnologías y miradas desde los países que las diseñan y producen, se convierte en un espacio de producción y circulación de formas simbólicas producidas en las industrias de los medios; sus productos penetran en la vida cotidiana de los individuos, se convierten en puntos de referencia comunes para millones de ellos compartiendo así una cultura mediatizada, sobre la base de una experiencia común y convirtiéndose en una memoria colectiva sin que necesariamente haya interconexión entre todos los involucrados, lo que provoca cierta enajenación, como sucede con las facturas televisivas y cinematográficas.

Desde estas perspectivas, se plantea que el rol de la comunicación en la Sociedad se ha enmarcado dentro de un proceso de comunicación que ha permitido impactar a los ciudadanos a nivel general, es por esto que, en base a esta investigación, Favela (2016) manifiesta que los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la educación de la opinión pública, la generación de información fidedigna y el fortalecimiento de la cohesión social. La teoría de la democracia se sustenta sobre la idea de que una democracia saludable requiere una opinión pública bien formada; sin embargo, parece que las lógicas del mercado, de la competición y del conflicto han generado tal impacto sobre los medios que han distorsionado su función social.

En la misma línea de ideas, se encuentran Martínez y López (2014) quienes consideran que se debe tener presente que los medios de comunicación transmiten ciertos modelos de comportamiento que generalmente son imitados por el receptor, marcando una serie de pautas de comportamiento social. Esto conlleva una serie de efectos positivos y otros negativos, entre éstos últimos se puede incluir el hecho de que los medios de comunicación consiguen homogeneizar a las personas reduciendo las diferencias entre las mismas creando un espectador universal; a veces los modelos de comportamiento son simplistas y conservadores y además a través de los medios se muestran comportamientos que se deben hacer y los que no se deben hacer.

El creciente poder de los medios en la escena pública va a manifestarse entonces de dos maneras. Por una parte, la fuerza de la televisión como vector de la información y del debate democrático modela, con carácter duradero, el modo de producción de la política. La figura del orador y del visionario tiene que ir cediendo terreno a la del actor y del pragmático. Fragilizada ya por la individualización de la sociedad, la política se convierte en blanco privilegiado de la ideología de la transparencia (Pingaud & Poulet, 2006).

El mensaje presentado por los medios no es impuesto por violencia o por obligación, sino más bien aceptado como un contrato. En este sentido, la función fundamental de los medios es la fabricación de consenso, hacer que la gente piense y consuma como ellos quieren, el consenso que expresa los intereses de las élites económicas y financieras ( Feo Acevedo & Feo Istúriz, 2013, pág. 88).

Estos se han constituido como una herramienta de soporte para las comunicades, es decir, son “instrumentos sociales y educativos de difusión de la información que se encargan de la transmisión cultural de los valores de cualquier tipo y permiten conocer la realidad social para analizarla críticamente” (Fernández J. , s/f). Este tipo de difusión busca generar el compromiso que debe tener todo ciudadano ente los impactos que sus acciones tienen sobre la sociedad, en otras palabras, propicia la responsabilidad social.

De este modo, al hablar de la seguridad vial y por ende del proceso de educar a la ciudadanía, se hace imperante la participación que tienen los medios de comunicación en el desarrollo de estrategias de difusión referida a estos aspectos, donde cumplen un papel de impacto en la transmisión de los mensajes a través de las campañas de comunicación.

### **Campaña publicitaria para la comunicación de la seguridad vial**

El objetivo principal que se persigue con esta investigación se centra precisamente en desarrollar una campaña de comunicación que permita fomentar la educación con relación a la seguridad vial, por lo tanto, se considera relevante indagar sobre las campañas publicitaria o de comunicación, como un instrumento necesario para abordar la problemática que se presenta en el entorno vial.

Es así como, la campaña publicitaria se ha convertido en una herramienta planificada que contiene una serie de anuncios en relación con un tema específico, y cuya difusión se realiza a través de los diversos medios de comunicación para lograr a los públicos de interés.

Rosal (2015) señala que este tipo de campaña resultan muy relevantes y tienen que ser confiables para asegurar su efectividad debido a que son los que producen entendimiento e interés en el público para realizar ciertas ocupaciones. Por lo que, su diseño debe estar alineado de manera estratégica para alcanzar determinados objetivos o resolver un problema.

Como es caso de este estudio, donde se busca dar solución a un problema social, haciendo referencia a la importancia de las compañías de comunicación social, las cuales según (Talavera, 2004) “contienen el esfuerzo conducido por un conjunto o representante de cambio, cuyos fines son el intentar de convencer a los destinatarios para que acepten o modifiquen determinadas ideas, actitudes o conductas sobre su historia”.

Este autor indica que las campañas sociales tienen que ir de lo general a lo especial hasta llegar a las necesidades particulares de la audiencia. Los mensajes que se pretende mandar tienen que ser aceptados por el entorno social y transmitidos por el canal de más grande accesibilidad a dicho público, de forma que se defina el objeto por el que se va a edificar el mensaje, de forma clara, sin ambigüedad, en los demás recursos de la campaña. Además, sugiere que, en los últimos años, las campañas sociales fueron lanzadas en zonas más concretas, como, por ejemplo; la zona salud, contra el tabaquismo, la estabilidad, contra la utilización de drogas y otros asuntos como la violencia familiar, los derechos humanos y la seguridad vial.

Dada la importancia que tiene una campaña de comunicación social, se hace necesario una serie de elementos que su contenido debe incluir:



a. La disuasión y persuasión: La disuasión aparece cuando los objetivos de mercadeo social son diferentes, lo que se busca es, que los individuos cambien o que no realicen ciertas cosas que los perjudiquen o a que no ignoren los problemas que afectan a la Sociedad; b. Prevención: Busca prevenir a las personas a que no se vean involucradas, en problemas que los pueden afectar o dañar; c. Intangibilidad: Una campaña de comunicación comercial, puede ser más sencilla, tratar de convencer a los consumidores, le permite al publicista generar una comunicación mucho más fluida por lo contrario en una campaña de comunicación social es más difícil persuadir o convencer a un grupo objetivo, a que cambie su actitud y conducta; y d. Objetivos: Los objetivos de la campaña deben estar relacionados directamente con el grupo objetivo o potencial. Lo que ellos desean o quieren o están dispuesto a hacer en beneficio de otros.

Se trata de diseñar y crear elementos comunicacionales que sirvan de herramienta de cambios en la sociedad, tratando de generar conciencias y actuaciones a favor de la convivencia, ayudando a las personas a enfrentarse a estos problemas colectivos, como lo es la seguridad Vial y por supuesto educando para la prevención de ellos posibles riesgos que se pueden presentar dentro de este entorno.

### **Marco legal que sustenta la seguridad vial en Ecuador**

Desde el punto de vista legislativo, y profundizando sobre esta temática con relación al objeto de estudio de la presente investigación, dentro del Ecuador se han establecido una serie de disposiciones que permiten resaltar la importancia de la educación vial en materia de tránsito y seguridad, entre los que destacan una diversidad de instrumentos legislativos que permiten sembrar las bases principales del control sobre esta temática.

Es importante recalcar que la educación es un derecho sobre todo en temas educación vial y según la LOTTTSV es obligación del Estado garantizar la capacitación en materia de tránsito y seguridad vial, en su propia lengua y ámbito cultural.

Para el efecto, el ministerio del sector de la educación en coordinación con la agencia nacional de regulación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, desarrollarán los programas educativos en temas relacionados con la prevención y seguridad vial, principios, disposiciones y normas fundamentales que regulan el tránsito, su señalización considerando la realidad lingüística de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el uso de las vías públicas, de los medios de transporte terrestre (Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, 2014, pág. 2 art.4)

Por otra parte, la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece en su artículo 83 numeral 1 como un deber y responsabilidad de las ecuatorianas y los ecuatorianos, acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente, especialmente aquellas que se han desarrollado para hacer frente a la pandemia del COVI-19, como el Decreto ejecutivo no. 1017 del 16 de marzo de 2020, a través del cual se estableció estado de excepción por calamidad pública.

Así también, en la Ordenanza de la alcaldía de Milagro (2020) se establecen las medidas preventivas de propagación de la Covid-19 en el Cantón San Francisco de Milagro en el marco de la semaforización al color amarillo en el Capítulo I del Objeto, Ámbito de aplicación y competencia manifiesta lo siguiente:

Artículo 1. Objeto. - La presente ordenanza tiene por objeto establecer las medidas preventivas ante la propagación de la Covid-19 en establecimientos públicos, privados, transporte e inclusive en las aceras y vías públicas del cantón san francisco de milagro; además de

establecer los mecanismos de identificación y detección temprana ante posibles casos positivos del mencionado virus (Alcaldía de Milagro, 2020).

Por consiguiente, la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial (2014), establece las pautas principales con relación a la seguridad vial, señalando a través de su contenido los aspectos más relevantes:

**Art. 4.-** Es obligación del Estado garantizar el derecho de las personas a ser educadas y capacitadas en materia de tránsito y seguridad vial, en su propia lengua y ámbito cultural. Para el efecto, el Ministerio del Sector de la Educación en coordinación con la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, desarrollarán los programas educativos en temas relacionados con la prevención y seguridad vial, principios, disposiciones y normas fundamentales que regulan el tránsito, su señalización considerando la realidad lingüística de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el uso de las vías públicas, de los medios de transporte.

**Art. 5.-** El Estado, a través de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, controlará y exigirá la capacitación integral, permanente, la formación y tecnificación a conductoras y conductores profesionales y no profesionales y el estricto cumplimiento del aseguramiento social.

## **CAPÍTULO 2**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

Dentro de este capítulo se presenta el diseño metodológico que se utilizó para la realización de esta investigación, teniendo como finalidad guiar a los individuos, mediante los reglamentos y señales de tránsito, para que así disminuyan los accidentes y puedan disfrutar de los espacios públicos con mayor seguridad. Fomentando el respeto por las señales de tránsito, ejerciendo un compromiso ciudadano frente a la educación vial.

#### **2.1. Categoría de variables**

##### **Definición de variables**

###### **Variable 1: Medios de comunicación y su influencia**

Los medios de comunicación social tienen un gran impacto en la opinión pública. La sociedad y la organización humana se generan en base al uso del lenguaje, al coordinar los individuos y grupos sus acciones en un medio creado por su mismo lenguaje, donde los elementos creados por el lenguaje pasan a ser manipulados como conceptos.

Los medios de comunicación crean tendencias o corrientes de opinión pública, es decir, formas de interpretar y de dar sentido, que nos convierten en una sociedad controlada de acuerdo con fines que nos son ajenos, y que son determinados por gobiernos poderosos, por grupos de poder económico o por grupos de presión. Pero los medios, además de ser fuente de manipulación a favor

de los grupos de poder económico, político de gobiernos, se han convertido en una fuente de pérdida de tiempo y de privacidad (Terán & Aguilar, 2018).

Ahora bien, buena parte de este mundo conceptual, en la época presente, es creado y controlado por los medios de comunicación. Esto tiene consecuencias importantes, como, por ejemplo, la gran dificultad para la autonomía de las naciones y de los individuos, y, por tanto, para la democracia, ante un mundo de constructos altamente controlados por los medios de comunicación social.

Sin embargo, los medios de comunicación tienen la capacidad de influir sobre las conciencias de las personas. Según Pozo (Pozo, 2014) toda la información que recibe la audiencia podría cambiar creencias, valores y modos de actuación. En su temprana edad, los infantes desarrollan su personalidad básicamente por imitación y los medios de difusión pueden ser tomados como referentes de comportamiento.

Los medios de comunicación siempre han estado sometidos a cambios permanentes, impulsados por la evolución tecnológica y por la necesidad de tener cada vez más influencia en la sociedad y obtener mayor rentabilidad. La informatización de las redacciones, primero, y la digitalización, después, modificaron el panorama mediático. La prensa, la radio y la televisión tuvieron que adaptarse a un escenario nuevo porque Internet y las redes sociales crearon un contexto con unas exigencias muy concretas y unos retos difíciles de asumir para muchos medios, acostumbrados a funcionar con unas estructuras tradicionales consolidadas (Soengas, 2018).

## **Variable 2: Educación en seguridad vial.**

La cultura vial fue inicialmente promovida en Estados Unidos y en el Reino Unido, en donde primero la revolución industrial impulsó la producción en serie de coches a principios del siglo XX, lo que trajo su venta masiva y luego los primeros accidentes viales. Desde entonces la misión de la educación vial ha sido la prevención de accidentes (Pacheco, 2017, pág. 3).

La seguridad vial implica uno de los grandes retos de las sociedades posmodernas, que están marcadas por los desarrollos de las metrópolis, las ciudades y aún de los sectores rurales, y donde la incursión de los vehículos tiene primacía, incluso sobre las personas

La seguridad vial debe ser concebida como un sistema social que se caracteriza de manera holística, el cual comprende una variedad de actividades o procesos en los que participan diferentes actores que interactúan entre sí en ambientes físicos, mediante la utilización de medios de transporte motorizados o no motorizados.

Es importante anotar que, de una manera ideal, es necesario que este sistema social tenga una dinámica libre de conflictos y contradicciones, puesto que su finalidad es la prevalencia de la vida de las personas, además del mantenimiento óptimo de la infraestructura (Pico Merchán, González Pérez, & Noreña Aristizábal, 2011, pág. 192)

Blanco (2018) manifiesta que la seguridad vial se ha convertido no sólo en un problema nacional, sino también a nivel mundial, ya que cada año mueren cientos de personas alrededor del mundo por la falta de cultura vial. Así lo afirma la OMS, al considerar los accidentes de tránsito un problema de salud además advierte en su informe global sobre la incidencia del tráfico del 2004,

que para el año 2020, los accidentes de tránsito serán la tercera causa de morbilidad y muerte (ahora son la novena en el planeta), sólo superada por las patologías relacionadas con el corazón y las enfermedades mentales.

## **2.2. Operacionalización de variables.**

### **Medios de comunicación y su influencia:**

- Canales de comunicación.
- Tipos de mensajes que se difunden.
- Manejos de estrategias comunicacionales.

### **Educación en seguridad vial:**

- Responsabilidad social.
- Campañas de concientización.
- Difusión de mensajes en medios de comunicación.
- Prevenciones.
- 

## **2.3. Tipo de investigación**

El tipo de investigación dentro de este estudio de caso es descriptivo ya que ha permitido relatar consecuentemente el objeto de estudio desde su problemática hasta una posible solución. Esta investigación también se la conoce como esencial ya que es el primer paso que se da dentro de la investigación científica.

“Dentro de esta investigación se pretende medir y recoger información de forma independiente y conjunta sobre los conceptos de las variables a las que se refiere el estudio” (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2014, pág. 92)

En este estudio de caso lo primero que se realiza es ordenar las ideas que se tienen en cuanto al tema planteado, para luego dar paso a contar, resumir y dividir toda la información que se iba obteniendo, siendo este un proceso muy importante dentro del enfoque cuantitativo.

Sin duda alguna este proceso se basa en preguntar, elegir, analizar e interpretar, lo cual provoca que se genere un mayor acercamiento con la problemática establecida dentro del Cantón Milagro, lo cual tuvo como resultado conocer múltiples inconvenientes que radican en cuanto a temas de educación vial.

#### **2.4. Enfoque investigativo**

El enfoque de esta investigación es mixto. Se desarrolla de manera cualitativa porque ayudó a la recopilación y análisis de información la cual ha sido obtenida de diversas fuentes bibliográficas y documentales. Según Moreno (2011, p. 19) la investigación cualitativa “tiene como punto de partida la revisión bibliográfica, basada en la consulta de fuentes documentales como obras, autores y otros documentos que traten sobre el tema objeto de estudio”.

Igualmente, se caracteriza por ser cuantitativo, ya que la información obtenida a través de la aplicación de la encuesta permitió manipular datos numéricos que fueron tabulados y presentados. Rivadeneira (2017) sostiene que este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, por tal motivo este puede ser analizados estadísticamente y así verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico.



Esta investigación buscó medir el fenómeno y a su vez expresar en cifras los parámetros generados por la población estudiada, llevando a que estas cifras puedan ser comparadas o estudiadas para poder establecer si existen vínculos con relación al problema planteado.

## **2.5. Diseño de investigación**

El presente estudio se considera no Experimental, ya que no se manipula deliberadamente las variables objeto de estudio, sino que se observa el comportamiento tanto de la dirección efectiva, como del manejo de conflictos en las instituciones Educativas. (Hernandez & Fernandez, 2014) señalan que en “el diseño no experimental se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (p. 69).

## **2.6. Procedimientos y técnicas de investigación**

Para el desarrollo de esta investigación se emplearon una serie de técnicas que permiten la obtención y análisis de la información requerida para el sustento de esta:

Encuesta: esta técnica es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Lo que se busca con esta técnica es familiarizar al lector para que conozca los pasos que se deben seguir dentro de una encuesta, se cree que el interés fundamentalmente en la elaboración de su instrumento básico es el cuestionario. Esta encuesta será aplicada a la población seleccionada para el presente estudio.

Análisis de contenidos: lo que se busca con esta técnica es ser objetivo y sistemático, se va a analizar cada uno de los medios locales y paginas informativas que existen dentro del catón Milagro para de esta manera conocer como ellos manejan la información acerca de la seguridad vial dentro del catón en época de crisis sanitaria.

Análisis bibliográfico: es un estudio detallado, sistematiza y critico el cual busca conocer la perspectiva de diferentes autores en cuanto al estudio planteado. Dentro de la investigación se ha ido detallando específicamente la postura de algunos autores en cuanto a los diferentes conceptos plateados con base en las variables.

Uso de herramientas digitales: uno de los procedimientos dentro de la investigación fue el uso de herramientas digitales tales como: Google Académico, Google, Facebook y Screenshot al momento de generar captura de pantallas. Estas mismas herramientas permiten desarrollar destrezas entorno a la investigación planteada, debido a que se pudo conocer diferentes puntos de vista mediante la utilización de estas.

## **2.7. Población y muestra**

La muestra y la población están referidas a los sujetos o materiales usados para complementar el estudio investigativo. Las mismas se encuentran estrechamente ligadas ya que se basan en determinar cuál será el número de personas a encuestar dentro de la investigación, ya que existen procesos que permiten alcanzar la cantidad de elementos de la muestra como fórmulas y la lógica (Lopez, 2015).

Dentro del presente proyecto se aplica una muestra no probabilística, debido a que la población considerada para su exploración es menos de 100 personas, a continuación, en la tabla 1 se detalla la población escogida.

Tabla 1:

**Población seleccionada para el estudio**

<b>Sujetos</b>	<b>Cantidad</b>
Transportistas provinciales	54
Choferes de taxis	48
Choferes de buses urbanos	33
<b>Total</b>	<b>135</b>

Nota: Datos presentados por Heredia, 2021.

Se seleccionó en primer lugar a los transportistas provinciales ya que son los principales involucrados dentro de esta investigación, debido a que a diario transitan por el cantón Milagro lo cual provoca una serie de inconvenientes al momento de su arribo.

Por otra parte, los choferes de taxis se encuentran dentro del cantón y también generan poca empatía con los transeúntes y actores viales, ya que sostienen que no conocen las reglas de tránsito generando malestar en su trabajo, ante esta situación manifiestan también que las personas no tienen una cultura vial identificada, por tal motivo es necesario que se planteen estrategias en base a los resultados que se obtengan. Y por último los choferes de buses urbanos son los principal involucrados ya que no cuentan con las capacitaciones necesarias para el buen manejo de la problemática, de la misma forma los usuarios consideran que deben mejorar los servicios ya que de esta forma ambas partes taran conciencia de lo que engloba el tema de seguridad vial.

## CAPITULO 3

### ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se exponen los aspectos referentes al análisis y discusión de los resultados obtenidos a partir de la información suministrada por la población objeto de estudio seleccionada del cantón el milagro. Se realiza la descripción en atención a los indicadores, dimensiones y variable de este estudio, estableciendo la frecuencia absoluta (FA) y la frecuencia relativa en % (FR) de los resultados obtenidos.

**Variable:** Medios de comunicación y su influencia

**Dimensión:** Canales de comunicación

Se presentan los resultados obtenidos en relación con la dimensión denominada canales de comunicación, analizando los indicadores tipos de comunicación y medios usados para difundir la información sobre la seguridad vial y el impacto de la Covid-19 en el cantón Milagro.

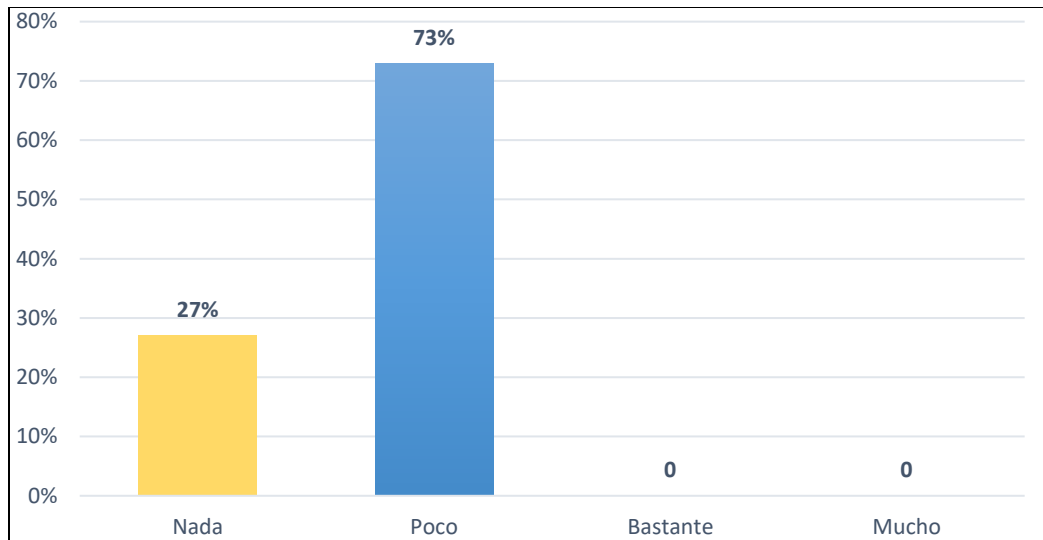
Tabla 2:

**Tipos de comunicación usados para dar difundir las medidas de circulación vehicular**

<b>¿Tiene conocimiento sobre los tipos de comunicación usados en el cantón el milagro para difundir las medidas de circulación vehicular?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Nada</b>	98	73%
<b>Poco</b>	47	27%
<b>Bastante</b>	-	-
<b>Mucho</b>	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 1. Tipos de comunicación usados para dar difundir las medidas de circulación vehicular**

Fuente: Heredia, 2021

La información presentada en la tabla y gráfico anterior ofrece resultados que han permitido conocer que la mayoría de los transportistas encuestados (73%) manifestaron tener poco conocimiento sobre los tipos de comunicación usados dentro del cantón Milagro para dar a conocer las medidas que regulan las condiciones de tránsito, mientras que el resto (27%) destacó no tener ningún tipo de conocimiento.

Estos destacaron que ciertamente se presentan acciones para difundir este tipo de información, pero que se realiza esporádicamente y de manera muy breve, por lo que consideran que se debería fortalecer esta área para que los transportistas y peatones puedan tener mayores conocimientos sobre las normativas actuales dentro de esta ciudad.

Conocer y aprender sobre los lineamientos que regulan la seguridad vial se hace sumamente importante ya que esto permite fomentar y garantizar el respeto a la vida y a una convivencia efectiva dentro de la comunidad de manera general.

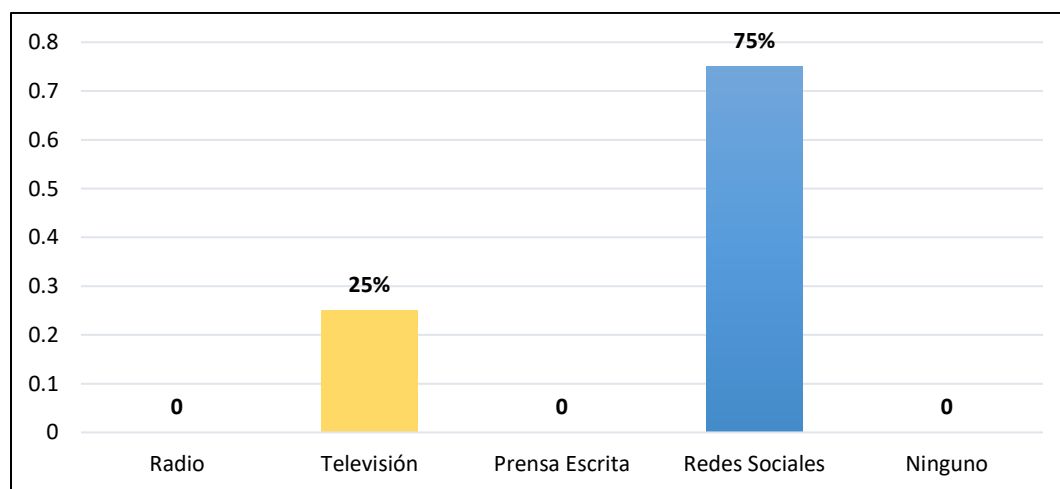
Tabla 3:

**Medios de comunicación para transmitir información acerca de la Covid-19**

<b>¿Por qué medios de comunicación usted se ha informado sobre las medidas de circulación vehicular en los meses de la pandemia Covid-19?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Radio</b>	-	-
<b>Televisión</b>	34	4%
<b>Prensa Escrita</b>	-	-
<b>Redes Sociales</b>	101	75%
<b>Ninguno</b>	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 2. Medios de comunicación para transmitir información acerca de la Covid-19**

Fuente: Heredia, 2021

Al preguntarles sobre los medios de comunicación que han utilizado durante la pandemia para poder informarse sobre las novedades, cambios y ajustes dados en la seguridad y circulación vial en general, el 75% de los transportistas encuestados, señalaron que el medio de comunicación que mayormente utilizan para informarse sobre todo lo acontecido y las nuevas disposiciones que se

han implementado durante la pandemia han sido las redes sociales ya que tienen mayor acceso a este medio. Por otro lado, el 25% restante indicaron que la mayor información que han recibido durante todo este tiempo en pandemia ha sido a través de las noticias y demás información dada a través de este medio informativo.

Ciertamente el papel de los medios de comunicación ha sido clave durante el periodo de la pandemia, cada uno de estos ha aportado información necesaria para mantener el control, la seguridad y propiciar la salud de la población. Este nuevo escenario ha permitido que los medios de comunicación se conviertan en aliados de los diversos actores que conforman la sociedad., brindando las herramientas necesarias.

**Dimensión:** Tipos de mensajes

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en función de los indicadores que la conforman esta dimensión, permitiendo analizar los tipos de mensajes comunicativos que se han utilizado dentro del cantón Milagro.

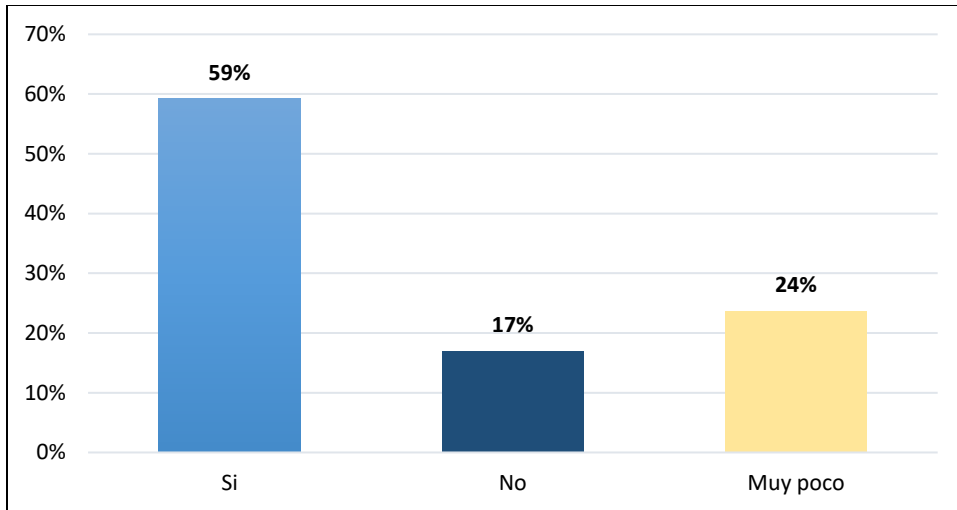
Tabla 4:

**Reconocimiento de la situación local de la Covid-19**

<b>¿Cree usted que los mensajes sobre seguridad vial transmitido por los medios de comunicación han permitido reconocer la situación local de la Covid-19?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Si</b>	80	59%
<b>No</b>	23	17%
<b>Muy poco</b>	32	24%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 3. Reconocimiento de la situación local de la Covid-19**

Fuente: Heredia, 2021

Se ha hecho evidente que los medios de comunicación utilizados dentro del cantón el milagro, han facilitado la información referida a los avances y demás cambios que se han experimentado de manera local en esta región. Según la opinión de los transportistas, los mensajes transmitidos dentro del cantó han especificado la nueva situación vivida en relación con la pandemia, dejando claro las restricciones que se impusieron tanto para transeúntes como para chores, destacando que se informaron sobre horarios de circulación y demás acciones tomadas.

Los mensajes de seguridad vial deben estar alineados a la proyección de medidas que permitan alcanzar mejores condiciones de vida para los habitantes. Durante la pandemia, se ha hecho relevantes mensajes que han impulsado no solo en la prevención de riesgos por accidentes en las vías, sino la importancia del autocuidado dentro de este contexto.



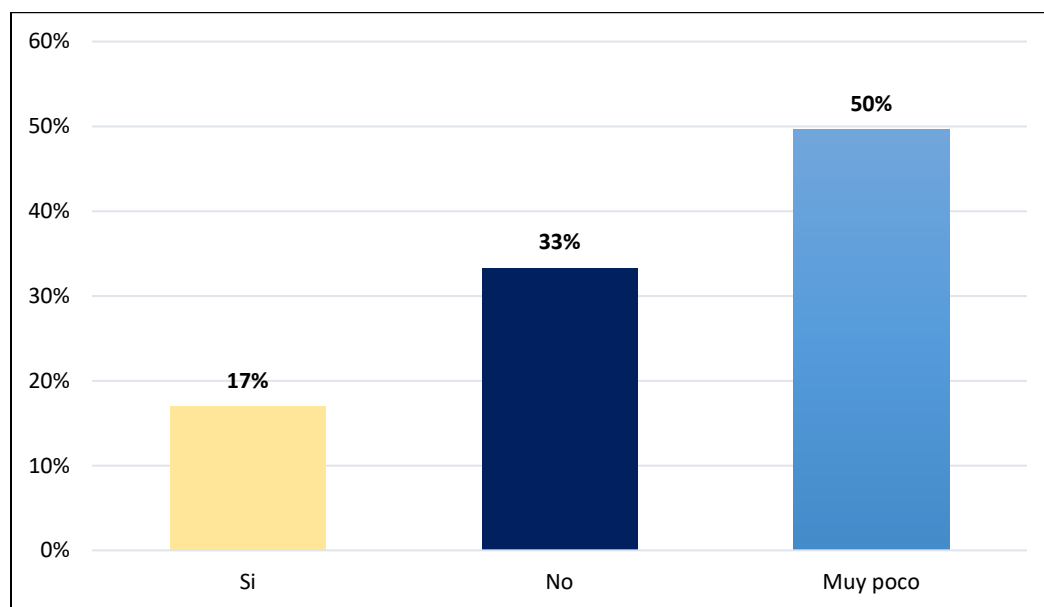
Tabla 5:

**Fortalecimiento de las regulaciones sobre la Covid-19 a través de los mensajes compartidos por los medios de comunicación**

<b>¿Los mensajes compartidos por los medios de comunicación han reforzado las regulaciones locales sobre comportamiento vial en tiempo de Covid-19?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Si</b>	23	17%
<b>No</b>	45	33%
<b>Muy poco</b>	67	50%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 4. Fortalecimiento de las regulaciones sobre la Covid-19 a través de los mensajes compartidos por los medios de comunicación**

Fuente: Heredia, 2021

Desde las apreciaciones de los sujetos encuestados, se puede observar que el 83% considera que a pesar de que se han desarrollado mensajes para transmitir la situación de la pandemia, sus

restricciones y demás medidas, estos consideran que no se han obtenido mejoras con relación a la seguridad y control vial, ya que se siguen presentando diversas colisiones, violaciones de la señalización, entre otras irregularidades en este ámbito. Solo el 17% manifestaron que este tipo de mensajes si han reforzado las regulaciones locales sobre seguridad vial.

Durante tiempos de crisis, han de tomarse acciones y aplicar estrategias que optimicen el funcionamiento de los componentes que conforman la sociedad, indiferentemente cual sea el área, se debe buscar en todo momento la operatividad efectiva de los sistemas sociales, para poder dar respuesta a las necesidades de las comunidades y lograr la prevención y control de la situación dada.

**Dimensión:** Manejo de estrategias comunicacionales.

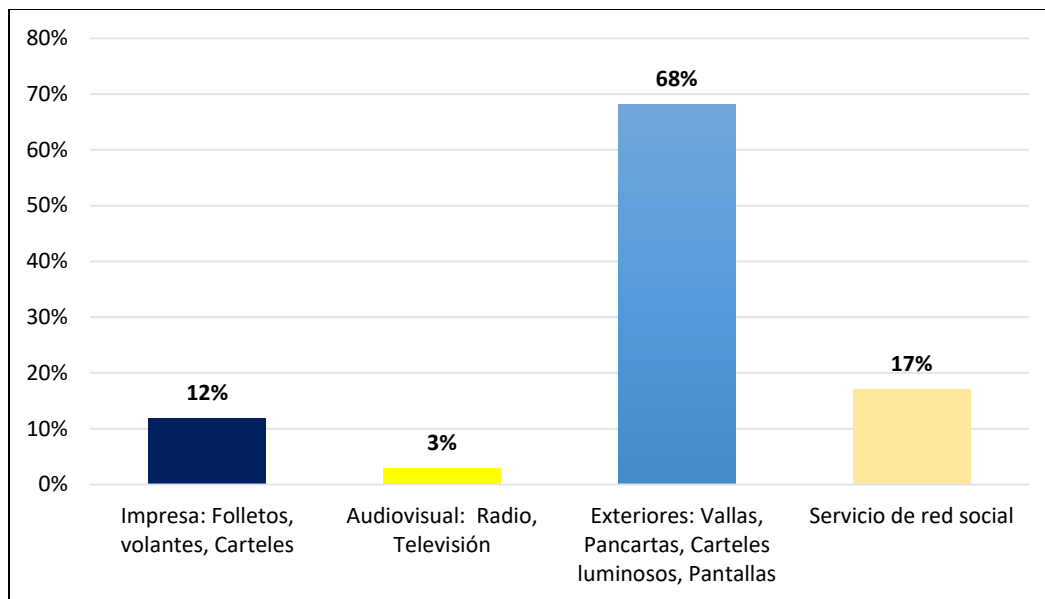
Tabla 6:

**Estrategias de comunicación para generar una conducta responsable**

<b>¿Qué estrategia de comunicación cree usted sería más efectiva para generar una conducta responsable y de respeto por las normas de seguridad vial?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Impresa:</b> Folletos, volantes, Carteles	18	12%
<b>Audiovisual:</b> Radio, Televisión	12	3%
<b>Exteriores:</b> Vallas, Pancartas, Carteles luminosos, Pantallas	92	68%
<b>Servicio de red social</b>	23	17%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 5. Estrategias de comunicación para generar una conducta responsable**

Fuente: Heredia, 2021

Al analizar las alternativas presentadas para la selección de los transportistas encuestados, las respuestas de estos se inclinaron notablemente hacia la implementación de estrategias de comunicación de exteriores, destacando la importancia de fortalecer aún más el sistema informativo del cantón el Milagro a través de vallas, pancartas, carteles luminosos y pantallas que se puedan visualizar tanto por los peatones como por los choferes. Consideran que contar con esta información en las vías, se hace mucho más efectiva para generar una conducta responsable, ya que, al estar visualmente la señalización, el mensaje y la reflexión, es más probable el cumplimiento de estos requerimientos.

Así mismo, se pudo observar que el 17% de los sujetos estudiados consideran que las redes sociales representan el medio más efectivo para crear una conducta responsable en la sociedad, ya que ellos refieren que la población tiene un acceso continuo a este instrumento y que de manera contante se encuentra conectados a la información transmitida.

Otros de los encuestados, el 12%, señalaron que las estrategias impresas, como folletos, volantes y carteles serían muy propicios para difundir la información sobre la seguridad vial y así generar una conducta de responsabilidad. Solo el 3% creen que la revisión y la radio son estrategias efectivas para generar este tipo de aptitud en la población.

Estas reflexiones permiten entender, que la efectividad de los sistemas de seguridad vial y el proceso de educación para propiciar conductas responsables y consientes en tiempos de crisis, requiere del trabajo conjunto de todas las estrategias implementadas por los medios de comunicación, es importante reforzar a nivel general las medidas, las normativas y decisiones que se toman en base a la prevención y cuidado de la vida. Cada una de estas estrategias proporcionan lineamientos que permiten llegar a la ciudadanía conforme sus necesidades, por lo que, se deben impartir mensajes que puedan llegar a todos los tipos de públicos.

**Variable: Educación en seguridad vial:**

**Dimensión:** Responsabilidad social

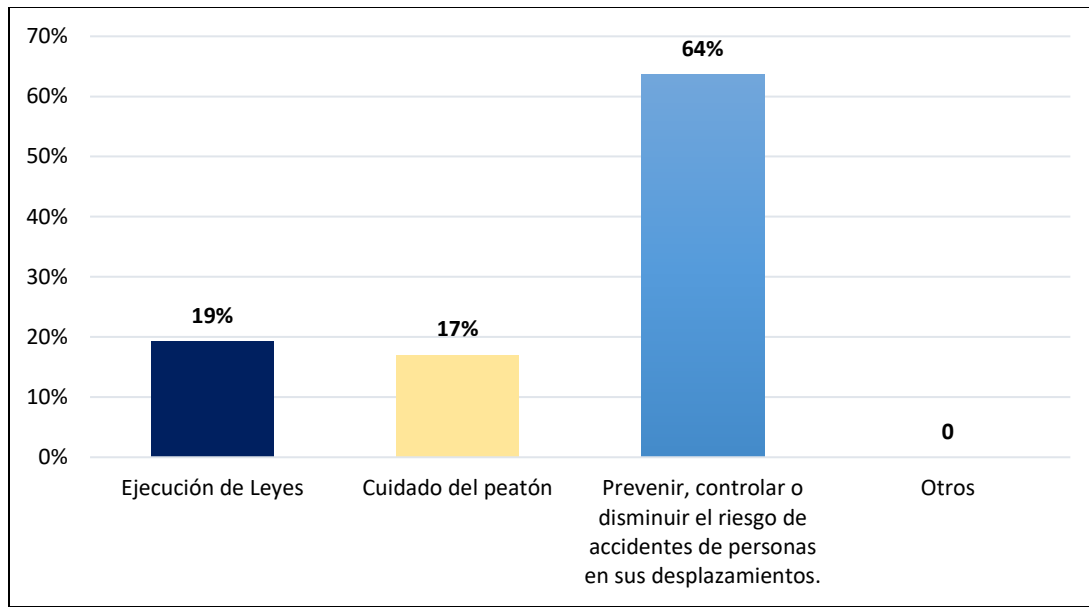
Tabla 7:

**Conocimiento sobre la seguridad vial**

<b>¿Qué entiende por seguridad vial?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Ejecución de Leyes</b>	26	19%
<b>Cuidado del peatón</b>	23	17%
<b>Prevenir, controlar o disminuir el riesgo de accidentes de personas en sus desplazamientos.</b>	67	64%
<b>Otros</b>	-	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 6. Conocimiento sobre la seguridad vial**

Fuente: Heredia, 2021

Al indagar sobre el conocimiento que poseen las transportistas sobre la seguridad vial, la mayoría coincidieron en que este sistema incluye el control, la prevención o disminución de los riesgos que se presentan dentro del cantón Milagro sobre accidentes viales, y que proporciona las medidas necesarias para lograr mejores condiciones en las vías.

Otros de los sujetos manifestaron en un 19% que hablar de seguridad vial, es entender que existen una gran cantidad de normas y leyes que regulan las actividades dentro de este sistema, que deben ser cumplidas y respetadas para evitar tantos accidentes y consecuencias incluso fatales.

El resto de los encuestados (8%) establecieron que a su criterio personal cuando se habla de seguridad vial consideran que les dan más importancia a los peatones

**Variable: Educación en seguridad vial:**

**Dimensión:** Responsabilidad social.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos para la variable educación en seguridad vial, analizando las dimensiones e indicadores que la componen y que fundamental el desarrollo de este estudio.

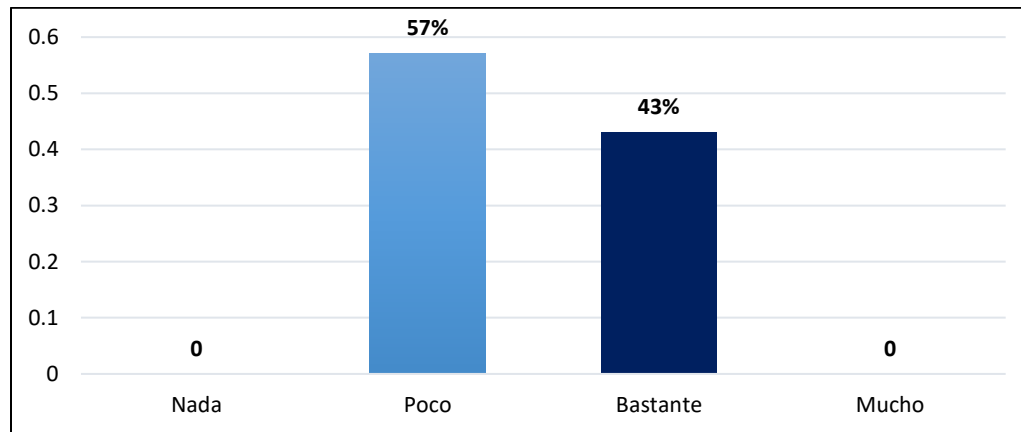
Tabla 8:

**Conocimiento sobre la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial**

<b>¿Conoce usted acerca de la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Nada</b>	-	73%
<b>Poco</b>	77	27%
<b>Bastante</b>	58	-
<b>Mucho</b>	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 7. Conocimiento sobre la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial**

Fuente: Heredia, 2021

Tener una adecuada comprensión sobre las normativas que rigen la seguridad vial se hace indispensable para el buen funcionamiento del sistema social, sin embargo, al analizar los resultados obtenidos en tabla y gráfico anterior el 57% de los sujetos estudiados manifestaron que los mismos poseen poco conocimiento de lo que sobre la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, lo que a su parecer los limita en el cumplimiento de las normas y condiciones que se plantean dentro de la gestión vial.

Asimismo, se evidenció que un porcentaje representativo de los transportistas (43%), opinan que, si tienen conocimiento sobre esta ley, manifestando que se hace importante no solo por el hecho de entender cuáles son las acciones que se deben o no realizar, sino también conocer acerca de la imposición de multas y demás sanciones a los que se están expuestos por la violación de las normativas y reglas que rigen la seguridad vial.

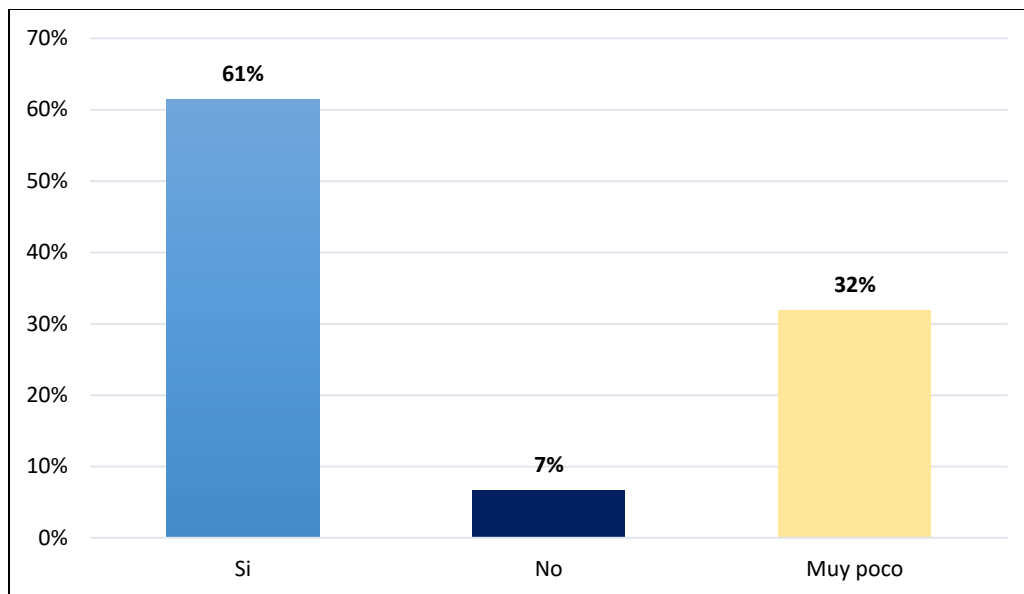
Tabla 9:

**Incidencia de la falta de conocimiento las leyes de tránsito**

<b>¿Considera que la falta de conocimiento sobre las leyes de tránsito influye sobre los accidentes generados dentro del cantón Milagro?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Si	77	61%
No	8	7%
Muy poco	23	32%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 8. Incidencia de la falta de conocimiento las leyes de tránsito**

Fuente: Heredia, 2021

Al preguntarles su opinión sobre la incidencia de la falta de conocimientos de las leyes de tránsito, la mayoría de los sujetos coincidieron en que indudablemente tener un efectivo conocimiento de estas leyes permite optimizar la prevención y reducción de accidentes dentro del cantón Milagro, sin embargo, según su percepción este conocimiento deber ir acompañado de conciencia y buenas acciones, donde se conjuguen el conocimiento y la actuación como ciudadanos responsables.

Es por esto, que el resto de los transportistas consideran que el hecho de tener conocimiento sobre las leyes que rigen la seguridad vial no garantiza totalmente que se prevengan o reduzcan accidentes, ya que cualquier persona puede conocer artículo por artículo de la ley, pero al transitar no tienen responsabilidad, prevención y prudencia, y se siguen presentando los mismos riesgos. No obstante, opinan que deberían reforzarse la educación sobre seguridad vial en esta área ya es necesario fomentar el cumplimiento fiel de estas normativas.



**Dimensión:** Campañas de concientización

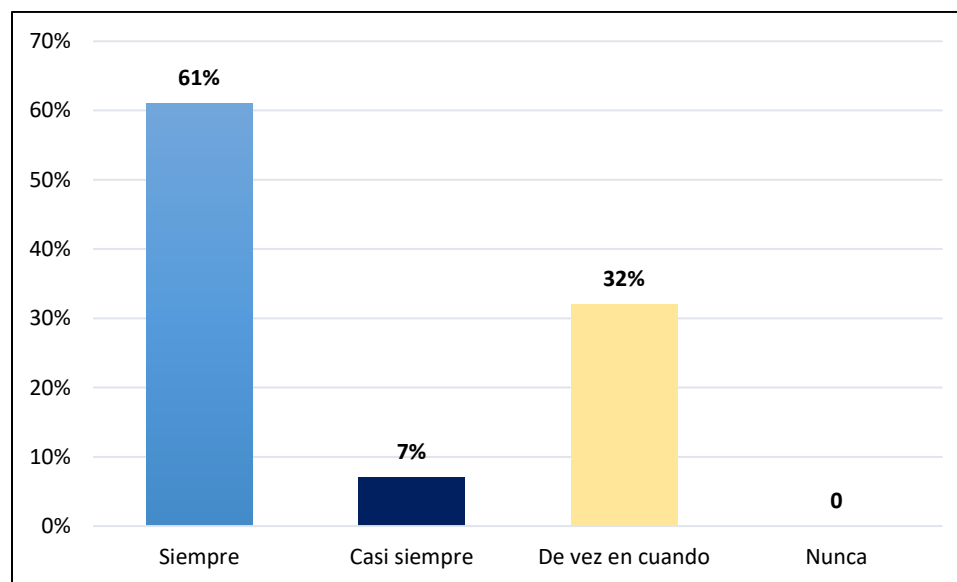
Tabla 10:

**Campañas de concientización**

<b>¿Dentro del cantón el Milagro se desarrollan campañas de concientización acerca de la seguridad vial?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Siempre</b>	13	10%
<b>Casi siempre</b>	18	13%
<b>De vez en cuando</b>	104	77%
<b>Nunca</b>	-	.
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 9. Campañas de concientización**

Fuente: Heredia, 2021

Los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta permitieron conocer que dentro del cantón el milagro no se desarrollan continuamente campañas de concientización acerca de la seguridad vial, según la opinión de los transportistas en su antoría (77%) manifestaron que en los años que tienen laborando en el servicio de transporte de esta ciudad, han sido muy pocas las campañas sociales que se han puesto en marcha para educar a la población sobre la importancia de la seguridad vial. Solo algunos de los encuestados consideran siempre o casi siempre se realizan este tipo de campañas.

Diseñar y poner en práctica una campaña de seguridad vial es sumamente relevante para las sociedades, ya que a través de estas se impulsa la educación necesaria para generar conciencia en la ciudadanía sobre la importancia de prevenir accidentes viales. Es a partir de esta que los medios de comunicación deben orientar sus esfuerzos en difundir mensajes que ofrezcan orientación y recomendaciones.

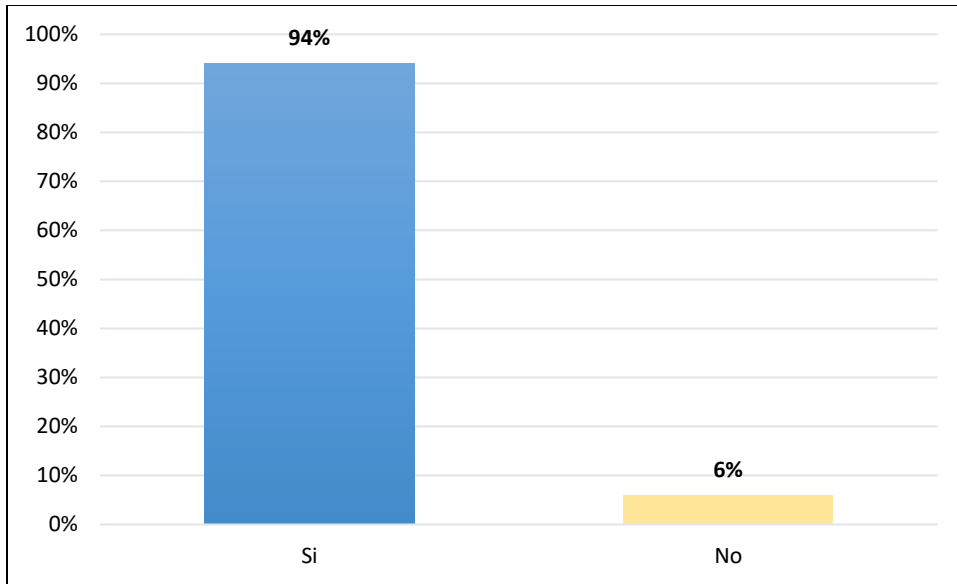
Tabla 11:

**Importancia de las Campañas de concientización**

<b>¿Considera que este tipo de campañas son importantes para concientizar a la ciudadanía acerca de la seguridad vial?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Si</b>	13	10%
<b>No</b>	18	13%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 10. Importancia de Campañas de concientización**

Fuente: Heredia, 2021

A criterio de la mayoría de la población estudiada (77%) este tipo de campañas son necesarias para recordarles a los ciudadanos los deberes y derechos dentro del cantón Milagro en relación con la seguridad vial y permiten incentivar la participación responsable de la ciudadanía en temas de seguridad vial. Por lo que consideran que se deben seguir reforzando este tipo de acciones, ya que en los años que tienen laborando dentro de esta ciudad, se siguen observando infracciones y accidentes de manera continua, sobre todo en estos tiempos cuando se han producido constantes colisiones y accidentes por el uso del celular y la no utilización del cinturón de seguridad.

Por otra parte, se visualiza que el 13% restante consideran que las estrategias de comunicación desarrolladas no permiten crear conciencia en la población, ya que se han observado comportamientos indebidos no solo de los choferes que laboran en esta ciudad, sino también de los peatones que normalmente comenten infracciones como, por ejemplo, no respetar los pasos peatonales y señales de tránsito.

Concientizar y prevenir los principales factores de riesgos que se presentan, es una tarea que incluye la participación del Estado, de las empresas privadas, de los medios de comunicación y de la comunidad, que aborda el desarrollo de políticas públicas emanadas en el fomento de la seguridad vial y que se consolida con las estrategias de comunicación diseñadas para incidir en el comportamiento social de manera positiva y en pro del bienestar general.

**Dimensión:** Difusión de mensajes en medios de comunicación.

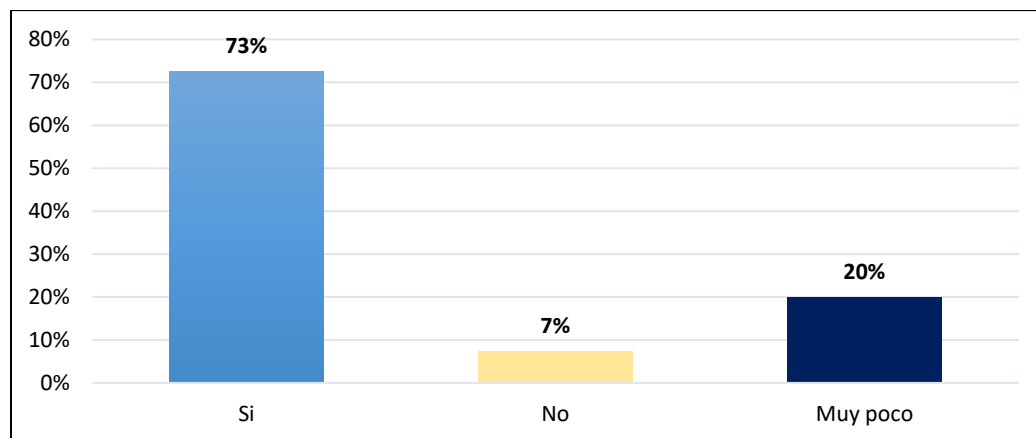
Tabla 12:

**Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el control de infracciones viales**

<b>¿Los mensajes difundidos por los medios de comunicación local inciden en el control de infracciones viales dentro del Cantón el Milagro?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Si</b>	13	10%
<b>No</b>	18	13%
<b>Muy poco</b>	104	77%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 11. Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el control de infracciones viales**

Fuente: Heredia, 2021

Desde la opinión de los transportistas, en su mayoría (73%), consideran que los distintos mensajes que se difunden por los medios de comunicación en el cantón Milagro si inciden en el control de infracciones, ya que al estar informando a los ciudadanos sobre las normas y reglas que rigen la seguridad vial, especialmente las multas a las que están expuestos como choferes y peatones previenen muchas acciones para evitar faltar a las leyes de tránsito.

Ahora bien, el 27% de los encuestados, indicaron que estos mensajes muy pocas veces o nunca influyen en el comportamiento de los ciudadanos, ya que a su parecer siempre se están presentando accidentes, irrespeto a las normativas y situaciones que propician los factores de riesgos.

Cada uno de los mensajes que son transmitidos por los medios de comunicación masiva constituyen una fuente de educación y formación, que buscan contribuir a la adquisición de conocimientos y saberes, que este caso, se refieren a los lineamientos que conforman la seguridad vial, dando a conocer todos y cada uno de los elementos que la conforman, de manera tal que se pueda generar un impacto en el comportamiento de la sociedad.

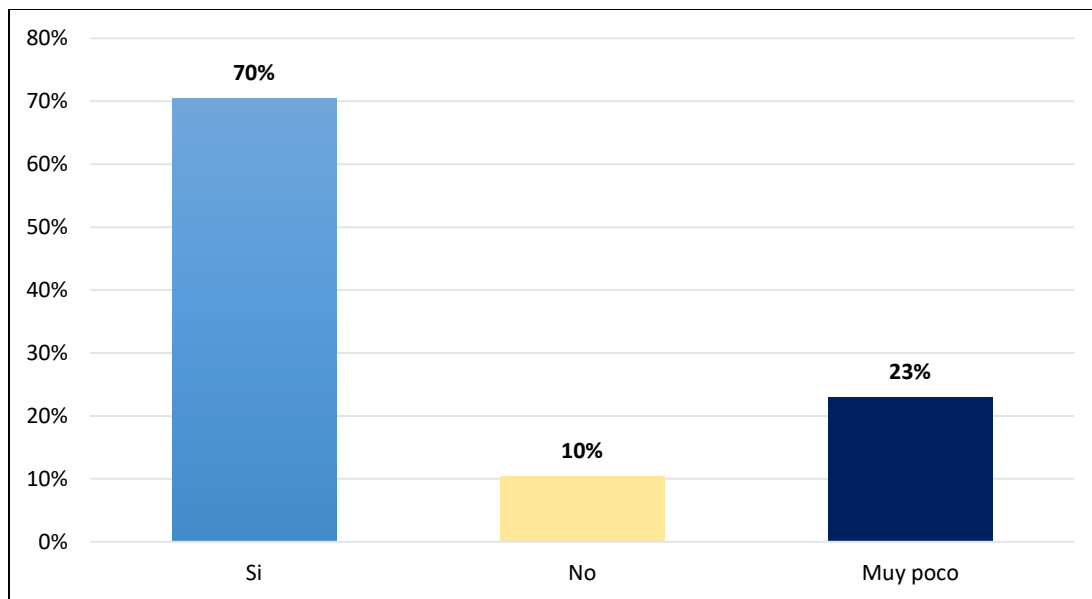
Tabla 13:

**Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el esfuerzo local para la prevención de la Covid-19**

<b>¿Actualmente la difusión de los mensajes sobre seguridad vial en tiempos de Covid-19 han ayudado al esfuerzo local para prevenir la propagación del virus?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Si</b>	95	70%
<b>No</b>	14	10%
<b>Muy poco</b>	31	23%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 12. Incidencia de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local en el esfuerzo local para la prevención de la Covid-19**

Fuente: Heredia, 2021

Los resultados obtenidos reflejan que el 95% de los encuestados señalan que la participación de los medios de comunicación ha sido crucial en estos momentos de Covid-19, los mensajes difundidos por los medios de comunicación han permitido ampliar el conocimiento limitado que se tenía sobre este virus, además de conocer las distintas acciones tomadas por los gobiernos, es especial por el ecuatoriano, para mitigar los efectos mortales de esta enfermedad. Por lo tanto, estos mensajes han ayudado a comprender la situación y tomar las medidas de precaución necesarias para evitar la propagación del virus y las acciones sobre la seguridad vial en estos tiempos.

El porcentaje restantes, es decir el 33%, manifestó que estos mensajes muy poco o nunca permiten la prevención del virus, para ellos, hay muchas personas que no han tomado conciencia de la situación, circulan por las calles sin precaución, choferes que transitan con las ventanillas

abajo si usar sus tapabocas, muchos que no respetan las medidas que se han impuesto para el control del virus, entre otros.

Estas percepciones dejan en manifiesto, que, aunque el estado en conjunto con otras organizaciones y demás actores que participan en el control y seguimiento de la seguridad vial durante estos tiempos de crisis, se siguen cometiendo infracciones que atentan contra la seguridad colectiva. Sin embargo, las acciones tomadas y los mensajes difundidos por los medios de comunicación siguen siendo la clave para prevención de los factores de riesgos en la propagación de la Covid-19.

**Dimensión:** Prevención

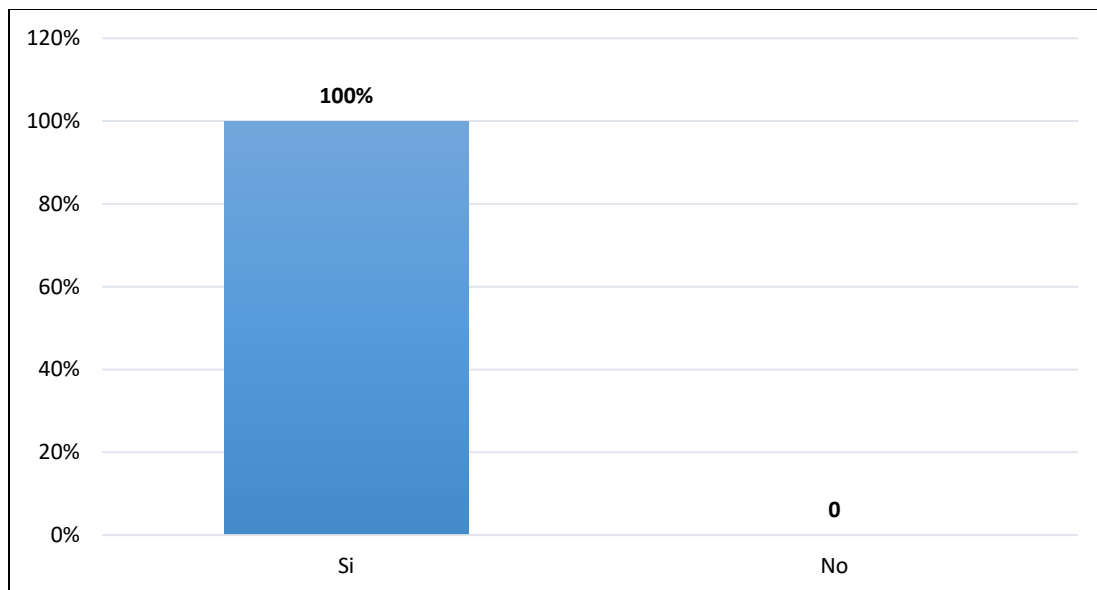
Tabla 14:

**Desarrollo de nuevas acciones comunicaciones para el fortalecimiento de la seguridad vial en el cantón el Milagro**

<b>¿Considera que se deberían desarrollar nuevas acciones comunicacionales para fortalecer la seguridad vial dentro del cantón el Milagro?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>Si</b>	135	100%
<b>No</b>	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 13. Desarrollo de nuevas acciones comunicaciones para el fortalecimiento de la seguridad vial en el cantón el Milagro**

Fuente: Heredia, 2021

Como se puede evidencia en los resultados plasmados en la tabla 15 y figura 14, la totalidad de los transportistas (100%), manifiestan que es sumamente importante seguir reforzando las acciones para fomentar la educación ciudadana sobre la seguridad vial.

Este tipo de instrumentos deben ser constantemente actualizados, para que permitan refrescar los conocimientos de la población sobre los principios, normas y lineamientos que engloban todo el sistema vial del cantón Milagro, más aún en estos últimos meses donde a raíz de la pandemia se han vislumbrado nuevos cambios en la sociedad, que lamentablemente ha impulsado al mundo a convivir con nuevas reglas y normas de convivencia.



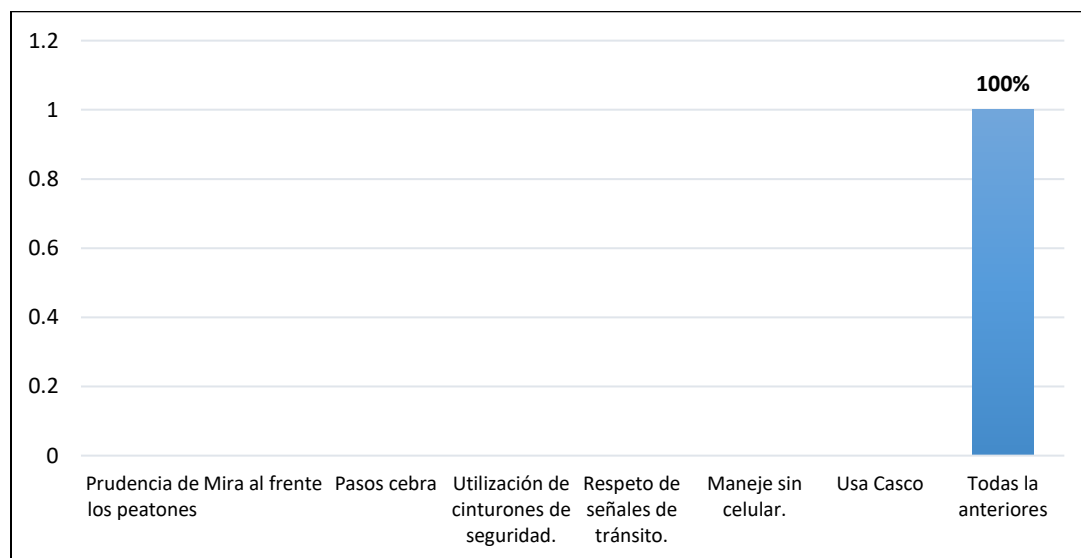
Tabla 15:

**Mensajes de las compañías de seguridad vial difundidos por los medios de comunicación local.**

<b>¿Qué tipo de mensajes deberían incluir las campañas de seguridad vial difundidas por los medios de comunicación locales?</b>		
<b>Alternativas de respuestas</b>	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Prudencia de los peatones	-	-
Mira al frente	-	-
Pasos cebra	-	-
Utilización de cinturones de seguridad.	-	-
Respeto de señales de tránsito.	-	-
Maneje sin celular.	-	-
Usa Casco	-	-
Todas la anteriores	135	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Nota: Datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en el cantón el Milagro.

Fuente: Heredia, 2021



**Figura 14. Mensajes de las compañías de seguridad vial difundidos por los medios de comunicación local.**

Fuente: Heredia, 2021

Finalmente, todos los transportistas encuestados, coinciden no solo en la importancia de desarrollar campañas comunicativas para fomentar la educación vial, sino que las mismas deben contener mensajes significativos que incentiven a la población y les recuerde mantener una conducta de responsabilidad, que incluya prudencia peatonal, concientización de los choferes, respeto a las señales de tránsito, respeto a las autoridades, uso de los elementos de seguridad, como cascos para los motorizados, cinturón, entre otros.

La idea fundamental que se persigue con este tipo de campaña es crear mensajes que rompan las barreras de la irresponsabilidad y fomente la creación de lugares más seguros, disminuyendo esas malas costumbres que inciden directamente en el bienestar social y los diversos riesgos a los cuales se está expuesto en el transitar vial. Así mismo, es de interés general fomentar y promover un cambio de cultura, que inste a la población del cantón Milagro al cuidado y a la prevención, más aún en estos tiempos donde la crisis exige la concientización y respeto de parte de todos.

## **PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

### **Título de la propuesta**

Campaña de comunicación para fortalecer la educación vial de los ciudadanos del cantón Milagro en tiempos de pandemia.

### **Política**

Promover, desarrollar y mantener acciones de prevención en riesgos viales, donde toda la comunidad, organizaciones públicas e instituciones privadas participen de manera responsable con la finalidad de disminuir los accidentes y propiciar una cultura de responsabilidad a las normas y leyes establecidas para mantener el orden vial.

### **Objetivos:**

#### **Objetivo General de la propuesta**

Difundir a través de una campaña comunicacional la importancia de la Educación y Seguridad Vial en tiempos de la Covid-9, para evitar sanciones, muertes y accidentes en el cantón Milagro.

#### **Objetivos Específicos**

- Fomentar en la ciudadanía general la importancia de que tiene la seguridad vial para el respeto de la vida.
- Lograr educar a la población milagreña en general, en materia de seguridad vial y prevención de la Covid-19 mediante estrategias comunicacionales que permitan identificar los riesgos inmersos.
- Promover el bienestar social a través del cumplimiento de las normas de tránsito de los lineamientos establecidos para el autocuidado y prevención de la Covid-19.

## **Beneficiarios**

Los beneficiarios directos de esta propuesta son todos los habitantes del cantón el milagro debido a que ellos al tener un mayor sobre las acciones que deben realizar o no podrán hacer frente a los diversos riesgos que se presentan en las vías y el cuidado que deben mantener para la prevención de la Covid-19, lo cual les permitirá tener una vida más tranquila, sabiendo que el lugar que habitan es un espacio seguro para vivir.

Así mismo, se beneficiarán las personas que visitan el lugar podrán verse mayormente incentivados de visitar el sector para comprobar o corroborar los cambios que se han realizado luego de haber adquirido conocimientos acerca de cómo prevenir riesgo en caso de alguna catástrofe, el lugar puede mejorar físicamente e incluso puede verse más atractivo para las personas que muy a menudo suelen acudir a visitar a sus familiares o amigos.

El desarrollo de esta propuesta se hace relevante, ya que actualmente el en cantón Milagro se registran cifras elevadas de infracciones viales, que incluyen accidentes graves que producen incluso la muerte, además, con los cambios establecidos por las nuevas medidas implementadas como consecuencia de la pandemia de la Covid-19, ha generado nuevos retos en el sistema vial del cantón Milagro, escenario que impulsó la búsqueda de otras formas de organización vial para evitar las aglomeraciones en el transporte público, así como cumplir con las normas de bioseguridad.

Por esta razón se considera elemental y necesario proponer y desarrollar una campaña que tienda a disminuir las infracciones y accidentes viales, pero que a la vez inste a la ciudadanía en la prevención de la Covid-19 y así evitar la propagación de este virus, instando a nuestros conciudadanos a una mejor concienciación de las leyes y normas que nos rigen.

## Dimensiones de la propuesta

La presente propuesta se encuentra conformada por una serie de dimensiones que direccionan el desarrollo de la misma, tal y como se plantea en la siguiente imagen:



**Figura 15. Dimensiones de la propuesta**

Fuente: Heredia, 2021

### **1. Canales de comunicación**

Para la difusión de la campaña publicitaria se emplearán diversos canales de comunicación como emisoras de radio, comunicados de prensa, redes sociales y ballas promocionales.

## **2. Tipos de mensajes que se difunden**

Los mensajes difundidos estarán dirigidos a optimizar la Gestión institucional, propiciar mejoras en el comportamiento de la comunidad, resaltar la importancia de mantener un vehículo seguro, así como la infraestructura vial y sobre todo, los mensajes estarán dirigidos especialmente a generar reflexión de la importancia de la seguridad en las vías del Cantón Milagro.

## **3. Manejos de estrategias comunicacionales**

El manejo de las estrategias comunicacionales en la campaña propuestas, se fundamenta a través de la planificación, organización y control de las diversas acciones desarrolladas para fomentar la seguridad vial dentro del cantón Milagro, buscando llegar a cada uno de los ciudadanos tanto peatonales como conductores.

## **4. Responsabilidad Social**

El buen funcionamiento de los recursos va a permitir que se logre conseguir una comunicación efectiva sobre la prevención de los riesgos viales y la prevención de la Covid-19, el cual debe ser alcanzado con efectividad y eficiencia, teniendo presente continuamente la difusión de mensajes para que la población que tengan un entendimiento muchísimo más extenso acerca del asunto y las que no para que se logren tomar conciencia de estos asuntos.

A través de esta propuesta se busca mejorar la calidad de vida de las personas del cantón Milagro, haciéndoles conocer las situaciones de riesgo por las cuales pueden atravesar y como deben actuar antes de que suceda alguna situación no favorable, el cual disminuirá los casos y permitirá tener mayores conocimientos acerca de la Seguridad Vial y las nuevas normativas que se han implementado para hacer frente a la pandemia de la Covid-19 es relevante que la población

De la misma manera, al optimizar la calidad de vida de estas personas ellas van a ver sus capacidades desde otras perspectivas, incentivándolas a implementar negocios o pequeños

emprendimientos que atraigan el turismo al lugar, lo cual, como sabemos, es una fuente muy segura de ingresos para el país, ya que al ver como se encuentra en la actualidad puede verse favorecida estos negocios, que no solamente generaría turismo, sino empleo para las personas que luego de la cuarentena perdieron sus empleos y no consiguen una fuente de ingreso ni un nuevo empleo para poder sobrellevar su economía personal.

### **5. Campañas de concientización**

La campaña que se propone a través de esta investigación se fundamenta en una serie de acciones encaminadas a difundir de manera consciente sobre la seguridad vial dentro del cantón Milagro, tratando de fomentar conocimientos, conductas y hábitos en la comunidad sobre el uso efectivo de las vías y la importancia de la prevención de riesgos viales.

### **6. Difusión de mensajes en medios de comunicación**

La difusión de mensajes que se propone a través de esta campaña está dirigida a reforzar la información existente sobre seguridad vial en el cantón Milagro, incidir en nuevos pensamientos que incluyan mayor compromiso y responsabilidad, impactar notablemente en el comportamiento ciudadano a través de recomendaciones, pautas y concientización direccionados al cumplimiento de las normas nacionales y que permita alcanzar un adecuado nivel de educación en esta área, utilizando medios gráficos, audiovisuales, radiales y educativos, entre otros.

### **7. Prevenciones**

Uno de los objetivos principales que se quiere alcanzar a través de esta campaña es la prevención de incidentes viales y la minimización de sus efectos en la comunidad del Cantón Milagro, por lo cual a través de los mensajes difundidos por los medios de comunicación local se busca generar una cultura de cambio, donde el respeto y cumplimiento de las normativas de tránsito dentro de esta ciudad contribuye a la prevención de accidentes.

## **Estrategias Tácticas de la propuesta**

La campaña propuesta se fundamenta en estrategias claves para la difusión de la información.

- Mensajes motivadores y con un gran impacto emocional, que permitan reflexionar sobre la gran cantidad de accidentes viales ocurridos dentro de la ciudad el Milagro donde incluso han perdido la vida algunos ciudadanos.
- Ideas sobre el comportamiento, haciendo alusión a los ciudadanos que conducen y transitan responsablemente y el gran impacto positivo de estos sobre la seguridad en el Milagro.
- Imágenes impactantes, donde se pueda transmitir las consecuencias de la irresponsabilidad de algunos conductores o transeúntes al no respetar las normas.
- Imágenes sobre la señalización, para fortalecer la educación vial, tratando de optimizar el reconocimiento de las normativas de tránsito.

## **Fundamentación de la propuesta**

El desarrollo de esta propuesta se hace relevante, ya que actualmente en el cantón Milagro se registran cifras elevadas de infracciones viales, que incluyen accidentes graves que producen incluso la muerte, además, con los cambios establecidos por las nuevas medidas implementadas como consecuencia de la pandemia de la Covid-19, ha generado nuevos retos en el sistema vial del cantón Milagro, escenario que impulsó la búsqueda de otras formas de organización vial para evitar las aglomeraciones en el transporte público, así como cumplir con las normas de bioseguridad.

Por esta razón se considera elemental y necesario proponer y desarrollar una campaña que tienda a disminuir las infracciones y accidentes viales, pero que a la vez inste a la ciudadanía en la prevención de la Covid-19 y así evitar la propagación de este virus, instando a nuestros conciudadanos a una mejor concienciación de las leyes y normas que nos rigen.



## Descripción de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se elabora un logo representativo de la campaña, conformado por un carro llamado SEGUVIAL el cual refleja la importancia de la seguridad vial en medio de la crisis de la Covid-19 de cual tendrá los siguientes colores: blanco y rojo, los mismos que simbolizan seguridad, luz, bondad, limpieza, confianza, sabiduría, energía y acción; las letras serán de color azul oscuro (conocimiento, poder, serenidad, integridad) y blanco (luz, bondad, inocencia, pureza, frescura), el slogan **“La Seguridad en tus Manos: Que tu objetivo sea la prevención”**, igual se incluye una señal de tránsito preventiva que indica la proximidad de un peligro, esta irá de color amarillo, color que indica prevención y las letras de color negro por elegancia o formalidad; el mismo formará parte de una publicidad televisiva. La tipografía que utilizamos para la campaña es ARIAL BLACK.

De la misma manera, esta campaña se transmitirá en forma semanal a través de un programa radial y comunicados de prensa con información alusiva a la seguridad vial.

Una vez que hemos definido los elementos con los que vamos a trabajar planteamos los lugares donde se va a ejecutar el proyecto: puntos estratégicos de las principales calles de Milagro como paraderos de buses, semáforos en sitios conflictivos y otros; esto en cuanto a la entrega de trípticos, y los comunicados de prensa, programas radiales y publicidad televisiva (se realizarán en medios de comunicación local).

La planificación de la campaña de seguridad vial se presenta dentro de un marco de tiempo de 18 meses, tiempo en el cual los mensajes serán difundidos diariamente, incluyendo los siguientes lineamientos:

Tabla 16:

**Planificación de la Campaña de comunicación sobre seguridad vial**

<b>MEDIO</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Banner	60x170cm	Punto estratégico de Milagro
Gigantografía	250x80cm	Punto estratégico de Milagro
Troquel (Adhesivos)	15x15cm	Punto estratégico de Milagro
Folletos	25x21cm	Punto estratégico de Milagro
Volantes	21cmx15	Punto estratégico de Milagro
<b>MEDIO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Publicidad Auditiva	00:00:45	Punto estratégico de Milagro
Publicidad Radial	00:00:25	Emisoras de Radio
Publicidad Televisiva	00:01:20	Canales de televisión

Nota: Fuente: Heredia, 2021

**Impacto**

El desarrollo de esta campaña de educación vial produce dos impactos:

En lo positivo se establece la aceptación del conglomerado de la población del cantón Milagro despertando la curiosidad de quienes desconocen los aspectos referidos a Seguridad Vial.

En lo negativo, relacionado al desinterés y poca importancia que la ciudadanía le da a la Educación Vial, y hay quienes son indiferentes a este tipo de actividades.

**Medición y evaluación de la propuesta**

Se evaluará a partir del comportamiento de la ciudadanía durante el desarrollo de la Campaña de Educación y Seguridad Vial dentro del cantón Milagro, lo cual se evidenciará a través de los resultados sobre accidentes viales y las infracciones relacionadas. De esta manera, es necesario el uso de medios adecuados de evaluación de la campaña de publicidad. Si se va a utilizar la prevención/reducción de accidentes como una medida, entonces el intervalo de tiempo debe ser lo suficientemente grande como para recoger los efectos. Igualmente, para la evaluación se emplearán otras medidas que pueden incluir: gusto popular por un mensaje, opinión popular de la efectividad del mensaje y opinión de expertos sobre la efectividad del mensaje.

La información obtenida debe ser retroalimentada en el diseño de futuras campañas para que haya un proceso dinámico de mejora.

## Diagrama representativo de la Propuesta

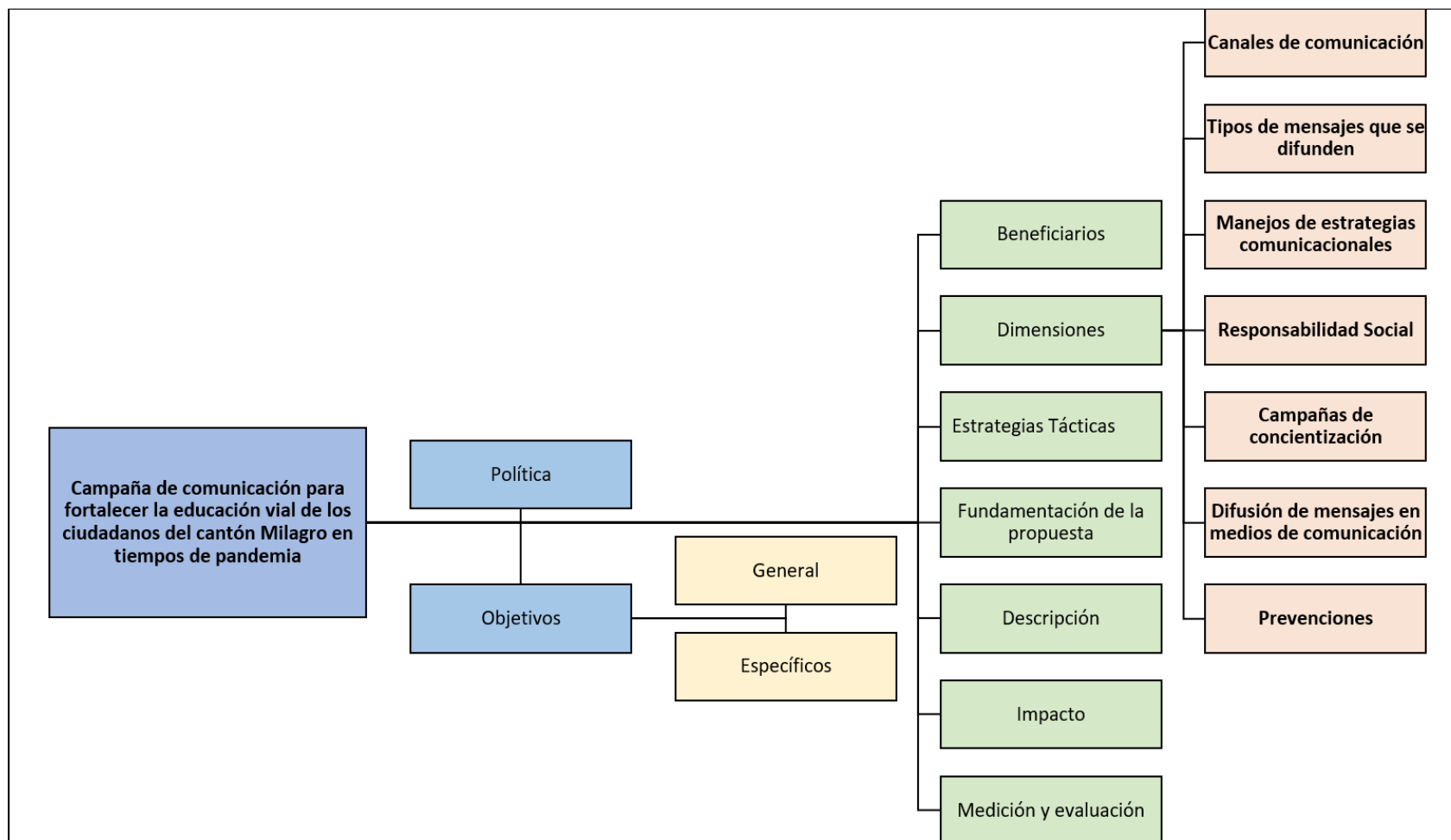


Figura 16. Diagrama de la propuesta

Fuente: Heredia, 2021

## CONCLUSIONES

El desarrollo de esta investigación ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:

- En relación al primer objetivo dirigido a diagnosticar la situación actual del sistema de seguridad vial en el cantón Milagro, estableciendo el impacto de la pandemia Covid-19, se pudo evidenciar que las medidas aplicadas durante la pandemia generaron grandes cambios en el sistema vial de la ciudad, llevando a la necesidad de fortalecer las acciones necesarias para mantener el control de la movilidad, lo cual aunado a la ya existente problemática sobre accidentes viales e incumplimiento de las señales de tránsito, se ha agudizado la problemática en esta área, por lo que se requiere el desarrollo de acciones para fortalecer este sistema.

- Así mismo, en cuanto al segundo objetivo, enfocado en determinar la importancia de la gestión comunicativa como herramienta para la formación ciudadana en seguridad vial durante tiempos de pandemia, se estableció, que este tipo de estrategias refleja un elemento fundamental para el fortalecimiento de esta dentro de la sociedad, ya que la misma es el principal vehículo para el éxito de la gestión preventiva y el cuidado dentro de la comunidad. De ahí que, los estados deben desarrollar una efectiva gestión comunicativa que les permita influir en las actitudes ciudadanas para tomar conciencia de los riesgos y de las medidas preventivas en torno a esta temática.

- Por otra parte, a través de los resultados obtenidos se pudo comprobar a través del alcance del tercer objetivo, que los medios de comunicación tienen una gran incidencia en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempos de crisis, proporcionan modelos de conducta que impactan las actuaciones de los ciudadanos dirigidas al cumplimiento y respeto

de las normas viales y de tránsito, así como también, en la prevención y cuidado ante la presencia de la pandemia por Covid-19.

- De esta manera, al evidenciarse el gran impacto que ha generado la pandemia por Covid-19, y en función del cumplimiento del cuarto objetivo, se hace imperante diseñar las estrategias principales de una campaña de comunicación que fortalezca el conocimiento de la seguridad vial a través de los medios de comunicación en el cantón el milagro, a través de las cuales se propicien conductas responsables y de cumplimiento para así evitar accidentes viales y demás infracciones que afectan el entorno social del Cantón el Milagro.

## RECOMENDACIONES

Luego de establecer las conclusiones se establecen las siguientes recomendaciones:

- Se hace necesario la implementación de mecanismos de seguimiento y evaluación que permita medir el impacto de las estrategias en los actores viales de la ciudad de Milagro.
- Se sugiere la implementación de una política pública que promueva el enfoque de educación vial en los planes, programas y estrategias de cultura y seguridad vial.
- A la ciudadanía, se le sugiere cumplir con las normativas y reglas establecidas para mantener la seguridad vial dentro del Cantón
- Finalmente, se recomienda poner en práctica la propuesta planteada en esta investigación para desarrollar una campaña publicitaria a través de los medios de comunicación local que permitan fortalecer la educación sobre seguridad vial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Favela Martínez, M. (2016). *El rol de los medios de comunicación en el regimen democrático.* .
- Feo Acevedo, C., & Feo Istúriz, O. (2013). Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. *Revista Scielo.*
- Alcaldia de Milagro. (2020). *Ordenanza GADMM #12 -2020.* Milagro .
- Apolo, D., Pauker, L., Baez, V., & Pasquel, G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y practica. *Revista Latina de Comunicación Social.*
- Argudo, P. (31 de Marzo de 2017). *inform@UVa.* Obtenido de <http://www.informauva.com/periodismo-la-seguridad-vial-la-mano/>:  
<http://www.informauva.com/periodismo-la-seguridad-vial-la-mano/>
- Atarama, T., & Cortez, C. (2015). La gestión de la reputación digital en las universidades: Twitter como herramienta de la comunicación reputacional en las univerisdades peruanas. *Revista Dialnet.*
- Becerra , G., & Arreyes , V. (2013). Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann. *Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad.*
- Besalú, R. (2020). *Pandemia y medios de comunicacion convencionales.*
- Bohigas, P. A. (2020). La ética durante las crisis sanitarias: a propósito de la pandemia. *Revista Scielo.*
- Bolunta. (2020). *Bizcaia* . Obtenido de Bolunta :  
<https://bolunta.org/servicios/asesoramientogestion-asociativa/manual-de-comunicacion/comunicacion-externa-comunicacion-interna-y-externa/la-comunicacion-mediatica/>

- Campo, A. (10 de 05 de 2007). *Stop de accidente de tránsito*. Obtenido de IV foro contra la violencia vial:  
<https://stopaccidentes.org/uploads/file/IV%20FORO/INAUGURACION.pdf>
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo, Colección Libros de la empresa*. Chile. Obtenido de  
[https://www.redalyc.org/journal/290/29062641009/html/#redalyc\\_29062641009\\_ref6](https://www.redalyc.org/journal/290/29062641009/html/#redalyc_29062641009_ref6)
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, S. A.
- Catalan, D. (2020). La comunicación sobre la pandemia de la Covid-19 en la era digital: a era digital: manipulación informativa, fake news y redes sociales. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*.
- CDC. (11 de Septiembre de 2020). *Centros para el control y la prevención de enfermedades*. Obtenido de Salvamos vidas: <https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/prevention.html>
- Cirigliano, C. ((s/f)). *rrppnet.com*. Obtenido de  
<https://www.rrppnet.com.ar/gestiondelacomunicacion.htm>
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos* . (8 de Abril de 2020). Obtenido de metropolis:  
<https://www.uclg.org/es/temas/experiencia-de-aprendizaje-en-vivo-beyondtheoutbreak>
- COE, S. G. (2020). *Reactivación para el transporte aéreo y terrestre*. Quito.
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). *Art 83*. Quito : Ecuador .
- Costa, C. (2015). *Un estudio sobre el uso de las redes sociales como un discurso contrariado a una campaña publicitaria*. Madrid: Universidad Complutense Madrid .
- Costa, J. (1999). *La comunicación es acción* . Barcelona : PAIDÓS .
- Crespo, I., & Garrido, A. (2020). La pandemia del coronavirus: Estrategias de comunicación de crisis. *Revista Dialnet*.
- Domínguez, F. B. (2006). *Filosofía de la Comunicación*. Venezuela: Impreso en la República Bolivariana de Venezuela.



- El Comercio, c. (24 de Marzo de 2020). *Coronavirus en Ecuador: Un ABC de la cuarentena, restricciones, teletrabajo*. Obtenido de El Comercio.com: <https://www.elcomercio.com/actualidad/coronavirus-cuarentena-ecuador-teletrabajo-salvoconductos.html>
- Espinoza, E. (2015). *Análisis de los procesos de comunicación, para el diseño multimedia en educación vial dirigida a niños y niñas de las unidades educativas del cantón antonio Ante*. Facultad de educación, Ciencia y Tecnología, Universidad Técnica del Norte. Universidad Técnica. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5093/1/05%20FECYT%202659%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Fernández, J. (s/f). *Medios de comunicación, difusión de valores y alfabetización digital*. Universidad Carlos III de Madrid. Obtenido de [http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/medios\\_de\\_comunicacion\\_difusion\\_de\\_valores\\_y\\_alfabetizacion\\_digital.pdf](http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/medios_de_comunicacion_difusion_de_valores_y_alfabetizacion_digital.pdf)
- Fernández, J., Ávila, A., & Milanés, R. (2017). Asistida por tecnología 3D: Un modelo de su enseñanza - aprendizaje. *Universidad - Sociedad*, 130-134.
- Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Latina*.
- García, D. y Smolak, E. (2013). Comunicación de crisis, compilación y revisión de teorías Y taxonomías prácticas desde una perspectiva cualitativa. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752943002>
- Gobierno de la República del Ecuador . (2020). *Decreto Ejecutivo* . Quito : Presidencia de la República del Ecuador .
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Camino Gallego, M. d. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporanea española. *Revista Signo y Pensamiento*.

- Hernandez, R., & Fernandez, C. y. (2014). Definición del alcance de investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. *Metodología de la investigación.*, 88-101.
- Hidalgo, P., & Andrade, A. (2019). Los retos de la libertad de expresión en la era digital. *Enfoques de la Comunicación.*
- Isaias, O., & Hernandez, G. (2013). Investigando la comunicación en crisis. *Resita Razon y Palabra.*
- Jaime, M. (2016). *Guía docente de educación en seguridad vial.* Obtenido de <https://silo.tips/download/guia-docente-de-educacion-en-seguridad-vial>
- Jimenez , A. (2007). *La comunicacion empresarial en situaciones de crisis.* Barcelona: Universidad Autonoma de Barcelona.
- Jordán, F., Ramos, R., & Vega, G. (2016). Educación vial masiva gratuita para la prevención. *Revista Ciencia e Investigación.*
- Kelly, A., Cain, G., Paranaiba, G., & Brown, A. (2017). *Informar sobre Seguridad Vial.* Francia: Pulitzer Center.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (2004). *Administración: una perspectiva global.* México.: McGraw-Hill.
- La Hora. (20 de Marzo de 2020). *Milagro se aísla en Guayas para frenar el Covid - 19.* Obtenido de LA HORA: <https://lahora.com.ec/santodomingo/noticia/1102313117/milagro-se-aisla-en-guayas-para-frenar-el-Covid-19>
- Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial. (2014). *Artículo 9.* Asamblea Nacional Constituyente. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>
- LIDERMAN. (2017). <https://www.liderman.com>. Obtenido de <https://www.liderman.com.pe/>
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Scielo*, 09(8), 69-74. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

- Lopez, P. (2015). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Revista Scielo*.
- Luca, S. -d. (2002). Transitando: Algunas herramientas para el docente sobre Educación vial. *Revista Iberoamericana de Educación*.
- Maldonado, R., & Mejia, W. (2016). *Diseño de una multimedia interactiva para la enseñanza - aprendizaje de Educación vial en los estudiantes de primero de Educación Básica de la Escuela Concentración Deportiva*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Marín, F. (2005). Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales. Crisis, emergencias y negociación. . *Communication & Society* , 206.
- Márquez, M. (2020). *Pandemia ha devuelto la importancia de los medios de comunicación*. Recuperado el 9 de 27 de 2021, de Gaceta: <http://www.gaceta.udg.mx/pandemia-ha-devuelto-la-importancia-de-los-medios-de-comunicacion/>
- Martinez , G., & Lopez, M. (2014). LAS FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA DE UNA PERSONA MAYOR. *Revista de Comunicación de la SEECI* .
- Martínez Nicolás, M., & Saperas Lapiedra, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81921340019.pdf>
- Martínez Nicolás, M., & Saperas Lapiedra, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81921340019.pdf>
- Martínez, M. d. (2015). El rol de los medios de comunicación en el régimen democrático... *Sexto Certamen de Ensayo Político*.
- Maslow, A. (1987). *Teorías de la personalidad* .
- Moreno, M. (2011). Introducción a la metodología de la investigación. Editorial Progreso. México.
- McLuhan, M. (Diciembre de 2005). La teoría de la comunicación de Marshall McLuhan. (Canadiense, Ed.) *Palabra clave* . Obtenido de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5598/html>

- Mendoza, A., Mendoza, M., & Abarca, E. (2015). *Campañas de seguridad vial para el mejoramiento del comportamiento del factor humano*. Sanfandila: imt.
- Ministerio de Educación. (2016). *Guía docente para trabajar la educación vial en el aula* . Quito.
- Montoro, L., Useche, S., Lijarcio, J., & Llamazares, J. (2020). *Estudio sobre los problemas, riesgos y accidentes de los conductores de transporte profesional durante el Covid - 19*. Valencia : FENADISMER.
- Morales, S. S. (2016). Comunicación mediática y procesos de identificación: una construcción gramática y ritual . *Revista Athenea Digital* , 247-269.
- Moreno, P., Contreras, J.& Román, A. (2021). Medios de comunicación, redes sociales y virus del miedo, durante la pandemia de COVID-19. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 53, 148-160.
- MSP. (2016). *Bioseguridad para los establecimientos de salud* . Quito: Ministerio de Salud Pública .
- Naranjo, A. (2015). *Comunicación visual y su influencia en la seguridad vial como prevención en accidentes de tránsito dirigido al gobierno autónomo descentralizado Duran*. Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13941/1/Alejandro%20tesis%20corre.pdf>
- Obras Publicas . (2015). *Reglamento general para la aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Quito : Ediciones legales .
- Oller, M. (2017). *La comunicación mediática en Ecuador. Características de la prensa de referencia* . La Habana: Palmira Chavero.
- OMS. (2020). *COVID-19 e inocuidad de los alimentos: orientaciones para las empresas alimentarias* .
- Organización Panamericana de la Salud. (2018). *Nuevo informe de la OMS destaca que los progresos han sido insuficientes en abordar la falta de seguridad en las vías de tránsito del mundo*. Ginebra. Obtenido de [https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14857:new](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=14857:new)

-who-report-highlights-insufficient-progress-to-tackle-lack-of-safety-on-the-world-s-roads&Itemid=1926&lang=es

- Pacheco , C. (2017). Educación vial en la era digital: cultura vial y educacion permanente. *Revista Dialogos sobre educacion*.
- Pacheco, C. (2017). Educación vial en la era digital: cultura vial y educación permanente. . *Diálogos sobre Educación*.
- Paladines, F., Yaguache, J., & Altamirano, V. (2015). Gestión de la comunicación estratégica en las organizaciones: enfoque ecuatoriano e internacional. *Revista Razón y Palabra*.
- Pérez, W. (2020). *Los medios de comunicación y la seguridad vial*. España: STOP Accidentes.
- Pico Merchán, M. E., González Pérez, R. E., & Noreña Aristizábal, O. P. (2011). SEGURIDAD VIAL Y PEATONAL: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA DESDE LA POLÍTICA PÚBLICA. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Pico, M., González, R., & Noreña, O. (2011). *Seguridad vial y peatonal: Una aproximación teórica desde la política pública*. Colombia: Hacia la promoción de salud.
- Pingaud , D., & Poulet, B. (2006). Obtenido de [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/0603\\_PINGAUD\\_POULET\\_ESP-2.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/0603_PINGAUD_POULET_ESP-2.pdf)
- Pozo, J. C. (2014). *Influencia De Los Medios De Comunicación En El Comportamiento De Los Estudiantes*.
- Programa Línea Directa. (2012). *La seguridad vial en los medios de comunicación españoles*. Madrid.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. . Barcelona : Gedisa.
- Rivadeneira, E. (2017). Lineamientos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa en ciencias sociales. *Revista ULADECH - In Crescendo*.
- Robles, L., & Torres, A. (2012). *Diseño de una estrategia de comunicación para incentivar el uso apropiado de las normas de tránsito en el Municipio de Aguachica*. Ocaña .

- Rodriguez, Y., & Del Pino, T. (2017}). Rutas para una gestión estratégica y articulada de la información y la comunicación en contextos organizacionales. *Revista Scielo*.
- Rojas, O. (2013). La comunicación en momentos de crisis. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Roman, G., Alvarez, M., Perez , E., & Dosil, M. (2020). El rol de los Medios de Comunicación en Situaciones de Crisis Sanitaria. La Percepción de la Población en torno al Control y las Normas Sociales durante la Pandemia del COVID-19. *Revista Latina de Comunciacion Social*.
- Rosal, A. (2015). *Campaña de Comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar*. Trabajo de grado, Universidad Rafael Landino. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/01/Rosal-Andrea.pdf>
- Rosmary Pratto, A. F. (2008). *Guia de educación en seguridad vial para profesores y tutores de primaria*. Lima: JB Grafic EIRL. Jr. Las Anemonas 772, Lima 36. Obtenido de <https://www.mtc.gob.pe/cnsv/documentos/Guia%20Ed.Vial%20Primaria.pdf>
- Salazar, S., & Prieto, P. (2015). Gestión y administración de la comunicación institucional en Twitter. *Revista Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*.
- Salvaror De León. (2008). Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática. *Nueva Época*, 145 -174.
- Saura, P., & Garcia , F. (2010). La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial. *Revista Icono*.
- Scolari, C. A. (2018). *ADOLESCENTES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURAS COLABORATIVAS. APROVECHANDO LAS COMPETENCIAS TRANSMEDIA DE LOS JÓVENES EN EL AULA*. Barcelona-España.
- Soengas, X. (2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Revista Ambitos* .

- Sola-Morales, S. (2016). COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN: UNA CONSTRUCCION DRAMATICA Y RITUAL. *Revista Athenea Digital*.
- Talavera, A. (2004). *Diagnóstico de las áreas, servicios y talleres del DIF de San Andrés*. México.
- Tencio Blanco, C. B. (2018). Una alternativa para la formación vial. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Teran, O., & Aguilar, J. (2018). MODELO DEL PROCESO DE INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA OPINIÓN PÚBLICA. *Revista Redalyc*.
- Terrón, J. M. (2004). *Introduccion a las teorias de la comunciacion y la informacion* . España.
- Torres, C. (2015). *PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL PARA PROMOVER EL TURISMO FOMENTANDO EL ARTE Y LA CULTURA EN EL CANTÓN MILAGRO*. Guayaquil.
- Trillos, J. y Cuello, M. (2020). Gestión de la comunicación y cultura vial en instituciones educativas de Barranquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 106-129. Obtenido de [https://www.redalyc.org/journal/290/29062641009/html/#redalyc\\_29062641009\\_ref16](https://www.redalyc.org/journal/290/29062641009/html/#redalyc_29062641009_ref16)
- Túñez López, M., Valdiviezo Abad, C., & Martinez, Y. (2015). Las redes sociales en la gestión de la comunicación universitaria. *Revista Opcion*.
- Tuñez, M., Costa, C., & Miguez, M. (2017). Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*.
- Turbo, R. (Junio de 2018). <http://www.revistaturbo.com>. Obtenido de <http://www.revistaturbo.com>: <http://www.revistaturbo.com/noticias/asi-fue-el-primer-accidente-automovilistico-de-la-historia-887>
- UCLG. (15 de Abril de 2020). *metropolis*. Obtenido de HABITAT: [https://www.uclg.org/sites/default/files/eng\\_briefing\\_technology\\_es.pdf](https://www.uclg.org/sites/default/files/eng_briefing_technology_es.pdf)
- Vasquez, J. (2013). MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACTITUDES EN UNA SOCIEDAD MEDIATICA GLOBAL. *REVISTA PSICOLOGIA POLITICA*.

Vilain, M. A. (2012). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Revista Reflexiones*.



## ANEXOS

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**SISTEMA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**Estimado:**

A continuación, se presentan una serie de planteamientos, a través de los cuales se pretende recolectar la información necesaria para el desarrollo de la investigación titulada: **“Los medios de comunicación y su influencia, en el fomento de la educación en seguridad vial en tiempo de crisis en el cantón Milagro”**, exigida como trabajo de titulación para la obtención del grado de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación.

Por lo que, se solicita su valiosa colaboración, a través de la cual usted debe responder objetivamente según considere, seleccionando las alternativas de respuestas señaladas, marcando con una X en el espacio en blanco correspondiente según sea su caso.

Responda con la mayor objetividad y serenidad, este el instrumento es evaluado de forma anónima, es decir, usted no tiene que identificarse, ni ofrecer algún dato que le pueda comprometer.

Agradeciendo su participación,

Atentamente:

**Lic. Xiomara Heredia Leal**

**ANEXO 1**

**ENCUESTA**

**Usted como Taxista, Chofer de Bus o Interprovincial:**

<b>Variable: Medios de comunicación y su influencia:</b>				
<b>Dimensión: Canales de comunicación</b>				
<b>No.</b>	<b>Ítems</b>			
<b>1</b>	<b>¿Tiene conocimiento sobre los tipos de comunicación usados en el cantón el milagro para dar a conocer las leyes de tránsito?</b>			
	Nada <input type="checkbox"/>	Poco <input type="checkbox"/>	Bastante <input type="checkbox"/>	Mucho <input type="checkbox"/>
<b>2</b>	<b>¿Por qué medios de comunicación usted se ha informado sobre las medidas de circulación vehicular en los meses de la pandemia COVID-19?</b>			
	Radio			<input type="checkbox"/>
	Televisión			<input type="checkbox"/>
	Prensa escrita			<input type="checkbox"/>
	Redes sociales			<input type="checkbox"/>
	Ninguno			<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión: Tipos de mensajes</b>				
<b>3</b>	<b>¿Cree usted que los mensajes sobre seguridad vial transmitido por los medios de comunicación han permitido reconocer la situación local de la Covid-19?</b>			
	Si			<input type="checkbox"/>
	No			<input type="checkbox"/>
	Muy poco			<input type="checkbox"/>
<b>4</b>	<b>¿Los mensajes compartidos por los medios de comunicación han reforzado las regulaciones locales sobre comportamiento vial en tiempo de Covid-19?</b>			
	Si			<input type="checkbox"/>
	No			<input type="checkbox"/>

	Muy poco		<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión:</b> Manejo de estrategias comunicacionales.			
<b>No.</b>	<b>Ítems</b>		
<b>5</b>	<b>¿Qué estrategia de comunicación cree usted sería más efectiva para generar una conducta responsable y de respeto por las normas de seguridad vial?</b>		
	Impresa (Folletos, volantes, Carteles)		<input type="checkbox"/>
	Audiovisual (Radio, Televisión)		<input type="checkbox"/>
	Exteriores (Vallas, Pancartas, Carteles luminosos, Pantallas)		<input type="checkbox"/>
	Servicio de red social		<input type="checkbox"/>
<b>Variable: Educación en seguridad vial:</b>			
<b>Dimensión:</b> Responsabilidad social.			
<b>6</b>	<b>¿Qué entiende por seguridad vial?</b>		
	Ejecución de Leyes		<input type="checkbox"/>
	Cuidado del peatón		<input type="checkbox"/>
	Prevenir, controlar o disminuir el riesgo de accidentes de personas en sus desplazamientos.		<input type="checkbox"/>
	Otros		<input type="checkbox"/>
<b>7</b>	<b>¿Conoce usted acerca de la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial?</b>		
	Nada <input type="checkbox"/>	Poco <input type="checkbox"/>	Bastante <input type="checkbox"/>
			Mucho <input type="checkbox"/>
<b>8</b>	<b>¿Considera que la falta de conocimiento sobre las leyes de tránsito influye sobre los accidentes generados dentro del cantón Milagro?</b>		
	Si		<input type="checkbox"/>
	No		<input type="checkbox"/>
	Muy poco		<input type="checkbox"/>
<b>9</b>	<b>¿Las instituciones educativas que se encuentran en el cantón el Milagro desarrollan programas para promover masivamente la cultura de prevención de riesgos y responsabilidad vial?</b>		
	Si		<input type="checkbox"/>
	No		<input type="checkbox"/>

	Muy poco	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión:</b> Campañas de concientización		
<b>No.</b>	<b>Ítems</b>	
<b>10</b>	<b>¿Dentro del cantón el Milagro se desarrollan campañas de concientización acerca de la seguridad vial?</b>	
	Siempre	<input type="checkbox"/>
	Casi siempre	<input type="checkbox"/>
	De vez en cuando	<input type="checkbox"/>
	Nunca	<input type="checkbox"/>
<b>11</b>	<b>¿Considera que este tipo de campañas son importantes para concientizar a la ciudadanía acerca de la seguridad vial?</b>	
	Si	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
	Muy poco	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión:</b> Difusión de mensajes en medios de comunicación.		
<b>12</b>	<b>¿Los mensajes difundidos por los medios de comunicación local inciden en el control de infracciones viales dentro del Cantón el Milagro?</b>	
	Si	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
	Muy poco	<input type="checkbox"/>
<b>13</b>	<b>¿Actualmente la difusión de los mensajes sobre seguridad vial en tiempos de Covid-19 han ayudado al esfuerzo local para prevenir la propagación del virus?</b>	
	Si	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
	Muy poco	<input type="checkbox"/>

<b>Dimensión: Prevención</b>		
<b>14</b>	<b>¿Considera que se deberían desarrollar nuevas acciones comunicacionales para fortalecer la seguridad vial dentro del Cantón el Milagro?</b>	
	Si	<input type="checkbox"/>
	No	<input type="checkbox"/>
<b>15</b>	<b>¿Qué tipo de mensajes deberían incluir las campañas de seguridad vial difundidas por los medios de comunicación locales?</b>	
	Prudencia de los peatones	<input type="checkbox"/>
	Mira al frente	<input type="checkbox"/>
	Pasos cebra	<input type="checkbox"/>
	Utilización de cinturones de seguridad.	<input type="checkbox"/>
	Respeto de señales de tránsito.	<input type="checkbox"/>
	Maneje sin celular.	<input type="checkbox"/>
	Usa Casco	<input type="checkbox"/>
	Todas la anteriores	<input type="checkbox"/>

ANEXO 2

INCÓNO DE LA CAMPAÑA: “LA SEGURIDAD EN TUS MANOS”



ANEXO 2



**BANNER DE  
CAMPAÑA**

**LA  
SEGURIDAD  
EN TUS  
MANOS  
(60X170 cm)**

ANEXO 4

GIGANTOGRAFÍA DE CAMPAÑA LA SEGURIDAD EN TUS MANOS





ANEXO 5  
ADHESIVO DE CAMPAÑA  
LA SEGURIDAD EN TUS MANOS



(15X15cm)



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **HEREDIA LEAL XIOMARA JOSEFINA** con C.C: # 0923606594 autor/a del **trabajo de titulación: “LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA, EN EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN EN SEGURIDAD VIAL EN TIEMPO DE CRISIS EN EL CANTÓN MILAGRO”** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **16 de marzo del 2022**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **XIOMARA JOSEFINA HEREDIA LEAL**

C.C: **0923606594**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA, EN EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN EN SEGURIDAD VIAL EN TIEMPO DE CRISIS EN EL CANTÓN MILAGRO		
<b>AUTOR(ES)</b>	HEREDIA LEAL XIOMARA JOSEFINA		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	MGS. TERESA KNEZEVICH PILAY, PHD		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	16 de marzo del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	107
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Medios de Comunicación		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Seguridad Vial, Gestión Comunicativa, Covid-19		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras):			
<p>Este trabajo de investigación tuvo como objetivo diseñar una campaña de comunicación a través de los medios de comunicación locales para fortalecer la educación vial de los ciudadanos del cantón Milagro en tiempos de pandemia, con el propósito de gestionar estrategias efectivas de comunicación. El enfoque de esta investigación es mixto. Se desarrolla de manera cualitativa porque ayudó a la recopilación y análisis de información la cual ha sido obtenida de diversas fuentes bibliográficas y documentales, y cuantitativo, ya que se analizan los diversos datos resultados de las encuestas aplicadas a 135 transportistas de la ciudad. Los resultados obtenidos permitieron evidenciar que las medidas aplicadas durante la pandemia generaron grandes cambios en el sistema vial de la ciudad llevando a la necesidad de fortalecer las acciones necesarias para mantener el control de la movilidad y la seguridad vial. Por lo tanto, se recomienda poner en práctica la propuesta presentada, cuyas estrategias puedan a impactar la conducta de los ciudadanos milagreños, a través de los medios de comunicación local.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b>	<b>E-mail:</b>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Directora: Dra. Irene Trelles Rodríguez		
	Asistente: Ing. Sindy Murillo		
	<b>Teléfono:</b> 0999358806		

	<b>E-mail:</b> maestria.periodismo.comunicacion@cu.ucsg.edu.ec
--	--

<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>	
---------------------------------------	--

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
---	--

<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
------------------------------	--

<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	
---	--