

1.5 CULTURA DE CORTESÍA EN LA VÍA PÚBLICA	
1.5.1 Antecedentes	13
1.5.2 La persona humana y su dignidad	14
1.5.3 La convivencia social	16
1.5.4 El carácter natural de la sociedad y su fin	17
1.5.5 Los derechos de la persona	19
1.5.6 Derechos que están en riesgo en la vía pública	20
1.5.7 Los valores en la conducta humana para conducir	22
1.5.7.1 Respeto	22
1.5.7.2 Solidaridad	24
1.5.7.3 Servicio	26
1.5.7.4 Tolerancia	28
1.5.7.5 Optimismo	29
1.5.8 Como se relacionan dentro de la convivencia social	30
1.5.9 Condición de la persona en el tránsito	32
1.6 QUÉ SE HA HECHO EN GUATEMALA	33
1.7 QUÉ SE HA HECHO EN OTROS PAÍSES	36
2. MARCO METODOLÓGICO	
2.1 MÉTODO	42
2.1.1 Investigación Exploratoria	42
2.1.2 Método Científico	42
2.1.3 Observación	43
2.1.4 Investigación descriptiva	43
2.1.5 Enfoque cualitativa y cuantitativa	43
2.2 POBLACIÓN	
2.2.1 Definición de población	44

2.3 MUESTRA	46
2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	
2.4.1 Instrumento de Investigación 1: Encuesta a conductores guatemaltecos	47
2.4.2 Instrumento de Investigación 2: Encuesta a conductores guatemaltecos para la estrategia de comunicación	47
2.4.3 Instrumento de Investigación 3: Entrevista a Jefe de la Policía Municipal de Tránsito	47
2.4.4 Instrumento de Investigación 4: Entrevista a diseñador gráfico con especialidad en publicidad	48
2.4.5 Instrumento de Investigación 5: Entrevista a especialista en educación en valores	48
2.4.6 Instrumento de Investigación 6: Guía de observación en la vía pública	48
2.5 PROCEDIMIENTO	
2.5.1 Etapa preparatoria	49
2.5.2 Etapa de campo	49
2.5.3 Etapa de análisis	50
3. ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	51
4. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	
4.1 Planteamiento de la necesidad	71
4.2 Brief creativo	71
4.2.1 Grupo Objetivo	71
4.2.1.1 Descripción geográfica del grupo objetivo	71

4.2.1.2 Descripción demográfica del grupo objetivo	71
4.2.1.3 Descripción psicográfica del grupo objetivo	72
4.2.2 El Cliente	72
4.2.2.1 Políticas de comunicación	72
4.2.2.2 Imagen actual	72
4.2.2.3 Posicionamiento	73
4.2.2.4 Recursos financieros	73
4.2.3 Objetivos de la comunicación	73
4.2.3.1 Objetivo general	73
4.2.3.2 Objetivos específicos	73
4.2.3.3 Información básica	73
4.3 Planteamiento de la propuesta de diseño	74
4.3.1 Concepto de diseño	74
4.3.2 El producto	74
4.3.3 Piezas y tabla de contenido	74
4.3.4 Imagen	76
4.3.5 El mensaje	76
4.3.6 Tono de la comunicación	78
4.3.7 Estrategia de emisión	78
4.3.8 Alcances y limitaciones del proyecto gráfico	78
4.3.9 Recursos para desarrollar el proyecto	79
5. DISEÑO Y CREATIVIDAD	
5.1 Fundamentación	80
5.1.1 Logotipo	80
5.1.2 Color	80
5.1.3 Elementos gráficos	81
5.1.4 Tipografía	81
5.1.5 Imágenes	82
5.1.6 Mensajes	82
5.1.7 Piezas de la campaña	83

5.1.7.1	Decálogo del buen conductor	83
5.1.7.2	Manual del buen conductor	84
5.1.7.3	Prensa	88
5.1.7.4	Mupies	91
5.1.7.5	Radio	93
5.1.7.6	Calcomanías	94
5.1.7.7	Circuito de autos	95
5.1.7.8	Gasolineras	98
5.1.7.9	Tiendas de gasolineras	100
5.1.7.10	Mantas en gasolineras	101
5.1.7.11	Botones	102
5.1.7.12	Mimos	103
5.2	Validación	104
CONCLUSIONES		105
RECOMENDACIONES		107
BIBLIOGRAFÍA		108
GLOSARIO		109
APÉNDICES		110
ANEXOS		117

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

MAPAS

1	Mapa de Guatemala	1
2	Territorio del departamento de Guatemala	2
3	Municipios del departamento de Guatemala	3

TABLAS

1	Población departamento de Guatemala	3
---	-------------------------------------	---

FOTOGRAFÍAS

1	Sin daños a terceros	34
2	No hay tiempo extra	35
3	Con la ley no se juega	35
4	Afiche	36
5	Brochure	37
6	Mimo	39
7	Cebra	39
8	Manta	40
9	Punto de Información	40
10	Tarjeta Ciudadana	40

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICAS

	Página
1 Edades de los conductores	51
2 Sexo de los conductores	51
3 Tipo de vehículo	52
4 Frecuencia para dar paso	53
5 Semáforo en amarillo, ud...	54
6 Para pedir vía, ud..	55
7 Actitud cuando otro vehículo cierra paso	56
8 Reacción inmediata	57
9 Existe necesidad de cambiar	58
10 Comportamiento del conductor	59
11 Señalización adecuada	60
12 Porqué suceden los accidentes viales	61
13 Cambio de actitud para reducir accidentes	62
14 Consulta la Ley de Tránsito	62
15 ¿Le gustaría recibir información?	63
16 Recordación de campañas anteriores	64
17 Medios que percibe al conducir	65
18 ¿Le gustaría recibir información de valores?	66
19 Preferencia de medios	67
20 ¿Cómo quiere la información?	68
21 ¿Cómo percibe mejor?	68
22 Color para campaña vial	69
23 Tipografía	70

INTRODUCCIÓN

Actualmente las personas que conducen por las vías públicas de la ciudad de Guatemala enfrentan el problema del “negativismo”: no dan paso, no disminuyen la velocidad para permitir que los rebasen, no respetan las señales de tránsito establecidas, no se parquean en los lugares determinados, no frenan al ver el semáforo en amarillo si no que más bien aceleran, por mencionar algunos ejemplos. Es una actitud defensiva y egoísta. Realmente han dejado de considerar a los demás conductores como parte de una comunidad vial.

Se conoce la necesidad de llegar de un lugar a otro en determinado tiempo. Sin embargo, no se reconoce o reflexiona que los conductores deben cambiar de actitud y fomentar una cultura de valores en la vía pública para crear un ambiente de amabilidad. El conductor debe dejar de pensar sólo en sus necesidades y considerar las de los demás actores de las arterias: ¿qué cuesta dejar pasar a un vehículo, darle vía a las camionetas que llevan a más pasajeros y dejar de bocinar por todo? De ésta manera se ayudará a transitar de una manera más amena, además de contribuir a descongestionar las vías y circular con mayor rapidez.

El objetivo principal es crear una campaña de concientización que promueva una cultura de amabilidad en la vía pública. Esto se hará, logrando que el conductor reflexione sobre la manera actual de conducir y mostrando actitudes que puede poner en práctica para llegar a una convivencia de amabilidad. No es hora de seguir quejándose o reclamando sobre la situación, culpar siempre a los demás y a la ineficiencia de los policías al tratar de ordenar la vía pública. Es momento de mejorar la conducta de los pilotos y construir una conducta vial prudente, cívica y segura.

El conductor guatemalteco provoca muchos accidentes en las vías de tránsito públicas por no querer seguir las normas establecidas por la ley lo que lo

hace conducir de forma imprudente. Muchos de estos accidentes resultan en trágicas muertes de más de una persona. Comúnmente se ve a los carros que se pasan los semáforos en rojo, se pasan los altos donde está indicado parar, manejan a velocidades muy por encima del límite, no utilizan el cinturón de seguridad, van distraídos y no prestan atención, ni respeto a la señalización establecida.

El mensaje a comunicar está basado en cinco valores fundamentales: el respeto, la solidaridad, el servicio, la tolerancia y el optimismo. En base a ellos se construyen frases y se dan consejos sobre cómo cada conductor puede ponerlos en práctica en las arterias de la ciudad.

Para la elaboración de la siguiente investigación se emplearon varias herramientas de recopilación de información tales como encuestas, entrevistas y observación de campo. Eso es porque hay muy poco material escrito sobre el tema tratado. Además, a lo largo del proceso se realizaron validaciones para comprobar la eficacia de la propuesta planteada.

El presente documento esta organizado para determinar el área de estudio, definir la importancia del tema estudiado, mostrar los resultados obtenidos utilizando diferentes métodos para presentar una propuesta de comunicación objetiva que contribuye a resolver la seriedad del problema vial presente por medio de la fomentación de valores en la vía pública.

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 REPÚBLICA DE GUATEMALA

1.1.1 Aspectos Físicos de Guatemala

Perfil geográfico:

Nombre Oficial: República de Guatemala

Capital: Ciudad de Guatemala

Ubicación: Situado en América Central, con un área de 108,890 Km, limita al Norte y Oeste con México, al Este con Belice y el Golfo de Honduras, al Sudeste con Honduras y El Salvador, y al Sur con el Océano Pacífico.

Mapa No.1

MAPA DE GUATEMALA



Fuente: Encarta 1995

Clima: Es uniforme en la mayor parte del país, aunque las temperaturas varían considerablemente de acuerdo con la altitud.

División Regional: Existen 22 departamentos: Guatemala, Baja Verapaz, Alta Verapaz, El Progreso, Izabal, Zacapa, Chiquimula, Santa Rosa, Jalapa, Jutiapa, Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla, Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos, Huehuetenango, El Quiché y Petén.

1.1.2 Aspectos Humanos de Guatemala

Perfil Demográfico: La República de Guatemala cuenta con 12,639.001 millones de habitantes. El 49.5% de la población total son mujeres.

Perfil Socio-Cultural:

Idioma: El idioma oficial es el español. También se hablan 23 idiomas indígenas, como el Quiché, Kaqchikel y Kekchí.

Religión: la constitución garantiza la libertad de elegir religión, pero la más extendida es la católica, seguida por la protestante.

Índice de Alfabetismo: Leen y escriben el 56% de la población.

1.2 DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

1.2.1 Aspectos físicos de el departamento de Guatemala. El Departamento de Guatemala se encuentra situado en la región Metropolitana, su cabecera departamental es Guatemala y Cuenta con una extensión territorial de 2,253 kilómetros cuadrados.

Mapa No. 2

TERRITORIO DE GUATEMALA



Fuente: Servicio de Información Municipal

Este departamento se divide en 17 municipios los cuales son:

1. Guatemala, 2. San José Pinula, 3. Santa Catarina Pinula, 4. San José del Golfo, 5. Palencia, 6. Chinautla, 7. San Pedro Ayampuc, 8. Mixto, 9. San Juan Sacatepéquez, 10. San Pedro Sacatepéquez, 11. San Raimundo, 12. Churranchero, 13. Fraijanes, 14. Amatitlán, 15. Villa Nueva, 16. Villa Canales y 17. Petapa.

Mapa No. 3

MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



Fuente: Servicio de Información Municipal

1.2.1.1 Infraestructura del departamento de Guatemala

Principales carreteras: Cuenta con dos carreteras internacionales que unen al país con El Salvador y con México. Estas son: la Panamericana (511 km) pasa por la capital; la otra pasa por la Costa Sur. Además, cuenta con una carretera interoceánica que une Puerto Quetzal, en el Pacífico con Puerto Barrios, en el Atlántico.

Carreteras Pavimentadas: 4,871 Km de un total de 14,118 Km

Carreteras No Pavimentadas: el restante 9,247 Km

Aeropuertos: El aeropuerto internacional La Aurora.

1.2.2 Aspectos humanos del departamento de Guatemala. Guatemala es un departamento con una población de aproximadamente 2,894,802 habitantes.¹ A continuación se presenta una tabla para indicar la población por municipio.

¹ Disponible en <http://www.ine.gob.gt> [Consulta: 20 Febrero 2003]

Tabla No. 2

Población Departamento de Guatemala

DEPARTAMENTO DE GUATEMALA
Población Censada al 24/11/2002 Según Municipio

No.	MUNICIPIO	POBLACIÓN	SUPERFICIE (Kms. ²)	DENSIDAD DE POBLACIÓN (Población /Kms. ²)
	TOTAL DEPARTAMENTO	2,541,581	2,126	1,195
1	Guatemala	942,348	184	5,121
2	Santa Catarina Pinula	63,767	51	1,250
3	San José Pinula	47,278	220	215
4	San José del Golfo	5,156	84	61
5	Palencia	47,705	196	243
6	Chinautla	95,312	80	1,191
7	San Pedro Ayampuc	44,996	73	616
8	Mixco	403,689	132	3,058
9	San Pedro Sacatepéquez	31,503	48	656
10	San Juan Sacatepéquez	152,583	242	631
11	San Raimundo	22,615	114	198
12	Chuarrancho	10,101	98	103
13	Fraijanes	30,701	96	320
14	Amatitlán	82,870	204	406
15	Villa Nueva	355,901	114	3,122
16	Villa Canales	103,814	160	649
17	Petapa	101,242	30	3,375

Fuente: XI Censo Nacional de Población y VI Censo Nacional de Habitación 2002.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, Guatemala 2003

Más de la mitad de la población son indígenas descendientes de Mayas (45%)², una de las más grandes civilizaciones prehispánicas. El restante 55% de los habitantes son guatemaltecos de origen indígena, ladinos o mestizos y un número muy reducido de blancos. El idioma oficial es el español.

1.3 CIUDAD DE GUATEMALA

1.3.1 Aspectos físicos de la ciudad de Guatemala. La cabecera del departamento de Guatemala es el municipio llamado por el mismo nombre.

En cuanto a su clima, se puede decir que es cálido tropical. En promedio la temperatura se mantiene a unos 19 grados centígrados. Además, que es una región densamente poblada lo que hace que las acciones humanas también

² Instituto Nacional de Estadísticas, INE. Guatemala 2003

tengan sus efectos en el clima.

1.3.2 Aspectos humanos de la ciudad de Guatemala. La población de la ciudad de Guatemala es de aproximadamente 942,348 habitantes. De los cuales casi 50% son mujeres, lo cual deja un porcentaje igual para el índice de hombres en la ciudad. El idioma oficial es el español. La religión predominante es la católica.

En cuanto a lo laboral, las mujeres registran un 3.8% de la tasa total de desempleo en el área urbana de la ciudad capital y la fuerza femenina se concentra, sobre todo en el sector industrial y en el sector de servicios (74%) con mayor preferencia. Un 42.2% de la población de la ciudad de Guatemala están por debajo de los 15 años y únicamente el 3.3% son mayores de 60 años de edad.

Los grupos familiares por lo general están compuestos por un esposo, una esposa, sus hijos y ocasionalmente algún otro pariente. La familia consanguínea es aquella formada por parientes de sangre que incluye a la familia de los cónyuges e hijos también.

Con relación a la salud pública y los accidentes, en los países de bajos ingresos, como Guatemala, son los que tienen las tasas más elevadas de accidentes. Existe una creciente preocupación sobre las consecuencias que traen los accidentes a la salud pública y la economía del mundo. En Guatemala el problema se agrava por la poca aplicación de las leyes vigentes de seguridad vial y por las insuficientes políticas de prevención y control desde la perspectiva de salud pública.

En este país las “lesiones y la violencia en general” son la primera causa de muerte en los grupos de personas con edades que oscilan entre 5 a 49 años. Dentro de este grupo, los muertos por accidentes de tránsito se encuentra entre las primeras tres causas de muerte para todos los grupos de edad. De acuerdo a datos de la OMS las lesiones causadas por accidentes de tránsito pasarán del noveno lugar en 1998 al tercer lugar en el año 2020 en el registro de

enfermedades por afecciones o traumatismos si no se toman medidas urgentes para prevenir estos accidentes.

1.3.2.1 Entorno Socio Cultural de la ciudad de Guatemala. Hay varias teorías que se han presentado sobre la etimología de Guatemala, sin asegurar una como la verdadera o cierta. Entre de estas están: el egipcio puro, Gua-tem- ra que quiere decir Senda del Sol Poniente. Fuentes y Guzmán sugiere Coactemalan que significa Palo de Leche.

Lo que se conoce como la primera ciudad de Guatemala fue fundada por Don Pedro de Alvadrado en 1525. Esta ciudad recibió el nombre de Iximché, capital del reino Cakchiquel. El primer traslado ocurrió en 1527 ubicando la ciudad en el Valle de Almolonga. La tercer ciudad se ubicó en el Valle de Panchoy, y la última en 1776 al Valle de la Ermita, de la Virgen o de las Vacas que es donde se encuentra actualmente la ciudad.

En 1776 se fundó la cabecera de la ciudad de la ciudad de Guatemala. El departamento de Guatemala fue creado por decreto de la Asamblea Constituyente del Estado el 4 de noviembre de 1825. En el año 1882, el departamento ya contaba con 20 municipios.

1.3.2.2 Entorno Socioeconómico de la ciudad de Guatemala. En dicha ciudad existen tres diferentes grupos sociales determinados por el nivel socioeconómico de cada uno. Estos grupos son: Alto, Medio y Popular. La mayor parte de la población, el 46% pertenece al grupo popular, un 32% al nivel medio y un 22% al grupo con un nivel socioeconómico alto.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas, INE, los índices de pobreza en la ciudad de Guatemala están conformados por: 44% no pobre, 40% en pobreza no extrema y un 16% de la población en pobreza extrema.

Las características del proceso de urbanización y el sistema urbano resultante han sido resultado del modelo de desarrollo seguido en el país durante

la segunda mitad del siglo. La capital se ha convertido en el principal centro de desarrollo del país. Guatemala es un país que permanece eminentemente rural, con notables contrastes en cuanto a niveles de ingreso, servicios e inversión tanto a nivel urbano como rural.

El crecimiento urbano de la aglomeración capitalina se ha realizado en un período relativamente corto de tiempo. Esto empieza a partir de la década de los años cincuenta. La expansión ha sido horizontal, desbordando lo que llaman “la mancha urbana” hacia los municipios de alrededor como reflejo del traslado de miembros de la clase social alta y media y el surgimiento de numerosas colonias populares en las afueras del municipio de Guatemala. Este estancamiento demográfico en la cabecera del municipio es explicable porque cada vez la disponibilidad de espacio utilizable es menor. Además, también afecta el aumento de usos no residenciales del suelo, así como por el encarecimiento del precio del suelo y de la vivienda. Se ha provocado un deterioro ambiental. Otro factor que ha afectado el traslado de la población hacia municipios vecinos son los altos índices de crímenes y violencia que se registran a diario en la capital.

En los sectores urbanos, que son los más deteriorados, se concentran las clases populares de escasos recursos, especialmente en áreas denominadas como “marginales”. Estas áreas comúnmente crecen en barrancos y bordean el valle. Aproximadamente el 51% de la población del municipio vive en éstas áreas.

La pobreza en la que viven las personas que habitan en estas viviendas, se refleja por el espacio tan reducido como en el psico-social: habitar en un área marginal provoca frustración y baja autoestima. La violencia, las pandillas o maras, el alcohol, las drogas, la ruptura familiar y la destrucción ambiental son algunos de los factores más evidentes que se pueden ver en este sector. Existe una falta de oportunidades que el sector público no puede atender. Prácticamente buscan los medios para la sobrevivencia.

Dada la situación precaria que se ha alcanzado en áreas de la capital se puede observar que el crecimiento de la población ha sido tan rápido como

caótico. Ningún plan de ordenamiento ha pasado la fase de planeación. Recientemente, el Plan de Desarrollo Urbano, aprobado por la municipalidad de Guatemala en 1996, manifiesta aspiraciones racionalizadas en el uso del suelo. Sin embargo, este plan además de ser ya bastante tarde, se enmarca en un ideal de gestión privada de los servicios públicos con una notoria ausencia de participación de la sociedad civil en el debate sobre las problemáticas urbanas más necesarias.

Es por eso, que hoy en día, las consecuencias de un rápido crecimiento urbano, no planificado, y su área de influencia metropolitana han sido definitivos:

- Gran desorganización y crecimiento extensivo de la periferia, a la par de una baja densidad de población urbana. Los servicios urbanos, dado el crecimiento poblacional, son cada vez más escasos y su costo de implementación aumenta.
- Se presenta una ausencia de un sistema integral y planificado de transporte público: las empresas a cargo de prestar servicio de transporte urbano y extraurbano a diario provocan caos. Gran parte de los buses que se utilizan están en mal estado, existe una falta de actitud civil y responsabilidad por parte de los conductores que da como resultado accidentes viales catastróficos que provocan inseguridad en las arterias para todos los usuarios.
- Falta de higiene y salubridad. La concentración de población en la capital no cuenta con un sistema eficiente de depuración de aguas negras, por que estas se vierten, en su mayoría, libremente en los ríos de los alrededores, provocando serios problemas de salud y contaminación ambiental. Todo esto da como resultado una falta de enfoque integral a los problemas que se han ocasionado por el rápido crecimiento metropolitano. Es necesaria la búsqueda de soluciones rápidas.

1.4 SALUD EN GUATEMALA

1.4.1 Generalidades. Los esfuerzos realizados hasta la fecha en materia de salud han sido insuficientes y poco efectivos. Para dar a conocer más concretamente el estado de la salud en Guatemala se puede decir que sólo el 34% de la población tiene acceso a los servicios de salud. Entre los problemas principales del sector de salud se encuentra la baja cobertura de los servicios a nivel nacional, la inadecuada distribución de recursos, el bajo nivel de inversión en salud preventiva, que incluye programas y servicios sanitarios básicos, una deficiente administración de los recursos, los altos índices de muerte por accidentes viales, entre muchos otros problemas.

A continuación se planteará un panorama general sobre la salud en la vía pública de Guatemala. Las lesiones en el tráfico vial plantean una crisis en salud pública y requiere de medidas urgentes a nivel nacional. Es un problema que afecta a todos los sectores de la sociedad. A la fecha se le ha prestado poca atención a la seguridad vial y esto se ha debido a varios factores: falta de información sobre la magnitud del problema y cómo prevenirlo, falta de responsabilidad del conductor y de las autoridades para ejercer las sanciones, etc. No hay una persona o entidad encargada de coordinar las actividades y ocuparse del problema en su conjunto, por lo que no es de extrañar que a menudo haya falta de voluntad política para tomar medidas eficaces. Sin embargo, hay mucho que se puede hacer para reducir el número de accidentes de tránsito. Las lesiones sufridas en accidentes de tráfico conllevan a problemas de equidad ya que la mayoría de las víctimas de colisiones viales son usuarios vulnerables de las carreteras (peatones, ciclistas, niños y pasajeros).

El problema de desigualdad consiste en que los grupos socioeconómicos más pobres tienen menor acceso a los servicios médicos lo que lleva a diferencias en probabilidades de recuperación o supervivencia. Una desigualdad importante es que se tiende cada vez más a invertir en la construcción y mantenimiento de la infraestructura para el transporte privado, mientras se

desatienden las necesidades del transporte público de la mayor parte de la población. Las tendencias actuales y proyectadas indican que el problema de lesiones producidas por el tráfico vial empeorará, convirtiéndose en una crisis de salud pública mundial. Esto se debe también a la alta relación que existe entre los crecientes niveles de motorización y el número de muertes viales producidos. En 1996, la Organización Mundial de la Salud (OMS) calculó que en año 2020 las colisiones de tráfico vial serían la segunda causa de mortalidad y morbilidad en los países en desarrollo.

Las lesiones sufridas en accidentes de tránsito tienen enormes consecuencias sociales y económicas, además de las consecuencias directas físicas y psicológicas en las personas directamente afectadas por las lesiones sufridas en accidentes de tráfico vial. Estas colisiones también afectan gravemente a las personas relacionadas con las víctimas. Las familias, los amigos y las comunidades de las personas directamente afectadas también pueden sufrir de consecuencias sociales físicas y psicológicas ya que estos accidentes pueden dejar a familias con algún miembro discapacitado o muerto como consecuencia de los accidentes. En muchos casos esto presenta reducción de ingresos familiares. En cuanto a los gastos económicos que sufren las víctimas y sus familias pues es evidente en cuanto a los gastos médicos necesarios.

En Guatemala la calidad de los datos utilizados para evaluar la seguridad vial es de escasa calidad y los indicadores no están estandarizados. Con frecuencia hay incompatibilidad entre los datos presentados por la policía y aquellos de fuentes relacionadas con los servicios de salud. La falta de investigación significa que el problema, sus consecuencias, el costo y la eficacia de las intervenciones no llegan a entenderse por completo.

1.4.2 Conceptos de la salud. Por salud se entiende “un completo estado de

bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de enfermedad.”⁸ O también se puede definir como “un estado completo de bienestar físico y social.”⁹ La salud consiste en la capacidad del individuo para mantener un estado de equilibrio apropiado a su edad y a sus necesidades sociales, en el que el individuo está razonablemente indemne de profundas incomodidades, insatisfacciones, enfermedad o incapacidad.

Existen diferentes tipos de salud, dentro de los cuales se pueden encontrar las siguientes:

- a. Salud Mental. Estado caracterizado por el bienestar psicológico de un individuo.
- b. Salud Pública: Es una ciencia que tiene por objeto estudiar la salud colectiva y algunos aspectos socioculturales relacionados con ella.¹¹
- c. Salud Colectiva: Es un estado de bienestar físico, mental y social de la totalidad de la población.¹²
- d. Salud Maternal: Estado en el cual la madre se encuentra en bienestar físico, mental y emocional.

1.4.3 Problemas de salud relacionados con el comportamiento vial. En este caso se hablará sobre enfermedades que conciernen la salud colectiva, pública y mental de la población guatemalteca. Esto se debe a que son las que afectan o se ven afectadas por el comportamiento vial de las arterias. Los principales problemas que se encuentran presente son:

- Estrés: Es una reacción automática del organismo ante una situación de peligro, ya sea una enfermedad, una responsabilidad, un viaje en avión, etc.

Cuando se enfrentan a una noticia o una nueva situación, se ponen alertas, les transpiran las manos, late más rápido el corazón, la presión arterial sube, se

⁸ Disponible en: http://www.cite-sciences.fr/spanish//expo/explora/vie/vie_1.htm [Consulta: 24 Febrero 2003]

⁹ Ibid., p. 231

¹⁰ Ibid., p. 233

¹¹ Elbio N, Ojeda. Concepto de Salud. Buenos Aires, Argentina. 1998. P.153

¹² Ibid., p. 155

incrementa la adrenalina. Esto es normal ya que el organismo, al reaccionar así frente a la nueva situación, da fuerzas y pone a la persona en alerta.

El estrés es parte de la vida, todos han experimentado una situación de estrés al hablar en público, al dirigirse a un lugar desconocido, al manejar por primera vez el auto, al viajar, etc. El estrés es perjudicial para la salud cuando no se puede controlar. No deja pensar claramente, no hay equilibrio, bloquea y no deja actuar.

No sólo las cuestiones personales o individuales pueden ser causas de estrés, sino también eventos que acontecen en el medio ambiente: el clima de tensión; el ruido; la multitud de autos y gente; el tráfico; la falta de tiempo; noticias políticas, económicas, etc. No hay un grupo con determinadas características más expuesto a sufrir estrés. Pero quienes habitan en las sociedades actuales, tienen el mecanismo del estrés muy activado, de modo permanente.

- Ansiedad: Los trastornos de ansiedad comprenden un incremento –irracional– de los montos de ansiedad generados por situaciones específicas. Implican un desgaste corporal, ya que su sintomatología se presenta con gran compromiso del cuerpo que lo padece. Implican una variada gama de limitaciones a cuestiones que pueden ser absolutamente cotidianas, inofensivas o necesarias. Pueden asimismo, significar recortes, restricciones, privaciones, que pueden aumentar en el tiempo –destinadas a evitar el incremento de la ansiedad. Cuando la vida cotidiana de una persona se encuentra limitada –o comienza a verse suspendida en algunas actividades- se encuentran frente a algún tipo de trastorno de ansiedad. Sumado al malestar que acompaña el despliegue sintomático, se transforman en una situación de sufrimiento.

- Fatiga: Es una sensación de falta de energía, de agotamiento o de cansancio. Puede ser una respuesta normal e importante al esfuerzo físico, al estrés

emocional, al aburrimiento o la falta de sueño. Sin embargo, también puede ser un signo no específico de un trastorno psicológico o fisiológico grave. La fatiga que no se alivia con el hecho de dormir bien, comer bien o tener un ambiente de bajo estrés debe ser evaluada por un médico. Dado que la fatiga es un motivo común de queja, se puede pasar por alto alguna causa potencialmente seria.

- Somnolencia: Es la sensación anormal de sueño o somnolencia, con una fuerte tendencia a dormirse realmente en situaciones o momentos inapropiados. La somnolencia diurna no sólo es producida por una mala higiene del sueño, o la sobrecarga física por exceso de las horas de conducción, sino también por el síndrome de apneas obstructivas del sueño. Esta última es una patología poco conocida en la sociedad. Se acumula entonces una deuda de sueño que ocasiona al día siguiente la somnolencia descrita. Estudios realizados en simuladores de manejo demostraron que los pacientes con Síndrome de Apneas Obstructivas del Sueño (SAOS) se despistaron 101 veces mientras que en el grupo control sólo se detectaron 2 despistes luego de 90 minutos de evaluación. Esta misma técnica demostró que la habilidad para evitar accidentes de distinto tipo en los sujetos con SAOS era significativamente inferior que en el grupo control.¹³

El "alcoholismo social" es uno de los enemigos más frecuentes a la hora de realizar una maniobra mientras se conduce. No sólo son necesarios controles diarios para evitar que se conduzca bajo efectos del alcohol, sino que no se debería subir a un vehículo cuyo conductor haya bebido en exceso.

1.5 CULTURA DE CORTESÍA EN LA VÍA PÚBLICA

1.5.1 Antecedentes. Las colisiones viales pueden evitarse, sin embargo, los esfuerzos realizados para contrarrestar las lesiones sufridas en accidentes de tránsito, hasta la fecha, han sido ineficaces. El planteamiento tradicional para

¹³ Disponible en: <http://www.latinsalud.com/articulos/00036.asp?ap=1> (consulta: 24 Febrero 2003)

encarar el problema de los accidentes viales ha consistido en hacer recaer toda la responsabilidad del acto únicamente en el usuario de la vía, en el conductor involucrado en el accidente. Para solventar esta problemática y reducir el índice de colisiones viales es necesario un cambio de planteamiento en cuanto al método tradicional.

Se requiere de un planteamiento que reconozca la falibilidad de los usuarios viales y que esté encaminado a reducir las colisiones diseñando un medio ambiente de tráfico que tenga presente sus componentes. Este planteamiento debe enfatizar en los valores que debe poner en práctica el conductor para crear una convivencia pacífica y amable con el resto de los miembros de la comunidad vial. Es necesario un planteamiento de sistemas que involucren, no solamente al conductor inmediato, sino también otros conductores, la infraestructura y el resto de las personas que participan en el tráfico vial ya que cada uno de éstos contribuye a la posibilidad de ocasionar o participar en un accidente vial. Por ejemplo, se ha comprobado que la fatiga del conductor aumenta la probabilidad de una colisión. Otro ejemplo, es la falta de colaboración en la vía pública, que provoca que las personas tomen una actitud defensiva en las arterias y puedan ocasionar accidentes. Por lo tanto, el enfoque debe abarcar a quienes construyen y quienes operan el sistema vial por igual.

1.5.2 La persona humana y su dignidad. ¿Qué es la Persona Humana? En palabras de Boecio, la persona humana es una sustancia individual de naturaleza racional. Posee naturaleza racional y subsiste individualmente. Es la única que tiene inteligencia y puede comprender el mundo que le rodea. Es importante también saber que la persona es un individuo que se rige con la inteligencia y con la voluntad.

Las características de la persona humana son: singularidad, autonomía y apertura. La singularidad se refiere a que cada hombre es diferente a los demás;

la autonomía que es el uso efectivo de la libertad y la apertura es la capacidad de relacionarse con las demás personas.

El conocimiento intelectual y el querer, por ser inmateriales, no son medibles, son interiores. El hombre tiene dentro, es para sí, y se abre hacia su propio interior en la medida en que se atreve a conocerse, a introducirse en la profundidad de su alma. Tener interioridad, un mundo interior abierto para mí y oculto para los demás, es intimidad: una apertura hacia dentro. Del carácter de intimidad surge también lo creativo: porque tengo interior me abro y soy capaz de innovar y aportar. Por eso, la persona es una intimidad de la que brotan novedades, capaz de crecer, de ser algo nuevo y causar lo nuevo.

La pérdida de calidad de vida o de la vida misma, constituye una de las peores y no deseadas consecuencias del tránsito. Más de 15,000 heridos y Q300,000 se gastan en atención a lesionados. En promedio hay unos 32,000 casos de trauma debido a los accidentes de tránsito en Guatemala. Esto es un serio problema social. Es la principal causa de muerte de terceras personas y conductores que se ha incrementado notablemente desde hace algún tiempo y parecería que no hay solución eficaz que lo detenga. Día a día los ciudadanos ven, escuchan y leen noticias sobre la frecuencia de los accidentes viales y las trágicas muertes. Se enfrentan a crudas imágenes de estos accidentes que los lleva al asombro, la consternación y al lamento.

A veces se presentan soluciones que dan la esperanza de reducir el índice de accidentes de tránsito. Sin embargo, aunque las soluciones son válidas, se debe de considerar siempre la toma de conciencia de la persona sobre el problema y el enfoque sistemático necesario para su aplicación.

Los accidentes de tránsito no ocurren, como comúnmente se quiere pensar, por azares del destino. Tiene sus causas y razones específicas de porqué suceden. Estas causas están presentes en cualquier situación, en mayor

o menor grado. Por ello, está en la persona hacer esfuerzos para su prevención, tanto de forma individual como colectiva. De forma individual, la persona debe reconocer el problema, tomar conciencia de las consecuencias que puede tener su forma de conducirse por la vía pública y evaluar que cambios son necesarios en su actitud para ayudar a solventar el pesimismo en la vía pública. Las autoridades, como conjunto, deben velar por el cumplimiento de las leyes de tránsito que ayudan a prevenir los enfrentamientos entre vehículos.

En cuanto al enfoque sistemático, se refiere a la participación y aceptación por parte de la comunidad. No se debe olvidar que el tránsito es un aspecto social compuesto por los actores de la vía pública, como los peatones, conductores y las autoridades. Como actores, integrantes de una sociedad y usuarios del sistema vial, se debe reconocer la importancia de circular con una actitud de cortesía, para crear un ambiente positivo, basado en valores, que ayude a reducir el índice de accidentes viales.

1.5.3 La convivencia social. Las relaciones interpersonales forman una a parte importante dentro de la existencia humana. Como se ha afirmado muchas veces, el hombre es social por naturaleza. Pero, ¿qué pasaría si no existiera con quién relacionarse? Sería la vida de la persona una vida de soledad. En otras palabras, la persona se sentiría atrapada y frustrada. El hombre para poder ejercer todas sus funciones y desarrollarse necesita de los demás. “El *hombre solo* es un animal inviable, débil, desválido.”¹⁴ Para que la persona puede alcanzar la plenitud a lo largo de su vida necesita de otras personas. Las relaciones interpersonales precisan esclarecer lo común, el amor y la amistad.

Dentro de lo común entre los seres humanos está el lenguaje. Sin él no existiría la vida social, porque no se tendría el medio para comunicarse los unos con los otros. El lenguaje es el código común que permite a las personas compartir conocimientos, sentimientos, valores, distribuir las tareas, expresar,

¹⁴ Ricardo Yepes. Fundamentos de Antropología, p. 137

intercambiar opiniones, etc. Tiene dos funciones principales: manifestarse y comunicarse. Sin comunicación, no hay sociedad. La sociedad surge de los intercambios entre personas y de las relaciones que se establecen entre ellos. Es una convención que todos aceptan para crecer y desarrollarse como individuos y como sociedad.

Los bienes racionales son superiores a los materiales. La vida social se funda sobre compartir este tipo de bien y repartir los demás. Una sociedad que se dedica solo a repartir no tiene vida común porque solo crea riqueza material. En cambio, si comparte, hace la vida en sociedad más humana. La forma más intensa de compartir que se da entre las personas es el amor. Es la forma más enriquecedora en que las personas se pueden relacionar.

1.5.4 El carácter natural de la sociedad y su fin. La persona necesita de otras para alcanzar su plenitud y pertenecer a su esencia de vivir en sociedad. Por ello es importante para entender al hombre, entender el ámbito social. Realmente, el que no puede vivir en comunidad, ni necesita nada no puede ser miembro de un grupo. El vivir bien supone de la convivencia con otros, y ésta es resultado de la amistad. Los hombres no sólo se asocian para sobrevivir y satisfacer sus necesidades materiales, sino también para alcanzar los bienes que forman parte de la vida buena. En consecuencia, mantiene Aristóteles, la justicia, el respeto, la seguridad, la educación y los valores son los bienes que constituyen el fin de la vida social, pues sólo en ella se pueden alcanzar. Si la vida social es el conjunto de relaciones interpersonales, cuando éstas se llevan a cabo de la mejor forma, el hombre logra su realización personal y con los demás.

El hombre organiza su vida y la sociedad por medio de la creación de instituciones. Cada una con sus tareas divididas entre los miembros bajo principios de convivencia. Estas instituciones surgen, se desarrollan y se fortalecen de forma humana. Se convierten en comunidades cuando hay en ellas autoridad política y comunicación. Los rasgos comunitarios de la vida social

dependen de la vida de cada persona: una sonrisa es una actitud que no se puede imponer por norma, sino un gesto que denota alegría y comodidad. Comunicación es dar y recibir, aceptar y compartir lo que se tiene en común con los demás. Una comunidad es una fuente de riqueza interpersonal una vez sus miembros compartan con los demás de lo que tienen en común. Lo que se comparte dentro de una institución es el deseo de alcanzar los mismos fines y valores compartiendo los medios con los que cuenta para lograrlos. La integración en la comunidad significa incorporarse en las tareas y participar de sus bienes comunes. Las comunidades son el modo más humano para vivir en sociedad.

El comportamiento en la vía pública es una convivencia social entre todas las personas involucradas como lo son los conductores, los pasajeros, los peatones y las autoridades. Es una forma de crear cultura. En sus orígenes cultura quiere decir acción de cultivar, la cual es una acción por medio de la cual el hombre se ocupa de sí. La primera dimensión de la cultura es la interiorización y enriquecimiento de cada sujeto. Es, por lo tanto, tener conocimiento interior. El origen de la cultura es el núcleo creativo y afectivo de la persona, una sabiduría que crece hacia adentro, para salir afuera.¹⁵ Cultura es toda acción mediante la cual la persona se manifiesta.

Se puede distinguir en la cultura humana varias dimensiones, como lo es la expresiva y comunicativa. Se debe buscar la verdad que lleva toda obra cultural adentro. Aquí se distinguen seis acciones y todas son cultura:

a) Gestos: son la primera forma del lenguaje. Como ejemplos están: el saludo, una risa, un aplauso, etc.

b) Lenguaje hablado: expresar el pensamiento teórico y práctico. Comunicarse por medio de un código común entre personas.

c) Costumbres: gestos que se hacen una y otra vez que dan seguridad humana. Un ejemplo son las normas de cortesía.

¹⁵ Ricardo Yepes, p. 243

- d) Acciones receptivas: gestos que implican cultivar la atención hacia algo.
- e) Gestos donales: aquellos que otorgan un bien o un mal hacia una persona. Ejemplos: ayudar, cuidar, insultar, etc. Se asocian con las relaciones interpersonales.
- f) Acciones lúdicas y acciones simbólicas.

Aprender a conducir la propia vida es formarse el arte de vivir. Esto implica educar no sólo en conocimientos teóricos, sino también en modelos y valores que orienten dicha sabiduría y ayuden a adquirir ideales, logrando una educación en los valores y en las virtudes. No existe la verdadera educación sin la transmisión de cultura.

1.5.5 Los derechos de la persona. Una ley es mucho más que un código de prohibición, es la condición de posibilidad de la vida social y de la conservación de la existencia humana. Es cierto que la vida está llena de peligros y por ello se necesita de una protección para poder vivir en paz. Las leyes no se encuentran fuera del hombre, sino en su corazón y le indican qué es lo bueno y qué no, lo que se puede hacer y lo que no. Por otro lado, la violencia es una fuerza sin ley, un poder sin medida que destruye e impide la finalidad del hombre. Por eso se desea eliminar la actitud de violencia de la vía pública y fomentar el respeto a las leyes existentes para crear una cultura de amabilidad en las arterias. Se denomina benevolencia a la actitud de respeto hacia la ley de las cosas. Afirmar la justicia, como armonía, implica la actitud de dar a cada cosa la verdad, el bien y el fin que le corresponde.

La ley es intrínseca a los seres porque es la medida que guía sus acciones hacia la meta. Por eso lo que hace la norma es indicar las formas en que se puede alcanzar la meta de las acciones. En el hombre, el fin de sus acciones está determinado por la razón.

Existen dos tipos de leyes humanas: la escrita y la no escrita. A la no escrita se le llama también ley moral porque la lleva la persona en su interior, en su conciencia. Es en este tipo de leyes donde se puede hacer reflexionar a la persona por medio de mensajes de comunicación que le ayuden a orientar sus actos para generar paz y armonía en la vía pública. La razón le permite reflexionar sobre su conducta para determinar cómo debe actuar mientras conduce. Estas leyes hacen referencia a los criterios básicos de conducta y de justicia. Hay que recordar que los actos humanos son actos morales.

Las leyes escritas son el conjunto de normas que regulan la organización de la sociedad y de las instituciones. Tiene dos características: es promulgada y obligatoria.¹⁶ Se debe recordar que toda ley se ordena al bien común, por lo tanto, la ley dice lo que es bueno para todos. No hace distinciones y regula las relaciones entre hombres. La ley tiene como contenido la justicia, que es lo adecuado dar aquello que es propio a cada persona y a toda la comunidad humana. Por ser racional es el conjunto de bienes compartidos por los hombres que forman la cultura y la vida social. Regir la conducta, las relaciones interpersonales y la vida social según la ley justa es el mejor régimen cívico y político. La recopilación de leyes de la vía pública se encuentran en el documento llamado Ley y Reglamento de Tránsito.

1.5.6 Derechos que están en riesgo en la vía pública. Los Derechos Humanos son aquellos que el hombre posee por el simple hecho de existir y se fundamentan en la dignidad del ser humano. Son además, la base de los demás derechos y deberes de las personas. Se deben de practicar porque son seres humanos y deben ser tratados como tales. Sin respeto a los Derechos Humanos nunca se logra la paz, ni la justicia. Son aplicables a todos los seres humanos sin importar su credo, ideología, raza, sexo o cualquier otro tipo de discriminación. Nacen a la par con la dignidad del ser humano y son de obligatorio cumplimiento aunque no

¹⁶ Ibid., p. 232

estén escritos, ni tengan fuerza de ley. No es sólo una obligación del Estado, todo ser humano debe vivirlos y promoverlos.

En la vía pública es importante defender la vida, tanto la propia como la de los demás y por eso se debe razonar sobre la forma en que se conduce. Además, reconocer que la persona es libre pero no por ello puede violar las normas establecidas o actuar de forma injusta mientras se circula en las arterias. Los conductores deben ser positivos y optimistas en la vía para ayudar a resolver la problemática existente. Basta recordar que los derechos de cada ser humano son inalienables, están insertos en la propia naturaleza y por eso ni uno mismo, ni nadie, puede desconocerlos o atropellarlos. Siempre deben ser considerados a la hora de actuar en la vía pública, ya que son de todos. Le pertenecen a cada individuo; la sociedad y el Estado los reconoce y los protege.

En la vía pública se deben de considerar los siguientes artículos establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, por la ONU en París, el 10 de diciembre de 1948:

- Art.3. Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.
- Art.6. Todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica.
- Art.7. Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley.
- Art.13. Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado.
- Art.22. Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.

- Art.29. Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad.

1.5.7 Los valores en la conducta humana para conducir.

1.5.7.1 Respeto. El respeto es la consideración, atención o deferencia que se debe a una persona. Es además, un valor que lleva a honrar la dignidad de las personas y atender sus derechos. La persona que pone en práctica este valor tiene consideración por los sentimientos y valores de los que le rodean, con lo cual muestra respeto hacia la dignidad humana y también respeto a sí misma. Es importante reconocer que los derechos llegan hasta donde comienzan los de los demás. La esencia de este valor reside en tratar de respetar a los demás de la misma manera como se quisiera ser respetado. El respeto hacia nosotros mismos y hacia los demás constituye la base para construir una auténtica convivencia en paz. Es aquí donde se puede ver más clara su relación con la vía pública. Como dicho anteriormente, la vía pública es un comportamiento social donde todos son tan importante como cada uno. Por ello es indispensable respetar a cada uno de los miembros de esta convivencia. Todo ser humano, sin distinción alguna merece un trato cortés o amable. En la vía pública se deben vivir los buenos modales y las normas de educación son señales claras de respeto a los demás. Dicho respeto implica valorar a cada persona, su tiempo y pertenencias. Es por ello que una conducta basada en el respeto es indispensable en las arterias ya que implica reconocer que todos tienen necesidades y se deben respetar para convivir de manera pacífica en la vía. El respeto es también tolerancia, es decir, no atropellar a otras personas y valorar las diferencias. Algunas formas de mostrar respeto en la vía pública se logra a través de muestras de cortesía, amabilidad y agradecimiento. Ejemplos más concretos son: dar paso cuando se lo piden, no bloquear intersecciones para dejar que los demás circulen, agradecer cuando alguien permita seguir adelante, cruzar o simplemente cuando nos dan paso.

En palabras del gran pensador francés Montaigne “La cortesía no cuesta nada y lo obtiene todo”. De la mano con el respeto viene la cortesía, que es una muestra de atención, interés y afecto de una persona hacia otra. La cortesía es ser amable y tener buenos modales. En la vía pública se puede ser corteses de muchas maneras, en especial en la forma o utilización de gestos cuando se dirige hacia otras personas. Expresiones comunes de cortesía son las palabras: “gracias”, “por favor”, “disculpe” y “de nada”. Dichas manifestaciones de cortesía hacen sentir a las personas que son importantes y que merecen atención. Ser cortés con una persona es darle el respeto que se merece.

Otro valor indispensable a la hora de hablar sobre el respeto es la delicadeza. Con esto se refiere a tener cuidado con lo que se va a decir o hacer para no herir, ni ofender a nadie. En más de una ocasión a la persona se le ha cerrado paso o se a atravesado alguien o cuesta mucho que otra persona deje cambiar de carril y es natural sentirse ofendido o molesto. Es por eso que es importante reconocer la importancia de conducirse en forma delicada en la vía pública. Se debe mover con prudencia, tratar con respeto a los demás, mostrar gestos de agradecimiento y pensar con bondad. Cuando se manejan las cosas con delicadeza y cuidado es menos probable que se produzcan daños y accidentes. En resumen: ser delicado no cuesta mucho, no serlo puede provocar grandes pérdidas humanas y materiales. En este caso, reconocer que la delicadeza puede salvar vidas en la vía pública previniendo accidentes viales.

Vivir el respeto también implica urbanidad. La urbanidad es una manera de vivir que lleva a las personas a comportarse en cada ocasión de la mejor manera posible. Es la actitud de tratar a las personas de acuerdo a sus derechos, a su condición y circunstancias. Su importancia reside en que es la base sobre la que se apoya toda relación y por lo tanto, el principio de una sana convivencia. Introducirse todos los días la vía pública implica convivir con otras personas a las que se debe considerar como iguales y darles el trato que se merecen. El

urbanismo fomenta la cordialidad y la armonía entre personas, generando un ambiente eficiente y productivo.

Para poner todo esto en práctica se debe aprender a dominar el cuerpo y la mente. Ya que esto va a definir la actitud que tome la persona a la hora de conducir en la vía pública.

1.5.7.2 Solidaridad. Es el sentido de pertenencia a la sociedad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a la cooperación con ellos. No es una obligación, ni un sentimiento, es una actitud que supone generosidad y que se asume de forma voluntaria. No se puede obligar a fuerza a una persona a mostrar solidaridad. Es un llamado de conciencia a la igualdad a buscar soluciones conjuntas a los problemas humanos. Ser solidario implica cooperar y comprometerse a vivir en armonía. De aquí la importancia que tiene este valor en la vía pública. Si todos se ayudan a convivir de manera positiva, comprendiendo que cada uno tiene necesidades que satisfacer, se puede crear una cultura de amabilidad en la vía pública. Todos pueden colaborar de alguna manera a hacer esto una realidad. La solidaridad no es sólo un sentimiento, debe pasar a la razón y de ahí a la acción comprometida. Cuando un grupo de personas se reúne para cooperar, se produce la unión que permite el logro de objetivos. No existe una mejor prueba de progreso de una civilización, que la del progreso de la cooperación.

Vivir la solidaridad implica el altruismo que es la disposición de actuar en beneficio de los demás, a costa del bien propio si fuese necesario. Es la capacidad de dar y darse a otros por razones de solidaridad y generosidad. Además, es el deseo profundo de ayudar a la humanidad en general. Y es este deseo el que puede hacer la diferencia en la conducta que los conductores de la vía pública. No se trata sólo de reconocer las necesidades de los demás y respetarlas, sino de hacer algo al respecto. Se debe de poner al servicio de los demás para construir un ambiente de amabilidad en la vía donde todos se

consideran igualmente importantes y colaboran para ayudarse. Muchas veces implica olvidar la comodidad propia, sea en este caso, disminuir la velocidad para dejar pasar al prójimo, y así aprender a servir a los demás. El altruismo permite ayudarse los unos a los otros. Para ponerla en práctica se puede mostrar interés por los semejantes y por el bien común. Vivir no sólo pensando en los requerimientos y necesidades personales, sino en las de nuestra comunidad. Cuando se actúe en las arterias se debe pensar en los demás y en la manera que nuestros actos pueden beneficiar o perjudicar a los demás. Es hacer las cosas y pensar en los otros.

La disponibilidad es otro valor que se vive con la solidaridad. Es estar atentos a las necesidades de los otros, dejar a un lado el egoísmo, la pereza y la comodidad. Es, en breve, una actitud de servicio. En la vía pública esta actitud ayuda a reconocer que tanto uno, como los demás, tienen necesidades propias y se debe estar atentos a ellas para servir a los demás. Muchas veces se tiene la actitud de “hoy por ti, mañana por mí” y el mañana nunca llega y se conduce con un pensamiento egoísta, tratando de quedar bien sólo con nosotros mismos. Se busca el interés propio a toda costa y se deja de considerar a los demás como personas. Aquí entran actitudes como: “con permiso, déjeme pasar”, “hoy no tengo tiempo, mañana doy paso”, “quítese voy yo”, que son contrarias a lo que estos valores intentan fomentar. Cuando uno se pone al servicio de los demás no debe poner condiciones. La disponibilidad, cuando se ofrece, debe ser sincera.

Muchas veces se ha escuchado la frase “la unión hace la fuerza”. La solidaridad incluye el valor de unidad. Por unidad entiéndase la concordancia de ánimos, voluntades y acciones para el logro de algún objetivo. No basta con que unas personas quieran convivir de manera positiva en la vía pública, debe ser un comportamiento unido para beneficio de todos los involucrados. Aquí se aclara que unidad no significa que todas las personas piensen de la misma manera, si no valorar lo que cada quien aporta. Es superar las diferencias para hacer una contribución a la sociedad. Cambiar la forma como los conductores, en su

mayoría, actúan a la hora de transitar por la vía pública, debe ser algo que se realice de forma unida para generar el cambio, ya que es un beneficio para la comunidad vial. Para practicar la unidad es necesario dejar a un lado todos los prejuicios y ponerse en el lugar de las otras personas.

1.5.7.3 Servicio. Servir es dar a través de nuestro trabajo la espontánea colaboración que procura satisfacer una necesidad. Tener una actitud de servicio significa buscar la manera de ser útil en todo momento. Se vive en la forma de pensar y de considerar que las necesidades personales importan tanto como las de los demás. La convivencia en la vía pública requiere de la actitud de servicio de todos los miembros implicados, tanto de los conductores como de los peatones, autoridades, etc. Además, el verdadero servicio no espera ninguna recompensa, su único interés es ayudar por el deseo de ser útil para los demás. Con una actitud de servicio se siembra felicidad y eficacia a nuestro alrededor. En la vía pública se ayuda a crear un ambiente de confianza y seguridad, para prevenir los accidentes viales y las muertes humanas. Basta con pensar qué distinto sería el día si al levantarse se pensara en formas de servir a los demás sin esperar que estos lo pidan. Las buenas intenciones en la vía pública deben reflejarse con las expresiones, ya que a veces es muy difícil expresarse de forma verbal. Esto se puede hacer por medio de la sonrisa, la amabilidad y otros detalles de cortesía. No se debe de olvidar que al servir a los demás se ponen en práctica muchos valores: colaboración, ayuda, solidaridad, respeto por los demás, etc.

Al poner en práctica la actitud de servicio se ejerce también la generosidad. Esta es la donación de uno mismo y de lo propio en beneficio a los demás. Este valor empieza al tomar conciencia de que su práctica lo perfecciona como persona. Al dar, el ser humano se autorrealiza. Cuando un persona es generosa logra tocar el corazón de los demás y esto provoca en ellos el deseo de serlo también. Es por esto que este valor es indispensable fomentarlo en la vía pública. Si se aprende a ceder vía por voluntad propia, pronto más y más personas van a

querer ayudar porque reconocen que otros han practicado esta actitud en ellos. Sin embargo, dar paso a otra persona sólo porque se tiene el tiempo y no hay prisa por llegar a un lado, no es un acto de generosidad. Un acto será muestra de generosidad o no, de acuerdo con la intensidad con que se viva la virtud y la rectitud de su motivos. Los actos humanos suponen de una decisión en algún momento dado. La generosidad supone utilizar la voluntad, que tiende por naturaleza hacia el bien, para ayudar a los demás. Otro problema común se encuentra en el valor que se le da a las cosas. En la vía pública esto se aplica cuando se piensa si se debe pasar el semáforo en amarillo para ahorrar tiempo o si sería mejor esperar para no ocasionar un posible choque. Esto se resume en ¿qué vale más, unos minutos de mi tiempo o una vida? Y ser generoso con el tiempo significa estar dispuesto a sacrificar para el bien de los demás algo que se guarda para la propia utilización. Estar dispuesto a disminuir la velocidad y esperar, en vez de acelerar sin saber si el semáforo cambia a rojo, es una actitud de generosidad. Se notará esta actitud generosa en una persona que esté dispuesta a esforzarse para hacer la vida agradable a los demás. Es evidente que la persona necesita motivos para esforzarse en ser generoso. Tiene que utilizar su voluntad y orientarla con su razonamiento. Por eso, la generosidad desarrollada necesita de la fortaleza: la capacidad de acometer y luchar para algo que se sabe que vale la pena. El egoísmo fomentado por la sociedad de hoy en día, por la comodidad y por el abandono debe ser contrarrestado por la fortaleza y por la entrega incondicional de aquellas personas que actúan responsable y generosamente.

¿Qué puedo hacer yo por los demás y por mi país? Esto lleva a considerar el ser útil como parte de vivir el servicio. Se debe buscar la manera de ser útil sin esperar a que otros la soliciten. Cuando se es útil se considera por igual las necesidades propias que las de los demás. Si no se aporta algo se convierte uno en parte del problema y no de la solución. Para ponerlo en práctica, se puede pensar mientras se conduce, sobre las necesidades de los demás y como se puede ayudar. Poco a poco se ayudará a construir una actitud de cortesía y

amabilidad en la vía pública. Además, ser útil proporciona seguridad en uno mismo y ayuda a mejorar la autoestima.

Como se ha visto antes, el hombre es un ser sociable por naturaleza. Necesita de los demás para su propio desarrollo y a su vez debe aportar lo mejor de sí a la sociedad y a los individuos que la componen, para procurar el bien común. El primer elemento dentro de la práctica de la sociabilidad es la comunicación, sin ella, no hay intercambio, ni se puede llegar a establecer relaciones profundas. Por eso se considera el comportamiento en la vía pública una actitud de sociabilidad. Es indispensable convivir con las demás personas, aunque sea por breves instantes. Acciones como, pedir paso, cruzar, disminuir la velocidad, implican de comunicación con los demás. Esta comunicación puede ser verbal, con gestos o por medio de señales, como lo son las luces y los pidiéndo vías. Montesquieu lo ejemplificó de manera sencilla cuando dijo “ Dios ha creado al hombre como un ser sociable y lo ha dotado, además, de lenguaje, para que sea el gran instrumento y lazo común de la sociedad.”

1.5.7.3 Tolerancia. Es la disposición de admitir en los demás una manera de ser, de obrar o de pensar distinta a la propia. No se debe olvidar que todos los hombres son iguales, pero como individuos son diferentes. La verdadera tolerancia implica un difícil equilibrio entre diversos factores que a veces resultan opuestos. Además de aceptar a la otra persona, la tolerancia también implica conocer al otro para promover los valores universales, que les pertenecen a todos. Ayudan a enriquecer la cultura. Ser tolerante es ser paciente, comprensivo, respetuoso y transigente con todos y cada uno de los seres humanos. Al ser tolerante se posee de un nivel elevado de comunicación efectiva, se promueve el entendimiento de las personas e instituciones.

Para vivir la tolerancia es necesario también vivir la justicia. Desde el punto de vista de la persona que actúa es una virtud y modo de actuar que lleva a dar al otro lo que es suyo. Es el orden de la comunidad política, es decir, una

armonía de los hombres que se relacionan de un modo tal que alcanzan su perfección propia y como resultado la perfección del conjunto de la ciudad. La justicia implica en la persona singular actuar justamente con los demás y ser así virtuoso. Si no hay respeto a la ley es que los hombres no son justos y, por tanto, no se ayudan a tener cada quien lo suyo. Si no hay justicia, las relaciones interpersonales desaparecen, puesto que lo que manda será la fuerza violenta. Se necesita de la justicia para proteger los derechos humanos. El sentido de la justicia lleva a valorar y respetar las leyes legítimamente constituidas, a respetar los derechos ajenos, a dar a cada quien lo que le corresponde, que incluye a las personas, instituciones y al Estado. Por eso, este valor es de suma importancia en la vía pública. Se deben respetar las leyes de tránsito establecidas por las autoridades, ya que son guías para prevenir accidentes. Pero además, se debe fomentar la actitud de justicia para conducir de forma que se respete a los demás y se les trate de manera igual.

La libertad es otro valor que va de la mano con la tolerancia. Es la capacidad de autodeterminación de la voluntad, que permite a los seres humanos dirigirse hacia su fin y hacer uso de su libre albedrío. Es una capacidad exclusiva del ser humano.

1.5.7.3 Optimismo. Es una condición personal que permite a cada uno optimizar la situación con el realismo o sin el realismo. El desarrollo de esta virtud supone ser realista y conscientemente buscar lo positivo antes de centrarse en las dificultades. Es aquí donde reside su importancia dentro del ámbito vial. El conductor debe enfrentar la realidad con una actitud positiva, no enojarse cuando hay tráfico, sino aceptar que es un hecho real y tratar de colaborar para resolver el problema, en vez, de irse metiendo a manera de pasar los otros vehículos hasta que no lo dejen pasar. En vez de ayudar a mejorar la circulación provocará un mayor congestionamiento y el desagrado de otros conductores.

La base del optimismo es la confianza, que supone reconocer la situación de cada persona tal y como es, conocer sus cualidades y capacidades, a la vez de considerar las propias. Supone saber con seguridad, que los demás están dispuestos a actuar a favor de las personas. La confianza, para que tenga sentido, tiene que basarse en la realidad, pero respetar siempre la posibilidad de mejora personal y ajena. Con esto se pretende eliminar el pesimismo que existe en los conductores porque no tienen confianza en la actitud de los demás en la vía pública. No quieren ponerse en el lugar de los demás para conocer la necesidad que existe de cambiar el comportamiento tan egoísta y defensivo que se tiene a la hora de conducir en las arterias.

1.5.8 Cómo se relacionan dentro de la convivencia social. Para definir la relación de los valores anteriormente descritos se hace referencia a unas virtudes que ayudan a crear los lazos entre estos valores:

Comprensión. Reconoce los distintos factores que influyen en los sentimientos o en el comportamiento de una persona, profundiza en el significado de cada factor y en su interrelación y adecua a su actuación en esa realidad.

Flexibilidad. Adapta su comportamiento con la agilidad a las circunstancias de cada persona o situación, sin abandonar por ello los criterios de actuación personal.

Fortaleza. En situaciones ambientales perjudiciales a una mejora personal, resiste las influencias nocivas, soporta las molestias y se entrega con valentía en caso de poder influir positivamente para vencer las dificultades y para acometer empresas grandes.

Humildad. Reconoce sus propias insuficiencias, sus cualidades y capacidades y las aprovecha para obrar el bien sin llamar la atención ni requerir premio ajeno.

Laboriosidad. Cumple diligentemente las actividades necesarias para alcanzar progresivamente su propia madurez natural y sobrenatural en el trabajo y en cumplimiento de los demás deberes.

Obediencia. Acepta, asumiendo como decisiones propias, las de quien tiene y ejerce la autoridad, con tal de que no se opongan a la justicia, y realiza con prontitud lo decidido, y actuar con empeño para interpretar fielmente la voluntad del que manda.

Orden. Se comporta de acuerdo con unas normas lógicas, necesarias para el logro de algún objetivo deseado y previsto, en la organización de las cosas, en la distribución del tiempo y en la realización de las actividades, con iniciativa propia sin que sea necesario recordárselo.

Paciencia. Una vez conocida o presentida una dificultad a superar o algún bien deseado que tarda en llegar, soporta las molestias presentes con serenidad.

Patriotismo. Reconoce lo que la patria le ha dado y le da. Le tributa el honor y servicio debidos, reforzando y defendiendo el conjunto de valores que presenta.

Perseverancia. Una vez tomada una decisión, lleva a cabo las actividades necesarias para alcanzar lo decidido, aunque surjan dificultades o disminuya la motivación personal a través del tiempo transcurrido.

Prudencia. En su trabajo y en las relaciones con los demás, recoge una información que enjuicia de acuerdo con criterios rectos y verdaderos, pondera las consecuencias favorables y desfavorables para él y para los demás antes de tomar una decisión, y luego actúa o deja de actuar de acuerdo con lo decidido.

Responsabilidad. Asume las consecuencias de sus actos intencionados, resultado de las decisiones que tome o acepte, de tal modo que los demás queden beneficiados lo más posible o, por lo menos, no perjudicados preocupándose a la vez de que las otras personas en quienes puede influir hagan lo mismo.

Se deben tomar en cuenta las siguientes virtudes para poder fomentar la educación en valores y cambiar la actitud de los conductores para construir una convivencia vial de cortesía. A continuación se presenta un resumen de las relaciones entre los valores presentados.



Fuente: Propia

Todos los anteriores llegan a la persona a perfeccionarse y a contribuir al bienestar social.

1.5.9 Condición de la persona en el tránsito. El tráfico es una convención que facilita la movilidad de las personas. Es un sistema que está normado por las autoridades. La recopilación de dichas normas se encuentra en el documento Ley y Reglamento de Tránsito. Por ello la persona tiene ciertas normas a las que debe obedecer y comprender su significado.

La persona debe estar alerta en todo momento que conduce ya que sus actos afectan al resto de las personas de la convivencia vial. Por ello es

importante que esté en óptimas condiciones al manejar y que no se distraiga fácilmente. De igual forma debe siempre seguir las normas de seguridad, como ponerse el cinturón, manejar por debajo de los límites de velocidad establecidos, no tomar y conducir a la vez, no hablar por teléfono celular, etc. Todos estos factores alteran el comportamiento del conductor y lo privan de concentrarse en la actividad que realiza. Además, es indispensable que el conductor siempre tenga en mente los valores que debe aplicar en la vía, fomentarlos y promoverlos para construir una actitud de cortesía en las arterias de la ciudad de Guatemala. Tan importante es reconocer el problema como hacer algo para solventarlo.

1.6 QUÉ SE HA HECHO EN GUATEMALA

En un intento por no asumir las dificultades como miembros integrantes de esta sociedad, se oye decir que sólo en nuestro país suceden estas cosas. Tal vez esto alimente la fantasía que si las personas cambian de país no haría falta que cambien sus habitantes. Para los que querrían sostener esta hipótesis, hay datos estadísticos que echan por tierra este mito. Estos hechos lamentables suceden en todo el mundo y casi siempre, por causas similares. Es decir, por más que se cambie de país no se va a estar exentos de hechos similares a menos que se modifique las propias conductas, en definitiva, que se cambien estos aspectos negativos en las personas. Si así fuera, el medio social se tornaría más seguro. Desde ya que los estados con más y mejores controles sobre los individuos, propician una convivencia más segura.

Las principales campañas que se han desarrollado en Guatemala han sido principalmente para disminuir los accidentes viales promoviendo la seguridad. En marzo del presente año, Roberto Gonzáles, Viceministro de Tránsito habló sobre un plan que se desea poner en acción para contrarrestar las tragedias. La estrategia está enfocada en tres puntos:

- Persona más segura: campañas informativas y de prevención, creación de la Dirección de Vigilancia y Protección Vial y del primer parque

infantil de educación vial.

- Caminos más seguros: se identificarán los peligros de las carreteras, se efectuará una auditoría de los lugares con más incidencia de accidentes y se rediseñarán las carreteras.
- Vehículo más seguro: promover el uso de controles automáticos de seguridad y mejorar el comportamiento de los pilotos.

Sin embargo, no se ha visto progreso en cuando a los mensajes gráficos que la estrategia anteriormente planteada.

El Ministerio Público lanzó una campaña de muppies en la zona 10 para promover el respeto a las leyes. A continuación se presentan algunos de los mensajes transmitidos:

Fotografía No. 1

SIN DAÑOS A TERCEROS



Fuente: Propia

Fotografía No.2

NO HAY TIEMPO EXTRA



Fuente: Propia

Fotografía No. 3

CON LA LEY NO SE JUEGA



Fuente: Propia

Como se puede apreciar, la campaña utiliza a personas guatemaltecos reconocidos, con una frase que sea llamativa y el mensaje es claro: “Respeto la ley, Guatemala te necesita.”

Realmente no se ha elaborado una campaña cuyo fin sea crear concientización en los conductores para que estos cambien su actitud hacia una de amabilidad, cortesía y responsabilidad.

1.7 QUÉ SE HA HECHO EN OTROS PAÍSES

A nivel mundial hay países que han empleado grandes esfuerzos por superar el problema de los accidentes viales por medio de fomentar una cultura de amabilidad en los conductores que transitan en la vía pública.

La Organización Panamericana de la Salud ha realizado varios esfuerzos por presentar la seriedad de la problemática de los accidentes viales. Designo el 7 de Abril como el Día Mundial de la Salud. En el 2004 sacó un boletín “La Seguridad Vial no es accidental” en donde presenta la realidad de la situación. A continuación se puede ver piezas de la campaña:

Fotografía No. 4

AFICHE



Fuente: Propia

Fotografía No. 5

BROCHURE



Fuente: Propia

Colombia es "ejemplo de país en desarrollo que está empezando a aplicar una estrategia similar" a la de los países nórdicos europeos. Las soluciones para los países en desarrollo pueden variar ligeramente de las de los industrializados, pero de manera general comprenden principios básicos. Parte de la estrategia de Colombia ha sido invertir en diagnósticos para saber cómo son las personas colombianas. Han encontrado que son optimizadores en el corto plazo, prefieren tomar atajos para ahorrar tiempo, distancia, esfuerzo o dinero, respecto a métodos más convencionales. Le han llamado "cultura de atajo" en la cual muchas veces se cambian formas de acción más seguras y legales por otras percibidas como más rápidas y efectivas, aunque sean ilegales o pongan en riesgo la vida propia y la de los demás. Es necesario entender que enfrentar la costumbre de tomar por el camino más corto en los comportamientos más cotidianos es importante para luchar contra los atajos mas graves, como la violencia y la corrupción.

Las más claras ilustraciones del atajo y de la lucha contra la cultura del atajo aparecen en las calles. Algunos ejemplos son: cruzar la calle en diagonal y

por la mitad de la cuadra, para ahorrar tiempo y distancia. De esta manera también se infringen las normas de tránsito y se ha corrido mayor riesgo de ser víctimas o partícipes de un accidente. Para crear conciencia, el Fondo de Prevención Vial de Colombia colocó estrellas donde habían fallecido peatones al ser atropellados por tomar atajos. Esto ayudó a que las personas valoraran más la vida y su seguridad que los minutos que podían ganar tomando atajos. Seguir atajos implica devaluar o desestimar las consecuencias más remotas de la acción. El problema de la cultura del atajo consiste en que con frecuencia el atajo está prohibido por la ley pero no por una norma moral o social. Muchas veces se le celebra a la persona que tiene el valor de infringir la ley.

En Colombia se desarrolló un programa llamado Cultura Ciudadana que se orienta hacia la armonización de tres sistemas reguladores de la conducta individual para modificar las conductas que son moral o socialmente aceptadas pero ilegales y colectivamente destructivas. El gobierno colombiano fue más allá de actuar sobre las leyes o sobre la conciencia de las personas, intervino en el campo de la regulación cultural para tratar de cambiar normas sociales. El propósito fundamental del plan de Colombia, “Formar ciudad” estaba en lograr un mayor cumplimiento de las normas de convivencia, aumentar el cumplimiento voluntario y la resolución pacífica de los conflictos.

Los accidentes de tránsito pueden prevenirse si se adoptan medidas contra el exceso de velocidad y conducir bajo los efectos del alcohol; promocionar el uso de los cascos y cinturones de seguridad, velar porque los peatones y ciclistas sean más visibles en las carreteras, mejorar el diseño de las calles y carreteras, mejorar y promocionar las normas de educación y seguridad vial y mejorar los servicios de respuesta a situaciones de emergencia.

A continuación se presentan ejemplos gráficos de lo que se ha realizado en Colombia:

Fotografía No. 6

MIMO



Fuente: Propia

Fotografía No. 7

CEBRA



La campaña de la STT busca reducir las muertes de peatones en la ciudad. En lo que va corrido del 2006 la cifra ya llega a 38.
Archivo particular

Fuente: www.bogota_dc.com/vari0s

Fotografía No.8

MANTA



Fuente: Propia

Fotografía No. 9

PUNTO DE INFORMACIÓN



Fuente: Propia

Fotografía No. 10

TARJETA CIUDADANA



Fuente: Propia

En Finlandia, después de 30 años de campañas gubernamentales sobre la seguridad vial han llevado a una reducción del 50% del número de víctimas mortales ha pesar de que el volumen del tráfico vial se ha triplicado. (consecuencias sociales). Las medidas tomadas por este país han sido: influir en la legislación y en su imposición en relación a la seguridad vial, mejorar los aspectos del medio ambiente vial que contribuyen a las colisiones de tráfico y a integrar la seguridad vial en todas las políticas que tienen consecuencias directas en la situación de seguridad vial en el país.

Además, los programas emprendidos en Suecia y Holanda, combinan diversas medidas y fomentan los desplazamientos caminando o en bicicleta, además de contribuir a reducir los accidentes "favorecen una vida más sana" y contribuyen a reducir la contaminación ambiental y acústica que ocasionan los automóviles.

En EUA, por ejemplo, es obligatorio conducir durante el día con las luces encendidas, lo que disminuye el riesgo de accidentes, como ha sido demostrado. Es evidente que el buen estado y señalización correcta de las rutas y calles es primordial para evitar los accidentes de tránsito, así como la verificación del estado de los vehículos tanto públicos como privados. Según datos oficiales, como consecuencia de continuas campañas de educación ciudadana en valores los Estados Unidos redujeron, a lo largo de 12 años, en 13.7 % la incidencia de accidentes automovilísticos.

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 MÉTODO

Para llevar a cabo este proyecto fue necesario emplear varios tipos de investigaciones para recopilar todo el material preciso.

2.1.1 Investigación Exploratoria. Es una “investigación inicial conducida para aclarar y definir la naturaleza de un problema.”¹⁸ Ayuda a comprender mejor las dimensiones del problema y a realizar el análisis. También ayuda a identificar la información necesaria para investigaciones futuras. Durante el curso de PTI 7 se realizó este tipo de investigación para determinar los principales problemas en la ciudad capital, Guatemala, especialmente aquellos relacionados con la educación vial. Se concluyó que gran parte de los accidentes de tránsito se debe a la falta de cortesía en la vía pública y a que el conductor tiene una actitud negativa mientras conduce.

2.1.2 Método Científico. Es el método principal que se utiliza para llevar a cabo esta investigación. Éste consiste en un conjunto de procedimientos lógicos que se siguen para determinar relaciones internas y externas de una realidad, en este caso sobre la actitud de los conductores en la vía pública. Es importante dar a conocer que es un método sistematizado racional, lo que permite que el trabajo de campo sea lo más objetivo posible, eliminando la interferencia de los subjetivo y permitie construir una propuesta de comunicación adaptada a las necesidades del grupo objetivo definido. También ayuda a definir el porqué del problema dando las principales causas. Es un sistema controlable ya que se pueden programar y diseñar las herramientas a usar para generar información confiable. Permite hacer un análisis más profundo sobre la problemática así como las posibles soluciones al problema de actitud de los conductores en la vía pública.

¹⁸ William, Zikmund. Investigación de Mercados. Prentice Hall. 2002. p.50

2.1.3 Observación. Es una herramienta de la investigación científica. Es el “proceso sistemático de registro de los patrones de comportamiento de las personas, objetos y sucesos sin cuestionarlos, ni comunicarse con ellos.”¹⁹ Se utilizó este método para la recopilación de datos, en especial en la vía pública, y se registra información de los acontecimientos en orden de cómo sucedieron para recopilar evidencia de los registros de los acontecimientos pasados. Dentro de los aspectos observados para esta investigación están los siguientes: acción física de conductores y sus vehículos, comportamiento verbal, comportamiento expresivo, relaciones y ubicaciones espaciales, patrones temporales, objetos físicos que intervienen en las arterias, por mencionar algunos. Toda esta información ayuda a determinar posibles causas del problema para generar alternativas de solución y también para comprender las razones que tienen los conductores para conducirse de tal modo.

2.1.4 Investigación Descriptiva. Es la “investigación diseñada para describir las características de una población o fenómeno.”²⁰ Intenta determinar las respuestas a las preguntas, quién, qué, cuándo, dónde y cómo. Se basa en la previa comprensión del problema de investigación. Se utilizó mucho para identificar las razones que el grupo objetivo tiene para explicar la naturaleza de su comportamiento y, en este caso las razones que llevan al conductor a manejar de forma negativa y defensiva poniendo en riesgo la vida de los que le rodean aparte de la propia. Ayuda a determinar los patrones de comportamiento, actitudes y opiniones de los conductores para conocer mejor al grupo objetivo.

2.1.5 Enfoque cualitativa y cuantitativa. Se tomó también este método para desarrollar el proyecto ya que se determinó la solución más adecuada para el problema detectado. Por medio del enfoque cualitativo se pueden determinar conductas o actitudes de las personas que conducen en la vía pública, así como las reacciones inmediatas cuando otro vehículo se le atraviesa, si disminuye la

¹⁹ Ibid., p.250

²⁰ Ibid., p.51

velocidad cuando el semáforo va pasar a rojo o si acelera, etc. El enfoque cuantitativo permite de una forma más objetiva determinar las necesidades del grupo objetivo en cuanto a la manera de mejorar la actitud en la vía pública. Aquí se llevó un registro sobre cuantas personas dan paso en las arterias, cuántas utilizan el pide vías para cruzar, por mencionar algunos ejemplos.

2.2 POBLACIÓN

2.2.1 Definición de la población. El grupo que se va a beneficiar de esta investigación está formada por los conductores de vehículos de motor de la ciudad de Guatemala. Según datos de la municipalidad, este número se acerca a los 450,000 conductores. Se tomó en cuenta ambos sexos, haciendo énfasis en el masculino ya que son los principales pilotos. Además está la población beneficiaria que en este caso son otros conductores y los peatones, principalmente.

Por conductores se refiere a los pilotos de automóviles, taxis, autobuses, camiones, furgonetas y motocicletas. En este caso, por razones que serán mencionadas a continuación, el grupo objetivo se delimitó a conductores de automóviles únicamente. Son los adultos jóvenes y adultos a los que todavía se les pueden cambiar sus hábitos de conducir por medio de una estrategia de comunicación efectiva que se adapte a sus necesidades y preferencias.

El grupo de conductores se delimitó porque los diferentes tipos de conductores cuentan con estilos de vida, culturas, comportamientos y contextos sociales muy diferentes, para lo cual la comunicación se debe dirigir de forma desigual. Además, son los conductores de vehículos los que tienen mayor circulación en las arterias de la ciudad. Según las estadísticas de EMETRA, este grupo conforma casi el 83% del total de los conductores. Adicionalmente, estas

estadísticas muestran que es este grupo el que contabiliza mayores multas y son los que cometen la mayoría de las infracciones.

Además, los conductores de automóviles son los principales causantes, según la Intendencia Administrativa de la Policía Nacional de Tránsito, de los accidentes viales por razones tales como:

- por conducir bajo efectos alcohólicos, 30%
- uso de celular, 20%
- exceso de velocidad, 20%
- por no respetar las señales de tránsito, 20%
- por tener el vehículo en malas condiciones, 20%

La vida implica varias características: moverse a sí mismo (capacidad de transformarse), unidad (todos somos parte de un todo), inmanencia (capaces de acumular), autorrealización (llegar a la plenitud) y que la vida tiene un ritmo cíclico y armónico. Nuestra calidad de vida depende en gran parte de nuestra calidad de aprendizaje.

La capacidad intelectual es que la que lleva al hombre a pensar. Es la actividad más alta que puede realizar y supone un conocimiento determinado y genera otros conocimientos. El lenguaje es el medio para transmitir los conocimientos que le permite al ser humano ser social y que tenga la capacidad de dialogar y compartir con otros seres. Se debe concienciar a la persona sobre la importancia de una actitud de cortesía en la vía pública, tanto a nivel personal como en conjunto con los demás participantes de la comunidad vial, para que juntos, se logre resolver el problema y reducir el índice de accidentes viales.

2.3 MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra o número de personas que se debían entrevistar se utilizó una fórmula estadística la cual permite que la información que se obtenga, a través de las diferentes herramientas, sea válida.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times (N)}{((N-1)0.01) + (1.96^2 \times 0.50 \times 0.50)}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.50 \times 0.50 \times (450,000)}{((449,000)0.01) + (3.84 \times 0.50 \times 0.50)}$$

$$n = \frac{432,000}{(4490) + (0.96)}$$

$$n = 96.19$$

En este caso N, el total de conductores en la ciudad de Guatemala es de 450,000²¹ habitantes aproximadamente y Z es el coeficiente de seguridad igual a 1.96. Al aplicar la fórmula el tamaño de la muestra, n, da 96.01.

Es importante aclarar que se realizó un muestreo aleatorio simple para determinar la muestra del trabajo de campo. Este es un procedimiento que asegura que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser incluido dentro de la muestra. A los conductores que se les pidió su colaboración se les eligió de esta manera, para que todos pudieran tener la misma oportunidad de ser escogidos.

Luego se dividió la muestra de acuerdo a los siguientes criterios de selección. Con base en la observación se eligieron a los conductores de los diferentes tipos de vehículos que circulan en la vía pública. Los principales son: vehículo propio, vehículo comercial, camionetas, taxis y motocicletas.

²¹ Estudio Estadístico 2002, Prodatos.

2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1 Instrumento de Investigación 1: Encuesta a conductores guatemaltecos. El diseño de esta encuesta se realizó para determinar las actitudes y el comportamiento de los conductores en la vía pública. Los aspectos que se evaluaron son los siguientes:

- a. Generalidades sobre el grupo objetivo.
- b. Actitud en la vía pública según su comportamiento en diferentes situaciones.
- c. Validación sobre la necesidad de cambiar la actitud actual.

El objetivo primordial de esta encuesta es recopilar toda la información posible para determinar la actitud del conductor guatemalteco y si considera necesario hacer algo al respecto para ayudar a resolver esta problemática.

2.4.2 Instrumento de Investigación 2: Encuesta a conductores guatemaltecos para la estrategia de comunicación. El objetivo principal de esta herramienta es recopilar la información sobre cómo se le puede llegar al grupo objetivo, cuales son sus preferencias en medios y otros datos relevantes para construir la estrategia de comunicación. Es aquí donde se validan los elementos gráficos que se van a utilizar a la hora de elaborar el material de diseño. Dentro de estos elementos están: colores, tipografías, fotos e ilustraciones, formatos, etc.

2.4.3 Instrumento de Investigación 3: Entrevista a Jefe de la Policía Municipal de Tránsito. El fin principal de esta investigación es la obtención de datos relevantes al problema, así como indagar sobre posibles soluciones al mismo. Contar con la opinión de un experto en el tránsito es vital para fundamentar la existencia del problema y encontrar soluciones objetivas. Además que conocer mucho sobre el comportamiento de los conductores y sobre la comunidad vial en general.

2.4.4 Instrumento de Investigación 4: Entrevista a diseñador gráfico con especialidad en publicidad. Es necesario conocer a personas que han trabajado campañas similares para obtener información sobre cómo elaborar el material gráfico para que éste llegue de manera directa al grupo objetivo. El objetivo es obtener información sobre cómo diseñar el material gráfico que va dirigido a determinado grupo objetivo (conductores) en una situación específica (en la vía pública). Además, es importante contar con la opinión de un experto en publicidad para saber si el mensaje se construye de forma efectiva y los métodos para impactar al grupo objetivo.

2.4.5 Instrumento de Investigación 5: Entrevista a especialista en educación en valores. Como es un tema que se basa en cambiar la actitud por medio de fomentar los valores es indispensable conocer a fondo qué valores están en juego en la vía pública, en qué consisten, y cómo se pueden combinar con el comportamiento del conductor para cambiarlo. Es por ello que el fin de esta entrevista es conocer la importancia de los valores en la persona humana y cómo se pueden implementar en la vía pública.

2.4.6 Instrumento de Investigación 6: Guía de observación en la vía pública. El objetivo principal de esta guía es tener unas referencias establecidas sobre lo que se desea observar en la vía pública para facilitar su registro y obtener los datos necesarios. Por lo general se realizan en poco tiempo y por ello es necesario que sean precisas y breves. Además, es un instrumento que ayuda a verificar el comportamiento real de los conductores ya que éstos no están concientes que se están registrando sus actos. Para ello es preciso observar el comportamiento en diferentes puntos de la ciudad, especialmente en los de mayor congestión vial.

2.5 PROCEDIMIENTO

2.5.1 Etapa preparatoria. Con base en la investigación previamente realizada en PTI 5, en la cual se estudió a fondo la capital de Guatemala, sus antecedentes culturales, la población, el área de salud, entre muchos otros aspectos, se pudo concluir que en éste lugar existen varios problemas relacionados con la salud de la población. Uno de los problemas más notables y significativos es que los conductores guatemaltecos optan por una actitud negativa y agresiva en las arterias de la vía pública, lo cual provoca mayores accidentes de tránsito.

A lo largo de los meses se recopiló información para elaborar el marco teórico de dicho trabajo. Hay información bibliográfica, documental y gráfica que incluye fotografías de la situación actual, relacionada con el problema. Se puede contar además con mejores herramientas para investigar más a fondo la problemática detectada. Estas herramientas permiten conocer la importancia de una actitud positiva en la vía pública en la población de Guatemala, sus causas y consecuencias, entre muchos otros factores relacionados con el tema.

2.5.2 Etapa de campo. Lo primero que se hizo fue definir el tamaño de la muestra para obtener un grupo representativo y poder encuestarlos. En esta etapa se diseñó varias herramientas para la recopilación de datos en la ciudad de Guatemala. Dichas herramientas son encuestas y entrevistas elaboradas con el fin de profundizar en el conocimiento que se tenía relacionado con el problema. Las encuestas fueron aplicadas a personas afectadas por el problema como los peatones, pero en especial a los conductores de los diferentes tipos de vehículos que circulan en el tránsito diario pues viven esta situación todos los días. También se entrevistó al personal de la municipalidad, EMETRA, que tiene relación con el problema, para conocer más a fondo el estado actual de factores como tráfico, número de vehículos que circulan, accidentes de tránsito, etc.

Otra herramienta utilizada fue la observación indirecta en la cual se procedió a observar y analizar todos aquellos datos que fueran relevantes para la investigación del problema, o que de alguna manera se consideraran significativos. Para ello se realizaron varias visitas al área de estudio donde se tomaron fotografías y llenaron preguntas básicas. Adicionalmente se filmaron momentos en la vía pública para corroborar los datos registrados.

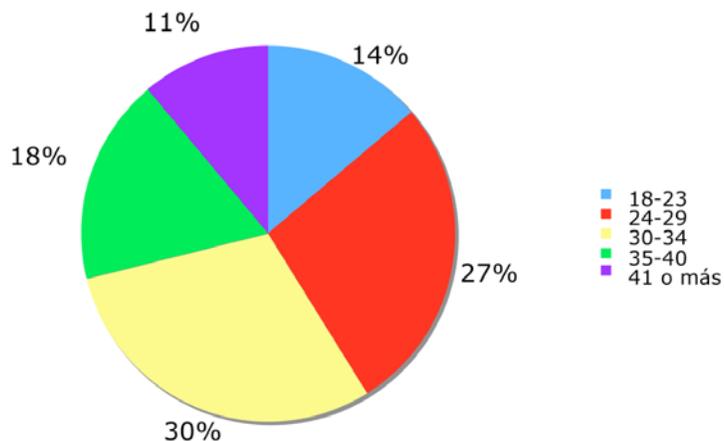
Otro tipo de observación empleada fue la de participante, en la cual se procedió a introducirse dentro del campo de estudio y a compartir las vivencias de las personas afectadas con el problema. Se platicó informalmente con peatones y conductores para detectar sus principales necesidades con respecto a este tema, conocer sus opiniones, intereses, etc.

3.5.3 Etapa de análisis. En esta etapa se procedió a analizar los resultados obtenidos de las encuestas, observaciones y entrevistas realizadas en la etapa de campo. De este análisis surgen posibilidades de soluciones gráficas al problema estudiado. Luego de procesar los resultados se elaboraron gráficas para dar a conocer los resultados de una manera clara y directa. Para ello fue necesario interpretar los datos y sacar las principales conclusiones.

3. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Gráfica No. 1

EDADES DE LOS CONDUCTORES

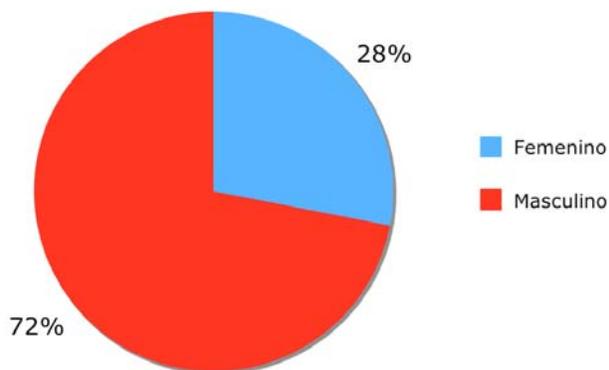


Fuente: Propia

La gráfica muestra que la mayor parte de las personas encuestadas tiene entre 24 y 34 años de edad. Esto se debe a que son las personas más expuestas en el tránsito vehicular de la ciudad.

Gráfica No. 2

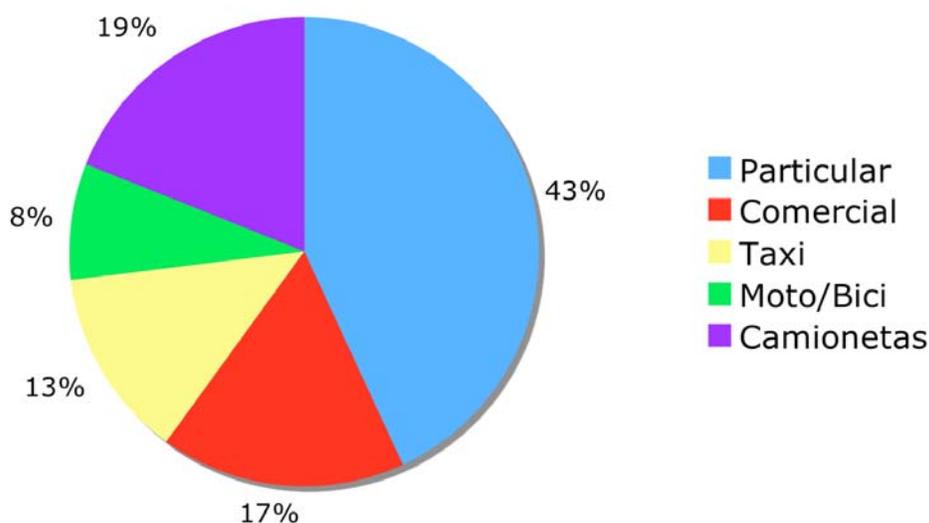
SEXO DE LOS CONDUCTORES



Fuente: Propia

En esta gráfica se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas pertenecen al sexo masculino. Esto se debe a que los principales conductores en la vía pública son hombres y por ello es importante conocer su punto de vista y actitud en las arterias. Además, los taxis, camionetas y vehículos comerciales son, en su mayoría, conducidos por hombres y no mujeres. Esto se puede ver también en los resultados de las observaciones que se realizaron en la vía pública.

Gráfica No. 3
TIPO DE VEHÍCULO

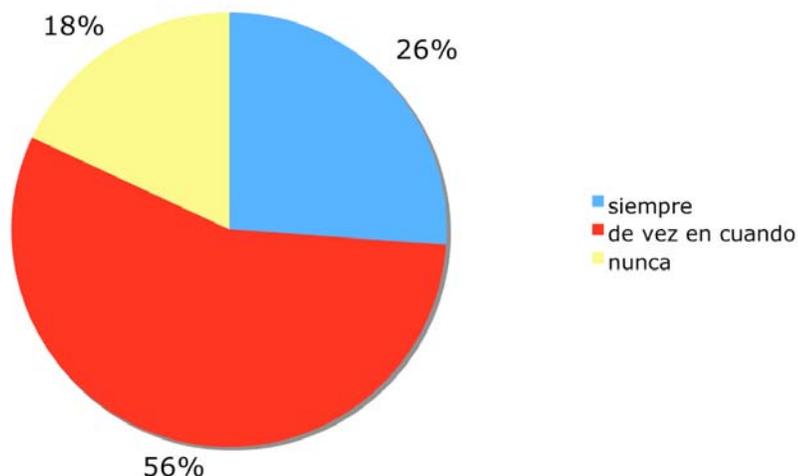


Fuente: Propia

La vía pública está conformada por diferentes actores dentro de los cuales sobresalen los conductores. Estos, a su vez, están clasificados según el tipo de vehículo que conducen. A la hora de pasar las encuestas, fue necesario dividir la muestra en cuando a su porcentaje de influencia en la vía pública de acuerdo a los datos proporcionados por EMETRA. Como lo muestra la gráfica anterior, los principales conductores son los de vehículo particular, seguido por las camionetas y en tercer lugar los comerciales.

Gráfica No. 4

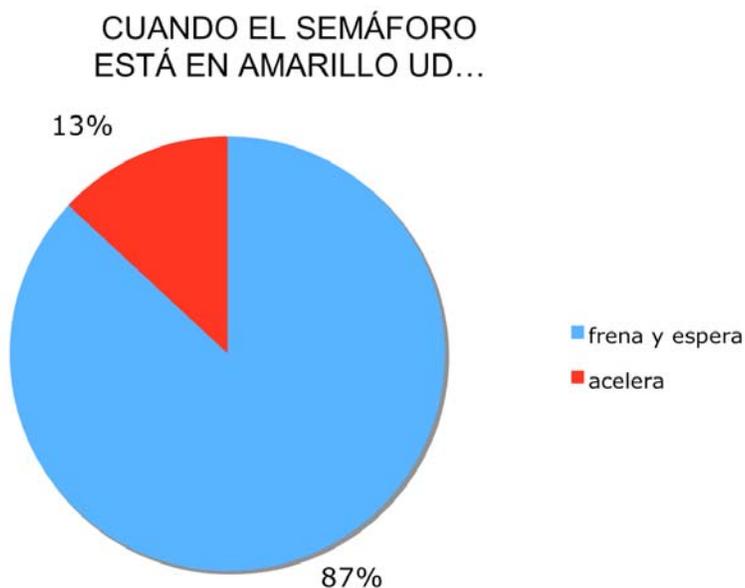
FRECUENCIA PARA
DAR PASO



Fuente: Propia

El conductor guatemalteco, como se puede ver en la gráfica, reconoce que en ocasiones sí da paso en la vía pública. Sin embargo, en las observaciones registradas, se ve que el conductor casi nunca da paso en la vía e incluso acelera para no dejar pasar a otros vehículos. El 26% de los encuestados afirma que siempre da paso. Si este fuera el caso, la conducta del conductor no sería tan negativa en las arterias y ha habría evidencia de una disminución en los accidentes.

Gráfica No. 5

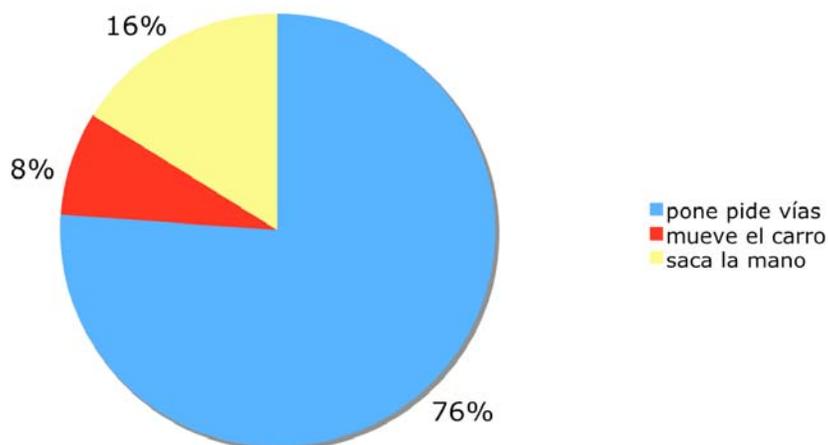


Fuente: Propia

Esta pregunta se realizó para conocer más a fondo el comportamiento real de los conductores guatemaltecos. Aunque la mayoría, el 87%, afirma que frenan y esperan a que el semáforo se ponga en rojo, estos no fueron los resultados encontrados en la observación de campo. Se observó el comportamiento del conductor en diferentes puntos de la ciudad para evaluar si realmente esperaba y, en promedio, 2 carros siguen circulando cuando el semáforo ya indica rojo. Además, cuando se habló con expertos en el tema, como el Jefe de la Policía Municipal de Tránsito, comentó que muchos de los accidentes viales son causa de que el conductor se pasa el semáforo en rojo muy seguido por no frenar y esperar su próximo turno. El conductor guatemalteco maneja muy aprisa y por eso no tiene el hábito de disminuir la velocidad cuando el semáforo está en amarillo, si no que acelera para ver si logra pasar.

Gráfica No. 6

PARA PEDIR VÍA UD...

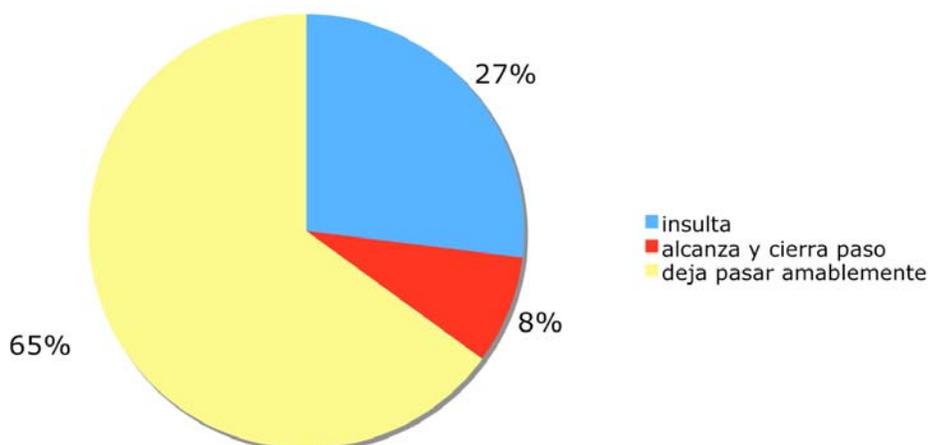


Fuente: Propia

Otro comportamiento que ayuda a definir la actitud del conductor en la vía pública es si respeta las normas de tránsito establecidas. Un 76% asegura que a la hora de pedir vía lo hace por medio de activar el pide vías. Este comportamiento sí se observó de tal manera en la observación de campo realizada. Sin embargo, hay otro porcentaje de personas que no lo hace y eso provoca confusión en los demás conductores. Además, hay personas que aunque indican correctamente, con el pide vías que van a cruzar, dejan éste activado causando confusión porque no se sabe si ya cruzó o si va a cruzar.

Gráfica No. 7

ACTITUD CUANDO OTRO VEHÍCULO
LE CIERRA PASO

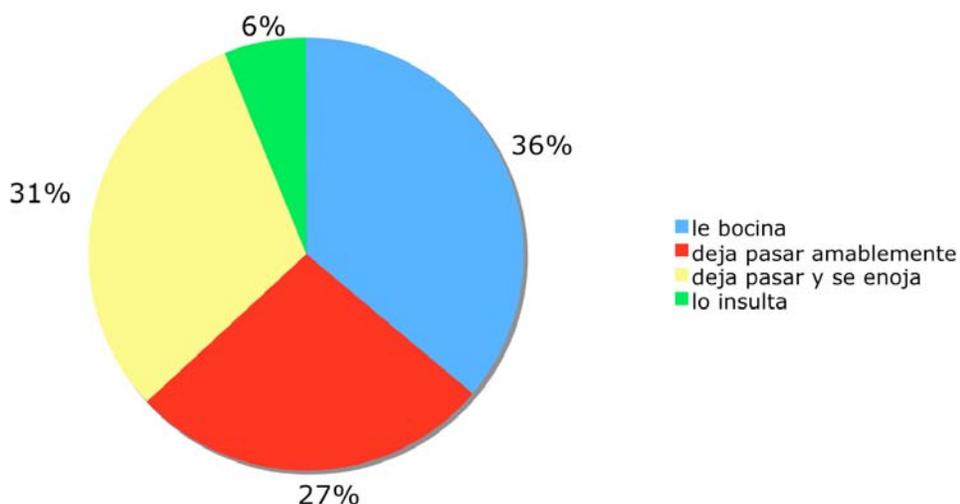


Fuente: Propia

Este es otro ejemplo de contradicción en cuanto a lo que el conductor responde versus lo que se encontró en los resultados de las observaciones realizadas en las diferentes arterias de la ciudad. En las encuestas el conductor afirma que su actitud cuando otro vehículo le cierra paso es que lo deja pasar amablemente. Sin embargo, en las observaciones se vio que muchos vehículos aceleran para no dejar pasar a otro vehículo, suenan agresivamente la bocina, le insultan, por mencionar algunos comportamientos alternos. En las encuestas sólo el 8% aceptó que no dan paso.

Gráfica No. 8

REACCIÓN INMEDIATA

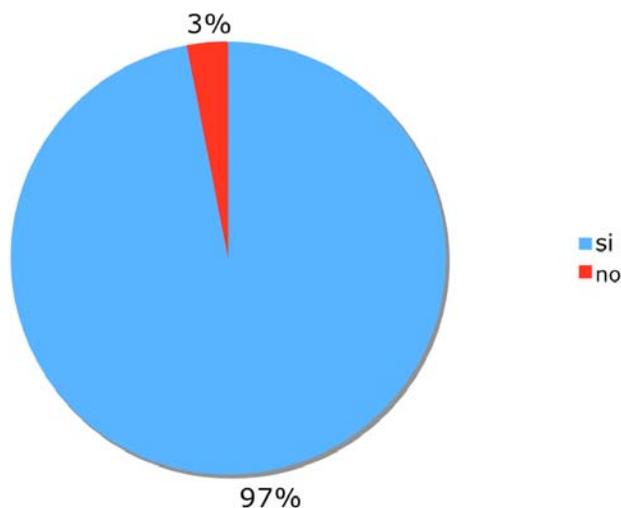


Fuente: Original

Esta gráfica muestra claramente que la reacción inmediata del conductor guatemalteco cuando otro vehículo le comete una injusticia, sin ocasión de colisión, es bocinar o dejarlo pasar pero quedándose enojado. De alguna manera el conductor se ve afectado de forma negativa por la forma como los otros conductores manejan. Esto se vio reflejado especialmente en los datos observados en las diferentes arterias. Los rostros de los conductores reflejan enojo, frustración y molestia cuando se les mete otro vehículo sin avisar. Otro porcentaje reconoce que deja pasar al vehículo amablemente, lo cual, como se mencionó anteriormente, en las observaciones es visto con muy poca frecuencia.

Gráfica No. 9

EXISTE NECESIDAD
DE CAMBIAR



Fuente: Propia

En su mayoría las personas están de acuerdo que existe la necesidad de cambiar la actitud de los conductores. Se reconoce que hay un problema serio en cuanto a actitud. Aunque en muchos casos la persona no acepta que su forma de conducir es negativa, sí se refleja en el comportamiento evaluado como convivencia social. Una observación que frecuentó es que las personas no aceptan que tienen el problema, si no que son los demás los que no colaboran con mejorar la situación.

Se hicieron dos preguntas sobre valores para las cuales se presentan los resultados a continuación:

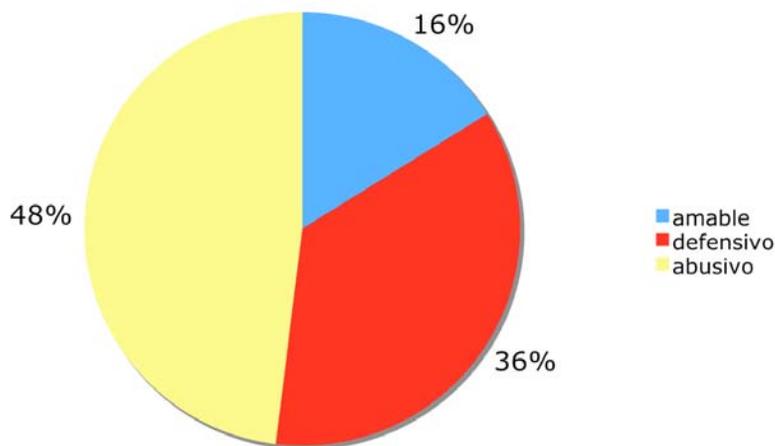
Para la pregunta ¿Qué valores practica usted mientras conduce? La mayoría de los conductores contestaron que conducen con justicia, respeto, auto control y responsabilidad. Realmente, si esto fuera cierto, no se tendría la gravedad de problema que existe hoy en día, ni existirían tantos accidentes viales.

Como se mencionó con anterioridad, el conductor guatemalteco como individuo no quiere aceptar que tiene el problema, si no que son todos los demás, los que le rodean, los que tienen problemas en cuanto a su actitud en la vía pública.

Para la pregunta ¿Cuáles valores considera que son los más importantes de promover hoy en día? Los principales valores son: respeto, tolerancia, responsabilidad, prudencia y solidaridad. Los conductores reconocen la importancia de promover estos valores para cambiar la actitud de los conductores. Estos valores también fueron la respuesta de personas con experiencia en este tema, ya que consideran que si los conductores practicaran estos valores, la conducta en la vía sería otra.

Gráfica No. 10

COMPORTAMIENTO DEL CONDUCTOR



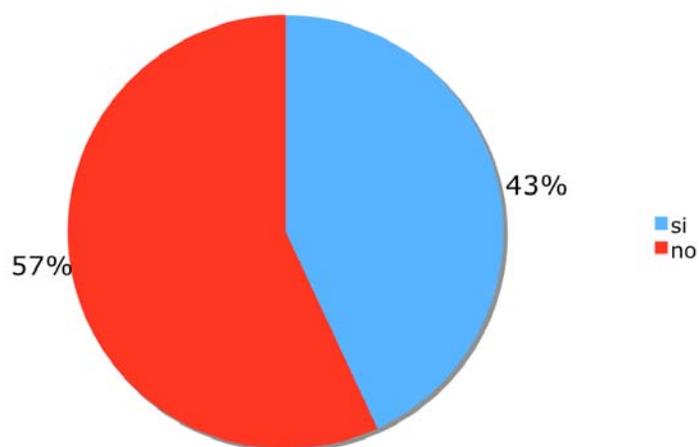
Fuente: Propia

Con esta gráfica se ve claramente que, desde el punto de vista individual, los conductores califican el comportamiento de los demás conductores como abusivo y defensivo. Esto muestra claramente que cada conductor ve a los demás como una amenaza en la vía pública. Saben que los demás no manejan

con una actitud de cortesía ya que son abusivos y sólo velan por los intereses propios. Este dato si se encontró de la misma manera en las observaciones de la vía pública. Cada conductor trata de sobrevivir dentro del ambiente vial a su manera. Si para ello tiene que bocinar, insultar, pasarse en rojo, tirar el carro, lo hacen con tal de satisfacer sus propias necesidades.

Gráfica No. 11

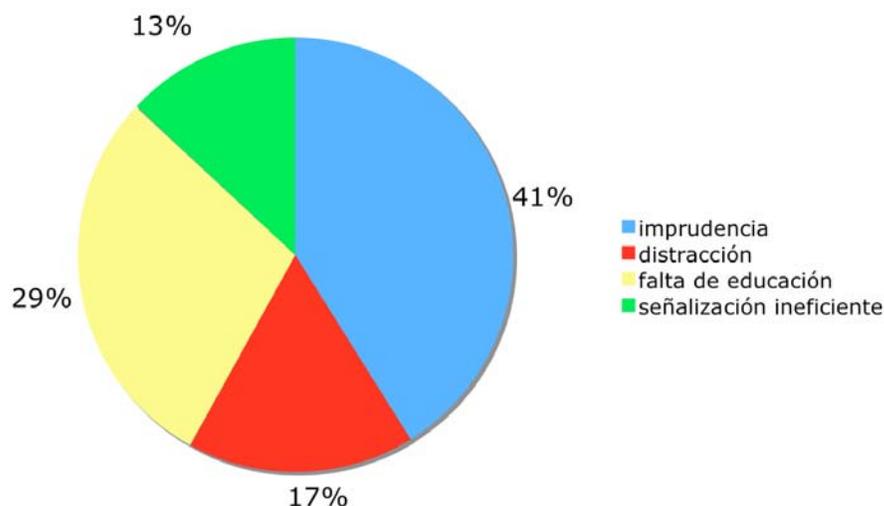
SEÑALIZACIÓN ADECUADA



Fuente: Propia

Esta gráfica indica que gran porcentaje de los conductores se sienten inseguros en las arterias viales de la capital. No creen que la señalización establecida es la necesaria para conducirse de forma segura y civil. Muchas veces, como se pudo ver en las observaciones de campo, la señalización está en malas condiciones o casi no se puede ver por su ubicación.

Gráfica No. 12
 POR QUÉ SUCEDEN
 LOS ACCIDENTES VIALES

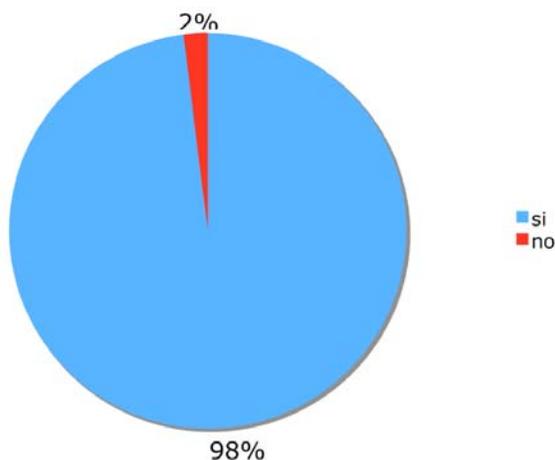


Fuente: Propia

Los conductores consideran que las principales causas de tantos accidentes viales son la imprudencia del conductor y la falta de educación vial. La imprudencia es una actitud que se puede corregir fomentando los valores. En las observaciones de las arterias se ve que el conductor se distrae fácilmente, ya sea hablando por el celular, viendo lo que está afuera (en vez de ver para enfrente), platicando con los pasajeros, incluso haciendo otras actividades mientras conduce como maquillarse, leer o arreglar cosas dentro del carro. Todo esto no permite que el conductor esté enfocado en la forma como maneja y contribuye a ocasionar accidentes.

Gráfica No. 13

CAMBIO DE ACTITUD PARA REDUCIR ACCIDENTES

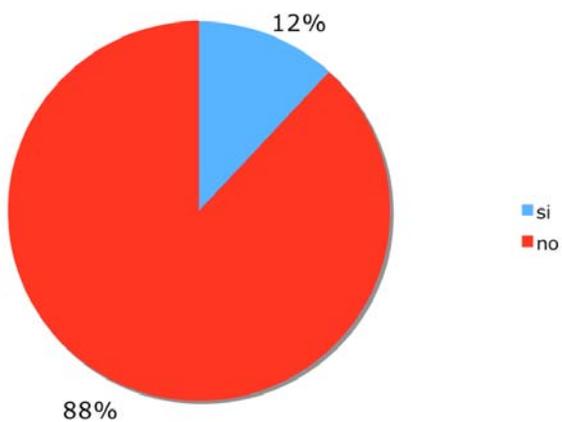


Fuente: Propia

Los conductores aceptan que un cambio en la actitud sí reduciría el índice de accidentes viales. Por eso es importante empezar hacer algo de forma inmediata ya que el conductor está conciente de esta necesidad y quiere hacer algo al respecto.

Gráfica No. 14

CONSULTA LEY DE TRÁNSITO

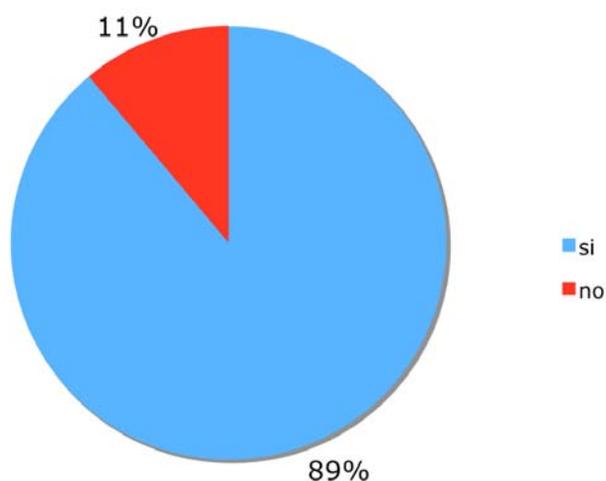


Fuente: Propia

En su mayoría, los conductores guatemaltecos no han consultado la Ley de Tránsito, posterior a haberlo hecho para aprobar el examen de licencia. En este documento se encuentra información importante que ayuda a orientar al conductor sobre cómo debe de manejar para evitar los accidentes.

Gráfica No. 15

¿LE GUSTARÍA
RECIBIR INFORMACIÓN?

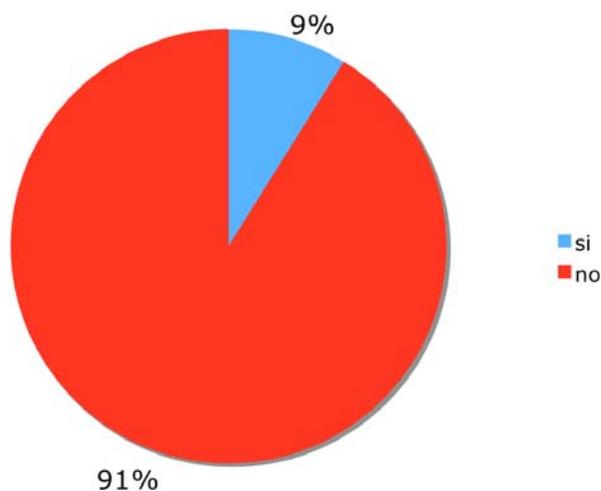


Fuente: Propia

Los encuestados sí tienen interés en recibir información sobre cómo mejorar su actitud en la vía pública. Saben que existe un problema y están dispuestos a enterarse sobre cómo poder ayudar a resolver esta situación.

Gráfica No. 16

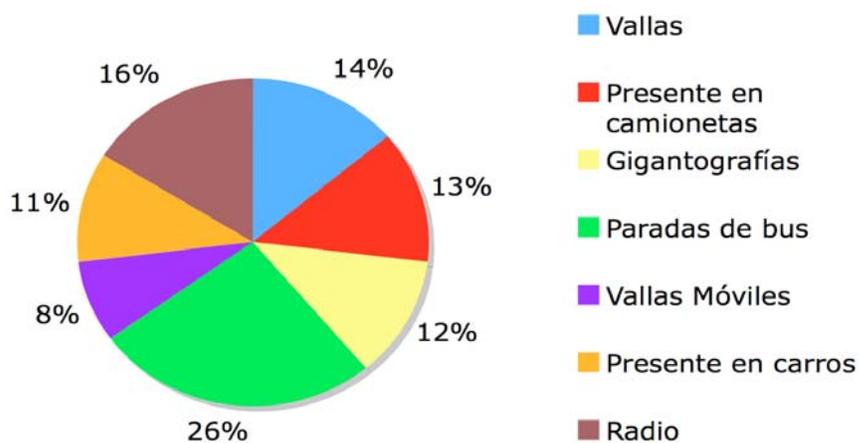
RECORDACIÓN DE
CAMPAÑAS ANTERIORES



Fuente: Propia

El 91% de los encuestados no recuerdan ninguna campaña que se haya realizado para crear conciencia en los conductores por medio de valores en la vía pública. Esto quiere decir que no se han hecho esfuerzo que realmente impacten al conductor y lo guíen para mejorar su actitud en la arterias. A los pocos que contestaron afirmativamente a esta pregunta, les costaba trabajo recordar cuál fue dicha campaña. Sólo decían que sí, pero que no lograban recordar.

Gráfica No. 17
 MEDIOS QUE PERCIBE
 AL CONDUCIR

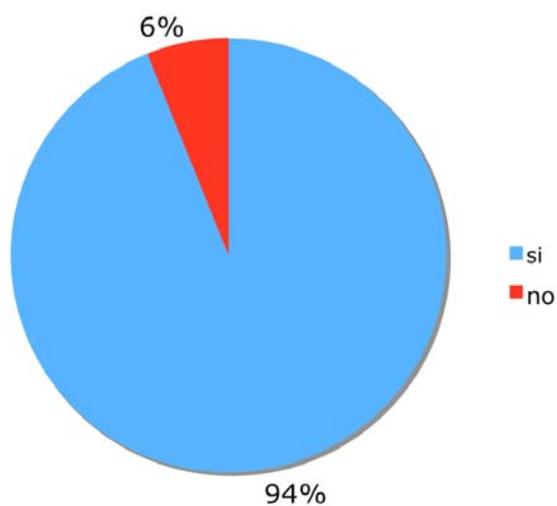


Fuente: Propia

Dentro de los principales medios que el conductor percibe a la hora de circular por la vía pública están las paradas de bus seguido por radio y en tercer lugar la que está en las vallas. Esto ayuda a identificar los puntos donde se puede colocar información para que sea observada por el conductor.

Gráfica No. 18

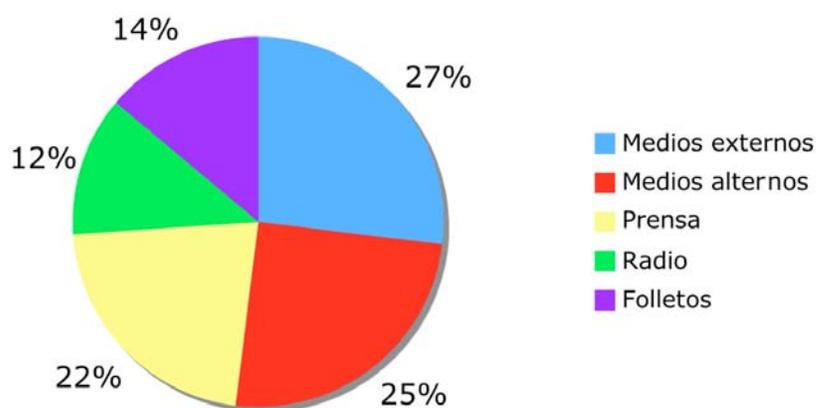
¿LE GUSTARÍA RECIBIR
INFORMACIÓN DE VALORES?



Fuente: Propia

El 94% de los encuestados sí está interesado en recibir información sobre la importancia de los valores en la vía pública. Esto muestra que está interesando en conocer cómo los valores pueden cambiar su actitud como conductor.

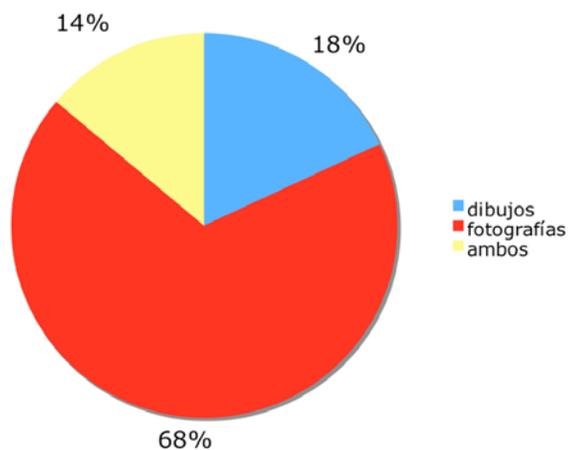
Gráfica No. 19
 PREFERENCIA DE MEDIOS



Fuente: Propia

Con esta gráfica se puede ver una tendencia muy pareja entre los medios externos, medios alternos y la prensa. Estos son los medios en los que al conductor le gustaría saber como conducir de forma amable en la vía.

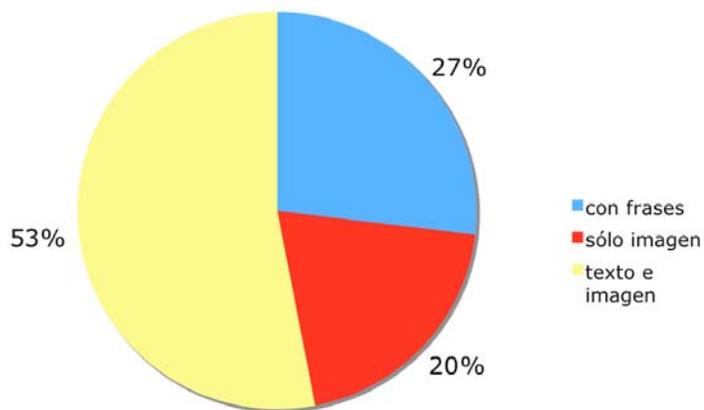
Gráfica No. 20
 EN QUE FORMA PREFERE RECIBIR EL MENSAJE



Fuente: Propia

El conductor prefiere que la comunicación contenga fotografías y no dibujos o ilustraciones.

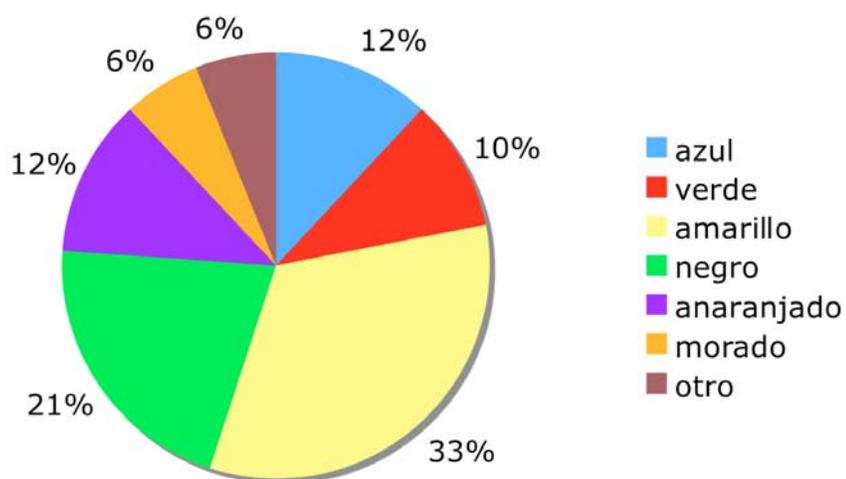
Gráfica No. 21
 ¿CÓMO PERCIBE MEJOR LA INFORMACIÓN?



Fuente: Propia

Más de la mitad de los conductores perciben mejor la información cuando está una imagen acompañada de un texto. Esto muestra que los encuestados sí saben leer, lo cual es un beneficio para la construcción de los mensajes de comunicación.

Gráfica No. 22
¿CON QUÉ COLOR SE IDENTIFICA
PARA UNA CAMPAÑA VIAL ?

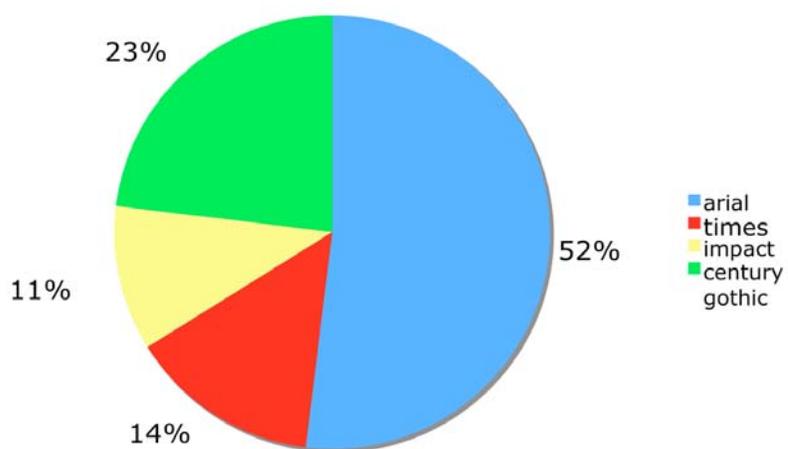


Fuente: Propia

Cuando se trata de una campaña vial los conductores asocian el tema con los colores amarillo y negro principalmente.

Gráfica No. 23

TIPOGRAFÍA



Fuente: Propia

La tipografía que los conductores identifican como la más legible es la arial, seguida por la century gothic.

4. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

4.1 PLANTEAMIENTO DE LA NECESIDAD

Actualmente las personas que conducen por las vías públicas de la ciudad de Guatemala enfrentan el problema del “negativismo”: no dan paso, no disminuyen la velocidad para que los rebasen, no respetan las señales de tránsito establecidas, no se parquean en los lugares determinados, no frenan al ver el semáforo en amarillo, sino que mas bien aceleran, por mencionar algunos ejemplos. Es una actitud defensiva y egoísta. Realmente han dejado de considerar a los demás conductores y a las normas de tránsito.

Se conoce la necesidad de llegar de un lugar a otro en determinado tiempo. Sin embargo, no se reconoce o reflexiona que los conductores deben cambiar de actitud y fomentar una cultura de valores en la vía pública. De ésta manera se ayudará a transitar de una manera más amable y amena, además de contribuir a descongestionar las vías y circular con mayor rapidez. No es hora de seguir quejándose o reclamando sobre la situación es momento de mejorar la conducta de los pilotos y construir una conducta vial prudente, cívica y segura.

4.2 BRIEF CREATIVO

4.2.1 Grupo objetivo

4.2.1.1 Descripción geográfica del grupo objetivo. Esta investigación está dirigida a los conductores de automóviles que transitan por la ciudad de Guatemala.

4.2.1.2 Descripción demográfica del grupo objetivo. Dichos conductores se encuentran entre las edades de 18 a 40 años principalmente. Incluye a ambos sexos, haciendo énfasis en el masculino ya que son los principales pilotos. Son los adultos jóvenes y adultos a los que todavía se les puede hacer reflexionar

sobre su forma de conducir y cambiar sus hábitos para fomentar nuevos basados en valores.

4.2.1.3 Descripción psicográfica del grupo objetivo. Estos conductores son personas que reconocen la necesidad de transitar por una ciudad segura y civil, donde las personas se respeten mutuamente y muestren una actitud de cortesía. También están concientes de la necesidad de ir de un lugar a otro en el menor tiempo posible y de preferencia sin accidentes.

4.2.2 El Cliente. Este proyecto será entregado a la Municipalidad de Guatemala, al departamento de EMETRA, que es la entidad metropolitana reguladora de transporte y tránsito. Esto es porque son los que trabajan para mejorar las condiciones viales de toda la ciudad de Guatemala, en conjunto con la municipalidad.

4.2.2.1 Políticas de Comunicación. Esta entidad tiene dentro de sus políticas de comunicación la claridad en los mensajes, para que puedan ser comprendidos por todas las personas que la perciban. Deben ser mensajes sencillos, con un vocabulario ordinario y breves.

Otra política es que todo el material publicado debe llevar el logotipo de la municipalidad tal y como es. No se pueden realizar modificaciones en cuanto a los colores empleados ni alterar las proporciones. La presencia del logotipo de la municipalidad le da mayor credibilidad a sus mensajes y presencia de apoyo a la sociedad. Toda campaña que salga debe llevar este logotipo para construir confianza y presencia en los guatemaltecos.

4.2.2.2 Imagen Actual. La imagen actual de EMETRA es que es una identidad que vela por la seguridad y el bienestar de los servicios de transporte para beneficio de toda la capital. Cuenta con el fuerte apoyo de la municipalidad para realizar proyectos que beneficien a la sociedad guatemalteca. Además, también

se apoyan en la Policía Municipal de Tránsito para que todos sus actos lleven coherencia y continuidad.

4.2.2.3 Posicionamiento. Ellos definen su posicionamiento de la siguiente forma “ Trabajar por lograr la eficiente prestación de los diferentes servicios de transporte registrados a través de un marco jurídico, legal y ético, definiendo políticas de ordenamiento de tránsito y promoviendo la educación vial.”

4.2.2.4 Recursos Financieros. Un fuerte apoyo para la realización de esta campaña es que EMETRA cuenta con gran parte del dinero que se recolecta de las multas impuestas a los conductores por cometer alguna infracción vial y con el apoyo de la Municipalidad que le da muchos fondos para lanzar campañas gráficas.

4.2.3 Objetivos de comunicación

4.2.3.1 Objetivo general. La campaña vial realizada tiene como objetivo general promover una cultura de cortesía en la vía pública. Esto quiere decir, hacer reaccionar a los conductores para que reflejen sobre su forma de conducirse y que contribuyan a construir una comunidad vial segura y civil. Otro objetivo importante de la comunicación es transmitir de forma clara y directa el mensaje para que los conductores se sientan identificados con la situación y conozcan como mejorarla.

4.2.3.2 Objetivos específicos. Los tres objetivos específicos de la campaña son:

- Presentar la situación actual de la forma como transitan los conductores por la ciudad de Guatemala.
- Provocar una reacción en los conductores mostrando las consecuencias de sus actos.
- Mostrar actitudes de cambio que puedan poner en práctica para mejorar la situación actual.

4.2.3.3 Información básica. El contenido de la campaña de concientización está basada en la promoción de valores. Estos valores serán aplicados dentro del ambiente que se vive en la vía pública construyendo consejos prácticos de formas en que los conductores pueden aplicar los valores en su diario transitar.

Se describirá el ambiente actual y la convivencia de los diferentes usuarios. También, como parte del contenido, es presentar los cinco problemas principales que tiene el conductor al manejar y las consecuencias de estos. Como resumen se presentan las diez reglas de oro básicas para crear una convivencia vial segura, cívica y de cortesía.

4.3 PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

4.3.1 Concepto de Diseño. Para dicho material gráfico y campaña de concientización se requiere de un concepto que llame la atención de todos los conductores y los haga reflexionar sobre su actitud actual y a la vez los motive a cambiar sus hábitos para construir una cultura de amabilidad entre los usuarios de la vía pública.

El concepto de diseño definido es: “humaniza tu forma de conducir”.

4.3.2 El Producto. La comunicación consiste en una “Campaña de concientización” formada por diferentes piezas. Al dar a conocer esta campaña se desea que los conductores cambien su actitud por una de amabilidad y construyan una comunidad vial agradable y amena donde reconozcan tanto sus necesidades como las de los demás.

Esta campaña traerá muchos beneficios a la sociedad. Además de ayudar a reducir los índices de accidentes viales por falta de colaboración de los conductores, también contribuye a formar a conductores más concientes de sus acciones y con mejores hábitos en la vía pública. Además, los peatones también se benefician porque forman parte de los actores de las arterias y por lo tanto formarán parte del cambio.

4.3.3 Piezas y tabla de contenidos. A continuación se presenta el detalle de las piezas elaboradas, su objetivo y el contenido de las mismas.

	PIEZA	OBJETIVO	CONTENIDO
1	Decálogo del buen conductor	Promover 10 reglas básicas para la cortesía en la vía pública.	Presentar las diez reglas de oro que debe saber el conductor para transitar por la ciudad de Guatemala.
2	Manual del buen conductor	Dar a conocer la importancia de una cultura de amabilidad en la vía pública y promover los valores que ayudarán a resolver esta problemática.	Presentar la situación actual, los usuarios y la convivencia. Presentar los cinco problemas principales del conductor. Mostrar como por medio de los valores (respeto, solidaridad, servicio, tolerancia y optimismo.) se puede mejorar la situación Presentar ejemplos de actitudes donde se ponen en práctica los valores. Dar un resumen del Decálogo del buen conductor.
3	Anuncios de Prensa	Educar al conductor sobre como crear una convivencia social de cortesía y seguridad en la vía pública por medio de los valores.	Mostrar los pensamientos interiores del conductor y como toma la decisión correcta por medio de los valores. Mostrar como colaborar para resolver este problema.
4	Mupies	Impactar visualmente al conductor sobre cómo conduce actualmente.	Crear una analogía que represente la convivencia actual en relación a los deportes para crear una imagen visual de su actitud.
5	Radio	Ejemplificar cada valor de una forma que le permita al conductor identificarse con la situación.	Situaciones en las que el conductor está pensando sobre su actitud al conducir y las consecuencias de esto.

6	Calcomanías positivas para carros	Motivar a cada conductor a que de lo mejor de sí en la vía y generar compromiso.	Presentar mensajes positivos para que los conductores se sientan motivados a cambiar y predicar con el ejemplo hacia otros conductores.
7	Circuito de autos	Dar a conocer las consecuencias que trae la actitud actual de los conductores.	Mensajes negativos sobre como manejan los conductores pegados sobre autos chocados para mostrar las consecuencias de forma visual.
8	Publicidad en gasolineras	Apoyar las campañas de prensa y mupies	Mostrar los mensajes de prensa a los conductores para llegar a ellos de forma directa y constante.
9	Botones para el personal de la municipalidad que está en la vía pública.	Dar a conocer las 10 reglas de oro por medio de la interacción con el grupo objetivo.	Presentar las reglas de forma resumida, que debe saber el conductor para transitar por la ciudad de Guatemala.
10	Mimos con Carteles	Presentar de forma dinámica cada regla para que el conductor las pueda conocer.	Las 10 reglas de oro de forma breve para que sean percibidas con facilidad.

4.3.4 Imagen. Este proyecto requiere de una imagen refleje la seriedad del tema y vaya de acuerdo con su contenido. La imagen debe ser clara y directa para transmitir su mensaje con fuerza y eficiencia. Sin embargo, debe ser moderna y activa para que logre impactar a los conductores y provocar una actitud de cambio.

4.3.5 El Mensaje. El contenido, o mensaje escrito, de la comunicación será breve, pero lo suficientemente fuerte para llegarle a todos los conductores de forma directa. Se trata de provocar un cambio profundo de las conductas ciudadanas sobre la base de la reflexión. Será visualmente impactante para que sea llamativo, mediante las fotografías empleadas, y con textos sencillos pero que transmitan el concepto de diseño y complementen la imagen.

El cambio de actitud que se desea promover en los conductores está basado en la implementación de valores en la vía pública. Esto es para generar conciencia sobre la forma actual de conducirse en las arterias y cómo se puede cambiar hacia una de amabilidad. Por medio de los valores la persona puede reflexionar sobre las consecuencias que tiene conducir de forma imprudente y agresiva y a la vez, reconocer la necesidad de cambiar para beneficio propio y el de la comunidad. Los principales valores que se desean dar a conocer son: El respeto, la solidaridad, el servicio, la tolerancia y el optimismo.

Los cambios en el pensamiento y las ideas son la única manera de cambiar la sociedad, aunque son cambios lentos que necesitan tiempo, experimentación y madurez, pero son el único camino hacia el progreso. Nuestra sociedad exige un replanteamiento referente a los valores que se desea verdaderamente promover. Rectificar a tiempo es cosa de actitud, y en materia de desarrollo de las posibilidades de crecimiento en automoción, parece evidente que algún tipo de limitación tendrá que acabar siendo reconocida como necesaria, si no se quiere acabar perdiendo totalmente de vista la posibilidad de construir una cultura de amabilidad y seguridad en las arterias de la ciudad de Guatemala.

Los mensajes giran en torno a la persona humana. Se presenta en el mensaje a conductores con el objetivo que otros conductores se puedan identificar con ellos y la actitud que tienen con respecto a la convivencia vial actual y sobre como se puede mejorar. Se considera al ciudadano, usuario habitual de la vía pública, quien reflexiona, se expresa e interactúa como miembro dentro de los integrantes que conforman la comunidad vial.

Esto ayuda a crear compromiso debido a que parte del problema es que los pilotos niegan el hecho de que ellos son también parte del problema y dedican su tiempo a culpar a los demás o a las autoridades. No quieren reconocer que el cambio empieza de manera individual para contagiar a los demás y lograr progreso a nivel de comunidad. Se quiere crear conciencia para mejorar la

actitud de los mismos creando mensajes que muestren pensamientos internos que tenga el conductor a la hora de transitar. Serán momentos donde el conductor se cuestiona sobre qué es lo que debe hacer, si pasarse el semáforo en amarillo o esperar, si dar paso o no, etc.

Los conductores por lo general manejan con mucho estrés y tensión por el ambiente tan negativo que se vive en la vía pública, a parte de otras tensiones personales. Se quiere crear un contraste entre lo que la persona experimenta en la actitud actual y la que puede llegar a obtener si reconocer que es parte del problema y reflexiona para poder cambiar. Dar a conocer los beneficios de crear una convivencia agradable donde las personas se sientan parte de la solución y disfruten de sus ventajas.

La finalidad principal es cambiar la actitud actual de los conductores guatemaltecos hacia una de cortesía por medio de la fomentación de valores en la vía pública.

4.3.6 Tono de la comunicación. El tono de la comunicación debe ser de fuerza y seriedad, pues se trata de evitar accidentes de tránsito que muchas veces termina en el fallecimiento de seres humanos. Pero a la vez, emotivo para provocar un cambio en los conductores. Se quiere que los mensajes hagan reaccionar a los conductores sobre la gravedad del problema y los incentiven a cambiar. Además, se debe hablar en un tono coloquial que se adapte al perfil de la mayoría de los conductores para que perciban el mensaje con claridad.

Este mensaje se dará a conocer por medio de la construcción verbal de frases que sean llamativas y motiven al conductor a cambiar su actitud actual por una de amabilidad y cortesía. Estas se realizarán para que todo conductor las pueda comprender y se identifique con ellas.

4.3.7 Estrategia de emisión: Los mensajes se va a dar a conocer por medio de un plan de medios que combine todos aquellos medios a los que el conductor está más expuesto. Estas deben ir de acuerdo a los objetivos específicos establecidos.

4.3.8 Alcances y limitaciones del proyecto gráfico

Alcances: El proyecto se va a realizar sólo a nivel de la capital de Guatemala. Si se fuera aplicar a otras áreas habría que considerar algunas modificaciones.

Limitaciones: El tiempo con el que se cuenta para realizar el proyecto.

4.3.9 Recursos para desarrollar el proyecto

Humanos. La persona encargada en realizar el material gráfico, además de aquellas que van a supervisar el proyecto.

Materiales. Todo aquello que se requiere para poder construir la estrategia gráfica.

Financieros. Se cuenta con un presupuesto de la Municipalidad de Guatemala para realizar diferentes proyectos. Estos deben pasar una aprobación para ver como se integran al monto disponible para campañas de concientización vial.

5. DISEÑO Y CREATIVIDAD

5.1 FUNDAMENTACIÓN

5.1.1 Logotipo. El logotipo de la campaña es una simplificación de una V con elementos gráficos interiores para que se convierta en una calle vial. Esto a la vez le da carácter y dinamismo al logotipo. El nombre de dicha campaña es “Cortesía vial” porque resume perfectamente el mensaje a comunicar. Se coloca el nombre de tal manera que se integre de forma armoniosa y clara con la V. La palabra vial lleva un contorno de color para mayor compresión y facilidad de lectura.



5.1.2 Color. Se utilizan principalmente los colores blanco, negro y amarillo porque son los colores que se asocian con campañas de educación vial. El amarillo es el color más vivo de los primarios y llama mucho la atención. Además, denota precaución y advertencia. Este, empelado junto al blanco y al negro crea un contraste que llama la atención. El blanco denota luz, claridad, armonía y

balance. Y el negro representa seriedad en la toma de una decisión que puede cambiar la vida, formalidad y firmeza de una acción.

En los textos, para resaltar palabras clave se utiliza el rojo. Es un color muy llamativo que sobresale bastante sobre el fondo negro para crear focos de atención. El blanco se utiliza en los textos para lograr máxima legibilidad.



5.1.3 Elementos Gráficos. Dentro de los elementos de diseño que dan unidad y armonía a la campaña se encuentran los siguientes:

- Logotipo: en las versiones establecidas en el manual del logotipo.
- Curva de calle: el logotipo por lo general se coloca a la par de una abstracción de una calle. Esto es para reservar el espacio y darle importancia al logotipo. La calle lleva siempre un borde, por lo general amarillo para crear unidad con el logotipo.
- Líneas que dividen los carriles: estas líneas o rectángulos grises ayudan a crear base en los materiales. En el manual y en el decálogo se representa la caricatura de una calle y en los anuncios de prensa y mupies una serie de líneas divisoras como elemento de base en la parte inferior de los materiales.

5.1.4 Tipografías. Se utilizan las mismas tipografías en las diferentes piezas para crear unidad en la campaña. Este elemento se combina con color para resaltar las palabras clave de los mensajes establecidos y lograr jerarquía y focos

de atención. Además, son bastante sencillas para que su lectura sea rápida y clara.

5.1.4.1 Tipografía Tahoma.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ¿ ? ¡ ! = +

5.1.4.2 Tipografía Tahoma Bold.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ¿ ? ¡ ! = +

5.1.4.3 Tipografía Skia.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ¿ ? ¡ ! = +

5.1.4.4 Tipografía Impact.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ¿ ? ¡ ! = +

5.1.5 Imágenes. En el desarrollo de la campaña se utilizan dos tipos de imágenes: ilustraciones y fotografías. Las ilustraciones se utilizan para los materiales gráficos como el manual y el decálogo. Esto es porque es la forma más adecuada de llegarle al grupo objetivo. Es una forma atractiva de representar el problema para crear interés en el público.

Las fotografías se utilizan para establecer una conexión más fuerte con el espectador. Se representan de tal forma que al verlas la persona se sienta en el lugar del conductor y perciba la situación que este enfrenta. Son situaciones que vive todo conductor. Estas se acompañan de un texto breve, pero explicativo del momento representado. Estas imágenes se utilizan en los anuncios de prensa, mupies y publicidad en gasolineras.

5.1.6 Mensajes. Los mensajes creados son simples pero directos. Se buscaron frases que transmitieran la realidad que se vive en la vía pública para que los conductores se sientan identificados. Además, se presentan frases motivadoras que provoquen una reacción en los pilotos para que cambien su actitud por una de cortesía y amabilidad por medio de la difusión de valores.

5.1.7 Piezas de la campaña.

5.1.7.1 Decálogo del buen conductor

Pieza: Decálogo del buen conductor

Formato: 14 X 3

Impresión: litografía

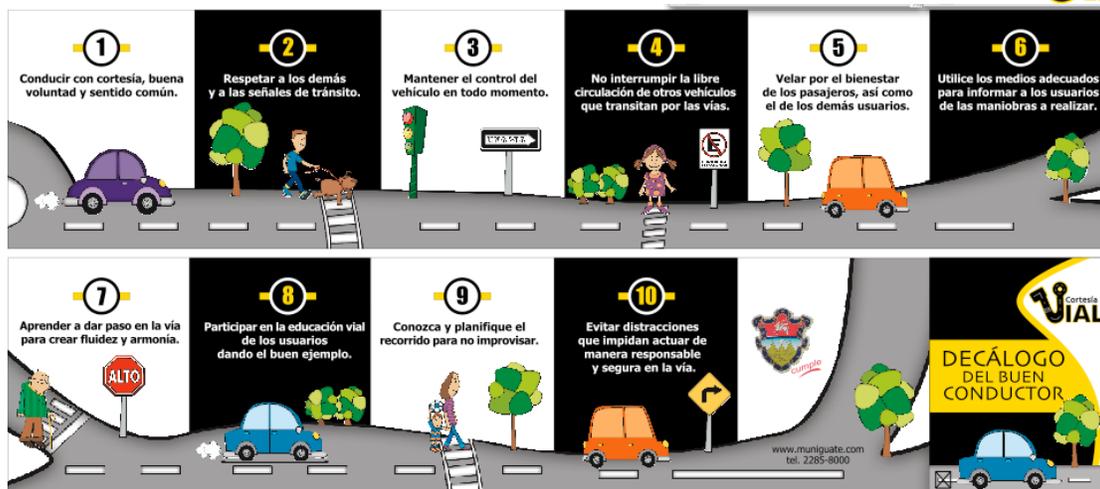
Material: couché 80

Tiraje: 10,000 unidades

Distribución:

Este material se entregará a todos los conductores en Maycom cuando estén realizando trámites de licencia (renovación, reposición, primera licencia, etc). Adicionalmente se estará promocionando en las gasolineras, así cuando los conductores lleguen a consumir, se les entregará el decálogo para que lo conozcan.

De igual forma, cuando se multe, se detenga o en las paradas de inspección a los conductores, los policías entregarán este material. Esto sirve como una estrategia para recordarle a los conductores cómo manejar de forma más civil y amable. Y en la municipalidad también se podrá adquirir uno.



5.1.7.2 Manual del buen conductor.

Pieza: Manual del buen conductor

Formato: 10.5 x 6.8”

Impresión: litografía (engrapado)

Tiraje: 10,000 ejemplares

Material: bond 80

Distribución: Este material se entregará a todos los conductores que estén solicitando su licencia por primera vez. Se dará en las academias autorizadas para hacer estos trámites, incluso antes de obtener la licencia para que puedan conocer este material durante las clases teóricas. En la municipalidad también se podrá adquirir uno.

Como parte de la responsabilidad social de muchas empresas de autos en Guatemala, tales como Toyota, Volkswagen, Cidea y Hyundai, se estableció un convenio. A la hora de entregar la venta de un auto nuevo, se le dará, junto con los papeles del carro, el manual del conductor al acreedor del vehículo. De esta manera podrá llegar a manos de más usuarios de la vía y estar siempre en el auto por si alguna otra persona lo desea leer.

5.1.7.3 Prensa.

Pieza: Anuncios de Prensa

Versiones: Solidaridad, Respeto, Tolerancia, Servicio y Optimismo.

Formato: página completa full color

Impresión: Rotativa

Material: papel periódico

Distribución:

Prensa Libre (Lunes y Jueves)

Nuestro Diario (Jueves y Sábado)

Con un tiempo de pauta recomendado de 10 semanas alternando en los días establecidos pues son los días de mayor circulación de estos medios.

5.1.7.4 Muppies.

Pieza: Muppies

Versiones: Box, Natación y Fut

Formato: 118.5 X 174 cm (superficie de impresión)

Impresión: Impresión de gran formato

Material: Polystiereno de 150 mm

Cantidad: 80 caras por una catorcena.

Distribución:

Por medio de Eugua (Equipamientos Urbanos de Guatemala) con colocaciones estratégicas en las arterias principales de la ciudad donde hay mayor circulación de vehículos. Según la municipalidad estas arterias son: Roosevelt, Boulevard Liberación, Periférico, Aguilar Batres y Los Próceres.

5.1.7.5 Radio.

Pieza: Radio

Versiones: Solidaridad, Respeto, Tolerancia, Servicio y Optimismo.

Pautas: spots de 15 segundos para cada versión.

Distribución: Pautas específicas en los siguientes programas de determinadas emisoras. Estas emisoras son las de mayor alcance porque tienen los ratings más altos.

Sideral 90.1	A Todo Dar
Exa Fm 101.7	Buenos Días Guate!
Alfa 97.3	El Estartazo
Emisoras Unidas 89.7	Super Cadena

Versiones

1.

(sfx: subiendo la velocidad)

Voz del conductor: " Todavía paso cabal antes del rojo."

(sfx: choque)

Locutor: Hoy tu puedes evitar un accidente: Sé solidario y actúa en beneficio de los demás.

Locutor: *"Campaña para la Cortesía Vial y Municipalidad de Guatemala"*

2.

(sfx: Frenaso)

Voz del conductor: " Señor XXXXXX, fíjese por donde va."

Locutor: Hoy tu puedes evitar un accidente: Sé respetuoso y no insultes a los demás.

Locutor: *"Campaña para la Cortesía Vial y Municipalidad de Guatemala"*

3.

(sfx: bocinas)

Voz del conductor: “ Apúrense que ya voy tarde.”

Locutor: Hoy tu puedes evitar un accidente: Sé tolerante y aprende a esperar a los demás.

Locutor: *"Campaña para la Cortesía Vial y Municipalidad de Guatemala"*

4.

(sfx: disminuyendo velocidad)

Voz del conductor: Quítese de mi camino, no se meta.”

Locutor: Hoy tu puedes evitar un accidente: Sé generoso y cede el paso.

Locutor: *"Campaña para la Cortesía Vial y Municipalidad de Guatemala"*

5.

(sfx: ruido del pide vías)

Voz del conductor: “ Déjeme pasar...Gracias, muy amable”

Locutor: Hoy tu puedes evitar un accidente: Sé optimista y confía en los demás.

Locutor: *"Campaña para la Cortesía Vial y Municipalidad de Guatemala"*

5.1.7.6 Calcomanías.

Pieza: Calcomanías Positivas

Versiones: Yo sí doy paso, Yo paro en rojo, Yo espero mi turno, Yo doy las gracias y Yo soy cortés.

Formato: 7 x 2.4”, 2 colores

Impresión: litografía

Material: vinyl adhesivo

Tiraje: 2500 unidades

Distribución:

Estas calcomanías son promocionales para todos aquellos conductores que quieran mostrar que ellos realmente son buenos conductores y tienen una actitud positiva y una participación activa en crear una convivencia vial de cortesía. Se pueden obtener en la municipalidad de Guatemala, e incluso dárseles a los mimos para que las repartan cuando expliquen las reglas de oro. Ayuda a generar compromiso en los conductores para fomentar actitudes de cambio.



5.1.7.7 Circuito de Autos.

Medio Alternativo: Circuito de Autos

Pieza: Calcomanías negativas

Versiónes: Yo me pasé en rojo, Yo no di paso, Yo hablaba por celular, Yo no frené a tiempo, Yo iba muy rápido y Yo no lo vi pasar.

Formato: 40 x 8", 2 colores

Impresión: litografía

Material: vinyl adhesivo

Tiraje: 1500 unidades

Distribución:

Circuito de autos chocados que transitará por las principales arterias dando a conocer las consecuencias del comportamiento actual de los conductores. Cada vehículo llevará una calcomanía que transmite un mensaje sobre la acción negativa que se cometió y cómo esto lo llevó a dejar el carro de tal manera. Esto ayudará a crear conciencia en los conductores y promover una actitud de cambio. También se colocarán estas calcomanías en las comisarías de la Policía Nacional donde se llevan los autos luego de que se recogen de los accidentes viales. De esta manera están expuestos a todos los vehículos que transitan por esta área para que vean las consecuencias de la actual forma de conducir.

Yo me pasé en **rojo**



Yo **no** di paso



Yo **hablaba** por celular



Yo **no** frené a tiempo



Yo iba muy **rápido**



Yo **no** lo vi pasar



Aplicado a la vía pública:



7.1.7.8 Gasolineras.

Medio Alternativo: Publicidad en Gasolineras

Pieza: Mini mupies

Versiónes: Solidaridad, Respeto, Tolerancia, Servicio y Optimismo.

Formato: 80 x 120 cm

Impresión: Impresión de gran formato.

Materia: Polystireno

Tiraje: 200 unidades

Distribución:

En gasolineras ubicadas en las principales arterias de la ciudad.

7.1.7.9 Tiendas de gasolineras.

Medio Alternativo: Publicidad en Gasolineras

Pieza: Publicidad en Tienda

Versiones: Box, Natación y Fútbol

Formato: 2.3 x 3.5 mt

Impresión: de gran formato

Material: Polystireno

Tiraje: 50 unidades

Distribución:

En las paredes de las tiendas de las gasolineras ubicadas en las principales arterias de la ciudad para que el conductor reflexione sobre su actitud al manejar.



7.1.7.10 Mantas en gasolineras.

Medio Alternativo: Publicidad en Gasolineras

Pieza: Manta de Promoción

Versión: Decálogo del buen conductor

Formato: 1.2 x 2 mt

Impresión: Digital

Material: Vinyl

Tiraje: 50 unidades

Distribución:

En las gasolineras, ya que ahí se estará promocionando el decálogo del conductor. Esto es porque es un medio al que todo vehículo llega por lo menos una vez a la semana. Todo conductor que posea vehículo necesita de combustible, por lo que las gasolineras son un excelente medio de difusión para el decálogo.



7.1.7.11 Botones.

Pieza: Botones

Versiones: Reglas del decálogo

Formato: círculos de 3" de diámetro

Impresión: litografía

Material: bond 80 g

Tiraje: 1000 unidades

Distribución:

Para el personal de la municipalidad que está en la vía pública y tenga contacto con los conductores. Cuando interactúa con los pilotos, ya sea cuando se para a los vehículos o ayudan a facilitar la circulación de los vehículos, el conductor pueda estar en contacto con las reglas. Es un medio muy factible ya que actualmente la PMT está poniendo más puestos de chequeo por lo que los conductores tendrán mayor contacto con el personal de tránsito.



7.1.7.12 Mimos.

Medio Alternativo: Mimos con Carteles

Pieza: Carteles

Versiones: para cada regla del decálogo

Formato: 24 x 36"

Impresión: digital

Material: adhesivo sobre pvc

Tiraje: 100 unidades

Distribución:

En las principales arterias cuando los semáforos estén en rojo, los mimos tendrán una regla de cada lado, colgando en carteles, y harán dramatizaciones para explicar a los conductores sobre estas. Se acercarán a los vehículos para que los conductores lean las reglas. Es una forma dinámica de interactuar con los pilotos para que conozcan estas normas.



Los mimos también serán utilizados como medio alternativo en las ferias de autos y el evento anual del Interfer. Llegarán con los carteles colocados y a la vez se encargarán de distribuir el decálogo del conductor para que los pilotos tengan acceso a las diez reglas de oro. A estos eventos llegan muchas personas interesadas en adquirir un vehículo por lo que ya son conductores y usuarios de la vía pública. Es un medio adecuado para acercarse a los pilotos y motivarlos a que participen en crear una cultura de cortesía en la vía pública.

5.2 Validación

Para validar esta campaña gráfica se hicieron encuestas, tanto a una muestra representativa del grupo objetivo, como a profesionales en el área de diseño.

Para la validación de las diferentes piezas se reunió a un grupo de 15 conductores al azar. Se mostraron las piezas para ver la reacción inmediata y al final se les entregó una evaluación para que completaran. Se grabaron todos los comentarios dichos durante la sesión para presentar las principales conclusiones (Ver Anexo 2).

Para validar las piezas también se consultó a diferentes expertos en el área de diseño y publicidad. Se presentan los principales resultados de estas validaciones en el Anexo 2.

CONCLUSIONES

Es importante hacer reflexionar al conductor sobre la actitud actual al conducir y provocar un deseo de cambiar. Por medio de los valores se puede ayudar a los conductores a construir una convivencia vial de cortesía. Por eso es importante que conozcan qué significa cada valor y como lo pueden aplicar al transitar por la vía pública.

El diseño de las piezas se llevó a cabo de manera que el grupo objetivo se sienta identificado con la imagen y pueda comprender con facilidad el mensaje. El decálogo es una pieza muy importante porque resume diez reglas básicas que todo conductor debe tomar en cuenta a la hora de conducir. Esto ayudará a crear armonía y seguridad entre los usuarios de la vía. El manual del conductor presenta la problemática de cómo se conduce actualmente así como maneras en que los conductores pueden contribuir para mejorar la situación.

En los medios masivos, como en prensa, se presentan cinco versiones, una para fomentar cada valor en la vía pública. Las frases construidas son pensamientos que surgen constantemente en el interior de la mente del conductor antes de tomar una decisión sobre cuál será la acción a tomar. Para los muppets se construyó una analogía que haga reaccionar a los pilotos sobre su actual comportamiento y lo haga reflexionar.

En los medios alternos, como el circuito de autos chocados, presenta de forma muy visual las consecuencias de los pilotos imprudentes. Como van a circular por las arterias de la ciudad, ayudarán a los conductores a pensar sobre sus actos y como estos afectan a otros usuarios de las vías. Se considera las gasolineras como otro medio alternativo donde frecuentan los conductores y por eso se colocaron varias piezas de la campaña ahí.

Los mimos son un medio alternativo interactivo que ayuda a relacionarse con los pilotos. A la vez, promueven las reglas básicas para una conducta de cortesía.

El diseño de las piezas se llevó a cabo para que funcionen de forma individual y en conjunto como una campaña de concientización dirigida a los conductores de vehículo de la ciudad.

RECOMENDACIONES

Se recomienda hacer uso adecuado de las normas establecidas en el manual del logotipo para que la campaña, a lo largo de su realización, lleve siempre coherencia y unidad. Y también producir todas las partes de la campaña para que cumpla con sus objetivos de manera exitosa.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Encarta 2004
- GARCIA-PELAYO, Ramón. Larousse Ilustrado. México, DF. 1989.
1635 pg
- ISAACS, David. *La Educación de las virtudes humanas y su evaluación*. Pamplona: EUNSA, 2000. p. 469-474
- Ley y Reglamento de Tránsito. Guatemala.
- OJEDA, Elbio N. *Concepto de Salud*. Buenos Aires, Argentina. 1998.
153 p.
- RIBERA, Regino. *Trabajar Bien, Vivir Mejor*. NQATOQI´
- YEPES, Ricardo. *Fundamentos de Antropología*. pg137.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

- Servicio de Información Municipal (SIM) Disponible en:
<http://www.inforpressca.com/municipal/>
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE) Censo Nacional de población, 2002.
Disponible en: www.ine.gob.gt (Consulta: 20 febrero 2003)
- Cite Sciences
http://www.citesciences.fr/spanish/ala_cite/expo/explora/vie/vie_1.htm
- Salud Latina. <http://www.latinsalud.com/articulos/00036.asp?ap=1>

ENTREVISTAS

PEREZ, Rita. Encargada del programa de maestría en valores de la Universidad del Istmo. Febero y Marzo 2006.

PASTORIO, María Isabel. Medios de Transporte en EMETRA
Marzo 2006.

GLOSARIO

1. Altruismo: Disposición de actuar en beneficio de los demás, a costa del bien propio si es necesario.
2. Arterias: Vía de comunicación.
3. Benevolencia: Actitud de respeto hacia la ley de las cosas.
4. Colisión: golpe entre dos o más partes.
5. Comportamiento: Conducta, modo de ser.
6. Cortesía: Ser amable y tener buenos modales.
7. Derechos humanos: Aquellos que el hombre posee por el simple hecho de existir y se fundamentan en la dignidad del ser humano.
8. Generosidad: Donación de uno mismo y de lo propio en beneficio a los demás.
9. Justicia: Virtud y modo de actuar que lleva a dar al otro lo que es suyo.
10. Ley: Conjunto de bienes compartidos por los hombres que forman la cultura y la vida social.
11. Optimismo: Es una condición personal que permite a cada uno optimizar la situación con el realismo o sin el realismo.
12. Respeto: Es la consideración, atención o deferencia que se debe a una persona.
13. Servicio: Dar a través de nuestro trabajo la espontánea colaboración que procura satisfacer una necesidad.
14. Solidaridad: Sentido de pertenencia a la sociedad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a la cooperación con ellos.
15. Tolerancia: Es la disposición de admitir en los demás una manera de ser, de obrar o de pensar distinta a la propia.
16. Urbanidad: Una manera de vivir que nos lleva a comportarnos en cada ocasión de la mejor manera posible.
17. Valor: Cualidad o conjunto de cualidades por las que una persona o cosa es apreciada o bien considerada.
18. Virtud: Disposición constante del alma que nos incita a obrar bien y evitar el mal.

APÉNDICE

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Instrumento de Investigación 1: Encuesta a conductores guatemaltecos para la estrategia de comunicación. (siguiente)

Introducción oral para las entrevistas:

Buenas Tardes, mi nombre es Anaité Dengo, quería ver si sería tan amable de ayudarme a responder unas preguntas sobre los conductores guatemaltecos.

Instrumento de Investigación 2: Entrevista a Jefe de la Policía Municipal de Tránsito.

1. ¿Tiene jurisdicción en la ciudad capital? ¿Cuánto tiempo tiene de desempeñar el cargo?
2. ¿Cuántos conductores circulan en las arterias de la ciudad diariamente?
 - a. Más o menos cuántos calcula que son:
 - i. Taxistas
 - ii. Camioneteros
 - iii. Vehículo propio
 - iv. Vehículo comercial
 - v. Motoristas
3. ¿Qué porcentaje de la población de la capital utiliza transporte público para movilizarse en la ciudad?
4. ¿Cuántos accidentes de tránsito ocurren a diario? Causas. Reacciones de los accidentes, porqué ocurren.
5. ¿Cómo describiría la actitud actual de los conductores de la ciudad?
6. ¿Cree que es un problema serio que afecta a toda la población?
7. ¿Considera que una campaña de concientización vial ayudaría a mejorar la actitud actual?
8. ¿Conoce ud de alguna campaña o esfuerzo que se haya realizado sobre este tema?

9. ¿Qué valores considera usted que se deben poner en práctica en la vía pública?
10. ¿Por qué medio considera usted que se puede llegar de forma directa a estos conductores?

Instrumento de Investigación 3: Entrevista a diseñador gráfico con especialidad en publicidad.

1. ¿Cuáles son los medios más adecuados para dirigirse a los conductores de Guatemala?
2. ¿Qué elementos de diseño son los más importantes de considerar a la hora de realizar los artes? (preguntar sobre colores, tipografías, tamaños de formatos, fotografías, etc)
3. ¿Qué factores se deben tomar en cuenta a la hora de realizar una campaña de concientización?
4. ¿Conoce proyectos que se hayan llevado acabo relacionados con este tema?
5. ¿Qué piezas de diseño pueden ser complementarias para una campaña de concientización?

Instrumento de Investigación 4: Entrevista a especialista en educación en valores.

1. ¿Por qué es importante que la persona se desenvuelva con valores ?
2. ¿Qué valores considera que son los más importantes para la dignidad de la persona? ¿En especial, qué valores considera que se deben poner en práctica cuando el conductor transita por la ciudad?
3. ¿Cómo puede ser el tráfico una convivencia social que beneficie a la persona?
4. ¿Porqué considera que sería importante cambiar la actitud de los conductores por medio de una campaña que fomente los valores?
5. ¿Qué información considera relevante incluir en los materiales gráficos para ayudar a solventar la problemática del negativismo en la vía pública?

Instrumento de Investigación 5: Guía de observación en la vía pública.

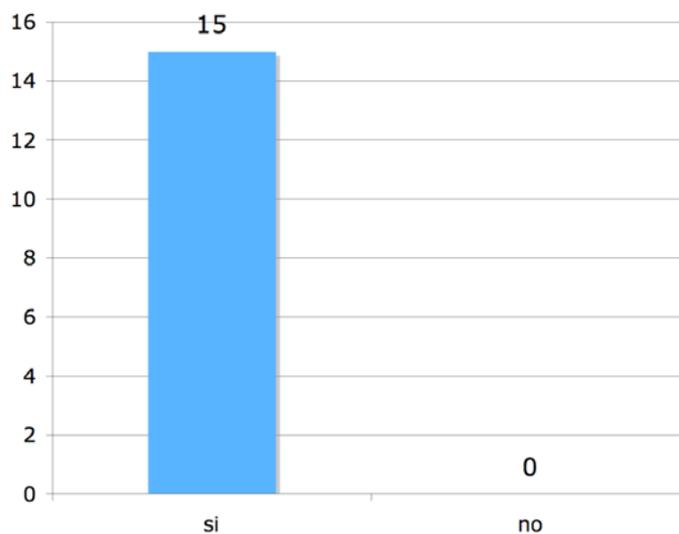
HOJA DE EVALUACIÓN

UBICACIÓN				
HORA				
	siempre	a veces	nunca	
Qué tan frecuente da paso				
	celular	pasajero	música	otro
Qué distracciones tiene el conductor				
	si	no		
Respetan la señalización				
	escribirlos			
Valores que se perciben				
	bocina	insulta	deja pasar	otro
Reacción inmediata				
	peatones	policías	muni	otro
Factores involucrados en la vía				
COMENTARIOS ADICIONALES				

ANEXOS

Resultado validaciones a grupo objetivo
Validación del logotipo

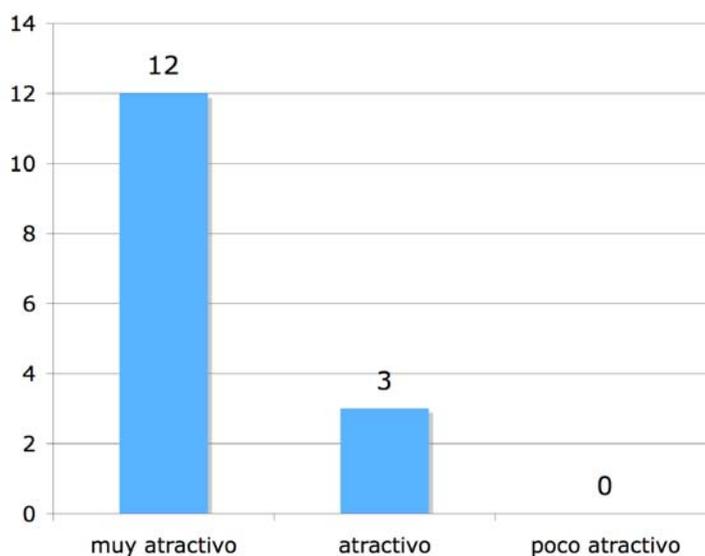
Gráfica No. 24
¿CONSIDERA EL LOGOTIPO LEGIBLE?



Fuente: Propia

Los encuestados pudieron leer el logotipo con facilidad. La orilla amarilla que une la letra V con el resto de la palabra para formar vial ayudó a crear la unidad. Se comentó que la tipografía empleada es adecuada y facilita la lectura.

Gráfica No. 25
¿EN GENERAL, EL LOGOTIPO LE PARECE...?



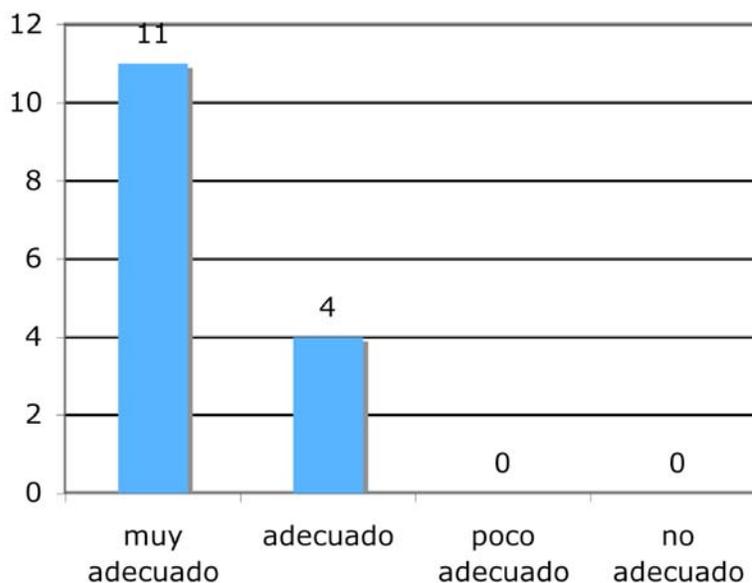
Fuente: Propia

El logotipo se clasificó como muy atractivo pues la V es a la vez una calle que hace relación al tema vial de la campaña y le da dinamismo e interés al logotipo.

Validación para el Manual del buen conductor y el Decálogo

Gráfica No. 26

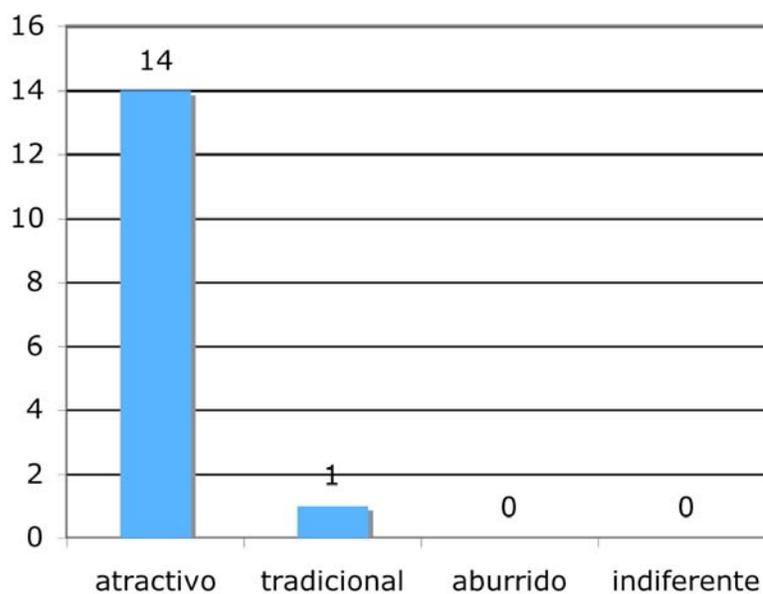
¿EL TIPO DE ILUSTRACIÓN UTILIZADA EN EL MATERIAL LE PARECE...?



Fuente: Propia

Según el grupo objetivo el tipo de ilustración empleado en estos materiales es adecuado, porque es una forma atractiva de representar la situación. Le da humor y hace que el material se llamativo.

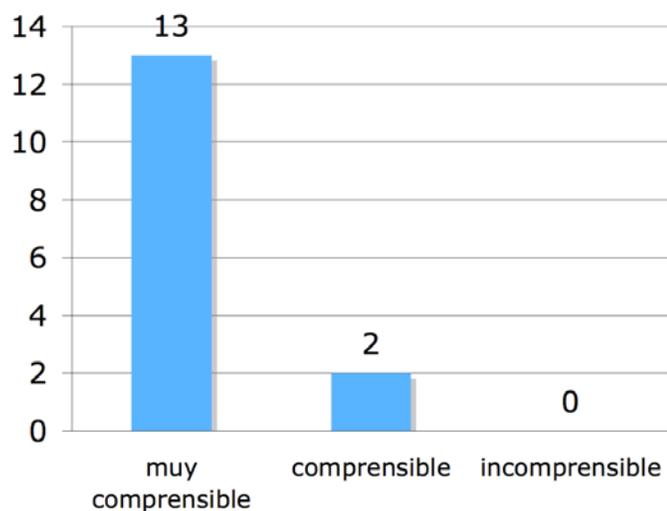
Gráfica No. 27
¿EL MATERIAL GRÁFICO LE PARECE?



Fuente: Propia

El material, en general, les parece atractivo tanto en su uso de color, como en el empleo de ilustraciones y elementos de diseño como los números y la diagramación.

Gráfica No. 28
¿EL CONTENIDO DEL MATERIAL LE PARECE?

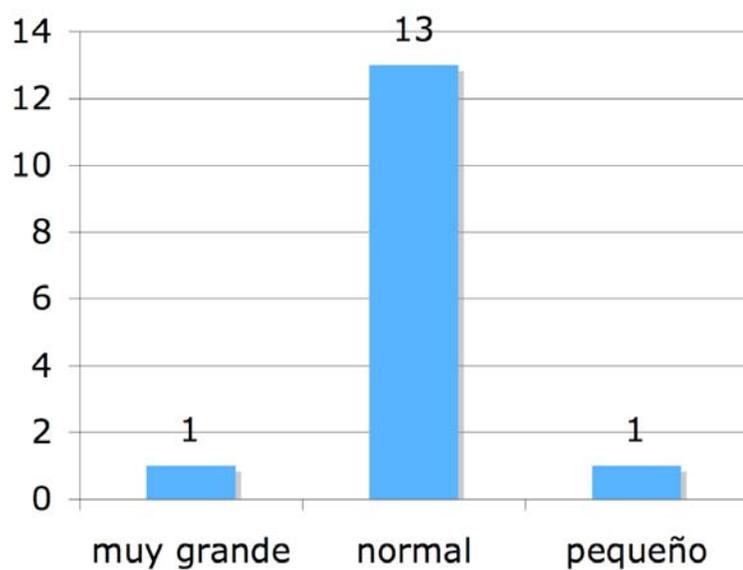


Fuente: Propia

El contenido fue evaluado como muy comprensible, lo cual es muy importante ya que comprueba la funcionalidad de los materiales. Además, si es comprensible es porque tiene suficiente contenido para que sea apreciado por el grupo objetivo.

Validación para las Paradas de Bus

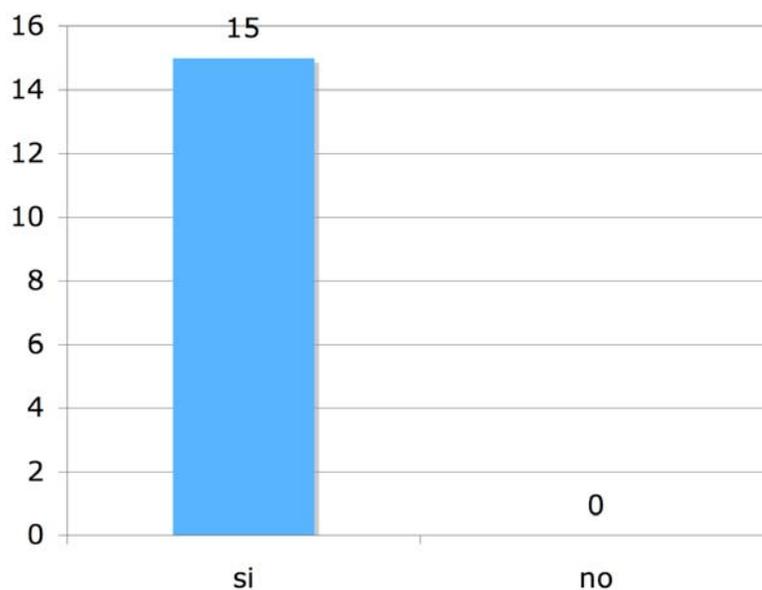
Gráfica No. 29
¿CONSIDERA EL TEXTO...?



Fuente: Propia

En cuanto al tamaño del texto, se calificó como normal para la mayoría de los encuestados.

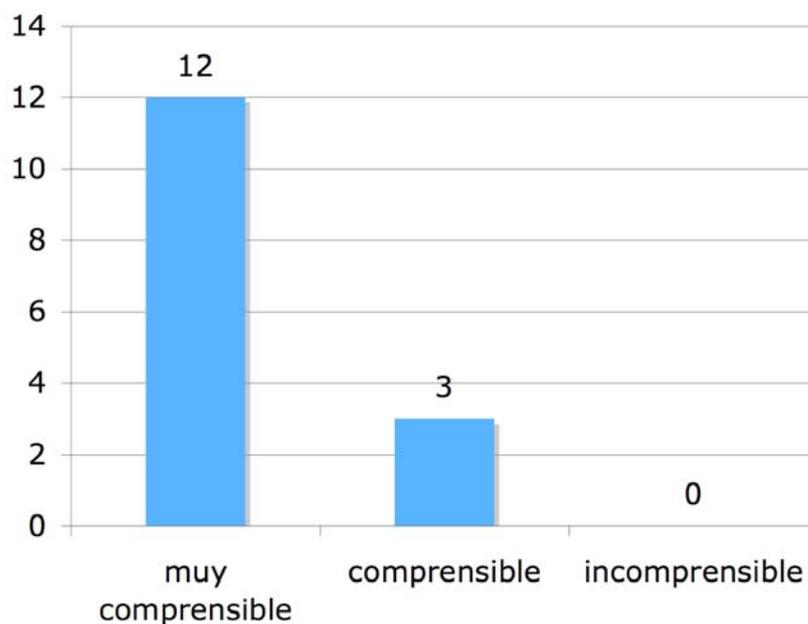
Gráfica No. 30
¿EXISTE RELACIÓN ENTRE EL TEXTO Y LA IMAGEN?



Fuente: Propia

Sí se encontró una relación entre el texto y la imagen. La mayoría de las respuestas confirmaron que el mensaje del texto se refleja en la fotografía empleada.

Gráfica No. 31
¿EL CONTENIDO DEL MATERIAL LE PARECE...?

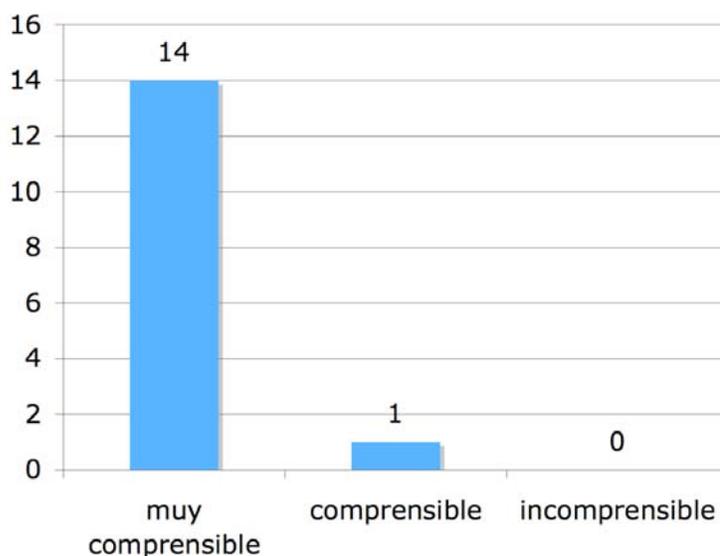


Fuente: Propia

Esta pregunta demuestra que la relación es clara porque el contenido es muy comprensible. Cuando se validó este aspecto, la mayoría de las personas contestó rápidamente.

Validación para los anuncios de prensa

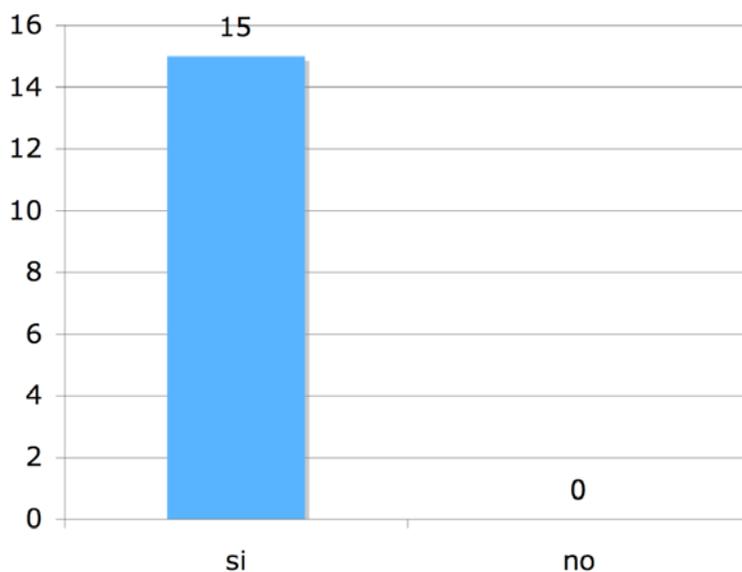
Gráfica No. 32
¿EL CONTENIDO DEL MENSAJE ESCRITO LE PARECE...?



Fuente: Propia

Los resultados para la evaluación del contenido fueron positivos ya que es muy comprensible. Esto muestra que las palabras empleadas y el tono son las adecuadas para el grupo objetivo.

Gráfica No. 33
 ¿EXISTE RELACIÓN ENTRE EL TEXTO Y LA IMAGEN?



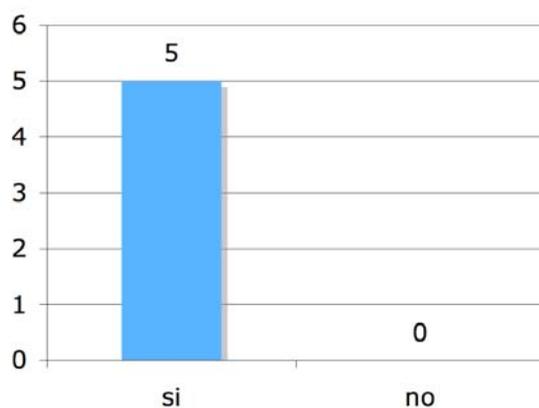
Fuente: Propia

Nuevamente se encontró una relación entre la fotografía y el texto empleado que comprueba la funcionalidad de la pieza.

Resultado validaciones a grupo objetivo

Validación del logotipo

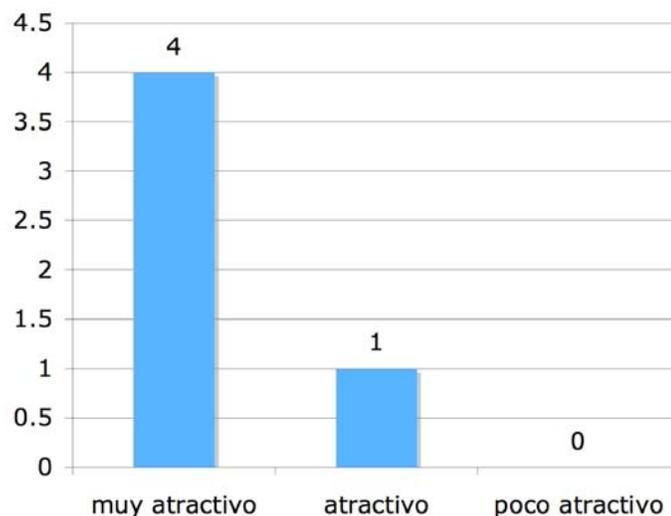
Gráfica No. 34
 ¿CONSIDERA EL LOGOTIPO ADECUADO PARA UNA CAMPAÑA DE EDUCACIÓN VIAL PARA CONDUCTORES?



Fuente: Propia

Los expertos coinciden en que el logotipo creado es funcional para una campaña vial y para el grupo objetivo tanto en su forma como en su contenido.

Gráfica No. 35
¿EN GENERAL, LE PARECE...?

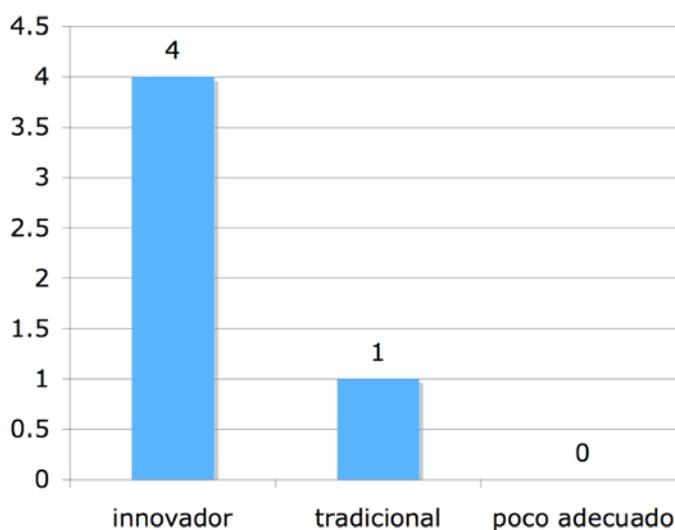


Fuente: Propia

Esta pregunta ayuda a afirmar que el logotipo creado, además de ser funcional es llamativo y muy atractivo. Esto es importante para todo logotipo pues debe de crear atención e interés a simple vista para que el expectador quiere conocer más.

Validación para el Manual del buen conductor y el Decálogo

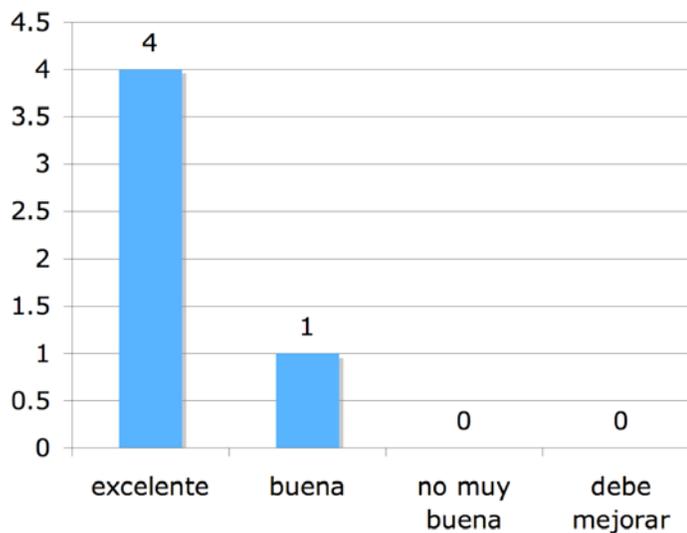
Gráfica No. 36
¿CONSIDERA EL DISEÑO DE LAS PIEZAS?



Fuente: Propia

El diseño de las piezas se calificó como innovador, lo cual es importante para generar ese interés y deseo en el grupo objetivo. Esto se logra por medio de la combinación de los elementos de diseño: color, formas, ilustraciones, tipografías, etc. Estos elementos integrados crean tanto unidad como atracción visual.

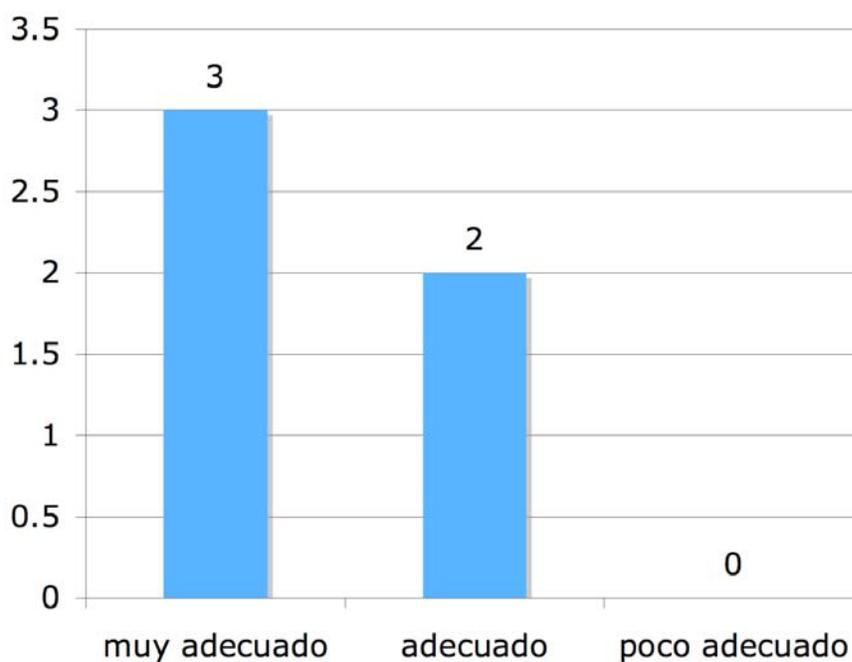
Gráfica No. 37
¿LA DIAGRAMACIÓN DEL MANUAL ES?



Fuente: Propia

Debido a que estas piezas deben llevar bastante contenido la evaluación salió que se logró colocar la información de forma excelente. Esto es importante, pues la diagramación forma parte de la imagen total de las piezas y los expertos encuentran que se logró con éxito.

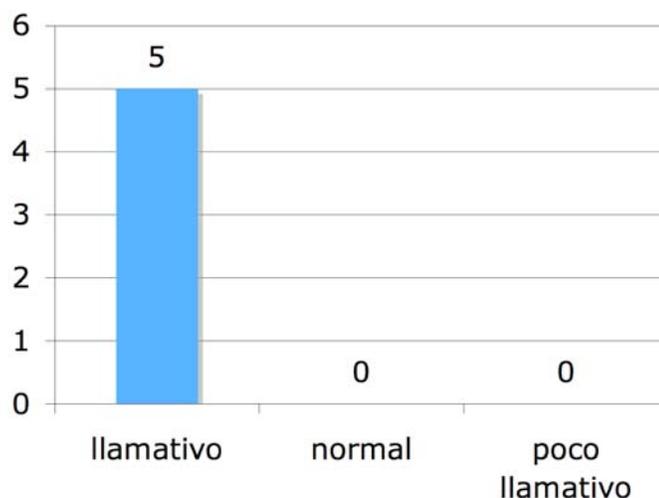
Gráfica No. 38
¿CONSIDERA EL USO DEL COLOR EN LAS PIEZAS...?



Fuente: Propia

Los expertos califican el uso de color como muy adecuado, pues encuentran que se asocia con el tema elegido y combina bien con el resto de los elementos de diseño. Es trabajo del diseñador lograr la combinación correcta de colores para que el material tenga unidad y armonía.

Gráfica No. 39
¿EL TIPO DE ILUSTRACIÓN UTILIZADO ES...?

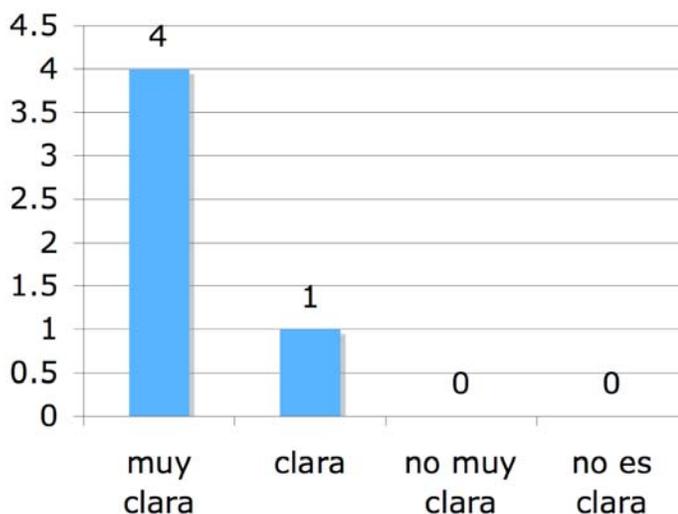


Fuente: Propia

El tipo de ilustración utilizado en las piezas es llamativo. En los comentarios de los expertos se mencionó que se logró llegar a una solución creativa que presenta la seriedad del problema de una forma atractiva para el público objetivo. Las ilustraciones representan la realidad de los conductores para hacerlos reflexionar y evaluar su actitud actual.

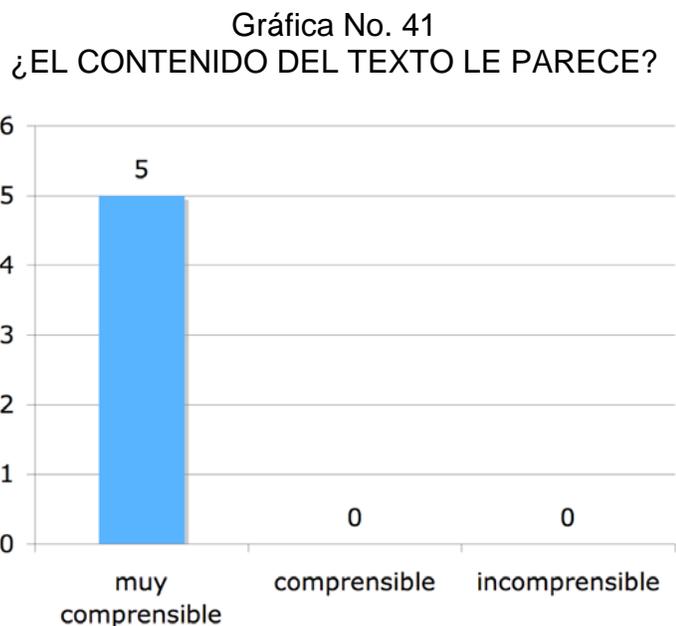
Validación para mupies y prensa

Gráfica No. 40
¿LA RELACIÓN ENTRE EL TEXTO Y LA IMAGEN ES...?



Fuente: Propia

En las piezas que están expuestas en medios exterior es importante encontrar una relación entre el texto y la imagen. Los expertos consideran que la relación es muy clara entre estas. Realmente la fotografía ayuda a representar el mensaje.



Fuente: Propia

Esta gráfica ayuda a comprobar la funcionalidad del contenido del mensaje pues se encuentra es que muy comprensible. Esto comprueba que la elección de palabras es la adecuada para hacer llegar el mensaje a los conductores.

Notas sobre comentarios adicionales:

Durante las pláticas que se sostuvieron con los expertos en comunicación se concluyó que la analogía creada para la pieza de los mupies ilustra muy bien la convivencia actual en las vías. Le permite al grupo objetivo sentirse identificado con la actitud actual que sostiene.

Los medios alternos, el circuito de carros chocados, publicidad en las gasolineras, botones para el personal de la municipalidad y la presencia de mimos

en las arterias, se calificaron como ideas creativas y funcionales para contribuir a mejorar la convivencia vial.