

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Comunicación**

Maestría en Comunicación Transmedia

**Diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*, fomentando la seguridad vial y la conciencia en la carretera**

Alejandro Israel Cárdenas Villacrés

Tutor: Pablo Andrés Escandón Montenegro

Quito, 2025

Trabajo almacenado en el Repositorio Institucional UASB-DIGITAL con licencia Creative Commons 4.0 Internacional

  	<b>Reconocimiento de créditos de la obra</b> No comercial Sin obras derivadas	 <b>creative commons</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Para usar esta obra, deben respetarse los términos de esta licencia



## Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Alejandro Israel Cárdenas Villacres, autor del trabajo intitulado “Diseño de estrategias transmedia para la producción del libro Gracias a la vía, fomentando la seguridad vial y la conciencia en la carretera”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación Transmedia en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

27 de marzo de 2025

Firma: \_\_\_\_\_



## Resumen

La investigación se basa en el libro *Gracias a la vía*, cuyo autor es Byron Naranjo. Esta obra contiene 155 hojas y 9 capítulos en los que distintos actores sociales o viales comentan sus experiencias, vivencias y dejan un mensaje de reflexión para el lector. La redacción del escrito tiene un enfoque interactivo, que sumerge al lector en la imaginación conectada a la realidad, para así conseguir que cada uno se autoanalice y quiera aportar de forma pragmática desde su actuar en la convivencia vial. Además, esta tesis busca incluir a la comunicación transmedia en la educación vial como una estrategia para que los ciudadanos descubran, entiendan y apliquen las recomendaciones y lineamientos que el libro *Gracias a la vía* propone a los conductores, peatones, a todos los actores sociales. Es necesario especificar que este estudio se centra en Ambato, ciudad perteneciente a la provincia de Tungurahua, ubicada en Ecuador, país que hasta el año 2024 registra un alto índice de accidentes automovilísticos, por lo que, tanto el del libro como el contenido final de transmedia requieren causar un impacto positivo en los ciudadanos, convirtiéndose en una solución para mitigar el número de emergencias viales, esto por medio de los tres objetivos específicos que se establecen en el capítulo I, mismos que tienen relación con estrategias transmedias y plataformas digitales.

La metodología por implementar entrelaza investigación-acción, cuyo instrumento final de evaluación es LORI-AD, mismo que consiste en una encuesta, la cual se valora en escala de Likert, lo que determina la influencia que tiene el contenido audiovisual en el aumento de conocimientos de seguridad vial y la conciencia que se genera en las personas.

Palabras clave: transmedia, estrategias transmedia, plataformas digitales, seguridad vial



A mi querido hijo Nicolás Cárdenas, mi motor de vivir.

A mi esposa Pamela, por su apoyo incondicional.

A mi madre que siempre me inspira para triunfar.

A mi tía Zoila que me cuidó y me crió desde pequeño.

A mis amigos del trabajo, Leslie S.; Nahomy; Eduardo, por animarme y estar al pendiente de mí.



## Agradecimientos

Agradezco principalmente al autor del libro *Gracias a la vía*, Byron Naranjo, quien me dio apertura a transformar su contenido y confío en mis capacidades.

A mi familia por siempre motivarme a continuar con mis estudios.

A aquellos compañeros de trabajo que fueron pacientes y me dieron sus recomendaciones.

A la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, a sus docentes que con mucho profesionalismo supieron guiarme y enseñarme acerca de la comunicación transmedia.



## Tabla de contenidos

Figuras y tablas.....	13
Introducción.....	15
Capítulo primero La transmedia en la seguridad vial.....	17
1. Marco teórico.....	17
1.1. Estado del arte.....	17
1.2. Educación vial.....	19
1.3. Seguridad vial .....	20
1.4. Cultura vial.....	20
1.5. Síntesis del libro <i>Gracias a la vía</i> .....	21
1.6. Transmedia.....	22
1.7. Modelos de contenido transmedia.....	23
1.8. Modelo de expansión de Jenkins .....	24
1.9. El modelo transmedia de Scolari .....	24
1.10. Modelo de experiencia de participación.....	25
1.11. Identikit de Jeff Gómez.....	26
1.12. Plataformas y medios .....	27
1.13. Redes sociales.....	27
1.14. YouTube.....	28
1.15. Página web.....	29
1.16. Aplicación móvil .....	29
1.17. Vídeos multimedia.....	29
1.18. Interacción y participación .....	30
Capítulo segundo Plan para el desarrollo del proyecto .....	31
1. Metodología .....	31
1.1. Diseño de proyecto.....	31
1.2. El libro <i>Gracias a la vía</i> .....	34
Capítulo tercero Un texto a la transmedialidad .....	39
1. Resultados.....	39
2. Análisis y discusión .....	42
Conclusiones.....	53
Lista de referencias.....	57

Anexos.....	63
Anexo 1: Ficha de observación.....	63
Anexo 2: Contenidos transmedia publicados.....	64
Anexo 3: Encuesta .....	67

## Figuras y tablas

Figura 1. Libro <i>Gracias a la vía</i> .....	35
Figura 2. Diseño de una mascota agente .....	35
Figura 3. Fotografía de un peatón y un vehículo en una situación habitual .....	36
Figura 4. Animación de elementos de seguridad vial.....	36
Figura 5. Rango de edad de unidad de análisis.....	43
Figura 6. Género de la muestra.....	43
Figura 7. Porcentaje de personas con licencia de conducir .....	44
Figura 8. Frecuencia de uso de vías públicas .....	44
Figura 9. Conocimiento acerca de la seguridad vial.....	45
Figura 10. Formación sobre seguridad vial .....	46
Figura 11. Incidentes viales en el cantón Ambato .....	46
Figura 12. Principal causa de accidentes de tránsito .....	47
Figura 13. Fomentación de seguridad vial de manera adecuada .....	47
Figura 14. Formas de concienciar sobre seguridad vial .....	48
Figura 15. Tiempo usado en internet en el día.....	48
Figura 16. Lectura del libro <i>Gracias a la vía</i> .....	49
Figura 17. Contenido multimedia acerca de <i>Gracias a la vía</i> .....	49
Figura 18. Opinión del contenido transmedia de <i>Gracias a la vía</i> .....	50
Figura 19. Inmersión en los relatos .....	50
Figura 20. Influencia del contenido transmedia <i>Gracias a la vía</i> en la educación vial...51	
Figura 21. Interacción del contenido transmedia <i>Gracias a la vía</i> en plataformas digitales.....	51
Figura 22. Impacto del contenido transmedia de <i>Gracias a la vía</i> .....	52
Tabla 1. Guion parra audiovisual basado en el libro <i>Gracias a la vía</i> .....	37



## Introducción

Actualmente el desarrollo de la era tecnológica a nivel mundial durante los últimos años ha evolucionado conjuntamente con los sistemas de comunicación global en donde los medios de comunicación y la mensajería progresan a pasos agigantados constantemente, contribuyendo así a una alternativa del conocimiento e información; las estrategias transmedia son parte de estos cambios y adaptaciones, de tal forma que se convierten en una estrategia eficaz para captar la atención de la audiencia de toda edad en las diversas plataformas de acceso fácil que tiene la sociedad; además de ser una herramienta que integra realidades vividas en el aprendizaje (Baelo y Cantón 2010; Sidorenko Bautista| et al. 2018).

Antes de iniciar un proceso de investigación es necesario tener presente los elementos y categorías que son parte de este; y parte desde su problemática, bases teóricas, metodológicas, hasta llegar a concluirlo cumpliendo con los objetivos planteados al inicio del proyecto. El presente proyecto de tesis se centra en diseñar estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*, para fomentar la seguridad vial y la conciencia en la carretera, siendo como parte de este objetivo el aumentar la seguridad vial en la carretera y crear una conciencia reflexiva y pragmática en todos los actores viales.

Las señales de tránsito son parte fundamental del diario vivir, así como la convivencia en la vía pública, conocer el significado de aquellas señales y respetarlas resulta un deber que todo ciudadano debe comprender al momento de transitar por avenidas, calles, veredas, carretera. Es ahí donde se centra la problemática de investigación (Cárdenas-Rebelo et al. 2020).

En Ecuador la cultura vial es escasa, y se comprueba por medio de un artículo de diario *La Hora*, en el que se especifica que la Empresa Pública de Movilidad del Norte nota un incremento del 13 % en el año 2024 en accidentes o siniestros viales frente a la cifra con la que se cierra 2023 (Diario La Hora 2025). El aumento de este problema, sin duda requiere una pronta solución para mitigar las cifras y generar una conciencia responsable en los ciudadanos. Asimismo, durante los meses de enero a junio de 2024 se determinó en el registro de datos de ATN que las cinco provincias con mayor índice de accidentes de tránsito son: Guayas, Pichincha, Azuay, Manabí y Tungurahua (El Universo

2024). La Agencia Nacional de Tránsito (ANT) registra que la mayor cantidad de incidentes viales se producen en Ambato, representando así el 80% de accidentes de toda la provincia de Tungurahua (El Heraldito 2022).

El libro *Gracias a la vía* es autoría del Dr. Byron Naranjo Gamboa, quien es docente de la carrera de Comunicación en la Universidad Técnica de Ambato, además, es con quien elaboro productos audiovisuales con diversas temáticas. Es importante también saber que el libro *Gracias a la vía* se lo crea como una estrategia para mitigar incidentes viales, su idea surge de un proyecto de vinculación que se desarrolla en la institución en la que Naranjo Gamboa brinda sus servicios. Esta obra terminó su primera edición en el año 2022, su impresión se ejecutó en el 2023. Este escrito es un material educativo e inspirador para los lectores sobre lo fundamental que es la educación vial, mismo que está dirigido a niños y adolescentes. Sin embargo, es primordial mencionar que en el país latinoamericano de estudio la edad para conducir es de dieciocho años en adelante, por lo que para maximizar el efecto y llegar a los públicos correctos es necesario integrar esta gran obra a una estrategia transmedia, de tal manera el escrito se transforma en una experiencia más variada, enriquecedora que consta de variedad de formatos, medios audiovisuales, interactivos, sociales; por los que es posible profundizar el conocimiento y saber con un enfoque más dinámico el tema de seguridad y educación vial, logrando expandirse al público objetivo de esta investigación (Bolaño-García y Praxis 2017; Izquierdo, Vera, y Paini 2016).

Para lo cual el proyecto se basa en el diseño y creación de estrategias transmedia específicas centradas en la educación mediante el análisis de técnicas, contenidos que garanticen la coherencia en el proceso, además de evaluar la eficacia de los mensajes emitidos a la audiencia. Este proceso se lleva a cabo a través de una investigación-acción, en la que se acompaña y fundamenta por una encuesta conformada de dieciocho preguntas, las cuales se establecen en escala Likert.

En conclusión, este proyecto otorga una herramienta eficaz y poderosa ante los siniestros viales; mediante el análisis detallado y el desarrollo estratégico de un modelo replicable, así como también es un referente para el futuro de la educación vial, ya que se garantiza el cambio de forma en que se difunden los mensajes de prevención de accidentes y resuenan entre el público.

## Capítulo primero

### La transmedia en la seguridad vial

#### 1. Marco teórico

##### 1.1. Estado del arte

La transmedialidad está en pleno auge, por ello varios investigadores consideran que es una estrategia dinámica para la educación o para transformar narrativas tradicionales a formatos innovadores, capaces de sumergir a los espectadores en los relatos, y volverlos parte de ellos. Es así el caso de Rovira-Collado; Llorens-García; Fernández-Tarí (2016, 1-16) quienes indagan acerca de transformar a la serie *El Ministerio del Tiempo* en un aporte transmedia para la educación literaria, aquí se menciona la importancia de generar formas dinámicas para el aprendizaje de los alumnos, pues recordar fechas, nombres y temas literarios no es suficiente, hoy por hoy se necesita que los estudiantes comprendan, analicen e interpreten el contenido de las obras. Este estudio aplica un método analítico, en el que observa la interactividad que tienen los usuarios en las distintas plataformas con el contenido de la serie y su evolución transmedia, esto con el objetivo de proponer una alternativa para el desarrollo en el área lecto-literaria. Su estudio tiene una muestra joven, ya que se enfoca en estudiantes de secundaria y en aquellos que cursan un pregrado.

Como resultado se obtuvo el interés e inmersión de los públicos por el contenido transmedia de la serie *El Ministerio del Tiempo*, de tal forma se cumple con el propósito del proyecto y asegura que la transmedialidad es bien recibida en la educación, asimismo, se forman con mayor facilidad comunidades de fanáticos, mismos que se convierten en prosumer.

Otro de los estudios tomado como referencia es el de Pérez Barrera y Rodríguez Ruiz (2019, 4-116), ellos buscan inmergir a la transmedia dentro de las áreas de aprendizajes de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Tanto la muestra de estudio como el enfoque de investigación son similares a este proyecto, puesto que estos autores indagan a partir de la mezcla de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Explican que su necesidad por desarrollar esta búsqueda y exploración nace de la evolución que tiene el mundo, ahora todos estamos

sobreexpuestos a información y es la obligación de los actuales y futuros profesionales de la Comunicación saber discernirla, al igual que los comunicólogos deben estar en constante aprendizaje, expandiendo sus conocimientos y adaptarse de manera rápida a los desafíos que surgen a partir de los cambios o nuevas apariciones.

La metodología por utilizarse es la investigación interpretativa, misma que busca comprender y describir una realidad. Aunque se utiliza los dos enfoques mencionados anteriormente, tanto cualitativo como cuantitativo, ambos son necesarios; por un lado, para recolectar datos con mayor exactitud, por el otro para describir y analizar a la realidad que se estudia, es decir los comportamientos que adopta la muestra de estudio de la investigación de Pérez Barrera y Rodríguez Ruiz, esto se estudia bajo la perspectiva de Skinner. Las técnicas por implementarse son algunas como observación, encuesta, entrevista y documentos que permiten la recolección de información para el desarrollo y las conclusiones del proyecto.

Pérez Barrera y Rodríguez Ruiz mencionan que el contenido transmedia dentro de la pedagogía para los estudiantes de la carrera de Comunicación es muy útil, además otros beneficiarios secundarios son los docentes, lo cual provoca una mejora en la relación alumno-profesor. También, los sujetos de estudio aprenden más contenidos con mayor facilidad.

Finalmente, el último trabajo recopilado para el análisis de esta investigación es el de Zapata Villa (2019, 1-76) quien indaga acerca de la narrativa transmedia en la pedagogía, puesto que estas narrativas fomentan el fortalecimiento de la comprensión lectora. Su propósito principal es conformar una estrategia de transmedia que sea didáctica para que los estudiantes de un Instituto generen interés en la escritura y lectura, de esta forma podrán ahondar en sus conocimientos. Sin duda, esto es un desafío, ya que actualmente la atracción por leer o redactar es escasa, por no decir nula; y las actitudes de ciertos estudiantes no contribuye a la construcción de un ambiente acogedor de enseñanza.

Aquella tesis se maneja con un enfoque cualitativo, debido a que requiere analizar la realidad tal como se presenta, las opiniones y experiencias de su unidad de análisis, asimismo, pretende involucrar las percepciones de la autora dentro del desarrollo y conclusiones de este proyecto. La investigación de Zapata Villa, además de compartir uno de los enfoques a emplearse en este proyecto, como es el cualitativo, comprende que la transmedialidad está presente en varias áreas, tanto en la educación como en la comunicación, por ende, se conoce que mediante ellas se puede generar interactividad y

cierto grado de concientización. Las técnicas empleadas son la entrevista y la observación, mismas que tuvieron un tiempo destinado para ejecutar cada una.

Para concluir, se resuelve que las narrativas transmedia dan espacios para la inmersión en las historia o relatos, lo que hace atractivo para el espectador, por lo que implementar la transmedialidad dentro de las aulas de clase o la pedagogía garantizan mayor concentración, una buena actitud al momento de estudiar y aprender por parte del estudiantado, y la promoción de nuevos hábitos.

## **1.2. Educación vial**

La educación vial se puede describir como el conjunto de reglas, normas y valores que facilitan la coexistencia saludable de todos los usuarios de la vía en los espacios públicos, conocida como educación vial. El objetivo es hacer el mejor uso de los espacios viales con el menor número de accidentes. La aversión a seguir las reglas lleva a calles más peligrosas, y los incidentes que puedan ocurrir podrían haber sido fácilmente evitados si todos los ciudadanos eligieran cumplir las normas. Abordar estos principios es un paso importante hacia nuestra convivencia más pacífica, ya que nadie debería tener derechos superiores a otros: todos deben estar en seguridad, responsabilidad, respeto y empatía.

Al igual que las leyes, las regulaciones de tráfico también son importantes para evitar riesgos, pero, por encima de todo, para organizar la movilidad en un nuevo entorno. Elementos como señales que indican peligros, semáforos y pasos de peatones son extremadamente importantes para regular la accesibilidad a la vía. A nivel general, respetar los límites requeridos, no exceder la velocidad, no conducir bajo el efecto de sustancias y ceder el paso algunas son medidas responsables para generar armonía en la vía.

La educación vial se aplica en varias partes del mundo y los gobiernos comprenden la importancia de ella, un ejemplo es España, donde se dispone que la educación vial debe estar presente de forma transversal en los distintos niveles educativos, los encargados de que este proceso de aprendizaje se desarrolle son quienes conforman la Dirección General de Tráfico (DGT), por ello cada año se lanzan campañas educativas distintas para cada grado académico, una de las campañas de 2025 es *Voy en bici*, cuya destinatarios son los alumnos de primaria y educación infantil (Dirección General de Tráfico 2025).

Solo cuando las escuelas, la familia y las autoridades asuman la responsabilidad de enseñar y fomentar estos conceptos, la sociedad crecerá. Necesitamos trabajar en el

diseño de concientización y programas en esta dirección para reducir los accidentes de tráfico. La educación vial debe fomentarse desde la niñez para que desarrollen hábitos seguros. Por ejemplo, necesitan saber cómo cruzar la calle de manera segura y responsable, reconocer las señales más básicas y comprender que deben obedecer las normas de tráfico.

Esto mejora la cultura vial para todos ya que garantizará menos accidentes, un tráfico fluido y reducirá la tensión en la carretera. La educación sobre seguridad vial es una labor de todo el país, debemos prestarle toda la atención. Al no aprovecharlas y al finalmente ser conscientes de la manera en que todos actuamos, estamos contribuyendo a fomentar un entorno seguro y placentero para todos los que ocupan el espacio público.

### **1.3. Seguridad vial**

La seguridad vial es el compromiso y las acciones responsables que los actores viales adoptan para mantener una circulación segura y un ambiente armónico (Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito 2021). El objetivo principal de la seguridad vial es preservar de la vida y garantizar el bienestar de todos los actores sociales, entendiendo que se denomina actores tanto a peatones como a conductores. Al igual que busca cuidar de la infraestructura por donde las personas y el transporte (vehículos) circulan.

Dentro de los actores sociales, están quienes tienen una intervención directa, refiriéndose a ciclistas, peatones, conductores, pasajeros, personas que hacen uso de las vías, veredas, carreteras. Por otro lado, están quienes actúan de forma indirecta, en este caso instituciones que buscan la armonía de la comunidad y reducir el índice de accidentes en las vías, entre estos pueden estar instituciones o empresas públicas o privadas, organizaciones, fundaciones, etc. (Pico Merchán, González Pérez y Noreña Aristizábal 2011).

Para cumplir con seguridad vial se debe construir conocimientos con base a educación, en cuanto a las señales de tránsito y las funciones que cumple cada actor social.

### **1.4. Cultura vial**

La cultura vial se relaciona con la forma en la que una sociedad, una población actúa, siente, piensa o vive en los espacios viales, en aquellos sectores públicos por donde transitan y en lo que existe convivencia (Camacho-Cabrera 2009).

La cultura vial depende de las sociedades, de las formas de percibir, vivir, de su ética y moral de cada grupo social en los espacios públicos o en el uso de la vía; también,

de los conocimientos que tienen respecto a seguridad vial y su aplicación para el aporte de una buena relación dentro de la comunidad. Dentro de ella la conciencia, el respeto, la empatía, la responsabilidad y cortesía juegan un papel fundamental para la obtención de un ambiente armónico entre actores viales.

### **1.5. Síntesis del libro *Gracias a la vía***

El libro *Gracias a la vía* es escrito por Byron Naranjo Gamboa, un comunicador social amante a la cultura vial, que crea el libro por una idea planteada en el área de Vinculación con la Sociedad de la Universidad Técnica de Ambato, con el propósito de educar y concientizar a los actores viales sobre sus acciones en el diario vivir. Este texto se enfoca en vivencias de los ciudadanos de la provincia de Tungurahua, ubicada en la región Sierra del Ecuador. Esta obra consigue que el lector se pueda inmergir en la historia, mediante lee cada capítulo el individuo crea personajes o escenarios ficticios en su mente, consecuentemente se siente parte de la narrativa.

La creatividad de Naranjo origina que por medio de metáforas los lectores relacionen a la vía con la vida, y entiendan la función y participación que cada actor vial tiene dentro de la sociedad, explica que cada actuar define la armonía y convivencia en espacios públicos.

El libro cuenta varias historias, desde diferentes ángulos, son algunas experiencias de actores viales como conductores, ciclistas, peatones, entre otros; estas narraciones dejan un mensaje reflexivo para los receptores, puesto que presentan situaciones cotidianas que se relacionan con realidades como la muerte, el miedo, el recorrido, la ilusión de regresar al hogar. Los relatos de los personajes que día a día se movilizan por las rutas generan una combinación entre sus destinos y las emociones que nacen al recorrer las vías. Estas tramas buscan que el espectador se identifique con algunos sucesos, así como también fomenta conciencia en la audiencia.

Entre sus episodios se entienden que las vías son medios en los que se unen distintos contextos socioeconómicos; y a la comunicación interpersonal, misma que explora las facetas de cada persona. Se describe el cómo las decisiones que se toman a medida de movilizarse en las vías pueden convertirse en un aporte, una lección o un desacierto, también se aborda el enfrentamiento y resolución de conflictos internos y externos, los cuales contribuyen al crecimiento personal, destacando valores como la perseverancia y resiliencia.

Naranjo narra que el *caos* en las carreteras influye en la construcción de una convivencia armónica, donde la poca educación vial y el irrespeto por el otro ocasionan conclusiones lamentables, por ello la necesidad de crear una responsabilidad social.

### 1.6. Transmedia

El término *transmedia* existe desde hace mucho tiempo, sin embargo, los productos multimedia, los distintos formatos de entretenimiento no eran reconocidos como contenido transmedia. Hasta el año 2003, en el que Henry Jenkins apropia este término para denominar a todo lo relacionado con el cine, la televisión, historietas, libros, sitios web; él explica que estos formatos siempre tuvieron la narrativa transmedia, pero que los medios para contar las historias eran condicionados. Aunque este campo permite mayor interacción entre la audiencia y el contenido, así como posicionarse en la mente del consumidor, debe ser minuciosamente analizado a lo que se va a considerar dentro de la transmedialidad, puesto que actualmente esta área es muy extensa, por lo que es probable perder el hilo de lo que conforma la transmedialidad (Freeman 2018).

También, las narrativas, construcciones simbólicas o comunicativas forman una parte esencial de la transmedialidad, puesto que estas pueden sobreexponer y subexponer a las culturas, a los distintos grupos, especialmente a aquellos sectores vulnerables; si las historias no son bien contadas, si no transmiten la verdad y la realidad de una sociedad se convierten en un arma letal. Por ello, es necesario mencionar que uno de los objetivos de los productos transmedia es generar representatividad con la identidad y vínculos de interés entre el contenido y quien lo visualiza, es así como se debe investigar, analizar y estudiar el contenido antes de publicar (Gómez 2018).

Entonces, se puede definir a *transmedia* a la técnica de contar una historia a través de múltiples plataformas y formatos, aportando un elemento único que enriquece la narrativa y permite al público identificarse con el contenido e interactuar de diversas maneras destacando la importancia de la interactividad y la participación del público en esta evolución.

Esta técnica consiste en contar una historia de manera creativa, desde distintas perspectivas o ángulos, a través de diversos formatos (audio, videos, pódcast, textos, etc.) y plataformas (YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, etc.), donde el usuario, la audiencia se teletransporte a lo que ve, escucha o lee y se sienta parte de la narrativa. Este enfoque proporciona medios únicos que enriquecen los relatos y crean una experiencia más inmersiva para la audiencia, todo para promover de forma dinámica cualquier

contenido y aumentar la concienciación sobre su importancia, además de explorar las claves del contenido transmedia, narrativa expandida, interactividad, convergencia de medios (Brandon Acuy Rodríguez, Alonso Baca Cáceres, y Alonso Baca Cáceres 2022).

Esta estrategia narrativa ayuda a que una historia se expanda de manera inmediata al público objetivo. De tal forma, se analiza y filtra los elementos del contenido para que sean narrativamente coherentes al momento de comunicar el mensaje de manera clara y efectiva en todos los medios, así se puede cumplir correctamente con la interacción de los usuarios, misma que es esencial en la transmedialidad (Carlos A. Scolari, Rodríguez, y Masanet 2019).

Se debe destacar que el propósito de una estrategia multimedia es crear una experiencia cautivadora, coherente y atractiva para el público, puesto que se desea aumentar el compromiso e interacción de la audiencia con el contenido, promoviendo una conexión significativa, al crear y difundir contenido en diversas plataformas, ya que cada medio tiene un papel único en la transmisión del mensaje, por ello es primordial conocer las funciones de cada red social (Rovira-Collado, Serna-Rodrigo, y Bernabé Gallardo 2016).

Como ya se mencionó, la cohesión narrativa en transmedia es esencial para que un mensaje sea claro y unificado, por consiguiente, es necesario establecer una idea principal, la cual es guía para que todo el contenido mantenga la línea del mensaje central, de tal forma se evita confusiones en los receptores. Esta coherencia textual se asocia con las estrategias y modelos de transmedialidad, mediante ellos se define el enfoque que cada contenido va a tener y se determina cómo escribir las narrativas, también, desde qué ángulo se delimita la dramaturgia, estructura y guionización del contenido.

### **1.7. Modelos de contenido transmedia**

El estudio del contenido transmedia avanza debido a la identificación de modelos y tipologías que facilitan su comprensión y aplicación en donde se presentan los principales enfoques teóricos y categorías desarrolladas por expertos. El contenido transmedia efectivo exige entender principios y aplicar modelos teóricos para guiar la narrativa en varias plataformas, es así como el Modelo de Expansión de Jenkins es uno de los más influyentes en este ámbito (Hermann-Acosta y Pérez-Garcías 2019).

Las estrategias transmedia se desarrollan según modelos teóricos que orientan su creación y distribución en múltiples plataformas, los modelos de Scolari, el modelo de Experiencia de Participación y el pensamiento de Jeff Gómez permiten explorar, evaluar

y estructurar la narrativa para que se adapte a cada medio comunicacional, consecuentemente se involucra al público en una experiencia inmersiva.

### **1.8. Modelo de expansión de Jenkins**

Henry Jenkins, teórico del contenido transmedia, sugiere que cada plataforma en una campaña transmedia aporta una pieza única de la historia; Jenkins sugiere que cada plataforma brinda algo nuevo a la historia en lugar de repetir contenido, creando así una experiencia total al combinar todo lo que hace que la narrativa sea enriquecedora, y motiva a la audiencia a interactuar en varias plataformas (Jenkins 2006).

Además este modelo es clave para crear narrativas transmedia efectivas, puesto que señala que cada una de las plataformas debe contribuir con algo nuevo a la narrativa, en lugar de replicar el mismo contenido, teniendo un enfoque que mejore la experiencia del usuario al fomentar la interacción con diversas redes que enriquecen la narrativa, por lo que este modelo es esencial para proyectos como libros físicos que buscan extender sus narrativas a otros formatos como podcasts, videos, animaciones, los cuales permiten una mejor comprensión del contenido y motiva a la audiencia a participar de diversas maneras.

Asimismo, este modelo consigue mantener un constante interés en el público a través de la adaptación del contenido en base a la creatividad multiformato, un ejemplo es el convertir una película en videojuego para llegar a los públicos; la propagación de las narrativas y la expansión de distintos formatos en plataformas sociales logra conseguir la inmersión e interactividad entre los usuarios y permite que se formen perspectivas bajo la subjetividad de cada internauta.

### **1.9. El modelo transmedia de Scolari**

Este modelo ayuda a estructurar proyectos que educan y fomentan la participación del público al combinar estos tres elementos ya que ofrece una experiencia educativa que informa e involucra al público en la creación y difusión del contenido (Scolari 2013).

Modelo Transmedia de Carlos A. Scolari clasifica el contenido transmedia en tres tipos:

*Narrativas Transmedia.* Son historias contadas en múltiples plataformas, donde cada medio aporta a la narrativa global.

*Educativas Transmedia.* Estas se utilizan múltiples plataformas para educar, mostrando diferentes aspectos del conocimiento en cada una.

*Participativas Transmedia*. Fomenta la participación del público en el desarrollo de la narrativa.

Integrar estos elementos crea una experiencia dinámica que informa, educa y activa al público, promoviendo efectivamente cualquier tema en la sociedad (García 2013; Munaro y Pianovski Vieira 2016).

El modelo de Scolari refuerza al modelo de Henry Jenkins, describe distintas narrativas, en las que explica como un libro puede pasar a ser un cómic, en donde el contenido cambia su forma, pero no su relato; asimismo, hay historias que cuentan una parte distinta en cada plataforma social, estos extractos no son continuos, es decir que no siguen una secuencia; también, se expone que los medios sociales pueden aportar a la construcción de las narrativas (Scolari 2013).

Dentro de estas narrativas hay competencias a considerar como: “apreciar los valores estéticos; reconocer géneros, reconstruir mundos narrativos y comparar historias; expresar identidades y visiones del mundo a través de la narrativa” (Guerrero-Pico y Lugo 2018, 65). En la estética de la transmedialidad se encuentra la armonía y autenticidad, un ejemplo es cuando el contenido transmedia busca indicar una realidad mediante lo visual. Entender la transmedialidad, es comprender que las historias se narran desde diferentes perspectivas y con distintos estilos, para generar a través de la subjetividad una representatividad de identidad.

Adicionalmente, Scolari (2013) detalla que los usuarios tienen distintas participaciones, están los que interactúan con el contenido, lo comparten, reaccionan, comentan; al igual que el *prosumer*, quien además de consumir crea más allá de lo que se le proporciona; también, está la audiencia que genera ideas y expande la historia.

### **1.10. Modelo de experiencia de participación**

El Modelo de Experiencia de Participación se enfoca en la interacción y contribución de los usuarios al contenido, este modelo centra al usuario en la experiencia transmedia, así le permite al público consumir, crear y compartir contenido. Lo que enriquece la narrativa en este caso es la participación del usuario, pues es esencial para crear una comunidad comprometida que difunda el mensaje. Este modelo es clave para crear una comunidad activa, donde los usuarios comparten información y experiencias debido a que al permitir que los receptores generen contenido y promuevan la interacción, se crea una comunidad que no solo recibe información sobre cualquier tema, sino que también la difunde y aplica, mismo que genera un impacto duradero (Scolari 2009).

En este modelo existen seis pilares principales, los cuales son: interactividad; multiplataforma para los contenidos; inmersión en la historia; variedad de roles en los destinatarios; unión entre personas con intereses en común para formar comunidades; propagación y expansión del contenido a varias audiencias (Jenkins 2006). Estos permiten entender el funcionamiento del modelo de Experiencia de Participación; es necesario destacar que esta teoría une los pensamientos de Henry Jenkins y Carlos Scolari.

### **1.11. Identikit de Jeff Gómez**

Aunque Gómez comparte con la ideología de Scolari, Jeff especifica ciertas estrategias que construyen narrativas transmedia. Inicia con ¿quién escribe las historias? Explica que la persona encargada a narrar los relatos debe ser alguien visionario, capaz de ver todos los escenarios y que no limite su creatividad. Es esencial que el autor de las tramas piense en la comunicación transmedia desde el inicio, y se libere de la tradicional forma de contar historias. Es primordial generar un *feedback* entre usuario y contenido.

Además, reconoce la vitalidad de que las narrativas transmedias estén presentes en mínimo tres plataformas para que se genere un impacto en el público objetivo. Esto no quiere decir que el contenido está en la obligación de ser publicado el mismo día, a la misma hora en distintos medios, como se desconoce el alcance e interés que va a ocasionar en las personas, Gómez recomienda una extensión y propagación progresiva.

Al igual que, las historias se deben reivindicar y transformar según cambien de formatos y evaluando las plataformas en las que va a estar presente. Es decir, no es posible que todo el contenido de un libro sea parte de un video para TikTok.

Menciona a las comunidades que se forman a partir de la transmedialidad son un arma de doble filo, al conocer e interesarse por el contenido se generan conexiones de fidelidad, por ello estos usuarios van a defender a estas narrativas de cualquier *hater* o antagonista; sin embargo, al tener la libertad de imaginar y crear, pueden ocasionar rupturas de la idea central, y eso es un problema, debido a que el principal creador de la historia pierde total control sobre la fanaticada. Por esto, Jeff propone dar espacios y escuchar a las audiencias, permitir que interactúen y considerar algunas propuestas. Así como también establecer y fortalecer alianzas con empresas o personas que compartan propósitos alineados (Scolari 2013).

### **1.12. Plataformas y medios**

Las plataformas digitales son clave para el éxito de una estrategia de contenido transmedia, cada plataforma requiere ajustar el contenido para maximizar su impacto, ante cualquier proyecto el uso estratégico de plataformas es clave para comunicar eficazmente el mensaje del tema (Escobar s.f.).

Sin embargo, es fácil confundir el concepto de plataforma digital con red social, si bien los dos términos tienen similitudes, ambos engloban distintos significados. Una plataforma digital es aquella que se puede encontrar dentro de la web, en internet, en la que se exponen servicios o contenidos multimedia que brindan información y entretenimiento a los internautas, más no existe un *feedback* online entre usuarios, algunos ejemplos son Netflix o Google. Por otro lado, las redes sociales conforman una parte de las plataformas digitales, mediante ellas se da la interacción social, el intercambio de contenidos entre audiencias, y su principal objetivo es generar interactividad, conexión y comunicación.

Hoy en día, las plataformas sociales son la nueva hegemonía de la sociedad; la realidad del planeta, las vivencias, experiencias, conflictos e interacción se trasladó a la digitalización, quien no sabe cómo ser parte o utilizar la tecnología y manejar cada plataforma o red social es considerado un ‘analfabeto digital’ o es quien quedará en el olvido. Además, estas plataformas se mueven por la emoción de la felicidad, y crean un nuevo mundo, en el que el dinero se convierte en reacciones, como *like*, *me encanta*, comentarios, compartidos; y la popularidad o lo viral es sinónimo de poder. Asimismo, estas plataformas y redes a través de los algoritmos destinan al usuario a ver el contenido que ellas deseen (Gurevich 2021).

Por ello, es importante conocer cada red social, qué tipo de contenido tiene cada una y que función cumple, así que en esta investigación se detallan las plataformas y medios más utilizados en la actualidad.

Asimismo, es necesario comprender que los productos transmedia son difundidos con mayor facilidad hacia diversos públicos a través de plataformas digitales y redes sociales, estos generan una interactividad con el usuario. Asimismo, son elementos basados en la creatividad e innovación con el objetivo de generar inmersión en los espectadores.

### **1.13. Redes sociales**

Las redes sociales son clave en la estrategia de contenido transmedia por su amplio alcance y capacidad de interacción en tiempo real. Cada red social tiene funciones únicas

para diversificar contenido y captar la atención del público. Dentro de las redes sociales más comunes y utilizadas están:

Facebook que es ideal para compartir contenido largo y organizar eventos en vivo, además de facilitar la creación de grupos de discusión para que los usuarios interactúen y compartan experiencias publicando noticias sobre avances, lanzamientos y nuevas iniciativas (Quiñónez 2018; Arab y Díaz 2015).

Instagram se centra en contenido visual para captar atención y conectar emocionalmente con el público; compartir fotos impactantes, por ejemplo, imágenes sobre seguridad vial con mensajes breves; y usar la opción *stories* para contar historias diarias, más cortas. También, permite crear *reels* con consejos rápidos y estadísticas que fomenten la reflexión.

Twitter es perfecto para compartir mensajes breves y actualizar al público en tiempo real. Su rapidez lo hace ideal para difundir información, promover discusiones, publicar consejos breves sobre seguridad vial para retuitear y anunciar eventos como webinars o lanzamientos, además de reportar en tiempo real, así como también realizar encuestas para conocer la opinión pública sobre algún tema y usar los resultados para crear más contenido (Boyd y Ellison 2007).

La red social TikTok se establece como una plataforma de contenido viral, especialmente entre los jóvenes, es perfecto para comunicar mensajes educativos de forma divertida, crear desafíos que inviten a los usuarios a mostrar prácticas de temas en específico y compartir videos cortos con consejos útiles, utilizando las tendencias. Presenta herramientas para edición de video o fotos, así como plantillas para generar audiovisuales.

Usar múltiples plataformas sociales amplía la difusión del cualquier mensaje, se utiliza redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok para atraer a diversos segmentos de la población, usuarios con diferentes preferencias de contenido. Es clave personalizar el mensaje según la plataforma, desde textos cortos en Twitter o eventos en vivo y grupos en Facebook hasta contenido audiovisual en Instagram y TikTok (Boyd y Ellison 2007).

#### **1.14. YouTube**

Dentro de las plataformas digitales está YouTube, misma que se emplea para propagar contenido audiovisual y construir una cultura de conectividad. YouTube nace como una alternativa moderna de la televisión, en la que los espectadores tienen la

posibilidad de crear su propio contenido, sin necesidad de ser profesionales o tener conocimientos en multimedia y audiovisuales. En esta plataforma se publican vídeos de larga duración, donde se abarcan todo tipo de temas (Van Dijck 2016).

### **1.15. Página web**

Es un sitio *online* en el que se da a conocer la información de alguna empresa, persona, libros, negocios, entre otros. Suelen ser muy útiles, ya que proyectan la información esencial; se cuida minuciosamente de la imagen de los emisores; posibilitan la comercialización de servicios o productos; y el espectador puede indagar con mayor facilidad sus requerimientos.

### **1.16. Aplicación móvil**

Una aplicación móvil es un software que se instala en dispositivos móviles como celulares, *tablets* o computadoras, algunas requieren de una conexión Wi-Fi para ser utilizadas, mientras que otras funcionan sin internet. En ellas se puede personalizar la experiencia de los usuarios, así como también algunas prometen opciones con inteligencia artificial, realidad aumentada o virtual y geolocalización.

Las aplicaciones móviles ofrecen contenido personalizado e interactivo, mejoran la experiencia educativa, una aplicación permite a los usuarios interactuar con el contenido, al mismo tiempo que ofrece una educación ramificada sobre temas libres, adaptando el contenido al usuario (Acosta Espinoza et al. 2022).

La app móvil fomenta el aprendizaje interactivo y motivado mediante recompensas y desafíos personalizados, este tipo de interacción refuerza el conocimiento y fomenta comportamientos seguros (Viñals Blanco 2016).

### **1.17. Vídeos multimedia**

Los videos transmiten información compleja de forma clara, visual y auditiva, estos ofrecen explicaciones, demostraciones y testimonios de temas en general porque estos ayudan a explicar conceptos clave de seguridad vial de manera detallada y visual (Alvarado-Hinostroza 2021).

Los videos multimedia refuerzan esta estrategia con explicaciones y testimonios emocionales, el formato de video hace que el mensaje sea atractivo y accesible en cualquier plataforma, desde YouTube hasta TikTok (Arab y Díaz 2015; Ortiz Ortiz 2019).

### **1.18. Interacción y participación**

La interacción del público es esencial en las narrativas transmedia, debido a que permite el acceso a contenido en diversas plataformas y ofrece la oportunidad de contribuir al desarrollo de las historias, este tipo de participación fomenta el intercambio de ideas y la comunicación bidireccional entre creadores de contenido y su audiencia (Lautaro Hanalata-Valle et al. 2022).

La interactividad permite a la audiencia influir activamente en la narrativa. Esto implica que los usuarios pueden no solo recibir información, sino también modificar y enriquecer la narrativa original lo que permite crear diversas ramificaciones argumentativas y nuevas interpretaciones del contenido original siendo un método eficaz en la educación al ayudar a los estudiantes a desarrollar su propio conocimiento mediante la narrativa, mediante la estimulación de su imaginación y el fomentar un aprendizaje participativo y contextualizado en sus experiencias (Scolari 2009).

La audiencia en narrativas transmedia no solo recibe contenido pasivamente, sino que también interactúa y contribuye activamente al desarrollo de la historia, disfruta crear su propio contenido, lo que enriquece la narrativa y permite su difusión en diversas plataformas, esta incorporación enriquece la narrativa central y crea un universo más intrincado con diversos puntos de vista y nuevas subtramas (Munaro y Pianovski Vieira 2016).

Características que permiten a los espectadores sumergirse en el universo narrativo e integrar elementos de él en su vida diaria, enriqueciendo su experiencia personal, permitiendo integrar a los usuarios en el relato oficial, reforzando la idea de que la narrativa es dinámica y se encuentra en constante evolución (Saavedra-Bautista et al. 2017).

## Capítulo segundo

### Plan para el desarrollo del proyecto

#### 1. Metodología

##### 1.1. Diseño de proyecto

El proyecto de tesis es de tipo producción tecnológica que describe el diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*, fomentando la seguridad vial y la conciencia en la carretera. Para lo cual se llevará a cabo mediante 3 etapas.

El proyecto Gracias a la vía combina investigación-acción para integrar de forma dinámica la planificación, ejecución y evaluación de estrategias transmedia, asimismo es ideal para investigaciones que implementan estrategias innovadoras y ajustan intervenciones según la retroalimentación. También, es útil para implementar y evaluar estrategias transmedia del contenido del libro en medios digitales porque la investigación-acción tiene una orientación al cambio social; establece una relación horizontal entre las personas investigadas y el investigador; interviene y actúa acerca de la realidad; y conoce de la población de estudio. Además, la investigación-acción permite adaptar estrategias de manera continua para una implementación efectiva en el entorno digital.

Esta tesis tiene un enfoque cuali-cuantitativo, priorizando el lado cualitativo, puesto que el objetivo principal es diseñar estrategias de transmedia, mismas que posteriormente se publican, asimismo para analizar la situación actual de la población de estudio se implementa el instrumento de ficha de observación. Por otro lado, al finalizar la investigación es necesario una etapa de evaluación, la cual se lleva a cabo de forma cuantitativa mediante la técnica de la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario.

La población de estudio se ubica en la provincia de Tungurahua, debido a que el libro nace de la necesidad de educación vial en este sector, especialmente en el cantón Ambato, principalmente se selecciona esta muestra porque la idea nace en el área de Vinculación con la Sociedad de la Universidad Técnica de Ambato, asimismo el libro es diseñado y publicado en dicho cantón, además, Ambato es la capital de la provincia, la principal zona más poblada y comercializada en Tungurahua. Para conseguir la muestra se implementa el muestreo conglomerado, cuyos grupos son: Universidad Técnica de

Ambato campus Huachi Chico, Universidad Técnica de Ambato campus Ingahurco; da como resultado el sector de la Universidad Técnica de Ambato campus Huachi, en la parroquia de Huachi Chico, al ser un sector muy concurrido se convierte en una de las áreas con mayor probabilidad de incidentes viales, además la ficha de observación registra que los peatones no respetan el paso cebra, al igual que los conductores se pasan algunos semáforos en rojo; en cuanto al transporte urbano no respeta su lugar de parada y limita la circulación de los actores viales, asimismo los conductores son poco tolerantes ante la congestión vehicular; ciertos días se ve la presencia de los agentes de tránsito, sin embargo su presencia no es constante; los vendedores ambulantes tienen sus espacios y no obstruyen el paso; también se observan incidentes viales en tres de los cinco días investigados. Este proyecto busca dar información que contribuya de forma dinámica a la educación vial para que cada actor comprenda su rol y concientice sus acciones. La unidad de análisis se obtiene de un muestreo aleatorio simple que permite elegir el grupo al que se va a evaluar y a exponer los contenidos transmedia, para esta investigación la unidad de análisis son los treinta estudiantes de quinto semestre de la carrera de Comunicación en la Universidad antes mencionada, quienes cursan edades de 19 a 22 años.

Esta tesis emplea un diseño de campo, ya que este recolecta datos de forma directa de una determinada realidad, población o muestra.

Como se menciona anteriormente el proyecto se divide en tres fases, las cuales son: desarrollo, implementación y lanzamiento. Estas etapas se centran en crear y desplegar estrategias transmedia en plataformas digitales.

*Desarrollo de contenidos.* Se diseñará contenido transmedia basado en el libro *Gracias a la vía* para crear materiales digitales que amplíen su narrativa.

Se diseñará una estrategia integral de contenidos transmedia para expandir y enriquecer la narrativa de *Gracias a la vía*, uniendo diferentes plataformas y formatos digitales.

Producciones audiovisuales como videos interactivos, pódcast, artículos digitales, infografías, spots, y publicaciones en redes sociales, cada uno con un enfoque único que invite a la audiencia a interactuar y sumergirse en el universo narrativo.

Cada pieza de contenido estará conectada a la narrativa principal, respetando el espíritu y los valores originales de *Gracias a la vía*, pero añadiendo profundidad y diversidad a su interpretación.

Selección de capítulos específicos del libro para adaptaciones digitales como podcasts, videos, spots y animaciones. Cada formato se optimizará para su plataforma digital, para la producción de contenidos digitales se crearán contenidos y productos digitales que mantengan la coherencia narrativa del libro y se adapten al formato de plataformas digitales, para lo cual se eligen fragmentos de la obra, en este caso:

Los actores viales explicados en la página 54; cualquier rol que una persona cumpla en la calle, llámese peatón, ciclista, vendedor ambulante, agente de tránsito, conductor u otra actividad es suficiente para que se la identifique como actor vial. Es el uso de la vía y no la función que desempeña lo que determina su condición de protagonista de un espacio público.

Para el propósito que persigue este texto es apreciable entender la fluctuación y el cambio de roles de una misma persona y en un mismo espacio; en cuestión de minutos alguien puede abandonar su función de peatón para pasar a ser un conductor de un vehículo.

La convivencia detallada en la página 87, explica acerca las interacciones entre los diferentes usuarios viales, cada uno con su propio interés, necesidades, prácticas, crianzas y escalas de valores, hacen que la relación cotidiana sea violenta; sin embargo, en los espacios locales, por ejemplo más peatonales, la convivencia es mejor salvo que se vea impactada por conductores que transitan a velocidades más altas de las permitidas, bajo los efectos del alcohol o de sustancias psicoactivas o presas de la rabia, la ansiedad o estados mentales como la depresión.

En la página 108 encontramos: Leyes tenemos, responsabilidades no sabemos, producir la narrativa centrada en las personas, usa la historia práctica para conectar emocionalmente con la serie de videos que sigue a un *personaje*, quien aprende a asumir su responsabilidad en la vía.

En la página 148 se habla acerca de CR7, quien es un ejemplo por seguir para todos los actores viales, se redacta su buen comportamiento y su contribución a la comunidad, al igual que se destaca que CR7 no es ningún deportista, más bien se trata de un ciudadano responsable durante los siete días de la semana.

Se crean videos educativos sobre seguridad vial acerca de los roles de actores viales y consejos prácticos con anuncios para captar atención y comunicar mensajes en presentaciones educativas. Además, se incluyeron animaciones atractivas que expliquen conceptos de forma clara y entretenida para los estudiantes. Y, por último, se revisa y

ajusta el contenido según la retroalimentación de grupos de prueba para garantizar su calidad educativa.

Para llevar a cabo esta idea, se emplean herramientas profesionales, entre ellos algunos tipos de adobes, los cuales desempeñan un papel clave en las distintas etapas del proyecto. A través de ellos, se genera animaciones dinámicas y explicativas que comunican conceptos clave de seguridad vial de manera entretenida y visualmente impactante.

Al igual que se enfoca en las leyes de tránsito, el video animado debe ser creado con la siguiente conceptualización:

Identificar el objetivo del video, que sería concienciar sobre la falta de responsabilidad ciudadana en el cumplimiento de las leyes de tránsito.

Lenguaje del mensaje, elegir un tono que puede ser educativo, humorístico, reflexivo o crítico, dependiendo del impacto que se quiera generar y a la plataforma en la que se publicará.

Duración del video breve (1-3 minutos) para captar la atención y transmitir el mensaje de forma clara.

## **1.2. El libro *Gracias a la vía***

Dentro de este libro se describe los roles que cada actor vial debe asumir y cumplir con responsabilidad, esta explicación se la presenta desde la creatividad y se menciona tanto a quienes conducen vehículos como a quienes transitan como peatones o ciudadanos en las vías. Además, se detalla que con comunicación asertiva puede influir en los sujetos para adoptar una cultura vial, misma que construye una convivencia armónica en espacios públicos (Cruz Lascano, citado en Naranjo Gamboa 2022, 7).



Figura 1. Libro Gracias a la vía  
Fuente: Publicación del libro acerca de seguridad vial

El contenido de este libro se narra con un enfoque dinámico, que elimina lo tradicional y lo formal al momento de explicar o hablar sobre la cultura vial, de tal forma se logra un vínculo de interés con el lector, además que permite la comprensión lectora en su totalidad (Cruz Lascano, citado en Naranjo Gamboa 2022, 7).

### Personajes

- Mascota agente



Figura 2. Diseño de una mascota agente  
Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

- Conductores irresponsables: Persona gritándole al peatón
- Peatones distraídos: Personas cruzando fuera de las zonas peatonales.
- Agentes de tránsito: Que intentan hacer cumplir la ley.
- Ejemplos positivos: Personas en los alrededores.

### Escenarios

- Calles: Representar tráfico realista, con semáforos, pasos peatonales y señalización vial.
- Intersecciones peligrosas: Donde comúnmente se cometen infracciones.
- Situaciones diarias: Como estacionar en lugares prohibidos, no ceder el paso a peatones o el uso de celular mientras se conduce.



Figura 3. Fotografía de un peatón y un vehículo en una situación habitual

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

### Elementos visuales

- Señales de tráfico animadas (STOP, ceda el paso, límites de velocidad).
- Semáforos que cambian de color.
- Vehículos y peatones estilizados pero reconocibles.



Figura 4. Animación de elementos de seguridad vial

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia

### Sonido y narración

Música: Fondo dinámico y moderno que conecte con la audiencia.

Efectos de sonido: Frenos, bocinas, tráfico, pasos de peatones.

## Guion

Tabla 1  
Guion parra audiovisual basado en el libro *Gracias a la vía*

Intro	Hacia la cultura vial
Locutor 1	¿Y esa nave bro?
Locutor 2	Al fin el carrito de mis sueños ñaño, ¿vamos a dar vueltas?
Locutor 1	Vamos
Locutor 2	Quítate de ahí no ves por donde caminas
Locutor 3	Maneja despacio alocado
Locutor 2	Alocada tu mama
Locutor 3	Donde te regalarían la licencia
Locutor 2	No molestes
Locutor 3	Hijo de busero has de ser
Locutor 2	Safa safa
Locutor 1	Para para mijín
Locutor 2	Qué, no digas que te mareaste, esa nota con este man
Locutor 1	Creo que el mareado es otro, no sabrás que en la vía hay prioridades, apaga tu carrito y pon a funcionar tu cerebro, para que entiendas, en la calle la preferencia es para los peatones, luego para los ciclistas, seguido del transporte público, luego los vehículos de carga y logística y al último los vehículos particulares, entendiste.
Locutor 2	Si si ya, en pocas los que tenemos carro particular debemos tener paciencia
Locutor 1	Esa es mi bro, por ahí va el asunto

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía* (véase anexo 2)

Elaboración propia.

*Implementación y Lanzamiento.* Esta fase se enfoca en difundir contenidos digitales y aplicar estrategias en plataformas elegidas.

*Lanzamiento de contenidos digitales:* Se lanzaron los productos en la web del proyecto y en plataformas digitales seleccionadas. Además, se implementaron estrategias transmedia, mismas que ofrecen una experiencia digital atractiva según la observación participante que se realiza al exponer los productos de transmedia. Asimismo, se usan técnicas de marketing para maximizar el alcance.

Se eligen plataformas digitales, teniendo en consideración las plataformas actuales del libro y la accesibilidad del público a ellas, para difundir el contenido, como redes sociales y la página web del proyecto, para su posterior socialización a los estudiantes de quinto semestre de la carrera de comunicación social.



## Capítulo tercero

### Un texto a la transmedialidad

#### 1. Resultados

La investigación tiene como objetivo general diseñar estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*; fomentando la seguridad vial y la conciencia en la carretera. Para ello, primero se aplica la técnica de observación, por ende, se realiza su instrumento de estudio, misma que es la ficha de observación para conocer la situación actual del sector a estudiar, en el que se determina que entre actores viales no existe una relación armónica y de convivencia en las rutas, pues no todos los individuos cumplen sus roles, ni respetan los límites que se establecen en las normas, reglas y ética de la educación vial. Consecuentemente, se producen ciertos incidentes viales que crean ambientes de incomodidad e inconformidad, lo que provoca escenarios de *caos*. Además, se observa que pese a existir señaléticas de tránsito, tanto para conductores, servicio público, peatones, estas son invisibles para la mayoría de las personas, prefieren su comodidad, interés personal antes de pensar o reflexionar acerca del bienestar colectivo, aun siendo de conocimiento general que los espacios públicos pertenecen a todos los ciudadanos.

Al dividirse la investigación en tres etapas, es importante recalcar la evolución y resultado de cada una. En la fase de desarrollo de contenido se resuelve que los formatos a utilizarse son audiovisuales y audios, puesto que estos son muy llamativos y consumidos por la unidad de análisis de esta tesis, al igual que, la rapidez con la que avanza el mundo y los pocos segundos para captar la atención del usuario garantizan que estos formatos son ideales para llegar a la audiencia deseada; para la creación de estos se sigue una estructura conformada por un guion literario y un guion técnico, el primero sirve para acordar el mensaje que debe llegar al receptor, establecer las formas en las que se puede atraer y hacer reflexionar al oyente, para así conseguir la fidelidad y convertir al espectador en un *prosumer*; el segundo delimita la estructura técnica, la cual se refiere a ángulos, encuadres, planos, locución. Dentro de este periodo se manejan algunos adobes, esencialmente: Adobe Audition, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, a través de los que se crea un contenido transmedia de interés para la unidad de análisis.

La segunda etapa es la implementación y lanzamiento, para lo que se toma en sugerencia lo explicado en el marco teórico acerca del identikit de Jeff Gómez, quien recomienda publicar en al menos tres plataformas digitales o sociales. Por ello, se decide que el contenido transmedia se difunda en la página web *culturavial.net*, sitio con el que trabaja el autor del libro, allí se difunden datos importantes e interesantes del libro y del autor, también se hace uso de una segunda página web que da el espacio para la publicación de contenidos transmedia, la cual es *banca del parque radio*, un sitio innovador que busca tener contenido multimedia; otro medio digital es *comunica2*, mismo que tiene presencia en la red social Facebook y es un medio manejado y visitado por los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato, lo que hace que el contenido transmedia propagado sea más cercano a los estudiantes de quinto semestre de dicha carrera. La siguiente plataforma para considerarse es YouTube porque es un sitio en el que se publican vídeos más explicativos, más largos, que son fáciles de encontrar en los motores de búsqueda, asimismo, es una plataforma que tiene un alto alcance en las audiencias, el canal utilizado es *cultura y seguridad vial*.

La tercera etapa es la evaluación del contenido, donde se descubre si la transformación de libro a otros formatos transmedia genera algún tipo de impacto o conciencia en los treinta estudiantes de quinto semestre de la carrera de Comunicación, por esto se realiza una encuesta de 18 preguntas en escala Likert, cuyos resultados son analizados e interpretados más adelante.

Estos resultados estudian a la transmedialidad como una solución para atraer y generar interés en los públicos, a partir de estas tres fases se cumplen con el objetivo general y los tres fines específicos. En las conclusiones se detallan los efectos o el desenlace que ocurre en cada propósito planteado.

Seguidamente se indica la matriz de observación participante que se desarrolla durante la exposición de cada contenido transmedia:

<b>Título del producto</b>	<b>Formato</b>	<b>Frase con mayor atracción</b>	<b>Reacción</b>
CR7	Audio para podcast	“CR7” “Ciudadano Responsable los siete días de la semana”	La unidad de análisis se concentra en la narración del relato, sin embargo, a

			mitad del audio seis de los estudiantes se distraen y dejan de prestar atención.
Gramática vial	Audio	“¿En qué tiempo estamos? En tiempo de cambiar”	Todos los estudiantes tienen una gran concentración, en su mayoría muestran un rostro pensativo.
Mike Drama (CR7)	Audiolibro	Suspiro “CR7”	Los alumnos muestran poco interés por este audio, la mitad de los estudiantes se distraen e ignoran el contenido. Este producto es el de menor impacto.
Oda al pito	Audio	“Pito, pito, pito porque el cerebro tengo chiquito”	Se logra captar la atención desde el inicio, hay risas y discretas conversaciones entre compañeros. Al finalizar el audio algunos estudiantes repiten la canción.
Relato futboleroooo	Audio	Durante el choque “Fuerte infracción, que imprudencia”	Toda la audiencia está muy atenta. Se visualiza un poco de

			inconformidad al escuchar la voz de la chica.
Educación vial con animación semáforo	Audiovisual	“Hijo de busero has de ser” “Debemos tener paciencia”	Los espectadores se notan interesados en su totalidad, muestran leves sonrisas y rostros pensativos. Es el producto transmedia con mayor impacto en la audiencia.

## 2. Análisis y discusión

Para cumplir con todos los objetivos planteados en esta investigación es esencial realizar una encuesta y analizarla mediante un enfoque cuali-cuantitativo. La técnica de la encuesta con base a su instrumento cuestionario, tuvo dieciocho preguntas, entre ellas, interrogantes que permiten recolección de información personal de la unidad de análisis, así como interpelaciones en cuanto al libro Gracias a la vía y el contenido transmedia que nace a partir de esta obra.

La muestra y unidad de análisis con la que se realiza esta investigación son con los treinta alumnos de quinto semestre de la carrera de Comunicación, quienes trabajan en el proyecto de Vinculación con la sociedad juntamente con la Mancomunidad de tránsito. Es indispensable aludir que dentro de esta carrera en la Universidad Técnica de Ambato solo existe un curso por semestre.

A continuación, se exponen los datos recolectados a partir de las encuestas:

### ¿Cuál es su edad?

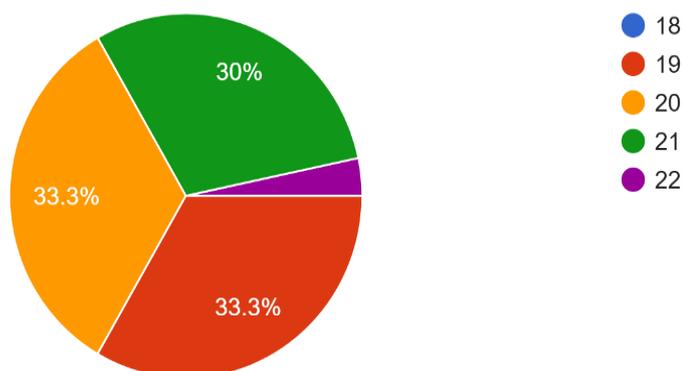


Figura 5. Rango de edad de unidad de análisis

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Las edades de los encuestados se encuentran entre los 18 y 22 años. Los grupos de 19 y 20 años representan cada uno el 33.3% de la muestra, mientras que los de 21 años constituyen el 30%. En cambio, la cantidad de personas de 22 años es mínima, esto demuestra que la mayoría de los participantes se sitúan entre los 19 y 21 años, lo que indica que la muestra está compuesta en gran medida por jóvenes adultos en una etapa activa de formación académica universitaria.

### ¿Cuál es su género?

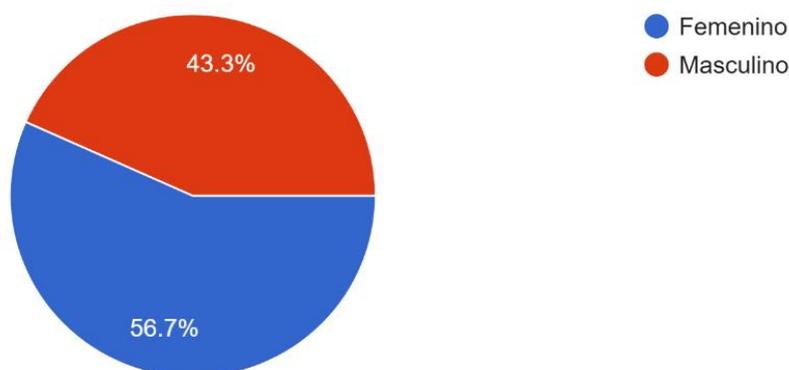


Figura 6. Género de la muestra

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

El 56,7 % de los encuestados se identifican con el género femenino, mientras que el 43,3 % con el masculino. Esta distribución levemente inclinada hacia las mujeres puede influir en las percepciones sobre seguridad vial o en las prioridades en cuanto a movilidad y transporte.

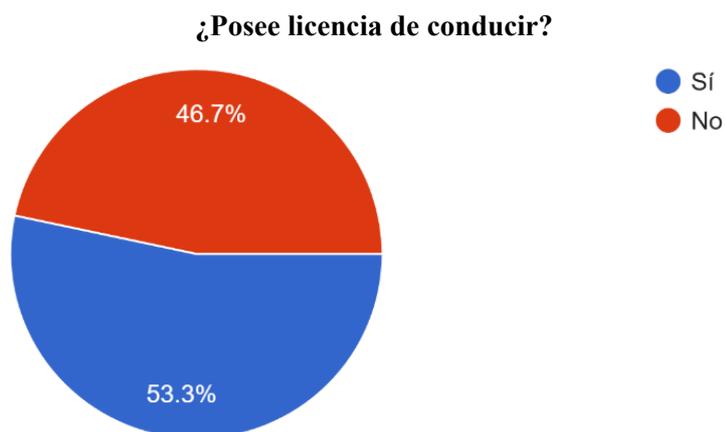


Figura 7. Porcentaje de personas con licencia de conducir

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Un 53,3 % de los encuestados posee licencia de conducir, frente a un 46,7 % que no la tiene. Esta paridad relativa podría indicar que, aunque una mayoría tiene la posibilidad de conducir, hay una proporción significativa que depende de otros medios de transporte o aún no ha accedido a este documento.

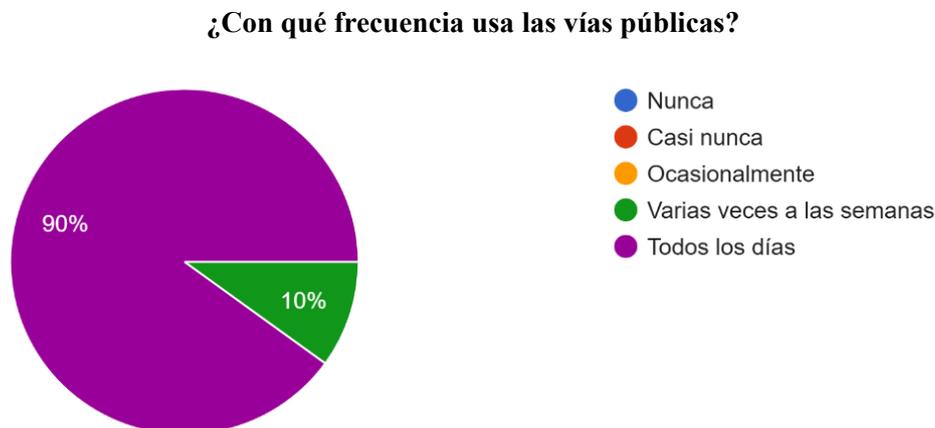


Figura 8. Frecuencia de uso de vías públicas

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Un 90 % de los encuestados utiliza las vías públicas todos los días, mientras que solo un 10 % lo hace varias veces a la semana. Esta alta frecuencia de uso sugiere que las personas dependen considerablemente de los espacios viales para sus actividades diarias, ya sea como peatones, ciclistas o conductores. Además, al ser nulos las opciones de nunca, casi nunca y ocasionalmente, se evidencia que los individuos cotidianamente transcurren

por las vías, por ende, se consideran lugares en los que se debe desarrollar una convivencia.

#### ¿Cómo calificaría su conocimiento sobre seguridad vial?

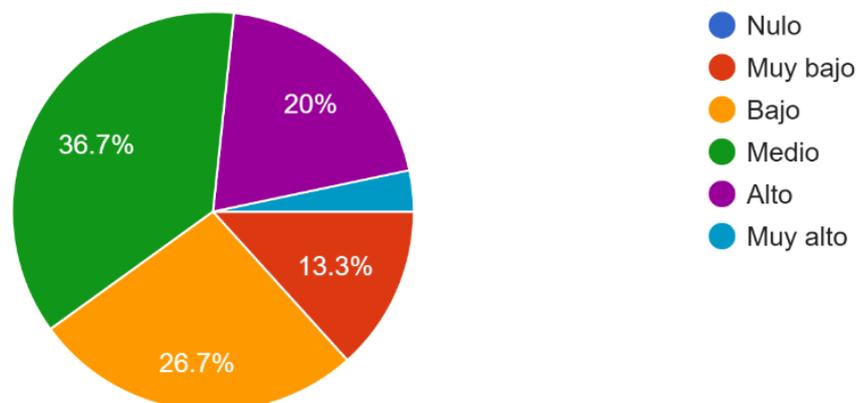


Figura 9. Conocimiento acerca de la seguridad vial

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

En cuanto al conocimiento sobre seguridad vial, los resultados reflejan una diversidad de percepciones. El 36,7 % considera que tiene un conocimiento medio, lo que indica que una parte significativa de la muestra se siente relativamente informada, pero con espacio para mejorar. Un 20 % valora su conocimiento como alto, mientras que un 13,3 % lo califica como muy bajo, mostrando la existencia de una brecha informativa que podría ser atendida con programas educativos o campañas de sensibilización. La combinación de estas valoraciones sugiere la importancia de fortalecer la educación vial, especialmente considerando la alta frecuencia con la que los encuestados usan las vías públicas.

### ¿Ha recibido alguna formación sobre seguridad vial?

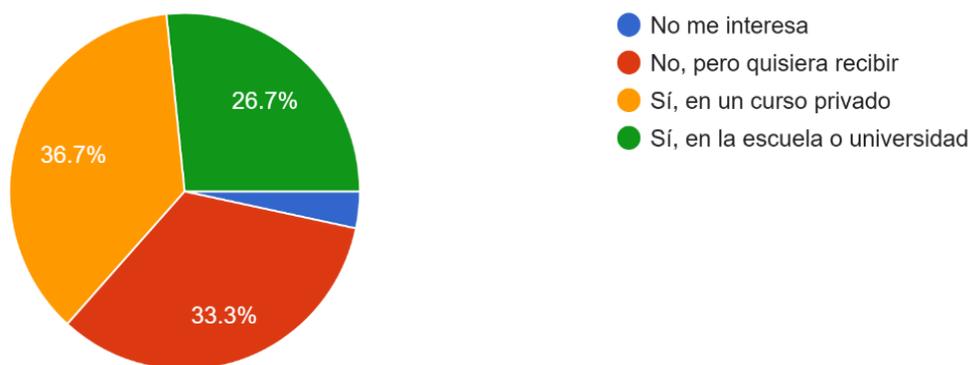


Figura 10. Formación sobre seguridad vial

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Un 36,7 % de los encuestados indica que ha recibido formación en seguridad vial a través de un curso privado, esto puede ser debido a que las escuelas de conducción tengan en su malla curricular alguna materia relacionada con la seguridad vial, mientras que un 26,7 % la ha recibido en su escuela o universidad. Esto sugiere que, aunque hay esfuerzos educativos en esta área, todavía hay una proporción considerable de personas que no han accedido a formación en seguridad vial de manera formal. De hecho, un 33,3 % de los participantes manifiesta que no ha recibido capacitación, pero le gustaría recibirla, lo que evidencia una demanda potencial de programas educativos en esta temática.

### ¿Con cuánta frecuencia hay incidentes viales en Ambato?

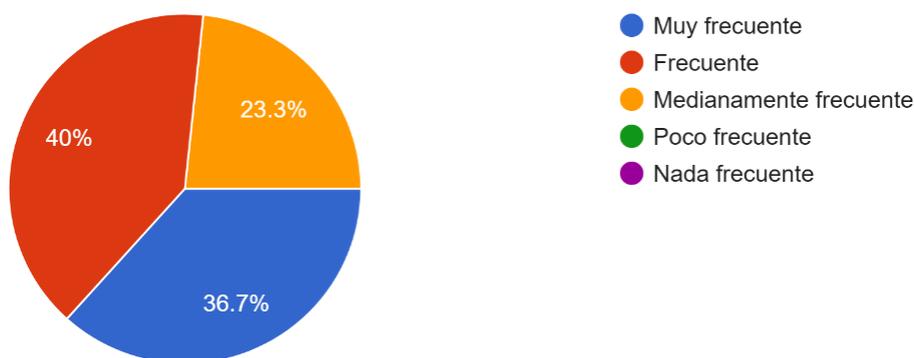


Figura 11. Incidentes viales en el cantón Ambato

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

En relación con la percepción sobre los incidentes viales en Ambato, el 40 % de los encuestados considera que los accidentes son frecuentes, mientras que un 36,7 %

opina que son muy frecuentes. Esto refleja una preocupación generalizada respecto a la seguridad vial en la ciudad, lo que subraya la importancia de fortalecer las estrategias de prevención y educación vial.

### ¿Cuál cree que es la principal causa de los accidentes de tránsito?

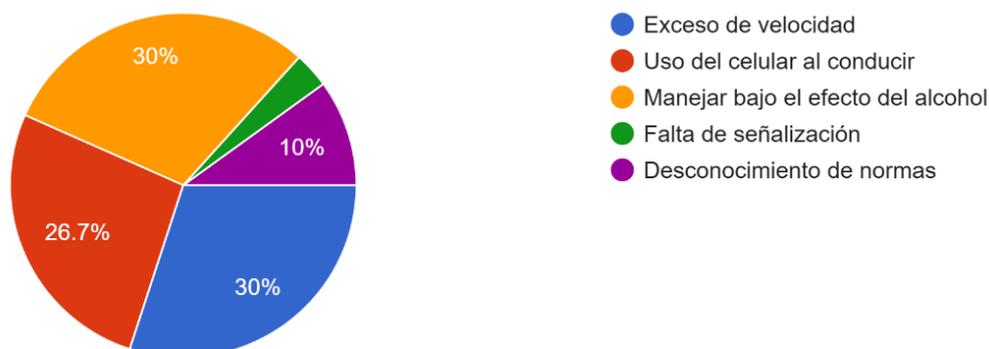


Figura 12. Principal causa de accidentes de tránsito

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Respecto a las causas de los accidentes de tránsito, los participantes identifican el exceso de velocidad y conducir bajo los efectos del alcohol como los principales factores, ambos con el 30 %. El uso del celular al conducir también es una causa relevante, representando así al 26,7 %. Por otro lado, la falta de señalización y el desconocimiento de normas proyectan un bajo porcentaje como causantes de accidentes de tránsito. Es así como se entiende que se debe generar contenido de concientización o campañas de seguridad vial para estos actores viales.

### ¿Considera que en su ciudad se fomenta la seguridad vial de manera adecuada?

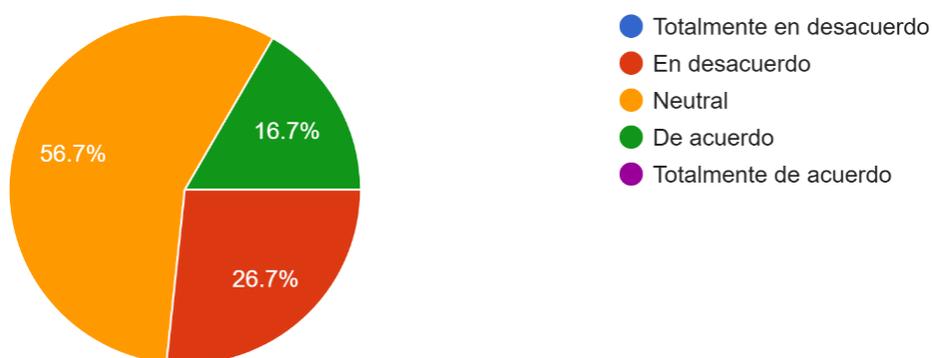


Figura 13. Fomentación de seguridad vial de manera adecuada

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

En cuanto a la percepción sobre el fomento de la seguridad vial en la ciudad, un 56,7 % de los encuestados se posiciona de manera neutral, mientras que un 26,7 % está en desacuerdo con que se promueva adecuadamente. Solo un 16,7 % considera que sí se fomenta correctamente. Estos datos sugieren que las estrategias implementadas hasta el momento pueden no ser suficientemente visibles o efectivas para la mayoría de la población.

#### ¿Cuál cree que es la mejor forma de concienciar sobre la seguridad vial?

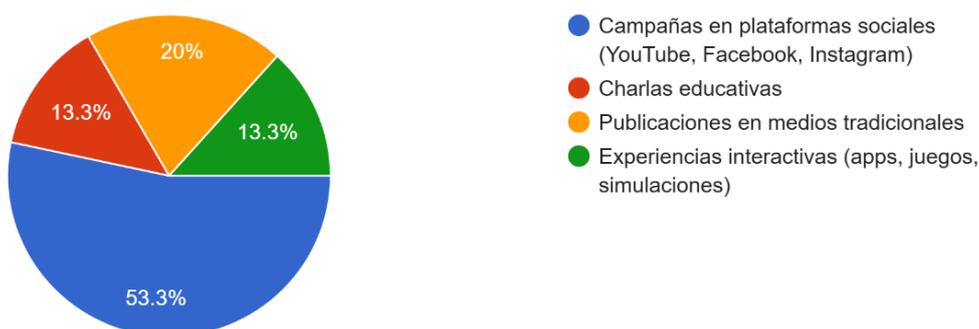


Figura 14. Formas de concienciar sobre seguridad vial

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Al analizar las estrategias más efectivas para concienciar sobre seguridad vial, un 53,3 % de los encuestados considera que las campañas en plataformas sociales (YouTube, Facebook, Instagram) son la mejor opción. Esto pone de manifiesto el papel clave del contenido transmedia en la educación vial, ya que los medios digitales pueden facilitar la difusión de mensajes de seguridad de manera atractiva e interactiva.

#### ¿Cuánto tiempo ocupas internet en el día?

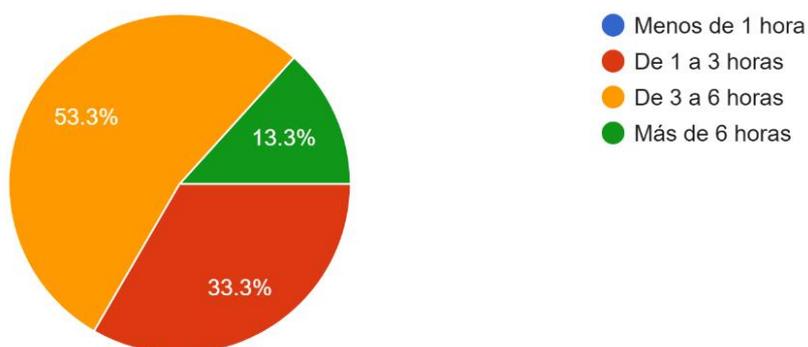


Figura 15. Tiempo usado en internet en el día

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Un 53,3 % de los encuestados utiliza internet entre 3 y 6 horas al día, mientras que un 33,3 % lo usa entre 1 y 3 horas, y solo un 13,3 % supera las 6 horas diarias de uso. Estos datos reflejan una fuerte presencia del entorno digital en la vida cotidiana de los participantes, lo que sugiere que el contenido transmedia se puede difundir en plataformas en línea.

**¿Ha leído el libro *Gracias a la vía* de Byron Naranjo?**

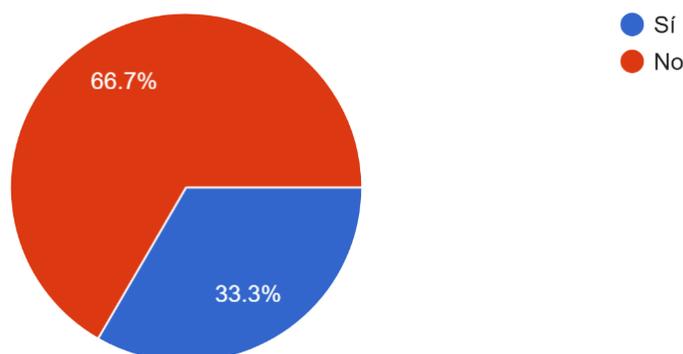


Figura 16. Lectura del libro *Gracias a la vía*

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

En cuanto a la familiaridad con la obra *Gracias a la vía*, el 66,7 % de los encuestados no ha leído el libro, en contraste con un 33,3 % que sí lo ha hecho. Con esto se puede deducir que un libro no es tan atractivo para la unidad de análisis con la que trabaja esta investigación, puesto que en su mayoría no se interesó por la lectura del libro investigado.

**¿Ha escuchado o visto algún contenido multimedia de *Gracias a la vía*?**

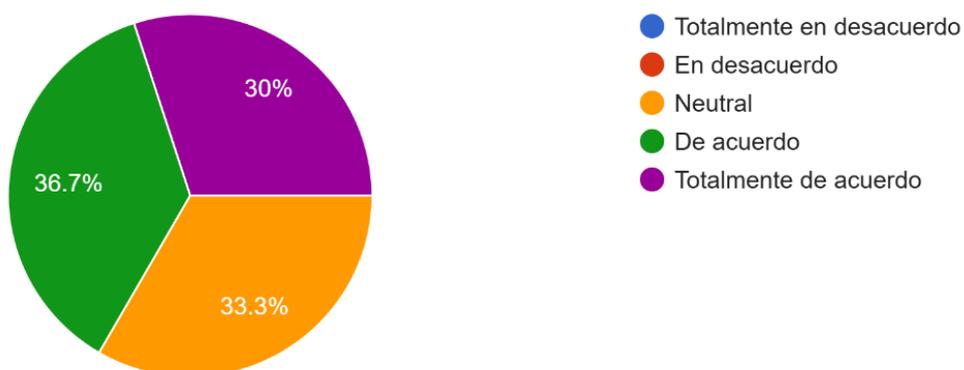


Figura 17. Contenido multimedia acerca de *Gracias a la vía*

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Sin embargo, pese a la poca familiaridad con el libro un 36,7 % afirma haber visto o escuchado contenido multimedia relacionado con la obra, lo que indica que el material transmedia tiene una mayor difusión en comparación con el libro físico. Esto resalta la importancia de los medios audiovisuales en la transmisión de mensajes y la educación vial.

#### El contenido transmedia de *Gracias a la vía* fue:

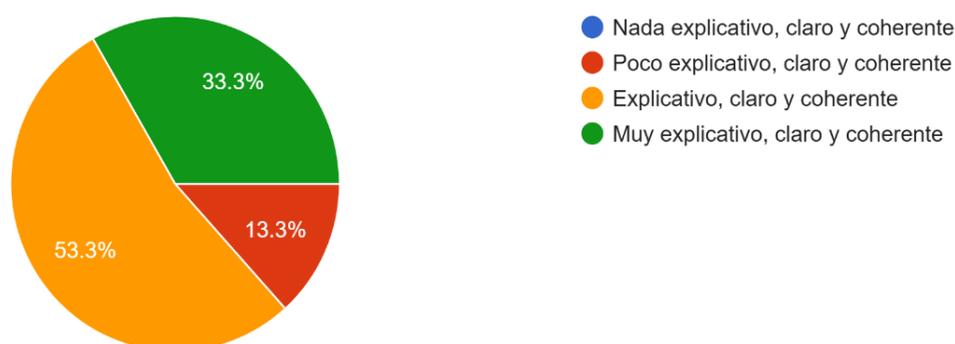


Figura 18. Opinión del contenido transmedia de *Gracias a la vía*

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Sobre la claridad y coherencia del contenido transmedia, tanto los audios como el vídeo expuesto, se comprende que un 53,3 % lo considera explicativo, claro y coherente, mientras que un 33,3 % lo percibe como muy explicativo y apenas un 13,3 % lo considera poco explicativo. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados encuentra el material comprensible y bien estructurado, lo que es clave para la efectividad de su mensaje, y que hay que fortalecer las narrativas transmedia.

#### El contenido transmedia de *Gracias a la vía* ¿permite la inmersión en los relatos?

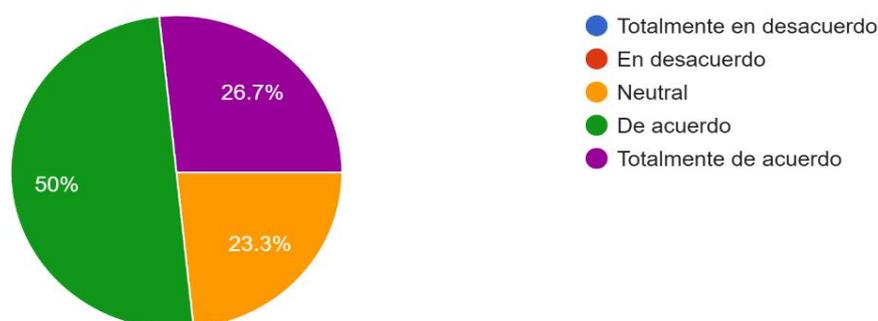


Figura 19. Inmersión en los relatos

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

En términos de inmersión en los relatos, un 50 % está de acuerdo en que el contenido permite una mayor inmersión, y un 26,7 % está totalmente de acuerdo. Esto refleja que más de la mitad de los participantes considera que el enfoque transmedia facilita una experiencia más envolvente, aspecto esencial para generar impacto en la audiencia.

**¿Cree que el contenido transmedia de *Gracias a la vía* contribuye a la educación vial?**

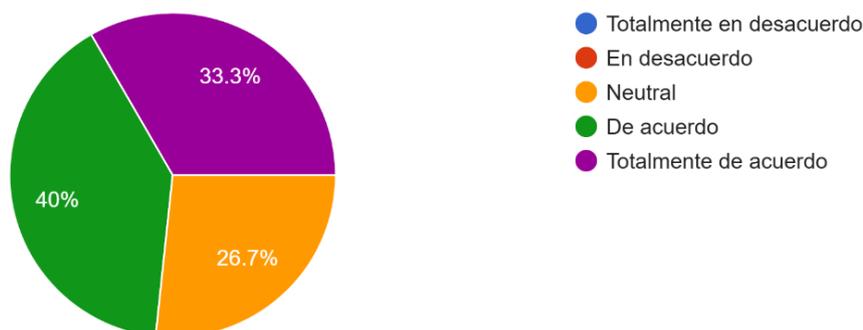


Figura 20. Influencia del contenido transmedia *Gracias a la vía* en la educación vial  
Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Respecto a la contribución del contenido transmedia a la educación vial, un 40 % de los encuestados está de acuerdo en que tiene un impacto positivo, mientras que un 33,3 % está totalmente de acuerdo. Estos resultados sugieren que el material logra transmitir conocimientos y fomentar la reflexión sobre la seguridad vial.

**¿Qué tipo de interacción tuvo en las plataformas con los audiovisuales y audios de *Gracias a la vía*?**

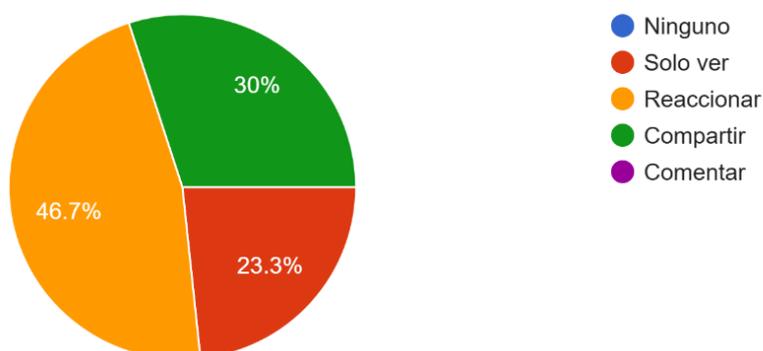


Figura 21. Interacción del contenido transmedia *Gracias a la vía* en plataformas digitales  
Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia.

Sobre la interacción en plataformas digitales, un 46,7 % reaccionó al contenido, mientras que un 30 % lo compartió y un 23,3 % solo lo visualizó. Esto indica que una

parte considerable de los encuestados participó activamente con el contenido, lo que refuerza la idea de que el formato transmedia puede estimular la interacción y el compromiso con el mensaje.

**¿Cómo cree que el contenido transmedia de *Gracias a la vía* impacta en su vida?**

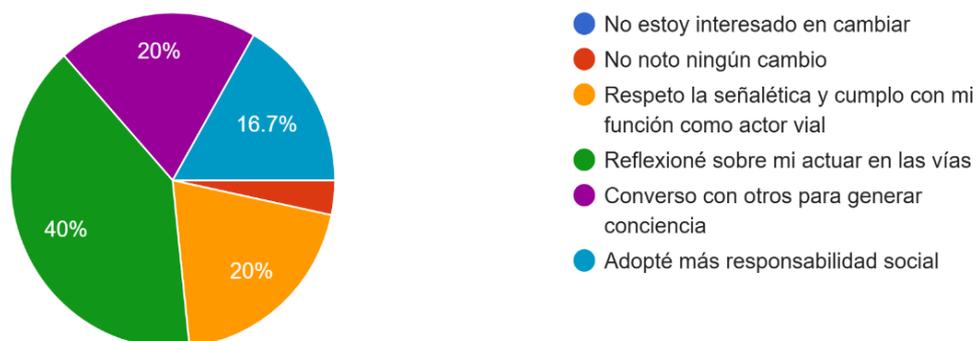


Figura 22. Impacto del contenido transmedia de *Gracias a la vía*

Fuente: Tesis de diseño de estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía*  
Elaboración propia

Finalmente, en cuanto al impacto del contenido en la vida de los encuestados, un 40 % afirmó haber reflexionado sobre su comportamiento en las vías, y un 20 % indicó que conversa con otros para generar conciencia. Esto demuestra que el material transmedia no solo informa, sino que también motiva el cambio de actitud y el diálogo sobre la educación vial.

Por medio de esta técnica de investigación se comprueba la necesidad de educación y seguridad vial dentro del cantón Ambato, al igual que se verifica que el contenido transmedia puede estar presente en todas las áreas y adaptarse de forma dinámica dentro de los grupos sociales.

## Conclusiones

Al conocer que la provincia de Tungurahua está dentro de las cinco provincias con más accidentes de tránsito en el 2024 se afirma la necesidad de crear estrategias transmedia para educación vial, por ello esta tesis toma como referente al libro *Gracias a la vía*, porque su narración es reflexiva en cuanto a la seguridad vial; a este texto se lo cambia a un formato de transmedialidad para tener un mayor alcance social, para así fomentar la seguridad vial y generar conciencia en la carretera.

Las estrategias transmedia para la producción del libro *Gracias a la vía* fueron analizadas con base a tres teóricos: Henry Jenkins, Carlos Scolari y Jeff Gómez; de allí se diseña y determina que la mejor estrategia de transmedia es convertir el contenido textual del libro a videos y audios, puesto que esto permite captar con mayor rapidez la atención de la audiencia, teniendo en consideración que el boom de las plataformas digitales actualmente es sinónimo de velocidad y popularidad.

Al realizar las técnicas de investigación tales como observación y encuesta, se encuentra un déficit de educación vial en la muestra e irresponsabilidad social para generar un bienestar colectivo. Al entender que, las normas viales están estipuladas en documentos, libros, cursos y algunas son parte de la cultura vial, más no son respetadas, se consigue como alternativa evaluar la transmedialidad como una solución para conseguir conciencia en los individuos, ya que el material escrito no es revisado por todos los ciudadanos, es decir no sienten un compromiso por educarse en cuanto a seguridad vial. Por ello, se recurre a contenidos transmedia para lograr informar, educar y atraer a los espectadores mediante videos y audios con mensajes narrados desde distintas perspectivas, inusuales y llamativos para el público objetivo.

Al tener claro las estrategias transmedia (videos y audios) que se usan, estas se desarrollan en partes, primero se establece la estructura tanto gramatical como técnica, siempre con la idea principal del libro *Gracias a la vía*, después se ejecuta la búsqueda de personajes, es decir distintas voces o actores para provocar una inmersión y cercanía entre el expectante y el contenido. El desenlace de estas estrategias basadas en capítulos del libro *Gracias a la vía* se ejecuta correctamente, su producción se da en espacios públicos para teletransportar al usuario a la narración, y así hacerle sentir parte de la historia, acercándolo con la realidad. La creación de este contenido transmedia se realiza

con minuciosidad entendiendo que se desea ocasionar un impacto positivo en los internautas.

El lanzamiento del contenido transmedia se ejecuta progresivamente en tres plataformas digitales y es bien recibido por los usuarios, los formatos audiovisuales tienen mejor acogida dentro de la unidad de análisis. Al publicar estas estrategias se recibe una inmediata interactividad, con reacciones como *me encanta* y *me gusta*, también los compartidos son muy visibles, sin embargo, los comentarios son escasos. Aunque la gente no comenta su opinión o publica algún aporte en los videos o audios, se visualiza un gran alcance con los productos expuestos, mediante las visualizaciones, reproducciones y reacciones.

Esta tesis concluye que la transmedialidad debe ser parte de la cotidianidad del ser humano, pues la evolución del mundo en áreas como tecnología y aprendizaje convierten a los sujetos en públicos audiovisuales y exigen a las personas a aumentar sus capacidades intelectuales en cortos tiempos, sin embargo, la tradicional forma de educación es una barrera para quienes buscan sobresalir y educarse. Es así, donde la transmedialidad sin ser agresiva aporta contenido único, diferente, con narrativas ideales para la pronta comprensión del internauta. Además, este proyecto afirma que mediante contenido transmedia se genera un impacto positivo en los consumidores, ocasionando la reflexión acerca de temas de gravedad, como lo son los incidentes viales, finalmente los encuestados aludieron que los audiovisuales expuestos en distintas plataformas contribuyen a una educación vial, y construyen una conciencia social, donde se aporta desde el individualismo, mediante conductas pragmáticas para la obtención de una convivencia social armónica.

El proyecto recomienda a las instituciones públicas relacionadas a la seguridad y educación vial como la Agencia Nacional de Tránsito, y a aquellas que tienen el compromiso de velar por el bienestar de los ciudadanos como los Gad Municipales crear distintos tipos de contenido transmedia que aporte al aprendizaje y crecimiento individual de la población en cuanto a movilización, roles de actores viales. Esta comunicación transmedia se puede elaborar con distintos mensajes, diferentes narrativas y diversos formatos, para adoptar estilos como el podcast, animaciones, textos más cortos con narrativas atractivas.

Para otras investigaciones, se sugiere trabajar con otra unidad de análisis, pues los criterios y conocimientos pueden variar por las edades. Es decir, las necesidades, vacíos o falencias quizás se centran en otros ámbitos de la seguridad vial, en comparación a la

muestra de este proyecto, por lo cual es indispensable realizar un estudio del uso de transmedialidad para la seguridad vial, según el sector al que se desea llegar, para de tal forma conseguir una conciencia en la carretera.

Para desarrollar las estrategias de comunicación transmedia se requieren los instrumentos y herramientas necesarios, esto varía según los formatos que se quieran ocupar, sin embargo, menciono que los más llamativos y dinámicos son aquellos que atraen visual y auditivamente, porque esta tesis tuvo como principales estrategias los audiovisuales, mismos que el público acogió de inmediato.

También, se recomienda realizar una difusión masiva de los productos: Educación vial con animación semáforo, gramática vial, y Oda al pito, mismos que se utilizaron en esta investigación y captaron mayor interés en la muestra. Se sugiere además emplear formatos de vídeo y audio, los cuales deben ser difundidos a través de redes sociales porque son plataformas para públicos jóvenes, páginas web para quienes buscan auto educarse y radio tradicional para aquellas generaciones de mayor edad y para las zonas rurales, para así consecuentemente contrarrestar los incidentes viales, para ello es importante evaluar una población de estudio más amplia, asimismo, estudiar y analizar los medios o plataformas por los que se tiene que hacer la expansión y propagación, teniendo en cuenta que estos deben ser de gran alcance. Por otro lado, se sugiere a los ciudadanos conocer la función que cumplen como actores viales para así contribuir a la construcción de una comunidad segura, por ello invito a todo sujeto a autoanalizarse y ser consciente de su forma de actuar y comprender cómo mejorarla, para consecuentemente aportar una cultura vial desde la moralidad y la responsabilidad social de cada usuario.



## Lista de referencias

- Acosta Espinoza, Jorge Lenin, Andrés Roberto Lenin León Yacelga, Widman Germánico Sanafria Michilena, Jorge Lenin Acosta Espinoza, Andrés Roberto Lenin León Yacelga y Widman Germánico Sanafria Michilena. 2022. “Las aplicaciones móviles y su impacto en la sociedad”. *Revista Universidad y Sociedad* 14 (2): 237–43. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202022000200237&lng=es&nrm=iso&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000200237&lng=es&nrm=iso&tlng=en).
- Adame, Silvia. 2015. “Instrumento para evaluar Recursos Educativos Digitales, LORI – AD”. *Revista Certus* 12 (7): 56-67. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4020.0164>.
- Alvarado-Hinostroza, España Florencia, y Hermis Tolentino-Quiñones. 2021. “Enseñanza y aprendizaje en la educación remota en la Educación Básica mediante plataformas virtuales”. *593 Digital Publisher CEIT*, 6 (Extra 4-1): 155-65. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.4-1.679>.
- Arab, L. Elías, y G. Alejandra Díaz. 2015. “Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos”. *Revista Médica Clínica Las Condes* 26 (1): 7–13. <https://doi.org/10.1016/J.RMCLC.2014.12.001>.
- Baelo, Roberto, y Isabel Cantón. 2010. “Use of information and communication technologies in Castilla & León universities”. *Comunicar* 17 (35): 159–66. <https://doi.org/10.3916/C35-2010-03-09>.
- Balseca-Marcelo, Osmany Pérez Barral, Liliana del Rocío Mena Hernández, y Bolívar Leonardo Ayavaca Vallejo. 2021. “Multimedia: Recurso didáctico para educación especial”. *Encuentros* 19 (01): 171–88. <https://doi.org/10.15665/ENCUEN.V19I01.2274>.
- Bolaño-García, Matilde. 2017. “Funciones de las herramientas multimedia interactivas para la enseñanza en educación preescolar”. *Praxis* 13 (1): 17–24. <https://doi.org/10.21676/23897856.2063>.
- Boyd, Danah M. y Nicole B. Ellison. 2007. “Social network sites: Definition, history, and scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 210–30. <https://doi.org/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X/EPDF>.
- Brandon Acuy Rodríguez, Luis, y Diego Alonso Baca Cáceres. 2022. “Beneficios de las narrativas transmedia como estrategias educativas en contextos digitales”.

- Revista Científica Hacedor-AIAPAEC* 6 (2): 60-9.  
<https://doi.org/10.26495/RCH.V6I2.2251>.
- Camacho-Cabrera, Guillermo. 2009. “Qué es cultura vial”. *Cultura vial*.  
<https://culturavial.net/que-es-cultura-vial/>.
- Cárdenas-Rebelo, Amy, Jaime Alberto Orozco-Toro, Amy Cárdenas-Rebelo, y Jaime Alberto Orozco-Toro. 2020. “Publicidad social y su influencia en la percepción de las campañas sociales de prevención de accidentes de tránsito en Ecuador”. *RETOS: Revista de Ciencias de la Administración y Economía* 10 (20): 219–31.  
<https://doi.org/10.17163/RET.N20.2020.02>.
- Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito. 2021. “Estrategia Nacional de Seguridad de Tránsito 2021 – 20230”. *Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito*. Estrategia-Nacional-de-Seguridad-de-Tránsito\_2021-2030.pdf
- Dirección General de Tráfico. 2025. “Educación vial para la infancia”. *DGT*. DGT - Educación Vial para la infancia
- El Heraldo. 2022. “En Ambato ocurren más accidentes”. *El Heraldo*.  
<https://www.elheraldo.com.ec/en-ambato-ocurren-mas-accidentes/#:~:text=En%20Ambato%20ocurren%20el%2080%20%25%20de%20todos,acuerdo%20a%20la%20Agencia%20Nacional%20de%20Tr%C3%A1nsito%20%28ANT%29>
- El Universo. 2024. “En Ecuador, 40 % de accidentes automovilísticos se producen por irrespeto a las señales de tránsito”. *El Universo*. 11 de noviembre.  
<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/motores/en-ecuador-40-de-accidentes-automovilisticos-se-producen-por-irrespeto-a-las-senales-de-transito-nota/>.
- Espinosa Izquierdo, Jaime Gabriel, Janeth Pilar Díaz Vera, y Carlos Enrique Aveiga Paini. 2016. “Perspectivas de la educación media con los recursos multimedia”. *Journal of Science and Research* 1 (CITT2016): 81-4.  
<https://doi.org/10.26910/ISSN.2528-8083VOL1ISSCITT2016.2016PP81-84>.
- Freeman, Matthew. 2018. “El concepto de arqueología transmedia”. En *Arqueología transmedia en América Latina: mestizajes, identidades y convergencias*, editado por Camilo Tamayo Gómez, Matthew Freeman y Esteban Morales Velasco. Medellín: EAFIT.
- Guerrero-Pico, Mar, y Nohemí Lugo. 2018. “Competencias narrativas y estéticas”. En *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas: Aprovechando*

- las competencias transmedias de los jóvenes en el aula*, editado por Carlos Scolari.
- Gurevich, Ariel. 2021. "Por un decálogo de las plataformas sociales". En *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales: La vida digital*, editado por Ariel Gurevich. S.l.: La Crujía.
- Hermann-Acosta, A. y A. Pérez-Garcías, A. 2019. "Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia: Revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano". *Revista Espacios* 40 (41). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n41/19404105.html>.
- Jaimes-Barrera, Sandra Alejandra, Paola Viridiana Ramírez-Aguilar, Brenda Margarita Quijano-Luna, Irma Isabel De León-Vazquez, Ivette Flores-Jiménez, y Delia Iliana Tapia-Castillo. 2021. "Las redes sociales en la educación". *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan* 9 (18): 22-5. <https://doi.org/10.29057/XIKUA.V9I18.7259>.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- La Hora. 2025. "2024 cerró con más siniestros viales en el norte del Ecuador, pero con menos víctimas mortales". *La Hora*. 14 de enero. <https://www.lahora.com.ec/imbabura-carchi/mas-siniestros-viales-norte-ecuador-pero-menos-victimas-mortales-2024/>.
- Lautaro Hanalata-Valle, Vladimir, Ariel José Romero-Fernández, Gustavo Eduardo Fernández-Villacrés Marco Vinicio Quintana-Cifuentes, Gustavo Eduardo Fernández-Villacrés y Marco Vinicio Quintana-Cifuentes. 2022. "Plataforma virtual educativa para los procesos de educación vial en Ecuador". *CIENCIAMATRIA* 8 (4): 1029-38. <https://doi.org/10.35381/CM.V8I4.907>.
- Munaro, Ana Cristina y Alboni Marisa Dudeque Pianovski Vieira. 2016. "Use of Transmedia Storytelling for Teaching Teenagers". *Creative Education* 7 (7): 1007-17. <https://doi.org/10.4236/CE.2016.77105>.
- Naranjo Gamboa, Byron. 2022. *Gracias a la vía: una guía para la cultura vial*. Pío XII.
- Oñate-Cervantes, Erick. 2021. "Análisis de las políticas públicas en seguridad vial en Ecuador, desde la perspectiva de la educación ciudadana". *Prohominum* 3 (2): 43-66. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0040>.

- Ortiz Ortiz, Fulgencio. 2019. "Ventajas del uso de videos educativos como herramienta de enseñanza en nivel de educación básica". *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*.
- Otero Escobar, Alma Delia. s/f. "Plataformas Virtuales de Aprendizaje en la Educación Superior". *Interconectando Saberes*, n.º 4: 83-100. <https://is.uv.mx/index.php/IS/article/view/2545/4455>.
- Pérez Barrera, Harold, y Mauricio Rodríguez Ruiz. 2019. "La narrativa transmedia como apoyo pedagógico para la formación disciplinar de los estudiantes de la facultad de Comunicación de la Universidad Unilatina". Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/27795/%20%09mrodriguezrui.pdf?sequence=1>.
- Pico Merchán, María Eugenia, Rosa Elena González Pérez, y Olga Patricia Noreña Aristizábal. 2011. "Seguridad vial y peatonal: Una aproximación teórica desde la política pública". *Hacia la promoción de la salud* 16 (2): 190-204. <http://scielo.org.co/pdf/hpsal/v16n2/v16n2a14.pdf>.
- Quiñónez, Víctor, y Manuel Rodríguez. 2018. "Plataformas virtuales en la educación". *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, (6). <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/116>.
- Rovira-Collado, José, Rocío Serna-Rodrigo, y Carlos Bernabé Gallardo. 2016. "Nuevas estrategias digitales para la Educación Literaria: Gamificación y narrativas transmedia en constelaciones literarias". En *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje*, editado por Rosabel Roig-Vila, 1609-15. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/61840>.
- Rovira-Collado, J., R. F. Llorens-García, y S. Fernández-Tarí. 2016. "Una propuesta transmedia para la Educación Literaria: El Ministerio del Tiempo". *ICE*. <https://ice.ua.es/es/jornadas-redes-2016/documentos/tema-1/807103.pdf>.
- Saavedra-Bautista, Claudia, Iván Darío Mejía-Ortega, y William Oswaldo Cuervo-Gómez. 2017. "Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora". *Revista Científica* 28 (1): 6-16. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.RC.2016.28.a1>.
- Scolari, Carlos A., Nohemi Lugo Rodríguez, y Maria José Masanet. 2019. "Educación transmedia: de los contenidos generados por los usuarios a los contenidos

- generados por los estudiantes”. *Revista Latina de Comunicación Social* 74: 116-32. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324>.
- Scolari, Carlos Alberto. 2009. “Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production”. *International Journal of Communication* 3 (0): 21. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>.
- . 2013. *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Sidorenko Bautista|, Pavel, Luis Mauricio Calvo Rubio, y Juan, Ignacio Cantero de Julián. 2018. “Marketing y publicidad inmersiva: El formato 360° y la realidad virtual en estrategias transmedia”. *Miguel Hernández Communication Journal* 9 (1): 19-47. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.227>.
- Tamayo Gómez, Camilo. 2018. “Narrativas transmedia y construcción de identidades en América Latina”. En *Arqueología transmedia en América Latina: mestizajes, identidades y convergencias*, editado por Camilo Tamayo Gómez, Matthew Freeman y Esteban Morales Velasco. Medellín: EAFIT.
- Van Dijck, José. 2016. *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Viñals Blanco, Ana. 2016. “El ocio conectado, móvil, transmedia y multisoporte de los jóvenes en la Era Digital”. *Fonseca: Journal of Communication*, 13 (13): 99-113. <https://doi.org/10.14201/FJC20161399113>.
- Yáñez Cepeda, Cynthia Fernanda, Diego Alexander Haro Avalos, y Luis Javier Aguirre Mateus. 2021. “Análisis de la seguridad vial de los peatones en la ciudad de Babahoyo, Ecuador, 2020”. *Dominio de las Ciencias* 7 (1): 13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8231655>.
- Zapata Villa, Yenifer Corina. 2019. “La narrativa transmedia: Una estrategia para el fortalecimiento de la comprensión lectora”. Trabajo de especialización, Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá. <http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/10856/TO-23568.pdf?sequence=1>.



## Anexos

### Anexo 1: Ficha de observación

**Nombre del investigador:** Alejandro Cárdenas

**Horario de observación:** De 6:30 am a 12pm

**Lugar-Sector:** Universidad Técnica de Ambato campus Huachi, parroquia Huachi Chico.

**Tema y objetivo general de investigación:**

Diseñar estrategias transmedia para la producción del libro ‘Gracias a la vía’; fomentando la seguridad vial y la conciencia en la carretera.

**Propósito de la ficha de observación:**

Conocer la situación actual de la seguridad y cultura vial.

**Opciones de respuesta:**

La ficha es evaluada durante cinco días, en siete categorías y tiene dos opciones de respuesta: sí y no.

#### Ficha de observación

Categorías de observación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1. Peatones respetan el paso cebra y cruzan por allí.	No	No	No	No	No
2. Conductores respetan el semáforo en rojo y no se pasan.	No	Sí	No	Sí	No
3. El transporte urbano solo para en el lugar que esta designado y los pasajeros solo se bajan en la parada.	No	No	No	No	No
4. Los conductores son pacientes cuando hay congestión y no pitan tantas veces.	No	No	Sí	No	No
5. Los agentes de tránsito están presentes en el sector y cumplen con su función.	Sí	Sí	No	No	Sí
6. Los vendedores ambulantes respetan las calles y no se ubican en lugares de estacionamiento para vehículos.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
7. ¿Existe algún incidente vial? Sea accidente de tránsito, discusión o inconformidad en la vía.	Sí	Sí	No	No	Sí

## Anexo 2: Contenidos transmedia publicados



Comunica2



**#Académico** 🚗🔊 El claxon es para emergencias, no para el estrés. Úsalo solo cuando sea necesario. **#ConduceConRespeto**  
**#MenosRuidoMásPaz**  
**#Culturavial**



1 vez compartido 119 visualizaciones

Audiovisual acerca de la convivencia en la carretera.



Imagen sobre los roles de los actores sociales, especialmente de los peatones.



Imagen acerca del uso de las vías.

# PONGALO A SONAR

ODA AL PITO  
00:00 / 00:22

RELATO FUTBOL...  
00:00 / 01:12

GRACIAS A LA VÍA  
PARTE 1 Gracias a la Via . B...

GRACIAS A LA VÍA  
PARTE 2 Gracias a la Via . B...

Captura de audios de algunos capítulos del libro Gracias a la vía.

Link de contenido transmedia:

[https://utaedu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ai\\_cardenas\\_uta\\_edu\\_ec/EjRLbSAx\\_wBHsBD3xZ7Uz24B5z9J-oxOOaYww6vklPGY-Q?e=pHnf96](https://utaedu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ai_cardenas_uta_edu_ec/EjRLbSAx_wBHsBD3xZ7Uz24B5z9J-oxOOaYww6vklPGY-Q?e=pHnf96)

**Anexo 3: Encuesta**

1. ¿Cuál es su edad?
  - 18
  - 19
  - 20
  - 21
  - 22
  - Otros: \_\_\_\_\_
  
2. ¿Cuál es su género?
  - Femenino
  - Masculino
  - Otros: \_\_\_\_\_
  
3. ¿Posee licencia de conducir?
  - Sí
  - No
  
4. ¿Con qué frecuencia usa las vías públicas?
  - Nunca
  - Casi nunca
  - Ocasionalmente
  - Varias veces a la semana
  - Todos los días
  
5. ¿Cómo calificaría su conocimiento sobre seguridad vial?
  - Nulo
  - Muy bajo
  - Bajo
  - Medio
  - Alto
  - Muy alto
  
6. ¿Ha recibido alguna formación sobre seguridad vial?
  - No me interesa
  - No, pero quisiera recibir
  - Sí, en un curso privado
  - Sí, en la escuela o universidad
  
7. ¿Con cuánta frecuencia hay incidentes viales en Ambato?
  - Nada frecuente
  - Poco frecuente
  - Medianamente frecuente
  - Frecuente
  - Muy frecuente
  
8. ¿Cuál cree que es la principal causa de los accidentes de tránsito?
  - Exceso de velocidad
  - Uso del celular al conducir
  - Manejar bajo el efecto del alcohol
  - Falta de señalización
  - Desconocimiento de normas

9. ¿Considera que en su ciudad se fomenta la seguridad vial de manera adecuada?
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
10. ¿Cuál cree que es la mejor forma de concienciar sobre la seguridad vial?
  - Campañas en plataformas sociales (YouTube, Facebook, Instagram)
  - Charlas educativas
  - Publicaciones en medios tradicionales
  - Experiencias interactivas (apps, juegos simulaciones)
  
11. ¿Cuánto tiempo ocupas internet en el día?
  - Menos de 1 hora
  - De 1 a 3 horas
  - De 3 a 6 horas
  - Más de 6 horas
  
12. ¿Ha leído el libro Gracias a la vía de Byron Naranjo?
  - Sí
  - No
  
13. ¿Ha escuchado o visto algún contenido multimedia de Gracias a la vía?
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
14. El contenido transmedia de Gracias a la vía fue:
  - Nada explicativo, claro y coherente
  - Poco explicativo, claro y coherente
  - Explicativo, claro y coherente
  - Muy explicativo, claro y coherente
  
15. El contenido transmedia de Gracias a la vía ¿permite la inmersión en los relatos?
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
16. ¿Cree que el contenido transmedia de Gracias a la vía contribuye a la educación vial?
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
17. ¿Qué tipo de interacción tuvo en las plataformas con los audiovisuales y audios de Gracias a la vía?
  - Ninguno
  - Solo ver
  - Reaccionar

- Compartir
  - Comentar
18. ¿Cómo cree que el contenido transmedia de Gracias a la vía impacta en su vida?
- No estoy interesado en cambiar
  - No noto ningún cambio
  - Respeto la señalética y cumplo con mi función como actor vial
  - Reflexioné sobre mi actuar en las vías
  - Converso con otros para generar conciencia
  - Adopté más responsabilidad social