



Sistematización del análisis del impacto del uso de la sátira, como estrategia de comunicación en el proyecto “Movilízate con Responsabilidad” de la UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio en el marco de la práctica de responsabilidad social

Autor

Julio César Beltrán Torres

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Orinoquía)

Centro Universitario Villavicencio (Meta)

Programa Comunicación Social - Periodismo

Abril 11, de 2025

Título del documento de Opción Académica de Grado

Autor

Julio César Beltrán Torres

Sistematización de experiencia presentado como requisito para optar al título de Comunicador
Social - Periodista

Asesor

Jorge Armando Ramírez Martínez

Especialista

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Orinoquía)

Centro Universitario Villavicencio (Meta)

Programa Comunicación Social - Periodismo

Abril 11, de 2025

Dedicatoria

Con felicidad y gratitud infinita, primero que todo quiero agradecerle a Dios por permitirme llegar hasta donde estoy, el presente trabajo se lo dedico a mi abuela que ha sido el mayor referente de una madre y quien me ha criado y sacado adelante durante todo este tiempo, ha sido mi inspiración, mi fortaleza y mi fuente de apoyo para luchar y superar cada adversidad que se ha presentado en mi camino, del mismo modo, quiero agradecerle a mis tías: Mariela Torres, Ángela Beltrán y Maritza Torres, por apoyarme en diversos momentos difíciles de mi vida así como aquellos de felicidad. También quiero agradecer al docente Jorge Armando Ramírez Martínez, quien a pesar de ser nuevo en la institución con tranquilidad, comprensión y paciencia me brindó los espacios para poder llevar a cabo las tutorías, aun cuando el tiempo pareciera representar una dificultad más en el camino. Finalmente quiero agradecer a una persona en especial que siempre ha estado ahí para apoyarme con su amistad, dándome consejos y ayudándome para que la frustración no me gane en los momentos de gran estrés producto de la carga académica causada por retrasos en mi proceso de alcanzar la culminación de mi carrera, sin ella las cosas no serían como son ahora, por eso a mi amiga querida María José Uribe, le quiero también dedicar y agradecer por su amistad sincera y bonita.

A los docentes de diversas materias como Tatiana Peñuela, Marlon Cárdenas, Cilia Yael Gálvez, Doris Vallejo, Francly Moncada, Yolanda Ruiz, les agradezco por su labor como educadores a pesar de las adversidades en la universidad, siempre estuvieron apoyándome y brindándome las herramientas necesarias para mi proceso de aprendizaje y formación profesional han sido el mejor ejemplo de la vocación hacia la enseñanza y una de las razones por la cual me siento afortunado de asistir a la

universidad, ya que con ellos siento que mi estadía en la institución fue nutritivo y con quienes aprendí y reforcé conocimientos y habilidades que me sirven actualmente en mi trabajo y que a futuro podre mejorar para abrirme paso en el mundo profesional.

Finalizo dándole las gracias a mis compañeros de clases, tanto aquellos que ya se graduaron, así como con los que todavía continúo viendo clase, en especial, Brayan Galindo, Manuel Carrera, César Rojas, David Mayorga, Daniel Peña, Andrés Moreno, Nicole García, y algunos otros, a quienes les agradezco su amistad durante todo este tiempo, muchas gracias por todo, les guardo mucho cariño por todos los buenos momentos vividos en esta etapa universitaria de mi vida.

Llegar a este punto ha sido una lucha y compromiso familiar, el mío por tratar de mantener mi carrera a pesar de las duras noches haciendo trabajos, las duras tardes y mucho más y el de mi familia y amigos por ser mi apoyo moral en todo momento. Este trabajo, y todo el proceso de estudio, se los agradezco hoy, mañana y todos los días que pueda. De igual forma, me agradezco a mí mismo por permitirte sanar muchas cosas y continuar luchando aun cuando los obstáculos sean difíciles, fortaleciéndome y sanando a veces solo, a veces acompañado, pero siempre amándome, dándome ánimos, fuerzas y caminando de la mano de Dios, mi yo del pasado agradece a mi yo del ahora por todo.

Julio César Beltrán Torres

Contenido

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 9 |
| 2. Planteamiento del problema | 10 |
| 3. Marco conceptual..... | 11 |
| 4. Contexto | 14 |
| 5. Objetivos | 17 |
| 5.1 Objetivo general | 17 |
| 5.2 Objetivos específicos..... | 17 |
| 6. Metodología..... | 18 |
| 7. Descripción de experiencias sistematizadas..... | 21 |
| 7.1 Primera campaña..... | 21 |
| 7.2 Segunda campaña..... | 22 |
| 7.3 Tercera campaña..... | 23 |
| 7.4 Cuarta campaña..... | 26 |
| 7.1.6 Quinta campaña: | 27 |
| 7.6 Sexta campaña: | 28 |
| 8. Análisis | 30 |
| 9. Conclusiones | 32 |
| 10. Recomendaciones | 34 |
| 11. Referencias..... | 35 |
| 12. Anexos..... | 38 |
| Anexo 1 | 38 |
| Evidencias fotográficas de la participación en el proyecto "Movilízate con Responsabilidad" 38 | |
| Anexo 2 | 38 |

| | |
|--|----|
| Audiovisuales realizados para la estrategia "Movilízate con Responsabilidad" | 38 |
| Anexo 3 | 38 |
| Formulario (encuesta) | 38 |
| Anexo 4 | 38 |
| Resultados | 38 |
| Anexo 5 | 38 |
| Plan de trabajo | 38 |

Tabla de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Acciones de concienciación del proyecto Movilízate con Responsabilidad..... | 14 |
| Figura 2 Figuras del proyecto Movilízate con Responsabilidad | 15 |
| Figura 3 Pieza gráfica destinada a la concienciación de los actores viales | 22 |
| Figura 4 Jornada de Movilízate con Responsabilidad..... | 23 |
| Figura 5 Infografía sobre los derechos y deberes de los actores viales..... | 25 |
| Figura 6 Captura de pantalla del video de concienciación | 27 |
| Figura 7 Acciones destinadas a concienciar a las personas sobre su movilidad. | 28 |
| Figura 8 Implementación de la encuesta | 29 |

Resumen

El presente documento corresponde a la sistematización de la práctica en responsabilidad social, en el marco del proyecto “Movilízate con responsabilidad”, el cual tuvo como objetivo: analizar el impacto del uso de la sátira, difusión y alcance en los espacios digitales y radiales como estrategia de comunicación en el proyecto “Movilízate con Responsabilidad” de la UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio, identificando buenas prácticas y oportunidades de mejora para fortalecer la sensibilización y educación en movilidad segura dentro de la comunidad universitaria y su entorno. Para esto se realizó un recorrido conceptual, donde trabajaron dos nociones transversales: la sátira en la comunicación y las redes sociales como un canal facilitador para la difusión del mensaje. Luego, se ejecutó la estrategia comunicativa, donde se establecieron y desarrollaron seis campañas haciendo uso de los escenarios digitales y presenciales. De esto se concluyó que, el ejercicio de concientizar y educar por medio de la sátira como herramienta comunicativa para transmitir mensajes que generen impacto es una gran estrategia y demuestra que el ejercicio del comunicador social es amplio, versátil y debe disponer de creatividad para llegar a las comunidades.

Palabras clave: sátira, sensibilización, estrategia comunicativa, Movilízate con Responsabilidad, actores viales.

Abstrac

This document systematizes social responsibility practices within the framework of the "Mobilize Responsibly" project. The objective of this document was to analyze the impact of the use of satire, its dissemination, and reach in digital and radio spaces as a communication strategy within the "Mobilize Responsibly" project of UNIMINUTO Rector's Office, Oriente San Juan Eudes Campus, Villavicencio. This project identified good practices and opportunities for improvement to strengthen awareness and education on safe mobility within the university community and its surroundings. To this end, a conceptual overview was conducted, addressing two cross-cutting concepts: satire in communication and social media as a facilitating channel for disseminating the message. The communication strategy was then executed, creating and developing six campaigns using both digital and in-person settings. From this, we conclude that raising awareness and educating through satire as a communication tool to convey impactful messages is a great strategy and demonstrates that the role of social communicator is broad, versatile, and requires creativity to reach communities.

Keywords: satire, awareness, communication strategy, Mobilize Responsibly, road users.

Introducción

En este documento encontrará la sistematización de la experiencia del proyecto “Movilízate con responsabilidad” de las prácticas en responsabilidad social desarrolladas en el entorno UNIMINUTO de Villavicencio, durante el segundo semestre (agosto a diciembre) del año 2023, donde se realizaron diversas estrategias comunicativas enfocadas a la concientización de los actores viales que transitan por este sector.

Aquí se encuentran las estrategias comunicativas usadas durante la práctica, comenzando con campañas visuales donde se hace uso de la creación de piezas gráficas, inicialmente con una infografía donde se observan las responsabilidades y deberes que los actores viales tienen en las vías, así como la estrategia usada para la difusión de dicha pieza gráfica en el campo de práctica.

Posteriormente se desarrolla una pieza audiovisual enfocada desde la sátira para concientizar sobre los errores comunes que tienen los actores viales y las falencias que hay en la zona de práctica. El video se presentó y se difundió para los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio, durante las clases, de igual forma, se compartió en las redes sociales mediante un enlace en grupos WhatsApp de los estudiantes de la universidad.

También, se realizaron encuestas enfocadas a responder preguntas de cultura general sobre el tema vial, así como la entrega de frases alusivas a la responsabilidad vial, de igual manera mediante una actividad en los pasillos de la universidad se mostró una pancarta con frases de concientización, donde las personas interesadas podían plasmar su firma como forma de estar de acuerdo con el contenido expuesto de la pancarta.

Cabe destacar que, las estrategias fueron aplicadas durante el desarrollo de la práctica en responsabilidad social junto con la participación de un curso de regulación vial brindado por

parte de una entidad, la cual certifica a los estudiantes que cursaran y cumplieran con las exigencias del curso, adicional a esto se desarrollaron documentos donde se llevaba una trazabilidad de las actividades desarrolladas mediante un plan de trabajo y su estructura.

Adicionalmente, habrá un análisis de los datos recolectados que incluyen las encuestas, así como, el contenido audiovisual y cifras que respaldan la importancia del desarrollo de estas estrategias en el proyecto de la práctica en responsabilidad social, de igual manera, están plasmadas las recomendaciones y sugerencias que pueden mejorar las condiciones, así como el desarrollo de las campañas de concientización y las estrategias para la difusión de la información. Además, están anexadas las fotografías, videos y post usados durante el proyecto.

En conclusión, la sistematización de esta práctica tiene como objetivo dar a conocer una perspectiva de cómo se desarrolla la práctica y la forma en que se llevaron a cabo las campañas de concientización vial y las estrategias usadas para alcanzar los objetivos propuestos durante el proyecto “Movilízate con responsabilidad” el cual aún se desarrolla en el sector Rosa Blanca donde está ubicada la Universidad UNIMINUTO Rectoría Oriente de Villavicencio, así como dar a conocer el proceso y la experiencia durante el desarrollo de las actividades, lo que incluye debilidades, fortalezas, obstáculos, logros, recomendaciones necesarias. (Enciclopedia: significados, 2025, párr.3).

2. Planteamiento del problema

¿Cómo desde la sátira en los espacios digitales se puede mejorar la difusión y el alcance de la información realizada en el proyecto “Movilízate con responsabilidad” en la UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio?

3. Marco conceptual

La sátira es un género literario usado generalmente en la comedia como forma de emplear el humor, sin embargo, también emplea “la exageración, la ironía u otras técnicas similares para criticar a personas, a instituciones o a la sociedad en su conjunto. El propósito de la sátira es exponer los defectos humanos, a menudo con la intención de inspirar el cambio” (García, 2024, párr. 1). Adicional a esto, se ha definido como un recurso expresivo, a través de los cuales el autor expresa su indignación o su oposición a algo, a través de procedimientos humorísticos, o sea, de la burla, la ironía o la caricaturización” (Raffino, 2024, párr. 1). Es decir, es un medio para hacer humor con el fin de lograr comunicar un mensaje. En este mismo sentido, la sátira como estrategia comunicativa, según Feldman (2018), funciona porque Uno de los principales beneficios de la sátira, y de la comedia en general, es captar la atención del abarrotado y ruidoso entorno mediático, además afirma que, como las personas se centran más en comprender el chiste y procesar el humor, tienen menos recursos para contraargumentar cualquier mensaje con el que puedan discrepar, lo que permite que algunos mensajes persuasivos se filtren y penetren, mientras que de otro modo no lo harían. (párr. 4)

Dicho lo anterior, en la actualidad se observan varios ejemplos donde se hace uso de este recurso para llegar a una audiencia con el fin de dar a conocer las problemáticas por las que atraviesa un individuo, una comunidad o una sociedad, como lo es caso del reconocido periodista Jaime Garzón y en la actualidad con grupos como “Perros Criollos”, “Fuck News”. Al igual que generadores de contenido reconocidos, siendo el caso de “Julián Pinilla” más conocido como el “Chico de la Ruana”, quien recientemente se ganó un premio India Catalina por su humor campesino y crítica social en clave de sátira. Siendo así como todas estas figuras, utilizan dicha herramienta en los distintos canales digitales para comunicar su mensaje y ampliar el alcance de su información.

Ahora bien, revisando el segundo concepto, que concierne a educación vial, se entiende que a diario las personas tienen que movilizarse desde sus hogares a centros educativos o lugares de trabajo, así como a espacios de integración, recreación y entretenimiento como lo son: los centros comerciales, discotecas, cafetería entre otras, de igual manera pasa con toda la sociedad a diario se movilizan miles de vehículos por las ciudades, debido a esto es necesario comprender la importancia de tener cultura vial en las calles y carreteras de la ciudad donde se moviliza el peatón, motociclista o conductor (Puerta, 2018). Puesto que, resulta muy importante porque “es la manera como los seres humanos viven, sienten, piensan y actúan en, desde y para el cotidiano de los espacios de movilización y desplazamiento” (Camacho, 2009, párr. 1). Permitiendo tener una movilidad segura y prevenir accidentes.

Así mismo, es necesario tener educación vial desde la niñez puesto que “Una educación vial eficaz es esencial para mejorar la seguridad en las vías, ya que fomenta el respeto por las normas de tráfico y las conductas responsables. Este proceso debe ser continuo y abarcar todas las etapas de la vida, desde la niñez hasta la adultez.” (Mapfre, Fundación, 2020, párr. 6). Siendo el objetivo principal que cada individuo tenga los conocimientos necesarios para contribuir a un entorno vial seguro.

Como última revisión conceptual, se encuentran, las redes sociales y el uso creciente de estas, como un factor favorable para las estrategias de comunicación. Las redes sociales han sido una fuente de información y entretenimiento en los últimos años, además de ser herramientas importantes para la comunicación y debido a esto su consumo se ha amplificado alrededor del mundo. Colombia no es la excepción, ya que según un informe realizado por el Global World Index sobre los hábitos de consumos “El uso intensivo de redes sociales en Colombia llevó al país a ocupar el cuarto lugar en un ranking global que mide el tiempo diario dedicado a estas plataformas digitales... los colombianos dedican un promedio de tres horas y veinticinco minutos al día a interactuar en redes sociales” (Saavedra, 2025) Demostrando que

en Colombia las plataformas digitales se han convertido en un espacio clave para el comercial, la difusión de noticias, fuente de información e interacción de los usuarios.

Además, la gran cantidad de personas que usan redes sociales demuestra que dichas plataformas tienen un potencial alto de alcance en cuanto a consumo y difusión de contenido, según estadísticas de Datareportal “las cifras demuestran que en enero de 2025 había 36,8% millones de usuarios activos de redes sociales en Colombia... Esta cifra equivalía al 69,2%” de la población total de Colombia” (Kemp, 2025) evidenciando la cantidad de personas que hoy en día están haciendo uso de las redes sociales ya sea para entretenimiento, información, comunicación o todas las anteriores opciones. Ante esto, surge la duda de cuál sería la red social más utilizada en Colombia, según el portal tiendanube el “92.9% de los usuarios de internet en Colombia utilizaron al menos una plataforma de redes sociales, sin importar la edad” (Todioto, 2025). Ante la gran cantidad de usuarios sobre sale una plataforma digital, según statista desde el 2023 hasta 2025 “En Colombia Facebook es una pieza clave al consolidarse como la plataforma más utilizada en el último año tanto en el país andino como en muchos otros “(Statista, 2024) lo que parece indicar que la plataforma se ha mantenido con los años.

Comprendiendo todo lo anterior, hacer uso de la satarira para comunicar y consientizar a la ciudadanía sobre temas de movilidad y respeto por la normas de transito en la ciudad de Villavicencio, usando como medio de difusón las redesdes sociales podría contribuir a la disminución de accidentlidad, ya que la movilidad temina siendo una fuerte problemática pues según evidencian las cifras de la Alcaldía de Villavicencio “en 2023 se registraron un total de 771 accidentes, de los cuales se reconocieron 674 personas heridas y 68 fueron víctimas fatales” . (Alcaldía de Villavicencio, 2024, párr.4).

4. Contexto

Durante el proceso de la práctica en responsabilidad social, desarrollada en el sector Rosa Blanca, donde está ubicada la Rectoría Oriente, sede San Juan Eudes de UNIMINUTO en Villavicencio, se presentó la oportunidad de adquirir conocimiento en materia de movilidad en el sector, mediante el proyecto “Movilízate con Responsabilidad”, el cual se realizó exactamente en el cruce semafórico a una calle de la universidad donde existen tres semáforos. En este lugar, se evidenciaron diversos inconvenientes que dificultaron el desarrollo de las campañas de concientización. A pesar de lo experimentado, estas situaciones permitieron fortalecer habilidades de comunicación asertiva, así como fortalecer y aplicar los conocimientos aprendidos con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

Figura 1 Acciones de concientización del proyecto *Movilízate con Responsabilidad*



Nota. Distribución de la infografía de “deberes y derechos de los actores viales” que contenía la descripción de cada ítem con el fin de concientiar a la población sobre el papel que cumple al movilizarse por las calles de la ciudad.

Dicho proceso se llevó a cabo en primera instancia desde el primer día donde se asistió a la clase para ser designados los lugares donde se desarrollaría la práctica en responsabilidad social, seguido a esto, se realizó una exposición en clase, donde se trataron temas en materia

de movilidad .En otra ocasión se realizó una visita de campo con el objetivo de conocer el lugar donde se realizaría la práctica en la cual se tendrían que desarrollar las actividades que se plantearían en el documento previsto, allí se encontraría las fechas, las campañas de concientización y las estrategias que se emplearían en cada actividad, así como los implementos que se usaran para alcanzar los objetivos.

Figura 2 Figuras del proyecto *Movilízate con Responsabilidad*



Nota. Equipo de trabajo del proyecto.

Un aspecto para destacar fue la creación de campañas de concientización con estrategias comunicativas que permitieran informar a la comunidad sobre los peligros que se tiene al no poseer los implementos de seguridad, así como no llevar la reglamentación al día y no tener una cultura ciudadana entorno a la precaución en el momento de conducir en las calles de la ciudad.

Dichas estrategias son fundamentales para dar a conocer la importancia de realizar estos proyectos y aplicarlos en entornos donde exista la posibilidad para disminuir los

accidentes viales que se puedan presentar en el sector debido a la mala señalización o la imprudencia de los actores viales que se movilizan en dicho sector.

Cabe destacar que, al comienzo hubo dificultades para acoplarse a las temperaturas ambientales, al temperamento de las personas y los riesgos que se pudieron presentar, así como el desgaste físico y mental que puede generar la realización de proyecto en el ambiente hostil, ya que siempre hay una situación que juega un papel desencadenante para diversos momentos de alta complejidad que pueden impedir o ser obstáculos a la hora de aplicar las campañas, las estrategias y documentar su proceso.

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

Sistematizar la experiencia de la práctica en responsabilidad social, realizada en el entorno UNIMINUTO y analizar el impacto del uso de la sátira, difusión y alcance en los espacios digitales y radiales como estrategia de comunicación en el proyecto “**Movilízate con Responsabilidad**” de la **UNIMINUTO Rectoría Oriente** sede San Juan Eudes de Villavicencio, identificando buenas prácticas y oportunidades de mejora para fortalecer la sensibilización y educación en movilidad segura dentro de la comunidad universitaria y su entorno.

5.2 Objetivos específicos

- Evidenciar el alcance que tendría el contenido del proyecto en los espacios digitales.
- Proponer mejoras en la estrategia comunicativa para lograr visibilizar la problemática.
- Desarrollar recomendaciones y sugerencias que mejoren las condiciones en cómo se desarrollan las prácticas en responsabilidad social en el entorno UNIMINUTO.
- Analizar el uso de la sátira en la difusión y alcance de la información en espacios digitales y radiales.
- Comparar cifras que permitan tener una perspectiva más amplia sobre la importancia del proyecto.
- Identificar las falencias que tiene el proyecto Movilízate con Responsabilidad.

6. Metodología

Línea de investigación: Comunicación y Desarrollo Humano y Social

Establece la relación entre la comunicación, la distribución y el disfrute de los bienes y servicios que garantizan, no sólo la satisfacción de necesidades básicas del ser humano, sino también las necesidades de orden social; y, en general, la búsqueda de un mayor bienestar humano y colectivo. (UNIMINUTO, 2020)

Sublínea de investigación: Comunicación estratégica

Concibe la comunicación como un eje estratégico para la organización social y recibe aportes que abordan la comunicación como proceso de interacción entre los miembros de una organización o entre organizaciones humanas. (CIC, S.F)

La presente sistematización se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, centrado en la interpretación de reflexiva de la experiencia en el marco de la práctica en responsabilidad social realizada en el entorno de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes, en el sector Rosa Blanca de Villavicencio.

Dicho esto, se desarrollaron las siguientes fases para dar cumplimiento al trabajo práctico y a los objetivos planteados.

Fase 1: análisis de estrategias

Para la implementación y desarrollo de la estrategia comunicativa desde la sátira, en primer lugar, se realizó una recopilación conceptual para comprender cómo este tipo de arte puede convertirse en una forma útil de comunicarse con las audiencias. Posterior a ello, se realizó una búsqueda en redes sociales y YouTube de contenido satírico con mensaje crítico o educativo, en este ejercicio se observaron y analizaron referentes como: Jaime Garzón (grabaciones subidas a la web) “Los Perros Criollos”, “Fuck News”, Julián Pinilla “Chico de la Ruana”, quien recientemente se ganó un premio India Catalina por su humor campesino y crítica social en clave de sátira. De esta manera se reconocieron elementos fundamentales como: el humor, siendo la risa una herramienta clave para involucrar al público y hacerle

reflexionar; la crítica, aquí se evidencio que la sátira no solo busca divertir, sino que también llama la atención sobre problemas sociales o políticos; y la exageración, aumentando la magnitud de los hechos para enfatizar la problemática o el mensaje.

Fase 2: Reconocimiento del espacio y la problemática:

Luego de la revisión de la estrategia comunicativa, se realizó el reconocimiento del espacio, la problemática y la población con la que se iba a trabajar. Dentro de esta fase encontramos lo siguiente:

- El sector de Rosa Blanca sería el espacio de socialización de la estrategia comunicativa.
- La problemática estaba relacionada la falta de educación vial de los habitantes de la comunidad, los conductores de vehículos y motos que transitan a diario por el sector.
- La población: Habitantes del sector de Rosa Blanca, transeúntes, estudiantes de Uniminuto y conductores.

Fase 3: Creación de la estrategia

En esta fase se dio paso a la creación del cronograma de actividades, parrillas de contenido y diseño de campañas que se divulgarían por redes sociales y de forma presencial con dinámicas que involucraron a la población, para la concientización y educación vial. Estableciendo así seis campañas de impacto.

Fase 4: Reflexión y análisis de la estrategia

Esta es la fase final, que compete a la descripción de los hallazgos realizados durante toda la practica y la ejecución de la fase de creación de estrategias. De esta manera, mediante una recuperación del proceso vivido se realizó una reconstrucción cronológica y descriptiva de las campañas, estrategias y acciones realizadas, haciendo énfasis en los momentos claves donde se hizo uso de sátira como herramienta comunicativa en los espacios digitales. Para esto se tuvo que hacer una búsqueda amplia de documentos, fotografías y videos realizados durante

el desarrollo del proyecto y una línea de tiempo para ubicar, identificar y comprender cómo evolucionó la estrategia comunicativa, qué motivó el uso de sátira y cómo se conectó con los medios digitales.

Posteriormente, se utilizaron técnicas como la revisión del material seleccionado mediante la revisión documental que destacan la fotografía, los videos, las publicaciones, infografías e ilustraciones, así como, el diario de campo que relata las observaciones, refleja las vivencias, reflexiones y dificultades durante la práctica, al igual que, de la observación participante que permite recoger información directa y vivencial, además de las entrevistas semiestructuradas de los receptores del mensaje para conocer sus percepciones sobre el tema, todo con base al material que destaca el uso de la sátira en los espacios digitales y la importancia del proyecto para tener una visión amplia y rica de lo sucedido, desde diferentes puntos y materiales.

Una vez analizados los datos y la información necesaria se categorizan para identificar patrones, aciertos, efectividad y cambios a realizar. Entre las categorías se encuentran son: La recepción del mensaje y contenido, la participación estudiantil, impacto que puede tener en las redes sociales, fortalezas, debilidades y las reacciones de las personas con respecto a las campañas, así como de las publicaciones hechas en redes sociales sobre los accidentes informados en espacios digitales. Ya que todo esto ayuda a dar sentido a toda la información suministrada y descubrir cómo y por qué ciertas estrategias funcionaron mientras que otras no.

Con base a dicho análisis se pueden destacar campañas que funcionaron bien y pueden replicarse como el uso del humor con contenido social, contenidos breves y contundentes, de igual manera, con las debilidades y errores que permiten desde un punto de vista más crítico corregir futuras versiones como; la planificación del contenido, los tiempos de difusión y la diversidad de formatos para usar, por último las lecciones aprendidas que se obtienen tanto a nivel personal, académico y profesional como comunicador social.

7. Descripción de experiencias sistematizadas

7.1 Primera campaña

Se desarrolla una ficha ilustrativa con base al proyecto Movilízate con Responsabilidad el cual se llevó a cabo el de octubre del año 2023 en el sector de Rosa Blanca, donde se ubica la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio, a unos quinientos metros de la institución universitaria en el cruce donde se encuentran tres semáforos. La actividad inició a las 11:00 A.M. Hasta las 2:00 P.M. con dificultades a los factores ambientales que jugaban un papel importante en su momento, la temperatura era bastante alta y no se llevó ninguna fuente de hidratación que permitiera estar en mejores condiciones físicas, sin embargo, una vez pasada la primera hora, se realizó la compra de botellas de agua para la hidratar el cuerpo y continuar con la actividad.

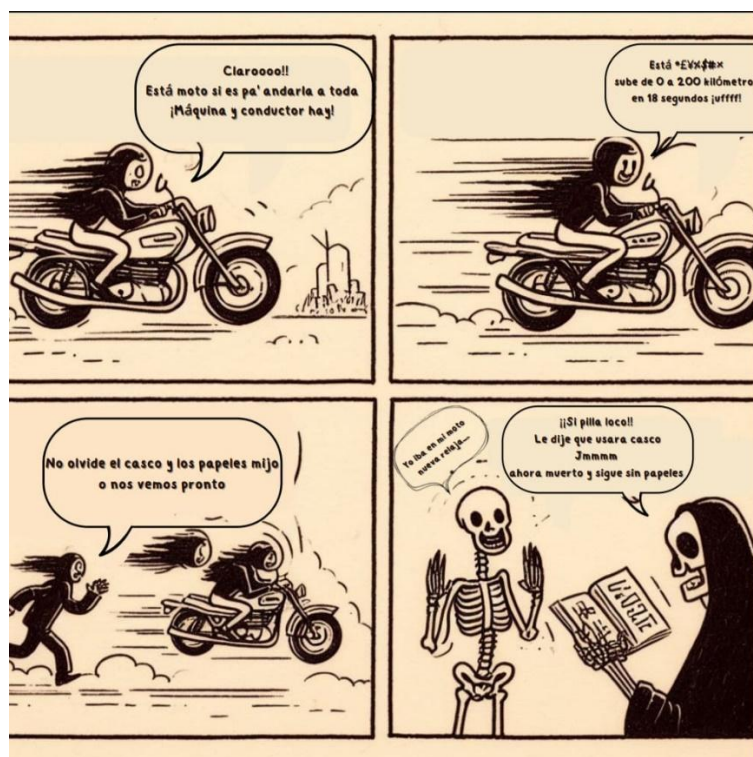
Para la primera campaña se propuso la creación y entrega de pequeñas fichas informativas de entre cinco a ocho centímetros aproximadamente donde se hace uso del formato tipo historieta para plasmar un mensaje reflexivo sobre una de las consecuencias de ir a altas velocidades y sin el casco puesto, aludiendo a la muerte de manera graciosa y concientizando sobre la importancia de usar los implementos de seguridad y manejar con precaución.

Las fichas fueron entregadas a los motociclistas a quienes principalmente iba enfocada la campaña. Los conductores motorizados que se detenían en el semáforo eran abordados, se les explicaba el objetivo de la campaña y se hacía entrega de la ficha informativa para transmitir el mensaje, con el fin de crear conciencia sobre la importancia de la vida.

Entre la estrategia, estaba planteado el tamaño de la ficha ilustrativa para que se facilitará su portabilidad, mientras que el tema elegido está basado en el miedo natural que sienten más personas de morir en un accidente de tránsito. Dicho lo anterior los recursos utilizaron fueron los chalecos reflectivos, los indicadores viales, las bebidas hidratantes y las

fichas ilustrativas, aunque hubo obstáculos presentes como la temperatura, la falta de hidratación en la primera hora y la agresividad de algunos conductores que lanzaban insultos, la campaña se logró desarrollar y todas las fichas fueron entregadas según lo previsto.

Figura 3 Pieza gráfica destinada a la concienciación de los actores viales



7.2 Segunda campaña

Se desarrolló el 17 de octubre del 2023 dentro de las instalaciones de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio, a las 10:00 A.M. Hasta 2:00 P.M. Junto con los demás estudiantes de la clase quienes de manera tanto individual como grupal daban a conocer sus actividades mediante estrategias comunicativas que estaban enfocadas a los lugares donde se desarrollaban las prácticas y los obstáculos que se presentaban en dichos sitios.

Para esta campaña, se crearon dos pancartas reflexivas, una de ellas tenía plasmado la siguiente frase “La imprudencia en las vías arrebató vidas, no dejes que arrebaté la tuya” dando

de esta manera un mensaje claro y creando conciencia sobre la importancia de respetar y proteger la vida a los diferentes actores viales involucrados, mientras que la segunda pancarta tenía un mensaje de invitación que decía “Por el bien de todos y de uno, yo me uno a manejar seguro” con esto se buscaba que los actores viales que se familiarizarán con los mensajes y su importancia participaran uniéndose a la campaña plasmado su firma en la segunda pancarta o frase alusiva mostrando su apoyo a la actividad.

Todos los actores viales juegan un papel importante en materia de movilidad, por ello, la actividad abarcaba a todos con el objetivo que participaran se apropiaran y recibieran el mensaje, tanto la campaña como la estrategia planteada fueron un éxito, debido a la gran recepción y participación de las personas que apoyaban la campaña mediante su firma o frase.

Figura 4 *Jornada de Movilízate con Responsabilidad*



Nota. elaboración del equipo.

7.3 Tercera campaña

Se desarrolló el 24 de octubre del 2023, en el mismo sitio de práctica entorno UNIMINUTO y a la misma hora.

En esta ocasión el clima fue favorable ya que horas antes se habían presentado lluvias que permitieron tener un ambiente y sin tanta exposición al sol, para la tercera campaña se creó

una pieza gráfica tipo infografía donde estaban plasmados los derechos y deberes de los actores viales involucrados en la movilidad.

Además se contemplaba hacer uno de una máscara alusiva a la muerte para que al momento de hacer entrega de la infografía impresa a los conductores de motocicletas y carros se pudiera hacer uso de la siguiente frase “Maneje bien, o me lo llevo” mientras que, para los transeúntes y personas que se movilizan en ciclo se les pudiera decir “Deja el afán y recuerda mirar ambos lados o nos veremos pronto” todo desde un tono satírico y jocoso para que los conductores y transeúntes se lo tomaran con un poco de gracia sin dejar a un lado la importancia del mensaje que llevaba la frase y la pieza gráfica entregada.

Sin embargo, a pesar de no haberse podido hacer uso de la máscara debido a un tema de identidad para evitar confusiones en los conductores y se pudiera tomar con la respectiva seriedad la regulación vial, claro está que, se modificaron las frases para que la campaña y la estrategia planteada pudiera ser efectiva, con la modificación de los mensajes aplicada decían lo siguiente; “Maneje bien o se lo lleva la huesuda” y “Deja el afán o a San Pedro conocerás” sin perder el toque divertido y jocoso de la actividad.

Aunque la falta de la máscara que se pensaba utilizar dificultó un poco el plan original, con la modificación hecha se pudo realizar la campaña sin ningún inconveniente y la estrategia de entrega del volante junto con la frase fue un éxito siendo entregados todas las piezas gráficas impresas para la actividad.

Figura 5 Infografía sobre los derechos y deberes de los actores viales



7.4 Cuarta campaña

Para la cuarta campaña prevista para el día 31 de octubre del 2023, se tenía pensado realizar una actividad alusiva al día de Halloween. Sin embargo, el clima no lo permitió, ya que se presentaron lluvias que impidieron la realización de la campaña y la estrategia preparada, aun así, una vez se detuvo la lluvia con el tiempo que quedaba se realizó la regulación vial y el registro fotográfico.

La estrategia de la cuarta campaña se basaba en la festividad “Halloween” con la utilización de ropa con desgaste y daño notable, así como el uso de maquillaje para hacer una caracterización de apariencia al estilo “zombie”. Adicionalmente se planteó usar unos carteles colgando del cuello con la frase “No usé casco y ahora busco el cerebro que me faltó” junto con otra frase que decía “Me ganó la adrenalina y perdí la vida” y caminar como lo haría un “zombie” mientras se hacía entrega de dulces, mismos que fueron entregados a pesar no haberse desarrollado la actividad por problemas del clima.

Debido al inconveniente presentado se optó por la creación de una pieza audiovisual que tuviera la relación de la sátira con la importancia de movilidad segura, donde se plasmaron algunas de las malas acciones que tienen los distintos actores viales, además de algunas recomendaciones que se pueden tener para evitar accidentes, en el video también se anexan evidencias de las malas prácticas de algunos conductores que se movilizaban por el sector.

Aunque la campaña no se pudo realizar, el video creado fue la pieza clave de toda la práctica del proyecto, ya que plasmó la idea original y expuso el objetivo principal el cual era la concientización de los actores viales mediante un contenido divertido, fácil de recordar y con un toque satírico que permitía comprender el mensaje y divertirse a la vez. Dicho video tuvo tal relevancia que fue presentado en distintos espacios académicos de la universidad, así como difundido a través de un enlace en los grupos de WhatsApp de la universidad, además estuvo durante un tiempo en redes sociales.

Figura 6 Captura de pantalla del video de concienciación



Nota. elaboración propia.

7.1.6 Quinta campaña:

Para esta campaña se planteó la realización de una encuesta mediante preguntas enfocadas a la movilidad, así mismo de acuerdo con los lineamientos de la práctica se realiza la respectiva regulación vial en las horas establecidas 10:00 a.m. A 2:00 p.m. y en el lugar acordado siendo este último el entorno de la UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio en el sector Rosa Blanca.

Siendo el día 7 de noviembre del 2023 se realizó la regulación vial con los mismos obstáculos e inconvenientes que se han venido presentando desde el inicio de la práctica los

cuales van desde; falta de implementos para la regulación vial, falta de seguridad, dificultad por problemas del clima, insultos y exposición a un accidente de tránsito ya que en más de una ocasión los motociclistas pasaban demasiado cerca al punto de tener que retirarse para evitar ser arrollado por los conductores.

Figura 7 *Acciones destinadas a concienciar a las personas sobre su movilidad.*



Nota. elaboración del equipo de trabajo.

7.6 Sexta campaña:

Esta campaña se llevó a cabo el 14 de noviembre del 2023 la cual consistió en la aplicación de la encuesta a los estudiantes, funcionarios y conductores, así como el análisis de los datos que se recogieron, por otro lado, la regulación vial se no se llevó a cabo debido a la utilización de las horas asignadas para recoger los datos y analizar los resultados de la encuesta la cual cumplió con nuestras expectativas ya que, se evidenció la buena participación de quienes llevaban la formulación. Además, se hizo uso del celular donde se encontrada plasmado el QR para facilitar el acceso a las personas que accidente a participar de la encuesta.

Cierre del proyecto, llevado a cabo el 21 de noviembre, donde se notificó la entrega en los correos de los certificados de regulación vial expedida por la Corporación vive la cual realizó dicho curso en las instalaciones de la UNIMINUTO Rectoría Oriente sede San Juan Eudes de Villavicencio. Así mismo, a modo de charla se dieron apreciaciones sobre las experiencias vividas durante la realización de las campañas y las estrategias planteadas por cada grupo en los lugares asignados, de igual modo, se habla sobre los conocimientos adquiridos y su importancia en la comunidad.

Figura 8 *Implementación de la encuesta*



Nota. Se contó con la participación de los administrativos y otros actores de la universidad.

8. Análisis

En el presente apartado se realiza una descripción detallada de lo vivido durante el proceso de práctica, en este punto se comentará las oportunidades y experiencias enriquecedoras, así como también se comentarán aspectos a mejorar y momentos de dificultad en el desarrollo del ejercicio como practicante de comunicación social, en el marco del proyecto 'Movilízate con Responsabilidad' de UNIMINUTO".

La experiencia no solo ha permitido documentar una iniciativa de práctica en la responsabilidad social, sino que ha ofrecido una valiosa oportunidad para un análisis crítico profundo sobre el impacto de la comunicación estratégica en la sensibilización y educación en movilidad segura. El objetivo de comprender, cuestionar y mejorar se ha cumplido al desglosar los aciertos y las áreas de oportunidad de este proyecto.

Uno de los hallazgos más significativos de esta sistematización es la efectividad del humor y la sátira como herramientas de comunicación para abordar temas sociales serios. Contrario a la percepción de que el humor resta seriedad, el proyecto "Movilízate con responsabilidad" demostró que usando la sátira puede hacer los mensajes más accesibles, cercanos y memorables, captando la atención de la población y facilitando la comprensión de la problemática de la movilidad segura. Este enfoque creativo, combinado con la difusión en espacios digitales y presenciales en el sector, evidenció un mayor impacto y alcance, generando un aumento significativo en la audiencia.

En el proceso formativo y práctico se identificó que la elección de canales adecuados resultó clave. Las redes sociales por su naturaleza orgánica y su capacidad de adaptación a diferentes públicos y formatos permitieron una difusión efectiva de los mensajes. Esto permitió, la importancia de experimentar y evaluar qué formatos funcionan mejor en cada espacio, una lección valiosa para futuras campañas. Además, se evidenció que la estrategia de usar la sátira y formatos creativos en contenidos audiovisuales es replicable y con gran potencial para

abordar otras problemáticas sociales, evidenciando que la comunicación permite jugar con múltiples formas y lenguajes.

La práctica permitió buenas experiencias, pero así mismo se encontraron momentos en donde se evidenció la necesidad de implementar mejoras para una próxima oportunidad o futuros practicantes. En lo positivo, se puede mencionar que las actividades realizadas permitieron el desarrollo de un enfoque creativo, permitió la cercanía con las realidades del contacto y el uso de formatos llamativos, participativos y accesibles, los cuales fueron cruciales para la sensibilización y la educación. Todo esto de manera personal permitió demostrar el potencial transformador de la comunicación social cuando se alinea con el compromiso y la innovación.

En cuanto, a los momentos críticos dentro de la práctica, es importante mencionar que para futuros ejercicios, la universidad debe garantizar las herramientas profesionales para la realización de contenido digital, garantizar el acceso a cámaras, micrófonos, plataformas de edición pagas, lo que facilitaría la tarea y el ejercicio de formación. De igual manera, durante el periodo de aplicación de las campañas, se evidenció que hizo falta un mayor apoyo por parte de la comunidad Rosa Blanca, sus líderes comunales y habitantes no se involucraron con entusiasmo a las actividades, esto se menciona con el propósito de que, en próximos trabajos, iniciativas como Movilízate, se puedan expandir en más sitios de este sector, así como generar espacios digitales de difusión de la información para esta comunidad.

Por último, es importante resaltar que este ejercicio práctico permitió comprender la importancia de las estrategias innovadoras, la adaptabilidad de los formatos, la selección adecuada de canales y los análisis constantes de los resultados. En este mismo sentido, se puede concluir que la comunicación, puede ser vista como un motor de cambio y construcción colectiva, reafirmando que es un pilar fundamental para la contribución social y comunitaria desde la academia.

9. Conclusiones

Sistematizar no es solo contar lo que se hizo, sino comprenderlo, cuestionarlo y mejorarlo. Esta sistematización es una oportunidad valiosa para detenerse a reflexionar sobre las decisiones, aprendizajes, y oportunidades a mejorar para el proyecto y futuros estudiantes de la práctica, transformando la experiencia en conocimiento útil para otros espacios y contextos. En este sentido se concluye lo siguiente:

La difusión de piezas graficas informativas y, especialmente, el video satírico a través de redes sociales de la comunidad universitaria Uniminuto Villavicencio demostró el potencial de los espacios digitales para la propagación del mensaje del proyecto “Movilízate con responsabilidad”. La facilidad de compartir y la naturaleza viral del contenido audiovisual, sugiere un alcance significativo dentro de la población objetiva, resaltando la importancia de integrar estrategias digitales en futuras iniciativas de concientización vial.

La estrategia comunicativa implementada, que combinó elementos visuales informativos, sátira audiovisual y actividades participativas como encuestas y firma de la pancarta, generó un acercamiento a la problemática de la seguridad vial en el entorno, no obstante, para una mayor visibilización, se propone explorar diversificación de canales digitales, posibles colaboraciones con figuras incluyentes dentro de la comunidad universitaria y la implementación de mecanismos de retroalimentación digital para medir el impacto y ajustar los mensaje de manera efectiva.

A partir de la experiencia de este proyecto, se concluye la necesidad de institucionalizar espacios de colación entre las prácticas de responsabilidad social y entidades externas con experiencia en las temáticas abordadas, como se evidencio en el curso de regulación vial. Se recomienda además fortalecer la planificación y el seguimiento de herramientas de gestión de proyectos y fomentar la documentación detallada de los procesos para futuras iniciativas.

El uso de la sátira en la pieza audiovisual de la estrategia comunicativa demostró ser efectiva para captar la atención y generar conciencia sobre errores comunes en la vía dentro de

la comunidad, particularmente en el entorno digital. Ahora bien, en cuanto al uso de espacios radiales, la experiencia pese a que no se llevó a cabo en radio si sugiere en el marco del trabajo y desarrollo de la propuesta que el humor y la ironía se trabajen en formatos sonoros ya que podría ser una vía interesante para alcanzar una audiencia más amplia y diversa, manteniendo siempre la sensibilidad hacia la problemática abordada.

La implementación de iniciativas como la campaña “Motodestrezas”, liderada por la secretaría de Movilidad y la ANSV, demuestra un esfuerzo activo por abordar la problemática. La participación de un número significativo de motociclistas en estas sesiones informativas y la entrega de elementos de seguridad sugieren un impacto positivo en la concientización y la adopción de prácticas más seguras. En conjunto, las cifras de 2024 demostraron una leve mejoría en la seguridad vial, enfatizan la persistente necesidad de proyectos e iniciativas que aborden de manera integral la complejidad de la movilidad en Villavicencio, la continuidad expansión de campañas de concientización, junto con otras estrategias, son cruciales para lograr una reducción más significativa y sostenida de los accidentes y sus lamentables consecuencias.

La sistematización de la experiencia del proyecto permite identificar como una de sus principales falencias fue la ausencia de una medición cuantitativa del impacto de las estrategias implementadas. Si bien se describe la ejecución de diversas actividades y su recepción por parte de la comunidad, la falta de datos concretos dificulta la evaluación precisa de su efectividad y la identificación de áreas específicas de mejora, así mismo la dependencia de la participación de los estudiantes y la limitación de recursos podrían considerarse factores que influyen en el alcance y la sostenibilidad.

10. Recomendaciones

A partir de un análisis realizado en esta sistematización, se identificaron aprendizajes claves que permiten proponer una serie de recomendaciones orientadas a mejorar futuras experiencias similares en el ámbito de la comunicación social con enfoque en responsabilidad social, así como del proyecto en general con base a situaciones vividas tanto positivas como negativas. Estas nacen de una reflexión crítica sobre el proceso experimentado, los procesos comunicativos desarrollados y el impacto alcanzado, con el propósito de fortalecer el diseño, ejecución y evaluación de proyectos que aborden temáticas sociales, creativas e innovadoras como la sátira. Se busca que estas recomendaciones puedan ser un insumo valioso tanto para equipos académicos como para iniciativas institucionales interesadas en replicar o inspirar en esta experiencia.

Entre las recomendaciones más importantes se encuentra potenciar el uso de la sátira como herramienta pedagógica, educativa y comunicativa en otros proyectos institucionales, puesto que, demostró ser eficaz para promover una reflexión crítica y participación de la comunidad en temas sociales.

Así mismo, diseñar estrategias con mayor anticipación y producción con el fin de lograr contenidos más elaborados y de mayor impacto, permitiendo como parte del proceso formativo para los involucrados que desarrollen nuevas formas de comunicar temas sociales desde la creatividad, la ética y la sensibilidad de los temas a tratar.

También, ampliar los canales de difusión más allá de los institucionales buscando alianzas con emisoras comunitarias, páginas locales y redes externas para lograr un mayor alcance de los mensajes y el contenido, así como incorporar más procesos de evaluación participativa durante y después de la campaña, como lo son; las encuestas, análisis de la interacción de las redes y su impacto para conocer en tiempo real el alcance e impacto del contenido.

Por último, la adquisición de herramientas e implementos por parte de la universidad para no tener que depender de terceros quienes prestan los accesorios para poder llevar a cabo la práctica en responsabilidad social, como lo son; los chalecos reflectivos, las paletas de regulación vial, y conos que sirven para la prevención y precaución, ya que en varios ocasiones los conductores no dudaban en continuar su paso sin importarles que los estudiantes estuvieran frente a ellos, colocando en riesgo su integridad física, así como mejorar la seguridad del sector para evitar el robo de las pertenencias de los practicantes. Además de realizar un seguimiento más detallado de aquellos que tienen problemas para obtener su certificado de regulación vial, quienes cursaron y aprobaron el curso impartido por la Corporación vive misma que en más de una ocasión no entregó los respectivos certificados.

11. Referencias

Agencia Nacional Seguridad Vial. (2025, 04 de marzo). "Motodestrezza".

<https://www.ansv.gov.co/es/programas-misionales/motodestrezas>

Alcaldía de Villavicencio. (17 de diciembre de 2024). Boletín No. 1150-08.01/412-2024. Boletín No. 1150-08.01/412-2024.

Alcaldía de Villavicencio. (2024, 22 de noviembre). Campaña 'Motodestrezas' capacitó a 1.193 motociclistas en seguridad vial. <https://villavicencio.gov.co/campana-motodestrezas-capacito-a-1-193-motociclistas-en-seguridad-vial/>

Alcaldía de Villavicencio. (2024, 17 de diciembre). Índice de siniestralidad vial se redujo un 16,1 % en comparación con 2023. <https://villavicencio.gov.co/indice-de-siniestralidad-vial-se-redujo-un-161-en-comparacion-con-2023/>

Alcaldía de Villavicencio. (2025, 04 de marzo). Cerca de 800 motociclistas se capacitaron en seguridad vial durante el último mes. <https://villavicencio.gov.co/cerca-de-800-motociclistas-se-capacitaron-en-seguridad-vial-durante-el-ultimo-mes/>

Camacho, C. G. (2009). Cultura vial, educación, seguridad vial y transporte.

[https://culturavial.net/que-es-](https://culturavial.net/que-es-culturavial/#:~:text=La%20cultura%20vial%20es%20la,sola%2C%20simplemente%20existe%20y%20es.)

[culturavial/#:~:text=La%20cultura%20vial%20es%20la,sola%2C%20simplemente%20existe%20y%20es.](https://culturavial.net/que-es-culturavial/#:~:text=La%20cultura%20vial%20es%20la,sola%2C%20simplemente%20existe%20y%20es.)

Enciclopedia: significados. (2025). Cambio social. <https://www.significados.com/cambio-social/>

Feldman, A. (2018). Usando la sátira para comunicar la ciencia.

<https://undark.org/2018/10/31/satire-science-communication/>

García, C. (2024). Sátira. <https://quillbot.com/es/blog/figuras-literarias/satira/>

Kemp, S. (2025). El “estado de lo digital” en Colombia en 2025.

<https://datareportal.com/reports/digital-2025-colombia>

Mapfre, fundación. (2020). Educación y seguridad vial.

[https://www.fundacionmapfre.org/educacion-divulgacion/seguridad-vial/actividades-educativas/sabias-que/importancia-educacion-](https://www.fundacionmapfre.org/educacion-divulgacion/seguridad-vial/actividades-educativas/sabias-que/importancia-educacion-vial/#:~:text=Educaci%C3%B3n%20y%20seguridad%20vial,segura%20en%20los%20espacios%20p%C3%ABlicos.)

[vial/#:~:text=Educaci%C3%B3n%20y%20seguridad%20vial,segura%20en%20los%20espacios%20p%C3%ABlicos.](https://www.fundacionmapfre.org/educacion-divulgacion/seguridad-vial/actividades-educativas/sabias-que/importancia-educacion-vial/#:~:text=Educaci%C3%B3n%20y%20seguridad%20vial,segura%20en%20los%20espacios%20p%C3%ABlicos.)

Movilidad, S. d. (2025). En un 13% se reduce el índice de víctimas fatales en el primer semestre del año en comparación con el año 2023.

<https://transitodevillavicencio.gov.co/noticias/62>

Puerta, J. (2018). Conozcamos los actores viales. <https://previmoto.com.co/conozcamos-los-actores-viales/>

Raffino, E. e. (S.F). ¿Qué es la sátira? <https://concepto.de/satira/>

Saavedra, F. (2025, 08 de marzo). Colombia ocupa el cuarto puesto a nivel mundial en consumo diario de redes sociales.

<https://www.infobae.com/colombia/2025/03/08/colombia-ocupa-el-cuarto-puesto-a-nivel-mundial-en-consumo-diario-de-redes-sociales/>

Secretaría de Movilidad Vial. (2024). Anuario de Siniestralidad Vial de Bogotá 2024 (Octava ed.). Bogotá.

<https://datos.movilidadbogota.gov.co/documents/07c7989a57954f91a2c42d792e7efd19/about>

Statista. (2024, 10 de septiembre) Las redes sociales en Colombia - Datos estadísticos-

<https://es.statista.com/temas/10524/redes-sociales-en-colombia/#topFacts>

Telencuesta. (2024). Cuántos habitantes tenía Villavicencio, Meta en 2024.

<https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024/meta/villavicencio>

Telencuestas. (2024). Cuántos habitantes tenía Bogotá, Colombia, en 2024.

<https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024/bogota>

Todioto, F. (2025, 10 de febrero). Las 15 redes sociales más usadas de 2025.

<https://www.tiendanube.com/blog/redes-sociales-mas-usadas/>

12. Anexos

Anexo 1

Evidencias fotográficas de la participación en el proyecto "Movilízate con Responsabilidad"

https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julio_beltran_uniminuto_edu_co/En98dK1CDZJKtL4o2DxSga4Bvzqaa7T91aQLuw800owzdQ?e=71TPQ5

Anexo 2

Audiovisuales realizados para la estrategia "Movilízate con Responsabilidad"

https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julio_beltran_uniminuto_edu_co/EqCBiLMsBvdDpkMJtqpR5ZABo0-KvYt6_UrSppZZ2vaNuA?e=FIDMJU

Anexo 3

Formulario (encuesta)

<https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=64W6sVOiZ0Se6NT47U3zAM0Nz4cYcCFAhi-WuEgYb7IUNEdOMIY5SDcxSjEzR08yMjkyMF11VVFNUi4u&origin=QRCode&route=shorturl>

Anexo 4

Resultados

https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julio_beltran_uniminuto_edu_co/EoCVb06ZpodNitOQyKNKRVkBcX2HGnx92YVH4rw3Yv1_Yw?e=i1sl1l

Anexo 5

Plan de trabajo

https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/julio_beltran_uniminuto_edu_co/Eul7F-q2mi1MhN-pkciyQmcBS1q58JVV4fIAG5fzEE8tPQ?e=eXEI6o