

El Peatón

Edición No. 28
AGOSTO
2016

CONTENIDO:

Objetivos y metodología de la presente investigación	2
Resultados	3
Conclusiones	5
Fuentes	6

LA REPUTACIÓN CORPORATIVA DE LO PEATONAL

Hemos venido reflexionando a lo largo de esta publicación sobre la representación de los peatones en los medios de comunicación, la política de comunicaciones sobre lo peatonal, la comunicación corporativa en relación con los peatones, la gestión de lo peatonal en los medios de comunicación, las ejecutorias con respecto a los peatones, los peatones en el Plan de Gobierno y los indicadores tradicionalmente empleados para peatones.

Hoy queremos ver “lo peatonal” en nuestro medio como una empresa gigante que requiere de eficaces transformaciones para alcanzar todo su potencial en pro de la sociedad como grupo, pero también de cada uno de sus miembros en el ámbito individual, personal.

Cómo lo peatonal es percibido desde afuera? Cómo por los propios peatones? Qué ofrece la acción de caminar? Con qué calidad lo hacemos?Cuál es su relación Beneficio/Costo? Satisface realmente mis necesidades de transporte y recreación? Recibo y ofrezco buen trato al caminar? Se cómo quejarme eficazmente? Detecto un uso responsable del poder ejercido por las autoridades? Me muevo y se mueven en un clima de apertura y transparencia? Como peatón soy visto cercano a causas sociales o como protector del medio ambiente? Me perciben respetuoso, prudente y ordenado? Sensible al cambio y a la innovación? Exitoso? Ganador? Con una clara visión de futuro y sostenibilidad?

Para alcanzar una buena reputación de lo peatonal se necesita mucho más que relaciones públicas y comunicados de prensa.

Se trata de identificar las actitudes de todos aquellos con quienes se interactúa y desarrollar tanto las políticas, como las comunicaciones, que permitan ganar su entendimiento y apoyo.

Y, por supuesto, se requiere del monitoreo constante y riguroso de los logros y aún de los fracasos.

MONITOREO A NOTICIAS DIGITALES SOBRE LA MOVILIDAD EN BOGOTÁ

ENERO A JULIO
DE 2016

En este número presentamos el Monitoreo y seguimiento a la presencia de la temática peatonal en las noticias digitales de la movilidad Bogotana, a partir del espectro de las noticias publicadas en El Tiempo.com y El Espectador.com durante el periodo comprendido entre el 21 de Enero y el 31 de Julio de 2016.

Los detalles de cada investigación han sido publicados mensualmente en EL PEATÓN y surgen del esfuerzo continuado de la Fundación Colombiana de Peatones para descubrir elementos valiosos de la realidad del tratamiento de lo peatonal en los medios digitales de comunicación.

Objetivos y Metodología de la presente investigación

OBJETIVOS

Realizar un seguimiento a las noticias digitales de la movilidad bogotana publicadas durante el mes de Julio de 2016.

Registrar la evolución de las noticias digitales de la movilidad bogotana entre Enero y Julio de 2016 con respecto al número de noticias por medio, autoría y temática de las mismas.

Monitorear la temática peatonal registrada en las noticias digitales de la movilidad bogotana en el periodo comprendido entre Enero y Julio de 2016.

METODOLOGÍA

Recopilación de las noticias digitales de la movilidad bogotana presentadas en www.eltiempo.com y en www.lespectador.com durante el período comprendido entre el 21 de Enero y el 31 de Julio de 2016.

Creación de una base de datos de los titulares de las noticias digitales, autores, referencias y frases alusivas a la temática peatonal.

Clasificación de las noticias digitales de la movilidad bo-

gotana según las temáticas propias de la movilidad.

Representación mediante nubes de palabras, infogramas, etc.

Elaboración del procesamiento descriptivo utilizando tablas, calculando medidas de tendencia central y dispersión

Realización del procesamiento inferencial de la base de datos utilizando un software especializado.

*Intentamos descubrir la
Reputación Corporativa
que los medios y
gestores públicos
construyen de un
cliente muy particular:
El Peatón*

Construcción de los límites de control, intervalos de confianza con un 99% de confianza con la información de los meses precedentes de las variables de interés en materia peatonal.

Interpretación de los resultados.

NOTA

En el mes de Julio se analizaron 133 noticias digitales de la movilidad bogotana, de las cuales el 56% correspondieron a ElTiempo.com y el restante 44% a ElEspectador.com.

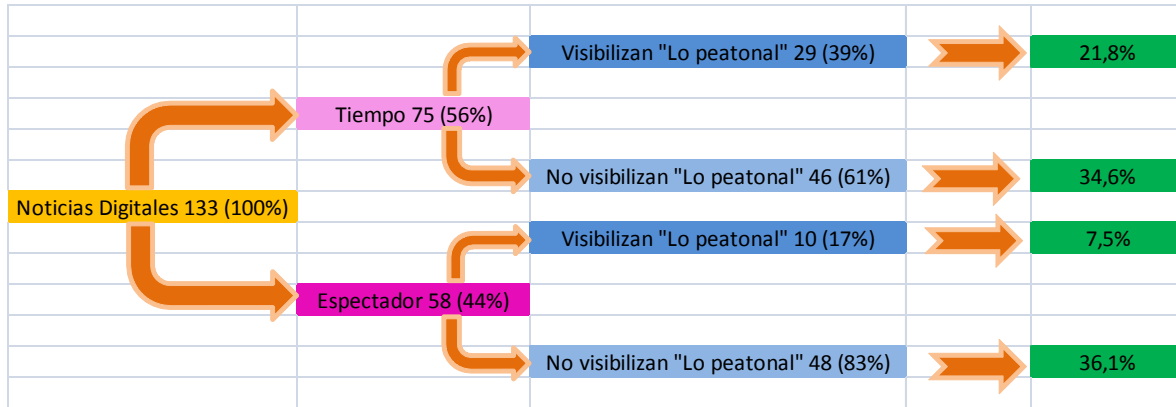
En el periodo comprendido entre Enero y Julio, se han analizado mensualmente en promedio 171 noticias digitales sobre la movilidad bogotana.

PALABRAS CLAVE

Noticias digitales, Movilidad Bogotana, [El Tiempo.com](http://ElTiempo.com), [El Espectador.com](http://ElEspectador.com), Lo Peonato, Plan de Gobierno Coalición por Bogotá “Recuperemos Bogotá”, Plan de Desarrollo 2016-2020, “Bogotá, Mejor para Todos”, Derechos del peatón, Deberes del peatón, Código Nacional de Transito, Fundación Colombiana de Peatones

Resultados.

Noticias Digitales de la Movilidad Bogotana según Mención a la Temática Peatonal en Julio



En Julio el 29% de las noticias digitales de la movilidad bogotana visibilizaban la temática peatonal – mención como tema principal o anexo-. En 22% y 8% la visibilizó el Tiempo.com y el Espectador.com, respectivamente.

Noticias Digitales de la Movilidad Bogotana según Mención a la Temática Peatonal entre Enero y Julio

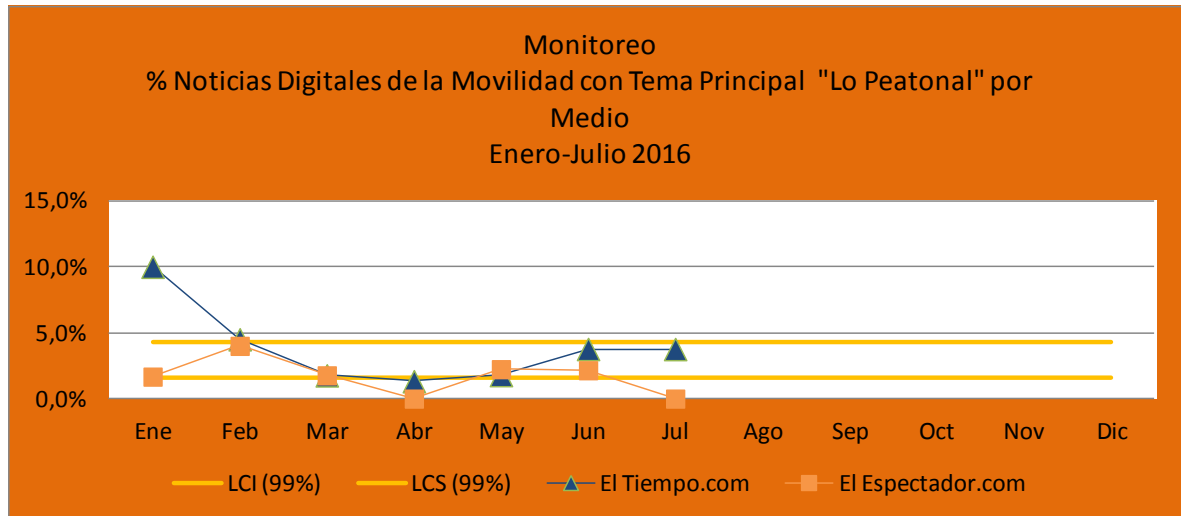
Mes	Medio Digital	Noticias Digitales de la Movilidad Bogotá			Total
		Tema principal "Lo Peatonal"	Tema anexo "Lo Peatonal"	No se menciona "Lo peatonal"	
Ene	El Tiempo	6	15	16	37
	El Espectador	1	5	17	23
	Total	7	20	33	60
Feb	El Tiempo	9	26	63	98
	El Espectador	8	24	70	102
	Total	17	50	133	200
Mar	El Tiempo	3	29	52	84
	El Espectador	3	17	66	86
	Total	6	46	118	170
Abr	El Tiempo	3	41	85	129
	El Espectador	0	25	73	98
	Total	3	66	158	227
May	El Tiempo	4	21	85	110
	El Espectador	5	16	93	114
	Total	9	37	178	224
Jun	El Tiempo	7	25	77	109
	El Espectador	4	20	53	77
	Total	11	45	130	186
Julio	El Tiempo	5	24	46	75
	El Espectador	0	10	48	58
	Total	5	34	94	133

En **Julio** el **29%** de las noticias de la movilidad bogotana mencionaron por lo menos una vez la temática peatonal en la modalidad de **tema principal (4%)** y **tema anexo (25%)**. Mensualmente en el periodo entre **Enero y Julio**, el **31%** de las noticias de la movilidad bogotana mención por lo menos una vez esta temática como tema principal o anexo.

Resultados (continuación).

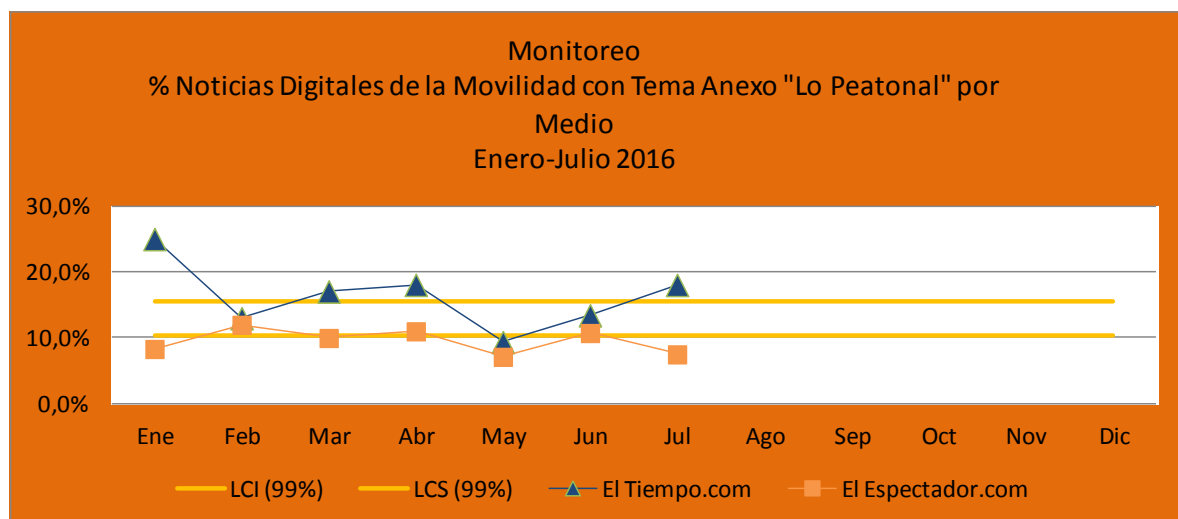
En Julio el 29% de las noticias mencionaron por lo menos una vez la temática peatonal en la modalidad de tema principal (4%) y tema anexo (25%). Entre Enero y Julio, el 31% de las noticias de la movilidad bogotana mencionaron por lo menos una vez esta temática como tema principal o anexo.

Monitoreo del % de Noticias Digitales de la Movilidad de Bogotá con Tema Principal lo Peatonal entre Enero y Julio de 2016



Con un 99% de confianza, el porcentaje mensual de noticias digitales de la movilidad bogotana con tema principal “lo Peatonal” fluctúa entre 2% y 4%. El % observado para el Tiempo.com en el mes de Julio se ubica dentro del rango esperado mientras que para el Espectador.com es inferior al mínimo esperado y corresponde a un 0%.

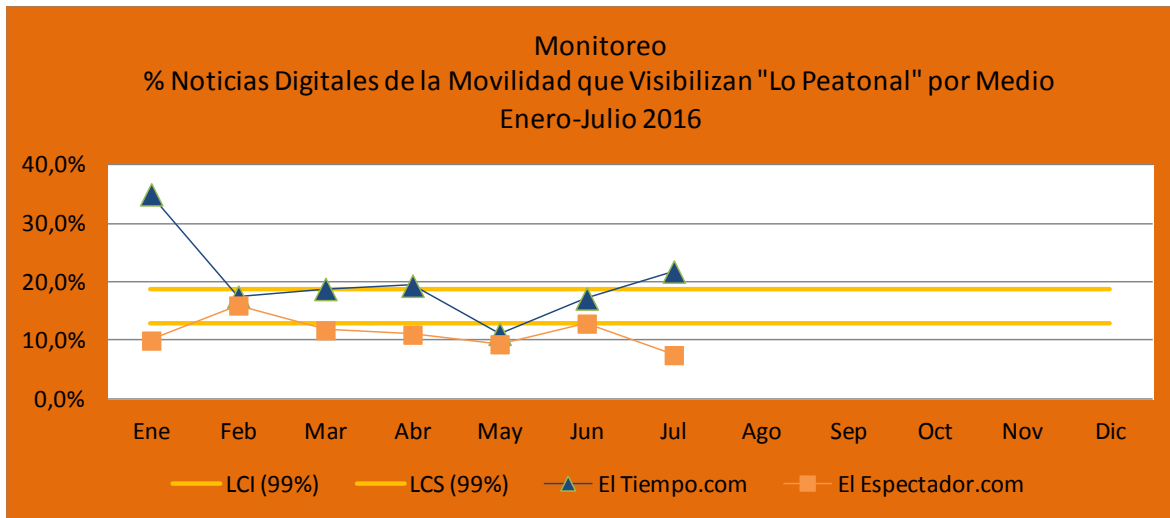
Monitoreo del % de Noticias Digitales de la Movilidad de Bogotá con Tema Anexo lo Peatonal entre Enero y Julio de 2016



Con un 99% de confianza, el porcentaje mensual de noticias digitales de la movilidad bogotana con tema anexo “lo Peatonal” fluctúa entre 10% y 16%. El % observado para el Tiempo.com en el mes de Julio se ubica por encima de la línea de control máxima (18%) mientras que para el Espectador.com es inferior al límite de control mínimo esperado (8%).

Resultados (continuación).

Monitoreo del % de Noticias Digitales de la Movilidad de Bogotá que Visibilizan la Temática Peatonal entre Enero y Julio de 2016



Con un 99% de confianza, el porcentaje mensual de noticias digitales de la movilidad bogotana que visibilizan “lo Peatonal” fluctúa entre 13% y 19%. El % observado para el **Tiempo.com** en el mes de julio se ubica por encima de la línea de control máxima (22%) mientras que para el **Espectador.com** es inferior al límite de control mínimo esperado (8%).



Las menciones a lo peatonal en las noticias digitales de la movilidad bogotana durante el mes de Julio coinciden en la importancia que le da el Programa de Gobierno a los peatones. No así con respecto a los Derechos del Peatón.



Conclusiones.

En Julio se ve una tendencia a disminuir la visibilización del peatón por parte de ElEspectador.com, la cual esperamos se revitalice en los próximos meses.

Eltiempo.com supera el área de control mostrando una mayor visibilización de la temática peatonal que la históricamente registrada en los meses anteriores, es decir de Enero a Junio de 2016.

Fundación Colombiana de Peatones



www.peatonescolombia.org

EL PEATÓN

Editor:
Fundación Colombiana de Peatones

Director:
Gustavo Calderón Herrera

Directora de Investigaciones:
Beatriz García Peña

LA ORGANIZACIÓN

La Fundación Colombiana de Peatones es una organización no gubernamental creada en 1999 para divulgar y promover los Derechos del Peatón en los diversos sistemas urbanos del país.

Congrega investigadores de múltiples disciplinas profesionales comprometidos con la movilidad segura y confortable de las personas en sus desplazamientos a pie.

La Fundación no representa intereses económicos, políticos ni religiosos. Como entidad local en Colombia, posee el Registro S0010919 de la Cámara de Comercio de Bogotá, el NIT 830 061 617 6 y vigilancia por parte de la Oficina de Personas Jurídicas de la Alcaldía Mayor de Bogotá.



Fuentes.

Noticias Digitales de la Movilidad Bogotana Analizadas

Noticias Analizadas por Medio	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
El Tiempo.com	37	98	84	129	110	109	75
El Espectador.com	23	102	86	98	114	77	58
Total	60	200	170	227	224	186	133

En el mes de **Julio** se analizaron **133 noticias digitales de la movilidad bogotana**, de las cuales el **56%** correspondieron a **ElTiempo.com** y el restante **44%** a **ElEspectador.com**.

En el periodo comprendido **entre Enero y Julio**, se han analizado mensualmente en **promedio 171 noticias digitales de la movilidad bogotana**.

Noticias Digitales de la Movilidad Bogotana Analizadas según Temáticas

Temática	Jul		Total	%
	El Tiempo	El Espectador		
Metro	0	1	1	0,8
Otras Constr	5	6	11	8,3
Espacio -púb	19	13	32	24,1
Financiación	3	4	7	5,3
Transmilenio	13	11	24	18,0
SITP	3	1	4	3,0
Taxis	2	5	7	5,3
Vehículos -Pa	0	0	0	0,0
Transporte -I	2	4	6	4,5
Vehiculos de	0	2	2	1,5
Transporte e	0	0	0	0,0
Transporte Publico Tradicional			0	0,0
Ciclistas -Mo	6	1	7	5,3
Medidas -Ma	6	2	8	6,0
Educación	5	2	7	5,3
Percepción	3	0	3	2,3
Policía	1	0	1	0,8
Meganoticia	7	6	13	9,8
Total	75	58	133	100,0

En **Julio** las temáticas relevantes de las noticias digitales de la movilidad bogotana fueron: **Espacio Público (24%)**, **TransMilenio (18%)** y **Mega-noticias de la Movilidad (10%)**.

Entre **Enero y Julio** el tema prioritario común es **espacio público con un 20%**.