Rescate y defensa de los derechos del usuario del transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena

LEYDIS ELENA HERRERA GÓMEZ

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA

 2009

Rescate y defensa de los derechos del usuario del transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena

LEYDIS ELENA HERRERA GÓMEZ

Trabajo de grado presentado para optar el título de

Comunicadora Social

Asesor de Investigación

ZAYDA ARDILA

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA

2009

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

JURADO\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

JURADO\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

2009

TABLA DE CONTENIDO

PAG.

1. INTRODUCCIÓN …………………………………………………………6
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA……………………………………..8
	1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA………………………………….8
	2. OBJETIVO GENERAL……………………………………………….10
	3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS………………………………………...10
	4. JUSTIFICACIÓN……………………………………………………...10
3. ANTECEDENTES………………………………………………………...14
	1. MARCO LEGAL……………..………………………………………..16
4. ESTADO DE ARTE……………………………………………………….19
	1. PARADIGMAS INTERNACIONALES……………………………...22
	2. COLOMBIA……………………………………………………………24
5. SOCIODEMOGRAFÍA...……………………………………………….....25
6. CARTAGENA DE INDIAS………………………………………………..25
	1. POBLACIÓN…………………………………………………………..26
	2. ASPECTOS ECONÓMICOS………………………………………...26
	3. ASPECTOS CULTURALES…………………………………………27

 6.4 MOVILIDAD……………………………………………………………28

 7. HIPOTESIS DE INVESTIGACION………………………………………30

 8. MARCO TEORICO…………………………………………………………30

 9. COMUNICACIÓN………………………………………………………….30

9.1 MEDIACIÓN…………………………………………………………...31

9.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN……………………………………..33

9.2.1 Funciones de los medios de comunicación………………...34

9.2.2 Tipos de medios de comunicación…………………………..35

9.3 EL PAPEL DEL PERIODISTA……………………………………….39

9.4 LA AGUJA HIPODÉRMICA…………………………………………..41

9.4.1 Características de la aguja hipodérmica…………………....42

9.4.2 ¿Cómo funciona la aguja hipodérmica?..............................42

9.5 EL PARADIGMA DE LASWELL…………………………………..….44

9.6 TEORÍA DE SHANNON Y WEAVER………………………………...45

10. CIUDADANÍA…………………………………………………………..….48

10.1 DERECHOS FUNDAMENTALES………………………………….. 49

10.2 CONVIVENCIA CIUDADANA…………………………………….... 49

10.3 ESTADO DEL BIENESTAR……………………………………..…...51

10.4 IDENTIDAD………………………………………………………..…..52

10.5 OPINIÓN PÚBLICA………………………………………………...…54

10.5.1Teorías de la opinión pública…………………………,……55

11. LA PALABRA…………………………………...………………………….59

11.1DERECHO DE LA PALABRA…..................…………….…………..61

12. DISEÑO METODOLOGICO.…..………………………………………..63

 12.1 TÉCNICA DE INVESTIGACION...……………………………….....63

 12.2 TIPO DE INVESTIGACION.…………………………………….…..64

 12.3 SELECCIÓN DE LA MUESTRA………………………………….....64

13. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS...…………………………….…..66

13.1 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS………..…..66

13.2 CRITERIO DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD………………………73

13.2 CONCLUSIONES………………………………...……………….…..74

 13.3 PROPUESTA……………………………………………...………….75

 BIBLIOGRAFÍA

1. INTRODUCCION

En pleno siglo XXI, y en las entrañas de una globalización que entró sin avisar, Cartagena de Indias aún no está preparada para asumir los retos que la misma exige. Mucho se habla de modernidad, pero es poco lo que se hace para entrar en la línea de las ciudades modernas, y lo que es peor aún, no se trabaja directamente para la comunidad sino para unos pocos que tienen el poder en sus manos.

El desarrollo de las ciudades depende en gran medida de la velocidad con que vaya, y en el caso estricto de Cartagena, las cosas no terminan de hacerse completas.

El transporte es un motor de desarrollo, de avance en la sociedad. En Cartagena, con la venida del Sistema Integrado de Transporte Masivo Transcaribe, la ciudad toma una nueva cara y se prepara para estar a la par del resto de ciudades de Colombia que se van adaptando a lo que la modernidad exige, todo en pro del beneficio y mejor vida de los habitantes.

No se puede, sin embargo, avanzar sin solucionar problemas que desde hace algunos años perturban la cotidianidad de la ciudad, tal es el caso de la mala prestación del servicio de transporte público de Cartagena, un tema que por estos días y desde hace algunos meses ha tomado participación en varios de los periódicos de la ciudad.

Por esta razón, se determinó ese tema de tal importancia para la ciudad en esta investigación. Para abordarlo, primero se conocerán los antecedentes a la problemática, cosas que ya desde antes se presentaban e iban alimentando el problema llevándolo hasta donde está ahora actualmente: candente, en su punto máximo, colmando de aburrimiento y decepción a los habitantes.

Se presentará en el trabajo todo lo relacionado con estudios que ya en anteriores oportunidades se hayan realizado con respecto al tema, en la que se tendrá la oportunidad de descubrir que es muy poco lo encontrado, cosa que demuestra lo dicho anteriormente: en Cartagena las cosas no terminan completas.

Posteriormente, se expondrán los fundamentos teóricos en los que se basa la investigación para contextualizarla y darle sentido práctico y entendible, de manera tal que los supuestos determinados no queden en el aire y se sepa que sí hay respaldo documental de donde aferrarse para determinar la relevancia de una investigación de ésta magnitud.

En la parte final, se darán a conocer los resultados de la aplicación de las teorías encontradas, apoyándose en una pequeña encuesta exploratoria para determinar si los objetivos que encaminan la investigación son alcanzables o no.

2. FORMULACION DEL PROBLEMA

Desconocimiento y vulneración de los derechos del usuario (a) del servicio de transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena.

2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Se percibe en el contexto de la ciudad cartagenera un problema que consiste en el desconocimiento de los derechos del usuario del servicio de transporte público colectivo y la constante vulneración de los mismos, agravado por el silencio que estos guardan al no presentar quejas o reclamos ante las entidades correspondientes por no conocer cual es el proceso a seguir. En su mayoría, quienes más se movilizan con este servicio son estudiantes y trabajadores no calificados.

La falta de una entidad oficial que controle y vigile la calidad de la prestación del servicio de transporte se convierte en un agravante de la situación, junto con la falta de mecanismos de defensa contundentes y prácticos que pongan fin al problema.

Igualmente, las posibilidades de una interlocución entre el prestador de servicio y el usuario (a) toda vez que la ocasión lo amerite, son casi nulas. En las pocas oportunidades en las que han encontrado las partes mencionadas, no se llega a un acuerdo que ponga las bases para la solución de los inconvenientes.

La ciudad de Cartagena de Indias presenta muchas irregularidades con respecto a la prestación del servicio de transporte público, cosa que afecta la cotidianidad de cada uno de sus habitantes en su condición de usuarios (as). El mal comportamiento de los conductores de buses, el sobrecupo, la música estridente, el mal estado de los vehículos, las alteraciones en los recorridos y la

no devolución del cambio son las principales quejas que tienen los ciudadanos (as) que usan este medio para movilizarse.

En todo momento en que estas situaciones cobran vida, El usuario (a) trasmite su inconformidad de forma verbal y directa con el conductor del vehículo. Lo que obtiene de respuesta es alguna grosería o cualquier otra cosa que nada tienen que ver con una solución al problema. Se evidencia entonces la falta de educación en cuanto a derechos humanos respecta, y más específicamente a los derechos de los que son acreedores todas las personas que diariamente se desplazan en estos vehículos colectivos para llegar a sus sitios de trabajo o estudio, en otras palabras, los derechos de usuario (a).

La problemática se evidencia cada día, sobre todo en las llamadas horas pico, en donde se acrecienta la movilización por ser espacios de tiempo en los que se efectúan las salidas, bien sea para almorzar o para llegar a los hogares. Los choferes ponen a prueba la capacidad de albergue de los vehículos, poniendo en riesgo el confort de los pasajeros.

La música es un medio de distracción. En los buses y busetas, es un medio de perturbación, toda vez que algunos conductores encienden sus radios con un volumen que sobrepasa los límites de soporte. En algo tan cerrado como es un vehículo, el ruido de esa música alta resulta molesto e incomoda a los pasajeros.

Según lo expuesto, existe la necesidad de exponer claramente cuáles son los derechos de los usuarios (as) del servicio de transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena, darles valor apoyándose en lo que la norma diga al respecto y volverlos exigibles.

2.2 OBJETIVO GENERAL

Proponer y validar la existencia de los derechos de los usuarios (as) del servicio de transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena a través de un producto comunicacional.

2.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

* Identificar las problemáticas más comunes que tienen los cartageneros y cartageneras con relación al uso del transporte público en la ciudad.
* Dar la debida importancia a los derechos de los usuarios y usuarias que se vulneran en la mala prestación del servicio de transporte público en la ciudad de Cartagena.
* Reconocer el derecho de la palabra como herramienta de manifestación y reclamo de los usuarios (as) del servicio de transporte público de la ciudad de Cartagena.
* Conocer hasta dónde la norma facilita la exigibilidad de los derechos del usuario (a) del transporte público colectivo.
* Proponer un código de ética de los prestadores del servicio público de la ciudad de Cartagena.
* Establecer un medio eficaz y efectivo para difundir los derechos del usuario (a) del servicio de transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena.

2.4 JUSTIFICACION

“Lo que no se nombra no existe” es una frase de la feminista Florence Tomas que recoge todo el por qué es importante mencionar las cosas para que tengan valor propio, para que existan.

Partiendo de esta afirmación, y de lo encontrado en el estudio realizado por la directora de la especialización en urbanismo de la Universidad Jorge Tadeo Lozano seccional del Caribe, María Bernarda Segovia Fuentes, “Transporte público en Cartagena: una concentración de iniciativas individuales sin hilo conductor”, se podría concluir que todo lo relacionado con este tema y especialmente en relación con los ciudadanos (as) que hacen uso de él, tiene poca importancia para las autoridades distritales y locales[[1]](#footnote-2).

A diferencia de los servicios públicos domiciliarios, como son acueducto, agua, alcantarillado, gas, telefonía y electricidad, el servicio de transporte público en la ciudad de Cartagena no tiene una normatividad que lo legitime, lo que se presta para que muchas irregularidades ocurran y pasen desapercibidas. Algunas de estas irregularidades se convierten en quejas y reclamos que van a parar a una pila de expedientes que poco peso hacen para ser resueltos y tener la debida atención por quienes competan. Lo que agrava la situación es que desde hace ya 30 años se presenta el problema, evidenciándose en la reacción de la gente al preguntarles por su opinión acerca de la movilidad en la ciudad.

Al no existir una norma que regule y controle este servicio tan vital para la sociedad, el sector privado que está a cargo de las empresas dueñas y señoras de los vehículos de transporte terrestre de pasajeros asumen una gestión que no tiene planificación alguna conocida, ni mucho menos la intervención de las entidades oficiales con competencias en materia de transporte urbano.

En adición al aparente desorden en la conformación del transporte público de la ciudad, se suma la falta de ética y humanismo que tienen la mayoría de los conductores. Las presiones a los que ellos se someten por parte de los dueños

de los vehículos, las reflejan en el mal trato que le dan a los pasajeros (as) en materia de privación del confort y la tranquilidad que se supone deben tener mientras abordan la ruta.

Los usuarios(as) entonces desprotegidos, no tienen las posibilidades de entablar la debida comunicación con quien es requerido para hacer valer los derechos que en su momento se han vulnerado. Vale más lo que expresa el conductor que el bienestar del pasajero (a).

Es por eso, que con este trabajo se pretende mostrar que la palabra es un derecho del que gozamos todos en calidad de usuarios, y que en la medida que ésta sea escuchada y respetada como tal, se crean vías de acceso a los valores y correcta forma de hacer ciudadanía, que es una sola, en la cual el derecho a elevar la voz es fundamental, y no es elevarla por sí sola, sino para evitar que los silencios hagan de la problemática algo peor que poco a poco acabe con la calidad de vida y con los principios de libertad que se ven reflejados en la Constitución Nacional, carta magna en la que se respalda la propuesta de la creación de voces que hagan valer la palabra para construir ciudadanía.

Esta propuesta es una iniciativa que nace desde la necesidad de generar cambio social y mayor adherencia al sentir de la ciudad de Cartagena. Que las palabras no se quedan en el aire, eso es una realidad, y en este caso, se pretende generar conciencia de la importancia que tiene mirar con lupa los problemas relacionados con el servicio de transporte publico del cual hacen uso estudiantes, trabajadores calificados y no calificados, y algunos profesionales, cada uno de estos grupos inclinados por los distintos niveles del servicio, dependiendo en gran medida de sus posibilidades adquisitivas.

La investigación en curso impacta principalmente en los esferas sociales medias y bajas de la ciudad de Cartagena, haciendo nacer preguntas de por

qué el conformismo con la mala calidad del transporte siendo este un servicio de vital importancia para el progreso y el desarrollo urbano. El reto que subyace es exigir calidad y excelencia, sacudir las instituciones públicas y privadas a quienes concierne presentar estrategias para mejorar el transporte colectivo de la ciudad y hacer que estas se validen bajo la presión de las peticiones que vienen de quienes padecen directamente el fenómeno.

Como dice la canción con música de Sergio Ortega y letra del conjunto Quilapayún, “el pueblo unido jamás será vencido”, famosa por el golpe de estado el 11 de septiembre de 1973 por el grupo chileno Inti-Illimani, si las voces del pueblo se unen se puede generar el cambio social hacia una cotidianidad digna, porque el silencio no ayuda. Una vez se tome conciencia de manera generalizada acerca de la necesidad de ser escuchados y no simplemente de que nos oigan, el camino al progreso y a las mejorías se irá abriendo, cosa que a la vez va labrando la ciudadanía.

El estudio se congrega principalmente en el eje que permite mayor movilidad de los cartageneros, siendo este el centro amurallado que concentra gran número de personas de la periferia. La población directamente tratada son estudiantes de las diversas Universidades ubicadas en el centro histórico de la ciudad y trabajadores de las principales calles donde se concentra la actividad comercial. Todo el trayecto que va desde la Calle del Cabo donde se hayan las compra ventas pasando por la Calle de la Moneda, hasta la Calle de la Mantilla, donde el flujo de transeúntes disminuye. Igualmente el sector comprendido entre la Calle de la Universidad hasta la Calle del Candilejo son punto clave de este estudio, por considerarse zonas de bastante afluencia del personal que aplica para la encuesta exploratoria de la investigación.

El tiempo de estudio en las zonas mencionadas es de 2 semanas considerando ese tiempo pertinente y justo para conseguir los objetivos propuestos.

3. ANTECEDENTES

El servicio público de transporte de pasajeros de la ciudad de Cartagena empezó a tener vida un poco antes de los años 80, bajo una normatividad que hasta ahora sigue siendo la misma, cosa que se refleja en la mala planificación en cuanto a la calidad de la prestación del servicio.

Los estudios con respecto a la composición de la red de transporte colectivo de Cartagena arrojan que en los últimos 20 años han aumentado las rutas en un 57 %, lo que explica y esclarece una vez más la falta de control que se tiene sobre la creación de buses y busetas, dejando a un lado la gestión en cuanto a la mejora del servicio[[2]](#footnote-3).

El transporte público es una necesidad integral de la sociedad, es un elemento que permite su desarrollo y continua movilidad en los campos económicos, sociales y culturales. Sin embargo, en los últimos 20 años se ha convertido en una pesadilla para el usuario común, considerando que no hay satisfacción por el servicio prestado.

No solo los usuarios son los afectados. Los choferes son expuestos a largas jornadas de trabajo que se convierten en una pelea constante por llegar al reloj en el tiempo designado para evitar el pago de pequeñas “multas” estipuladas por la empresa contratante. En esta agitación, los modales, el trato con la gente y el servicio al cliente quedan en un segundo plano, cuando lo vital para ellos es realizar el recorrido de cualquier forma, hacer la cantidad de dinero del día para entregar a la administración y empezar otra vez con un círculo vicioso que no acaba.

En la ciudad de Cartagena, según cifras del Departamento Administrativo de Tránsito y Transporte de Cartagena DATT, existen en total 2898 vehículos de los cuales 1873 son buses, 919 son busetas y 106 son los conocidos microbuses. Son 11 las empresas que funcionan en la ciudad prestando este servicio, cobijadas bajo ETRANS, empresa administradora de rutas urbanas de Cartagena Ltda., que se encarga de realizar los despachos de los vehículos en cada una de los recorridos asignados a las empresas agrupadas bajo su compañía. 35 rutas son las que se encuentran en funcionamiento actualmente, jerarquizadas de acuerdo con la distribución de la malla vial y a la demanda de pasajeros y la oferta del transporte.

En cuanto a capacidad de pasajeros, los buses que representan la mayor parte de parque automotor de Cartagena pueden llevar de 42 a 48 personas, las busetas tienen de 22 a 31 puestos y los microbuses de 12 a 16 puestos. Estos datos son exactos de acuerdo con la estructura física de los vehículos y en la medida ideal de que todos los pasajeros vayan cómodamente sentados, lo que en la realidad dista mucho de ser cierto pues toca sumar el número de pasajeros viajando de pie, un agravante más para la problemática de las irregularidades que tiene la prestación del servicio de transporte.

El servicio ofertado por la red de transporte colectivo[[3]](#footnote-4) se clasifica en:

* Ordinario: lo ofrecen los buses y las busetas, no tiene climatización y se permiten pasajeros de pies
* Intermedio: Servicio de buses sin climatización pero no se les permite llevar pasajeros de pie. Dentro de ésta categoría, se incluyen los microbuses.
* De lujo: Servicio de buses que entraron al mercado en 1994, totalmente modernos y climatizados que solo permite llevar pasajeros sentados.

|  |
| --- |
| DISTIBUCION DEL PARQUE AUTOMOTOR POR EMPRESAS SEGÚN TIPO DE VEHICULO Y NIVEL DE SERVICIO |
|  | TIPO DE VEHICULO | NIVEL DE SERVICIO |
| EMPRESA | BUS | BUSETA | MICROB. | BASICO | INTERME. | EJECUT. | SUPEREJ. | LUJO |
| ETUL | 57 | 33 | 10 | 93 |  | 3 | 4 |  |
| CONTRASURB | 47 | 195 |  | 242 |  |  |  |  |
| COOINTRACAR | 14 | 152 | 60 | 226 |  |  |  |  |
| RENACIENTE | 129 | 111 | 11 | 246 | 2 | 3 |  |  |
| RODRIGUEZ T | 109 | 79 | 6 | 171 | 9 | 10 | 4 |  |
| MEDIA LUNA | 34 | 15 | 2 | 45 | 5 |  | 1 |  |
| METROCAR | 85 |  |  | 28 |  |  |  | 57 |
| MONTERO | 94 | 87 | 4 | 150 | 6 | 25 | 4 |  |
| FLOTA DE LUJO | 53 | 18 | 5 | 66 | 2 | 5 | 3 |  |
| PEMAPE | 100 | 167 | 7 | 204 | 16 | 30 | 24 |  |
| VEHITRANS | 144 | 61 | 1 | 197 | 1 | 7 | 1 |  |

\* Datos de archivo del departamento administrativo de tránsito y transporte año 2008\*

Refiriéndose al tema de la imagen de la red de la TPC (Transporte Público Colectivo) es evidente que no existe una regularidad o normas que controlen el manejo de la información que los usuarios (as) necesitan para acceder al servicio. Las tablillas con los itinerarios, las rutas y el costo del pasaje son muchas veces escritas con marcador sobre cartón, no hay una uniformidad en cuanto al uso de colores de la parte externa del vehículo lo cual puede ocasionar confusiones en la orientación que necesariamente debe ser clara para quienes hacen uso de este servicio, que en su mayoría son empleados y estudiantes para los primeros niveles de servicio (ordinario e intermedio) y una minoría que son profesionales que optan por el servicio de lujo.

3.1 MARCO LEGAL

En la Ley 105 de 1993, el congreso de Colombia decreta las disposiciones generales con respecto al sistema de transporte terrestre. En el artículo primero del capítulo I se especifica como el Ministerio de Transporte y demás

organismos adscritos al sector transporte están encargados del desarrollo de las políticas de transporte. A continuación en el capítulo II son expuestos los principios fundamentales rectores del transporte que para el presente trabajo se relacionan como sigue:

* Soberanía del pueblo, del cual emana el poder público y quien tiene sus representantes para ejercerla de acuerdo con lo estipulado en la constitución.
* Intervención del Estado, como ente planificador, que ejerce control, regulación y vigilancia del transporte y todo lo concerniente a él.
* Libre circulación, según lo dicen los artículos 24 y 100 de la Constitución Política, por lo cual toda persona es libre de circular por todo el territorio teniendo en cuenta las limitaciones que establezca la ley.
* Integración nacional e internacional, según la cual el transporte es motor de unidad y desarrollo del país, y facilita intercambios internacionales bajo esas condiciones.
* Seguridad, que constituye una prioridad para el sistema de transporte, según lo reglamentado en el decreto nacional 1326 de 1998

La Ley 336 de 1996, por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Transporte, expone en su artículo # 2 que la seguridad relacionada directamente con la protección de los usuarios constituye una prioridad esencial para el sistema de transporte y sectores correspondientes. En el artículo # 3 se señala el decreto 3083 del 2007, que reglamenta la regulación del transporte público y la tarea de las autoridades competentes de exigir y verificar las condiciones de seguridad, accesibilidad y comodidad para garantizarle a los habitantes una prestación del servicio de forma eficiente.

El decreto 171 de 2001 reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera a las empresas afiliadas para tal fin bajo condiciones de prestación de un servicio eficiente, seguro, cómodo, oportuno y

económico, bajo los criterios básicos de los principios rectores del sistema de transporte.

A partir de lo anterior se puede observar que el tema de la calidad del servicio está claramente indicado como un ítem de imperativa importancia, pero en la práctica, las empresas del sector privado y las entidades oficiales competentes del caso, no aparecen como vigilantes del cumplimiento obligado para que los usuarios sean los beneficiados absolutos.

El tema de la seguridad es ampliamente reforzado en la Ley, de manera que el Estado, como ente vigilante y regulador de las acciones respectivas del sistema de transporte y su correcta prestación, debe implementar medidas que gestionen el compromiso y los procedimientos necesarios para empezar a pensar en mantener y asegurar la calidad de vida de los usuarios (as).

4. ESTADO DEL ARTE

Como primer punto es preciso anotar que las investigaciones sobre el tema de transporte público en Cartagena no son abundantes, lo que manifiesta un claro desinterés por parte de la administración en este asunto tan importante, ya que se relaciona directamente con el desarrollo de las regiones.

La poca documentación que hay al respecto del transporte público colectivo muestra intentos por optimar el sector desde la implementación de mejoras al parque automotor y la ampliación de nuevas vías de circulación. Con respecto a la problemática que es abordada en el cuerpo de este proyecto, no se tienen antecedentes donde los derechos de los usuarios sean los principales ejes de acción.

Así las cosas, el transporte público de Cartagena ha sido protagonista de 3 estudios realizados por diferentes consorcios que en la práctica, no tienen directa relación o estrecha alianza con el Departamento de Tránsito y Transporte de Cartagena o alguna otra autoridad competente.

A continuación se relacionan las investigaciones, que a pesar de tener la intención de ser potentes contribuyentes, quedaron relegadas a un segundo plano de muy bajo interés:

* Proyecto de Transporte Público Acuático, presentado por EDURBE, empresa de desarrollo urbano de Bolívar, el cual proponía alternativas de un sistema de transporte que aprovechara los cuerpos de agua de la ciudad.
* Estudio del Transporte Urbano en Cartagena[[4]](#footnote-5), realizado por la Agencia de Cooperación Japonesa con el fin de analizar la infraestructura vial y varios aspectos técnicos relacionados al tráfico vehicular.
* Estudio de Optimización de Transporte Público en Cartagena, presentado en 1996 por el ingeniero José Villadiego, donde expone aspectos operacionales relacionados con el sistema de transporte[[5]](#footnote-6), su funcionalidad y datos técnicos de diagnóstico y recomendaciones.

A partir de lo anterior, y de las aplicaciones de estos estudios a la cotidianidad cartagenera, se deduce que el sistema de transporte público colectivo está lejos de ser mejorado en cuanto a la calidad del servicio.

La falta de interés de las autoridades correspondientes acrecienta el problema, con lo cual los usuarios (as) se ven enfrentados todos los días a nuevas irregularidades en la prestación del servicio de transporte público.

Ni la defensoría del Pueblo, ni la Personería Distrital, entes ambos creados para la protección y vigilancia del ejercicio pleno de los derechos humanos, el comportamiento de los funcionarios públicos y el resguardo del interés público de la comunidad cartagenera, guardan en sus archivos documentos que relacionen quejas y reclamos[[6]](#footnote-7) con respecto al servicio público de transporte, lo cual se convierte en una problemática más que hace que la presente investigación se convierta en un medio para generar conciencia sobre la importancia de hacer valer los derechos del usuario (a).

Como una aproximación a la creación de un medio donde las personas pueden manifestar su inconformidad con respecto a algún asunto relacionado con los derechos humanos fundamentales, un grupo de estudiantes y profesionales de la Universidad de Cartagena crearon el grupo multidisciplinario “El buenCiudadano”[[7]](#footnote-8) con el fin de crear una cultura ciudadana para mejorar la calidad de vida de los cartageneros.

Uno de sus proyectos, y el que compete directamente con el tema estudiado en esta investigación, se llama “Observatorio Ciudadano”, un espacio creado para llamar la atención a los ciudadanos (as) en general para que ante cualquier anomalía que se les presente no se queden callados, sino que recurran a la persona o autoridad competente para exponer su queja o reclamo. Pretende ser un estímulo para que la apatía no sea la causa por la que los problemas que se presentan a diario, que irrespetan la condición de seres humanos, no siga creciendo a tal grado en que las personas se cieguen y no hagan nada para defenderse y mejorar su calidad de vida.

La estrategia del “Observatorio Ciudadano” enseña además cómo se clasifican las no conformidades y qué procedimientos se siguen para hacer efectiva la queja, de tal manera que los organismos de control ciudadano se ven indirectamente implicados en el objetivo principal de esta tarea.

Sin embargo, el objetivo de ellos es más abarcante, toda vez que se refieren a inconformidades en general que afectan la cotidianidad, no solamente en el servicio público de transporte colectivo.

Es evidente entonces que el problema con respecto a la vulneración de los derechos de los usuarios (as) del servicio público de transporte, no es ni ha sido plato fuerte en las propuestas para mejorar la calidad de tal prestación.

No se pretende desmeritar la iniciativa del grupo multidisciplinario “El Buen Ciudadano”, pero es una aproximación a la ejecución de un plan que involucre la participación de la ciudadanía como principales vigilantes de su entorno, apoyándose en las tecnologías, en este caso en el Internet.

En otros países latinoamericanos se han registrado políticas y recursos que ayudan a la ciudadanía a sentirse cobijados por la ley para la defensa de su condición de usuarios y usuarias del transporte.

4.1 Paradigmas internacionales

La Comisión Nacional de Regulación de Transporte de Argentina, CNRT[[8]](#footnote-9), presenta variada información con respecto al manejo del sistema de transporte del país, y hace alusión en uno de sus apartes a los derechos de los usuarios, categorizados según las clases de transporte terrestre de la jurisdicción nacional. Para lo concerniente a los derechos de los usuarios de transporte automotor público urbano, se enumeran los siguientes:

* Exigir el cumplimiento de las normas de seguridad relativas al vehículo y al conductor del vehículo
* Exigir el cumplimiento del recorrido, las frecuencias y las tarifas
* Ascender y descender del vehículo en la parada autorizada por el gobierno de la ciudad de Buenos Aires o municipio correspondiente
* Ascender y descender del vehículo en todas las esquinas los días de lluvia
* Ascender y descender del vehículo en todas las esquinas entre las 22:00 y las 6:00 horas
* Realizar sus reclamos ante las empresas a través de la línea telefónica gratuita exhibida en las unidades de la empresa
* Realizar sus reclamos ante la CNRT a través de la línea telefónica gratuita 0800-333-0300 o apartado postal 129 C. P. 1000 correo central[[9]](#footnote-10)

Con respecto a los conductores, existe una lista de obligaciones relacionada a continuación:

* Tratar con respeto y consideración a los usuarios
* Conducir en forma prudente respetando las normas de tránsito y la velocidad autorizada
* Cumplir y hacer cumplir las disposiciones relativas a personas con movilidad reducida
* No conversar con los pasajeros
* No abandonar el puesto de conducción durante la prestación del servicio
* Respetar la prohibición de fumar
* Respetar la prohibición de escuchar radio
* No cumplir tareas de expendio cobro de boletos
* Respetar la parada establecida deteniendo el vehículo junto a la acera en forma paralela al cordón

Esta normatividad es de Argentina, y como es claro, esto es un ejemplo para un conjunto de políticas que podrían adaptarse al caso colombiano, como una pequeña contribución al proceso de implementación de un transporte público

de calidad, no solo por su infraestructura y dinámica en la ciudad y en la economía, sino por el bienestar de la ciudadanía.

Aunque no se conozcan registros de algo parecido en el país, existen entidades oficiales al servicio del bienestar y vigilancia de la sociedad, y en este caso, para el control y mejoramiento del servicio de transporte público colectivo en todas las regiones colombianas.

4.2 Colombia

El DNP, Departamento Nacional de Planeación, bajo la jurisdicción de la presidencia de Colombia, creó por la Ley 19 de 1958, el Consejo Nacional de Política Económica y Social, CONPES, como la máxima autoridad de planeación que trabaja como asesor nacional del gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país.

Para el 24 de junio del 2002, se expidió un documento CONPES 3167 del que se tiene registro, donde se presentan las políticas para mejorar el servicio de transporte público urbano de pasajeros haciendo uso de herramientas técnicas e innovadoras para consolidar las ciudades en un mundo cada día más competitivo.

En su análisis, evalúa la preponderancia que tiene el uso del transporte público en las ciudades, lo cual ha generado traumatismos que se reflejan negativamente en los usuarios, puesto que las fallas estructurales (capacidad institucional deficiente, regulación inadecuada) a las que hacen mención, han dado pie para los graves errores en la oferta del servicio (sobreoferta, rutas y operación inadecuada, equipos obsoletos) y en su infraestructura (subutilizada, deficiencia en la calidad, insostenible, inequitativa).

5. SOCIODEMOGRAFÍA

6. Cartagena de indias

Es la capital del departamento de Bolívar y la quinta ciudad en el país con un alto número de población. En el año 1991, fue catalogada como Distrito turístico y cultural por la constitución nacional original de ese año. La ciudad está ubicada en el norte del departamento a orillas del Mar Caribe en la costa nororiental del país, y constituye uno de los puertos turísticos más importantes de Colombia.

Se encuentra en una zona costera muy típica, accidentada e irregular, en su mayoría por su aproximación con el mar. Dentro de su conformación, se pueden contar las islas que la rodena tales como la de Barú y Tierra Bomba, y otros elementos geográficos como el Archipiélago del Rosario, la Bahía de Cartagena, Bahía de Barbacoas, y las lagunas como la Ciénaga de la Virgen.

En la ciudad, sobresale la formación de la Popa, constituida por rocas y corales, dándole forma de colina con ciertas pendientes alargadas, medios acantilados y escarpes.

Desde su fundación en el siglo XVI, Cartagena se convirtió en uno de los puertos más importantes de América, especialmente en la época colonial cuando los españoles llegaron a adueñarse de las tierras y a hacer esclavos apoderarse de las mujeres que encontraron. Pero en 1811, el 11 de noviembre la ciudad por fin logra su independencia de España, teniendo aún que seguir luchando 10 años más para conseguir su emancipación definitiva.

Cartagena de Indias, Distrito turístico y cultural, tiene una extensión total de 623 Km2, divididos en tres localidades que son: la Localidad de la Virgen y turística, la Industrial de la Bahía y la Histórica y del Caribe Norte. La Localidad

Industrial de la Bahía es la que posee mayor densidad poblacional con 3.898 Hab/Km2, la sigue la Histórica y del Caribe Norte con 2. 398 Hab/Km2, y de último se encuentra la de la virgen y Turística con 901 Hab/Km2.

* 1. Población

Se estima que la población total de Cartagena actualmente es de 1.200.000 habitantes, según informes del DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas y el Portal Cartagena Caribe, sitio de interés turístico y guía para propios y extraños. De este total, el 47.8 % son hombres, de tal manera que el 52.2% son mujeres. El 91.4 % de la población cartagenera de 5 años en adelante sabe leer y escribir, por lo que el problema de analfabetismo se resume en una cifra muy pequeña comparada con otras ciudades del país como chocó, Sucre, Norte de Santander y en un porcentaje no muy bajo, Antioquia.

6.2 Aspectos Económicos

Cartagena de Indias cuenta con una economía basada en varios campos debido a su ubicación estratégica a orillas del Mar Caribe y su posición en el Continente Americano. El turismo, el comercio, la industria y la construcción son las principales actividades que interactúan en el mercado laboral de la región.

La industria aporta el 10 % de los empleos en la ciudad. La mayoría de las industrias se encuentran localizadas en la zona de Mamonal, que a su vez es considerada una de las más importantes de toda Colombia, con 136 empresas grandes y medianas que generan alrededor del 8.04% del producto bruto interno industrial del país.

La ciudad cuenta con la segunda refinería más importante del país, Ecopetrol, que para 2012 se pretende ampliar con una inversión que abarcará los 3.000.000 millones de dólares.

En cuanto al comercio, se puede decir que va en ascenso gracias a su gran acogida para los turistas y a sus más de 1.000.000 millón (un millón) de habitantes que representan una gran demanda de productos y artículos. La oferta cuenta con reconocidos almacenes de cadena, centros comerciales, franquicias internacionales y zonas especializadas en comercio.

En el año 2006, se realizaron los XX Juegos Centroamericanos y del Caribe, actividad que le dejó a la ciudad una infraestructura deportiva muy completa y moderna valorada en una millonaria inversión. Coliseos de gimnasia y combate, complejo de raqueta, estadios de futbol y beisbol son los escenarios que se cuentan en la ciudad.

6.3 Aspectos culturales

Cartagena de Indias es una ciudad llena de historia. Desde la colonización hasta el tiempo de los grandes conquistadores como Simón Bolívar, fueron los acontecimientos que permitieron que hombres y mujeres decidieran dejar huella en la ciudad, y narrarla en los varios espacios con los que cuenta el Corralito de Piedra.

El Museo de Oro, Museo de Arte Moderno de Cartagena, la Casa Museo de Rafael Núñez, Museo Naval del Caribe, Museo San Pedro Claver, la Casa Museo de Bolívar, la Casa Cultural Colombo Alemana, La Casa España, el Centro Cultural de Cooperación Española y El Centro Colombo Americano son solo algunos de los sitios[[10]](#footnote-11) con los que la ciudad cuenta para la divulgación de la cultura, el aprovechamiento de las visitas de los turistas, la presentación de los talentos artísticos propios de Cartagena y el entretenimiento.

El Teatro Heredia Adolfo Mejía es el principal y más importante local teatral de la ciudad, construido en 1911 para conmemorar el centenario de la independencia de Cartagena. En la cúpula central se halla un hermoso fresco de las 9 musas griegas, fuente de inspiración del ya fallecido artista cartagenero Enrique Grau.

Eventos como el Festival Internacional de música y el encuentro literario Hay Festival son solo dos ejemplos de lo que el Teatro Heredia lleva en su historia, congregando a propios y extraños disfrutar de un espacio de entretenimiento y enriquecimiento cultural.

6.4 Movilidad

Cartagena de Indias cuenta con una malla vial atropellada e irregular, debido a su morfología natural compuesta por cuerpos de agua (lagos, bahías, ciénagas, mar) y a la falta de planeación en infraestructura acorde con la urbanización de la ciudad[[11]](#footnote-12). En adición, se cuenta la mala estructura del parque automotor en cuanto a ineficacia y número insuficiente de rutas que cubran los principales ejes de movilización de los usuarios y usuarias, sin discriminación de las vías periféricas a la avenida Pedro de Heredia.

El proyecto “Cartagena Como Vamos” viene realizando desde el segundo semestre de 2005 un monitoreo de los tiempos y las velocidades promedio del desplazamiento de los pasajeros del transporte público colectivo en la ciudad, para identificar las características de la calidad del servicio y la frecuencia de pare para recoger o dejar pasajeros[[12]](#footnote-13).

Los resultados arrojados por este estudio no son muy alentadores: en promedio a un pasajero le toma una hora desplazarse en bus, buseta o ejecutivo desde el Centro de la ciudad hasta la periferia o viceversa.

La velocidad promedio con la que se desplaza un vehículo de trasporte público colectivo es de 16 Km./H, siendo el parámetro entre 25 y 30 Km./H, lo que indica que los chóferes tienen momentos en los que están totalmente detenidos en espera de más pasajeros, o simplemente disminuyen la velocidad por haber excedido el tiempo de alguna parte del recorrido antes de llegar a los relojes de control, por lo que luego deben ir con baja velocidad ya que tienen segundos que gastar.

**RELACIÓN TIEMPO-VELOCIDAD DE LAS PRINCIPALES RUTAS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ruta** | **Tiempo promedio(Minutos)** | **Velocidad promedio(Kms / H)** |
| Global 5 rutas | 59 | 16 |
| Ternera – Centro – Laguito (TCL) | 69 | 16 |
| Socorro – Bosque - Manga – Bgrande (SBM) | 70 | 17 |
| Bosque (B) | 53 | 16 |
| Socorro – Jardines (SJ) | 53 | 14 |
| Ternera – Avenida (TA) | 49 | 15 |

*Datos extraídos del proyecto “Cartagena Como Vamos” año 2008*

En Cartagena, algo que agrava aún más la situación de movilidad es que no existen realmente paraderos estructurados para el transporte público lo que provoca desórdenes por parte de los usuarios que pretenden abordar el vehículo en cualquier punto de la vía y por los prestadores del servicio que no hacen nada para manejar ésta situación y ayudar a educarlos.

Como primera medida, debemos abordar cuales son los conceptos que entran en juego en la investigación para entender y llegar al punto crítico de inicio de las fallas que hacen atractivo el fenómeno, la primera de todas saliendo de la mala comunicación.

7. HIPÓTESIS DE INVESTIGACION

No existen registrados bajo ninguna entidad derechos de usuarios y usuarias del servicio de transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena. El Congreso de Colombia no ha decretado nada similar a estos derechos.

8. MARCO TEORICO

9. LA Comunicación

En términos técnicos y de manera extendida, comunicación se refiere al hecho de que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto B a través de un medio. La comunicación implica entonces transmisión de información la cual supone un proceso que contiene varios elementos tales como el código, que no es más que un sistema de signos dominados por unas reglas para combinarlos y organizarlos.

Otro elemento que hace posible la transmisión de la información es el Canal, que es el medio físico a través del cual se efectúa la comunicación. Para citar un ejemplo tenemos, El *aire* en el caso de la voz y las ondas; *Herzianas* en el caso de la televisión[[13]](#footnote-14).

Un factor determinante en este proceso es el Emisor, quien se encarga de transmitir el mensaje, eligiendo y seleccionando los signos que más le convengan, como por ejemplo, en que idioma decirlo.

En este orden de ideas, el receptor es la persona a la cual va dirigida la comunicación, a quien le va a llegar el mensaje. Si el emisor codifica el mensaje, el receptor decodifica o descifra los signos elegidos por el primero para armar el mensaje, es decir, interpreta.

En un sentido práctico, en cada momento nos estamos comunicando. En el tema que se está tratando, es pertinente decir que se están comunicando mensajes de todo tipo, entre pasajeros y choferes, cambiando los roles de emisor y receptor, permitiendo así un flujo de información cargada muchas veces de códigos diferentes (el usuario o usuaria no maneja los mismos símbolos que el chofer) por lo que no se llega a un entendimiento de las partes.

Las entidades competentes en materia de transporte, no están siendo muy comunicativas. Su papel de emisor se pone en duda, y el rol de receptor es aún peor, cuando no hay disposición para atender a los pasajeros, toda vez que lo requieran.

Así las cosas, hace falta un arbitro que regule la comunicación entre las personas mencionadas anteriormente, y, haciendo uso de sus facultades, puede lograr algo que se conoce como mediación, una tarea nada fácil de realizar.

9.1 Mediación

La mediación social de los medios en la producción, transmisión y utilización de la cultura o de sus modelos, es incuestionable. A fin de cuentas, éstos persiguen influir en la conciencia de la gente ejerciendo el control social mediante el uso de múltiples recursos, como la transculturización por ejemplo.

Se pueden diferenciar dos modalidades de mediación: la mediación cognitiva y la mediación estructural[[14]](#footnote-15).

La primera opera con modelos de representación del mundo, todas las formas ideológicas, teorías, doctrinas, etc., generadoras de mitos -o metarrelatos como diría Lyotard-, cuya función social es hacer creer que así es el mundo y otra explicación no es valedera. En la práctica, en algún momento se dogmatiza el conocimiento con todas sus consecuencias. En el caso que compete con el tema de la presente investigación, la mediación cumpliría su meta si se lograra persuadir a todos los entes involucrados en el estudio sobre la necesidad de unos derechos de usuario y usuaria del servicio público de transporte en la ciudad de Cartagena, para generar una cultura ciudadana.

La segunda, opera con modelos de producción de la comunicación y genera rituales, esos hábitos y lugares comunes que hacen prever lo que acontecerá, por la lógica de la asociación de sucesos. Aplicándola a la investigación, Es claro que los hábitos ya están creados, pero no corresponden precisamente al ideal de servicio de transporte.

La función de la mediación cognitiva y de la estructural es la de seleccionar qué se difunde, constituyéndose en filtros a través de las agencias de noticias, los consejos de redacción, los editores y la censura.

Como parte de los sistemas ideológicos de control que funcionan en todo tipo de sociedad, los *mass media* no son neutrales como muchas veces se trata de persuadir. Los medios de comunicación masiva no solo informan, educan, orientan y toda esa trillada caracterización de sus teóricos cuando definen el papel social que juegan[[15]](#footnote-16). Por su incidencia en la conciencia de las personas tienden a formar valores, esas representaciones normativas en la moral, la política, las instituciones, etc., que diseñan actitudes y guían el comportamiento de los seres humanos en su actividad social.

La propuesta de este trabajo en sí es una herramienta de mediación para generar un cambio social que a su vez, permita mover las bases de una mala cultura ya enraizada gracias a la negligencia o falta de gestión de las entidades a las que les corresponde vigilar el sistema de transporte y todo lo involucrado con éste.

Para la transmisión de esta herramienta, se debe recurrir al medio de comunicación que por unicidad, características y puntos favorables sea pertinente para la investigación.

9.2 Medios de comunicación

En un concepto bastante básico, los medios de comunicación son los instrumentos con los cuales se hace posible el proceso comunicacional o comunicación propiamente dicha. Es muy común utilizar el término refiriéndose a los medios de comunicación masivos o *mass media,* sin embargo no hay que olvidar que el teléfono es un medio de comunicación también, no masivo, sino interpersonal.

Al alba del siglo XXI, los medios de comunicación se hallan en constante evolución. Los signos y las señales con las que muy probablemente se comunicaban los humanos en la prehistoria quedaron atrás. Con el nacimiento de la escritura, se marcó el inicio de la historia; muchos cambios sociales y económicos se gestaron y fueron impulsando poco a poco el desarrollo de los medios de comunicación, tales como aquellos vinculados a la imprenta, hasta los medios audiovisuales que fueron posibles por el surgimiento de la era de la electricidad durante la primera mitad del siglo XX.

Con la revolución industrial, la era de las telecomunicaciones y de la informática en la segunda mitad del siglo XX, la evolución de los medios iba a pasos agigantados, cosa que empezó a facilitar y amoldar la situación y al mundo entero para la conocida era de la globalización.

Hoy día, los medios de comunicación gozan de muchos privilegios y de ser apetecidos por muchos, toda vez que han llegado a ser de gran importancia para la evolución en si del mundo, que los han llamado como “el cuarto poder”

9.2.1 Funciones de los medios de comunicación

Harold Laswell, uno de los teóricos más conocidos de la comunicación, propone ciertas funciones de los medios en cuanto al efecto que produce la transmisión del mensaje en sí:

* Vigilancia del medio. Es la más obvia de todas y se refiere a servicio periodístico de los medios, que consiste en recoger y diseminar información tanto de adentro como de afuera de cualquier sociedad en particular. Los medios de comunicación detectan peligros y formulan advertencias, facilitan la vigilancia doméstica suministrando información útil y sencilla que ayuda a resolver problemas de la vida diaria.

Contribuyen a la creación de una sociedad democrática informando al ciudadano sobre asuntos políticos y gubernamentales. Un ejemplo de esto es la propuesta del “buen ciudadano”, algo bastante aproximado a lo que se quiere lograr con este estudio.

* Correlación de las partes. Los medios ofrecen explicaciones e interpretaciones de los hechos noticiosos, del entorno, con el fin de ayudar a comprenderlos, es decir, brindan sugerencias de cómo reaccionar a los acontecimientos. La correlación o interpretación va más allá intentando favorecer el conocimiento, a diferencia de la notica escueta que solo proporciona información. Esta función la llevan a cabo los editoriales y columnistas de los periódicos, o los comentaristas de radio y televisión a través de reportajes.

Igualmente se realiza mediante el contacto telefónico de programas de radio y las cartas de los lectores que aportan espacios para que se expongan distintos puntos de vista. Con este estudio se pretende reeducar a las personas, tanto los afectados como quienes afectan, en la forma correcta de ser ciudadanos, convirtiéndolos a su vez en vigías de la ciudad.

* Transmisión de la herencia social. Es básicamente de carácter educativo significa el paso de la herencia social y cultural (usos, costumbres, creencias) de una generación a la otra; son las actividades para comunicar el acopio de las normas y valores sociales. Los medios transmiten información sobre la sociedad misma suministrando directrices culturales.

Junto a los padres, la escuela y la iglesia, los medios de comunicación sirven para aprender. La propuesta o estrategias que nacen de esta investigación son transmisoras de valores, que no son más que factores que marcan el comportamiento de la sociedad. Pretende dirigir la conducta de los conductores y sus jefes como iniciativa en la resolución de la problemática planteada, es un paso o aporte para la obtención de los objetivos.

9.2.2. Tipos de medios de comunicación

Según su estructura física, los medios se puede dividir en:

* Medios audiovisuales: los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento.

En cuanto a la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativa que se emiten a través de los medios audiovisuales.

* Medios radiofónicos: la radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir.

También vale decir que, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo. Además, a diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Así mismo, es un medio que, a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos.

* Medios impresos: Éstos son las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, cosa que desafortunadamente en Colombia no todo el mundo tiene.

Igualmente, requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por considerarlas más fieles y transparentes, ya que a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su acomodo.

El efecto de los medios impresos es más duradero, porque se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.

* Medios digitales: también llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador.

Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha.

Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Según su carácter[[16]](#footnote-17), los medios de comunicación se dividen en:

* Informativos: su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos.

Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales. Podría ser un medio informativo una buena alternativa para la difusión de los derechos del usuario y usuaria del servicio público de transporte.

* De entretenimiento: hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir, distensionar o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes.

El uso del entretenimiento en la transmisión de una información tan vital como son los derechos del usuario y usuaria, la hace más digerible y mejor aceptada por la sociedad

* De análisis: son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia.

 El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece.

Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar.

Así las cosas, al usuario y usuaria del servicio de transporte público en Cartagena se le debe explicar con lujo de detalle qué es lo que está pasando con sus derechos y cuáles son las propuestas tentativas para recuperar de ellos la credibilidad en la administración, entre principal de donde se supone deben salir las políticas para mejorar la calidad de la prestación del servicio.

* Especializados: dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales.

9.3 El papel del periodista

Partamos desde el concepto mismo del periodismo, que no es más que una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. En otras palabras, es el oficio o profesión que tiene como fin buscar noticias o información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que pasa a su alrededor[[17]](#footnote-18). Para obtener esa información, el periodista debe recurrir a fuentes verificables y verdaderas, las cuales categorizará en fuentes primarias y fuentes secundarias, de acuerdo al grado de pertinencia de la información.

El periodista tiene entonces la tarea de convertir en comunicable aquella información que recoge, y presentarla ya sea como una noticia, un reportaje o una crónica. Se puede valer de diversos medios para la divulgación de la misma, como son la prensa escrita, la radio, la televisión o las nuevas tecnologías como el Internet, los videodiscos digitales y los computadores portátiles.

El periodista debe guiarse de varios principios que orienten por un buen camino su ejercicio, tales como la verdad, el rigor en la búsqueda de la información fidedigna y verificable. En palabras del periodista colombiano Juan Carlos Gossain, “El buen periodista es el que sabe echar bien el cuento”.

En estos últimos tiempos, el papel del periodista se ha visto no solamente favorecido para su facilidad sino también mermado por la revolución en la era digital, que permite que a través de herramientas como los blogs o Weblogs, los usuarios de Internet que nada tienen en formación periodística, tomen el papel de reporteros y suban al ciberespacio redacciones de interés público[[18]](#footnote-19). Sin embargo, no se puede dejar de lado la formación profesional que respalda la calidad del periodista, con lo cual se garantiza la supervivencia del ejercicio periodístico institucional.

9.4 La aguja hipodérmica

Laswell considera la comunicación masiva sumamente poderosa. Es capaz de alcanzar directamente la opinión pública y lograr que las masas adapten cualquier punto de vista que el comunicador proponga. Da por sentado que ciertos estímulos hábilmente elaborados llegaban a través de los medios a todos los miembros individuales de la sociedad de masas (se inspira en el conductismo) y que cada uno de ellos los percibe del mismo modo provocando por lo tanto en todos una respuesta más uniforme (persuasión).

En otras palabras, Esta teoría esta basada en el efecto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública, elaborada en una serie de estudios que no son empíricos ni teóricos. Se realizó a finales de los años 20 en el marco de la primera guerra mundial para conseguir que la gente participara de la misma. Estos estudios formaron parte de la primera ola de análisis sobre la comunicación relacionados con los simultáneos desarrollos sociológicos y psicológicos sobre el concepto de masa.

Como se puede ver, esta teoría es un instrumento de fácil aplicación para un comunicador social, toda vez que ya el público está acostumbrado a creer en lo que se le diga, los medios son vigías de la verdad para ellos.

En el contexto de esta investigación, resulta ser la herramienta casi perfecta para lograr el cometido inicial: hacer valer los derechos de usuarios y usuarias. Con el correcto mensaje, las tácticas precisas y el canal adecuado, se puede conseguir el objetivo presentado. Además, resulta poderoso por la alta dosis de persuasión que se le debe imprimir al mensaje.

9.4.1 Características de la teoría hipodérmica

Los procesos irracionales que explica el paradigma neurobiológico, las características de una sociedad de masas, marcadas por el aislamiento y la enajenación, y el desarrollo espectacular de los medios de comunicación hacen que la teoría hipodérmica sea perfectamente razonable en este contexto.

Con ello se ve que la manipulación es posible. El mensaje se vehiculará por los medios de comunicación de masas. Es posible crear un estímulo, un mensaje tan fuerte que se “inyecte” (de ahí el nombre de hipodérmica), que sea posible dar en el blanco. Entre el emisor y el receptor, entre el estímulo y la respuesta, no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos, hay una relación directa de causa-efecto, algo mecánico, un vacío.

De modo que la manipulación es posible porque frente a un poder enorme de medios de comunicación de masas no hay ningún elemento de resistencia. Al instante mismo de presentar una campaña para derrotar los silencios que hacen crecer la problemática con respecto al mal servicio del transporte de la ciudad, se generará una reacción que movilizara sin pensarlo al cambio, que es precisamente lo que busca la aguja hipodérmica[[19]](#footnote-20).

9.4.2. ¿Cómo funciona la teoría hipodérmica?

En la sociedad de masas el individuo se queda impotente para elaborar de forma específica los mensajes que llegan de los medios de comunicación de masas, por eso es posible hablar del modelo conductista de Estímulo-Respuesta.

Los medios de comunicación son los emisores de un mensaje que se hace llegar a los individuos de una sociedad. Los mensajes pasan por debajo de la piel sin ningún problema: el mensaje como estímulo que provoca una reacción. Como emisores del mensaje, o de los mensajes, los medios de comunicación o los gobiernos (instituciones públicas o privadas), quienes articulan esos mensajes, quieren provocar ciertas reacciones.

La masa está constituida por individuos juntos que están separados y que no tienen capacidad de captar los mensajes que proceden del emisor de forma invisible. El conductismo habla de reacciones iguales de los individuos ante estímulos determinados: Emisor-mensaje-Receptor. Las implicaciones de este modelo son:

* El aislamiento, la individualidad, la falta de interacción, la pasividad.
* La unidireccionalidad.
* La asimetría de los roles: la acción es del emisor que envía el mensaje (produce el estímulo); la pasividad está en el receptor porque sólo lo reciben y reaccionan de forma uniforme.
* La comunicación es un proceso intencional, que busca un efecto concreto y que es medible porque da lugar a una conducta visible, relacionada con el objetivo del emisor.

La conclusión que se puede sacar de ello es que la iniciativa está exclusivamente del lado del emisor y los efectos sólo del lado del receptor. El comunicador social puede lograr entonces que su iniciativa por promover los derechos de los usuarios y usuarias del transporte público de Cartagena, se manifiesten con el respaldo de la Constitución Política para hacer respetar sus condiciones.

La formulación que Laswell plantea para analizar la comunicación de masas es: *quién* (emisor) *dice qué* (mensaje), *a quién* (receptor), *con qué medio* y *con qué efecto*. Estas preguntas son suficientes y cruciales. Para la teoría hipodérmica la cuestión fundamental es el *análisis de los mensajes*.

9.5 El paradigma de Laswell

Laswell es uno de los autores considerados padres de la comunicación, o mejor dicho padre de los inicios de los medios de comunicación. Se dedicó a analizar las técnicas de propaganda de la guerra mundial, también analizó el fenómeno del liderazgo político.

La vinculación entre ambos estudios es muy clara, por una parte la propaganda, y por otra la utilización de esta para alcanzar un liderazgo político.

Laswell dice; ¿Quién dice que, en que canal, a quien y con que efecto? Estas preguntas le sirven para delimitar el campo de estudio.

¿Quién? Análisis control

¿Qué? Análisis contenido

¿Canal? Análisis medios

¿Quién? Análisis audiencia

¿Efectos? Análisis efectos

El emisor nace deseando controlar los medios, en consecuencia la audiencia y por consiguiente los efectos. En el caso de esta investigación sobre los derechos del usuario y usuaria del servicio de transporte público, es el investigador quien desea controlar los efectos del mensaje que quiere transmitir con este estudio. Laswell intenta delimitar el objeto de estudio dentro del ámbito de la comunicación de masas.

Cuando nos enfrentamos al estudio de la comunicación de masas necesitamos conocer el contenido de aquello que deseamos analizar (en este caso, el investigador de este proyecto necesita conocer que es lo que quiere codificar para que los receptores, sean estos usuarios y usuarias, prestadores del servicio y autoridades, puedan decodificarlo).

Este estudio genera otro estudio de los medios. El análisis de los medios.

El receptor es por sí mismo otro objeto de estudio y de análisis[[20]](#footnote-21). Para la muestra, la población seleccionada de éste trabajo es la principal portadora de información para direccionar la ejecución del proyecto, donde ellos mismos son a la vez instrumentos de aplicación.

Finalmente el estudio de los efectos es necesario para comprender los objetivos de la teoría de la comunicación. La desventaja de Laswell es que no interrelaciona los diversos factores de la comunicación. Cada una de las preguntas puede llevar estudios independientes.

Los principios teóricos en los que se basa el paradigma de Laswell[[21]](#footnote-22) son:

* Un quien que es un sujeto que genera un estímulo.
* Es estímulo se convierte en un contenido.
* Para ello se habilitan unos canales que facilitan la llegada del estímulo a la sociedad en su conjunto.
* El objeto es pasivo, sobre el se experimenta.
* El sujeto es activo ya que manda un mensaje al receptor, sobre el cual se experimentan los estudios.
* No se explican las relaciones entre los campos de análisis sino que se delimitan

9.6 Teoría de Shannon y Weaver

La teoría de la información, formulada a finales de los 40 por el ingeniero Claude E. Shannon, en su intención original es de un alcance muy acotado debido a que se refiere solo a las condiciones técnicas de la transmisión de mensajes, pero eso no impidió que lograra una amplia repercusión y terminara elevada a la calidad paradigma. Su primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de octubre de 1948, perteneciente a la Bell Telephone Laboratories, organización a la que Shannon se encontraba procesionalmente ligado.

Poco después, el sociólogo Warren Weaver redactó un ensayo destinado a enfatizar las bondades de esta propuesta, que fue publicado junto al texto anterior en julio de 1949. El trabajo de Shannon se titula The Mathematical Theory of Comunication. En conjunto dieron lugar a un pequeño libro que tomó el título del primero de ellos. De este modo, la unión de dos disciplinas diferentes produjo una obra de referencia duradera en el campo de la comunicación. Lo habitual es que se aluda a estas concepciones como el modelo de Shannon y Weaver o como la teoría de la información[[22]](#footnote-23).

El especialista norteamericano Bemal Berlson en una revisión sobre el estado de la investigación, ubica tempranamente esta teoría dentro de un grupo de “aproximaciones menores”, para diferenciarlos de las grandes líneas que han determinado la orientación de los estudios. Este calificativo implica poner de manifiesto su influencia sobre la evolución posterior de la investigación comunicacional.

La teoría de la información es la madre de la cibernética. Shannon y Weaver estudian el cable telefónico y las ondas radiales como canales. Enfrentan el problema de cómo enviar la máxima información por determinado canal y cómo medir esa capacidad de carga. Presentan entonces un modelo de comunicación lineal:

 Canal

Fuente de información-transmisión. Señal - señal receptor-destino[[23]](#footnote-24).

La fuente es el origen de las decisiones. Decide que mensaje envía. Esta idea conduce a la economía del lenguaje: si lo puedes quitar y no pierde sentido, sobra.

En el sentido práctico de la aplicación de la teoría de la información a este trabajo investigativo, se busca enviar no solamente la máxima información sino alcanzar el mayor número de personas, por lo que la selección del canal y la señal deben ser bastante precisas para lograr el cometido.

10. Ciudadanía

Un ciudadano es un miembro de una comunidad política. La condición de miembro de dicha comunidad se conoce como ciudadanía, y conlleva una serie de deberes y unos derechos, en donde entran los derechos de usuario y usuaria del servicio público de transporte de Cartagena.

Otra definición acertada de la ciudadanía es “El derecho y la disposición de participar en una comunidad, a través de la acción autorregulada, inclusiva, pacífica y responsable, con el objetivo de optimizar el bienestar público”[[24]](#footnote-25) por lo que cualquier ciudadano puede intervenir de manera positiva en la creación de propuestas para el mejoramiento de su cotidianidad, y en este caso eso se reduce al planteamiento de estrategias para mejorar la prestación del servicio de transporte.

Entre los más importantes derechos que tiene una persona bajo la condición de ciudadano, destacan por su relevancia los de participación en los beneficios de la vida en común. Además de la imprescindible participación política mediante el derecho al voto, que es la seña de identidad de las democracias representativas predominantes en el mundo.

Entre los deberes, destacan la obligación de respetar los derechos de los demás, de contribuir al bien común, respetar los valores predominantes – que incluyen el sentido de justicia y de equidad -, y otros que contribuyen a afirmar la disposición social y la paz. En tal sentido, tanto más democrática es una sociedad cuanto más influyente, es decir, cuanto más ciudadanos plenos la conforman.

10.1 Derechos fundamentales

Como en la presente investigación se está hablando de los derechos del usuario y usuaria del servicio público de transporte en la ciudad de Cartagena, es vital aclarar entonces el concepto de derechos fundamentales, de los que surgen los primeros.

Los derechos fundamentales son aquellos inherentes al ser humano, pertenecen a toda persona en razón a su dignidad humana.

La Corte Constitucional, órgano que tiene a su cargo hacer efectiva la primacía de la Constitución, determinó unos criterios y requisitos de distinción que permiten identificar un derecho de naturaleza fundamental.

1. Los señalados expresamente en la Constitución en el Título II, Capítulo primero.
2. Los derechos no fundamentales pero que adquieren ese categoría por conexidad.
3. Los consagrados en los tratados y convenios internacionales ratificados por el estado.
4. Los que tengan un carácter inherente a la persona humana, no están señalados en la Constitución Política

10.2 Convivencia ciudadana

No se puede hablar de derechos, sin dejar por fuera un término tan importante ligado a ellos como es la convivencia ciudadana. Convivir significa compartir vivencias juntas, es por lo tanto encontrarse y conversar, “dar vueltas juntos”. Si conversamos en la escuela, estamos construyendo la convivencia escolar; si lo hacemos en la sociedad, en la ciudad, estamos construyendo la ciudadanía, la convivencia democrática.

Etimológicamente hablando, convivencia proviene de *conviviere,* que significa *vivir en compañía de otros, cohabitar.* El concepto de convivencia da cuenta de un fenómeno propio aunque no exclusivo de lo humano, el cual es convivir, el vivir con. La existencia humana se lleva a cabo inevitablemente en un contexto de convivencia.

La convivencia pacífica es una especie de orden en la sociedad, así como el orden público, sólo que éste es un orden macro y la convivencia es un orden micro dentro de una sociedad determinada. La diferencia es de grados, sin que exista entre estos conceptos diferencias cualitativas sino cuantitativas. El orden público, como orden mayor en una sociedad, tiene que ver con los problemas del Estado y de la sociedad civil, e igualmente con los instrumentos legales para restablecerlos cuando exista grave perturbación de dicho orden. En cambio, la convivencia como orden menor en la sociedad, tiene que ver con problemas internos de la comunidad, que no trascienden al conflicto de orden público.

La convivencia sin embargo, se ve interrumpida constantemente de diversas formas. Por ejemplo, en los diversos medios de transporte de la ciudad se crean pugnas entre pasajeros y conductores por la mala prestación del servicio, traducido esto en la demora en el viaje, mal comportamiento del prestador y el pésimo estado de los vehículos que ponen en riesgo no solo la salud de quienes van en el, pero principalmente la convivencia, esa que permite que haya orden y armonía entre unos y otros.

La Constitución colombiana habla simplemente de convivencia en el preámbulo, de convivencia pacífica en el artículo 2 y de convivencia ciudadana en el artículo 213, y vuelve a hablar de convivencia pacífica en el artículo 218, lo que significa que la convivencia es un fin esencial que hace parte de los principios y valores constitucionales. No podría funcionar normalmente un Estado si el mismo no persigue la convivencia entre sus asociados. Sería el caos y el reino del desorden, que haría al traste con el mismo Estado.

 10.3 Estado del bienestar

Se dice que existe un Estado de Bienestar o Estado providencia[[25]](#footnote-26) cuando el Estado asegura la protección social, entendida ésta mediante derechos tales como la sanidad, la vivienda, la educación, los servicios sociales, las pensiones de jubilación o la protección del empleo o del empleado.

Por lo visto, en Cartagena no existe un Estado de Bienestar como tal, partiendo de los supuestos contemplados en la presente investigación, relacionados con las quejas y reclamos que los usuarios y usuarias del transporte público hacen en su debido momento por la vulneración de sus derechos. Si hay inconformismo, no hay bienestar, y si no hay bienestar, la búsqueda del mismo es inminente.

El concepto Estado de bienestar se utiliza para denominar – en ciencias políticas, etc., - una aproximación o propuesta política o modelo general del Estado u organización social, usualmente entendida como una según la cual el Estado provee ciertos servicios o garantías sociales a la totalidad de los habitantes de un país. Mas que un concepto específico, se considera que el término es una categoría práctica para designar ya sea un conjunto de propuestas o una propuesta general acerca de cómo el estado debe o puede proceder (Esta investigación brinda propuestas generadas a partir del mismo sentir de la comunidad, que contribuyen a guiar el proceder del Estado para generar bienestar).

Existen tres interpretaciones principales sobre la idea de Estado de bienestar[[26]](#footnote-27):

* Estado del bienestar como concepto general, de acuerdo al cual los miembros de una sociedad tienen la expectativa legitima de que la
* sociedad, el gobierno o el Estado los apoye ya sea en general o en momentos de necesidad y/o la expectativa real que ellos se beneficiaran de los esfuerzos comunes y del progreso social. En esta visión general, tal expectativa es considerada ya sea un derecho de los ciudadanos o una obligación social.
* Estado del bienestar como el sistema en el cual el Estado como tal asume la responsabilidad por el bienestar de los ciudadanos. Ciertos ejemplos de este modelo de estado bienestar se basan en una “red o sistema de seguridad", con provisiones claramente delimitadas.
* Estado del bienestar puede identificarse con sistemas generales de bienestar social. En muchos "estados del bienestar", el bienestar no se proporciona actual o exclusivamente por el Estado, sino por una combinación de servicios independientes, voluntarios, mutualistas y gubernamentales. En algunos casos de este tipo, el estado o gobierno actúa como coordinador de las provisiones y al mismo tiempo como proveedor de último recurso. En otros, el estado puede delegar la provisión de servicios a caridades, organizaciones sociales o privadas (apoyándolas financieramente) En este ultimo caso algunos autores utilizan el termino “sociedad del bienestar”.

10.4 Identidad

Dentro de un estado interactúan unos individuos, quienes desarrollan un sentido de pertenencia por el lugar donde viven. Ese afecto es un factor determinante en la formación de la identidad.

El concepto de identidad apunta no solo a donde voy, qué soy, pero también a qué quiero ser.

La identidad depende del autoconocimiento: ¿Quién soy, qué soy, de dónde vengo?;de la autoestima: ¿Me quiero mucho, poquito o nada?; y de la autoeficacia: ¿Sé gestionar hacia dónde voy, quiero ser y evaluar como van los resultados?

La identidad nos hace querer el sitio donde estamos y procurar sentirnos identificados con él. La falta de identidad nos hace ser conformistas con los problemas que afectan a la ciudad, haciéndonos parecer antipáticos a la vulneración de los derechos de usuario y usuaria del transporte público. La identidad bien arraigada mueve al cambio y mueve las esferas de la sociedad donde la problemática está más concentrada.

Existen varias teorías para explicar desde diversas facetas el concepto[[27]](#footnote-28) de identidad:

El autorretrato de la identidad.El ojo interno de la mente crea la identidad con la información que proviene de la experiencia en un proceso que dura toda la vida. Al responder a la sugerencia Socrática: Conócete a ti mismo y conocerás el Universo, la mente refuerza la identidad interconectando experiencia, vocación y filosofía de vida.

Efecto Pigmaleón.Pigmalión fue un rey que se enamoró de la estatua que había realizado. Logró que una diosa le diera vida y se casó con ella. Tuvieron un hijo pero ella tenía un corazón frío (de piedra) y una mente vacía, por lo que se separan. La moraleja es que la expectativa tiene más poder sobre la identidad que el pasado: si el deseo es grande el obstáculo se vuelve pequeño. Pero la profecía que se cumple requiere una autoestima alta.

Pérdida de identidad.Si no se resuelve bien la crisis de identidad se puede aceptar una identidad creada por los padres, los amigos, o la autoridad. La falsa identidad pone en contradicción actos, pensamientos y emociones, elimina la pasión y rebaja la autoestima. Es ahí donde los silencios entran en acción y no dejan que la persona defienda sus derechos en los medios de transporte, como es el caso que se vive diariamente en la ciudad de Cartagena.

Crear la identidad. Para afirmar la identidad la educación debe sacar de adentro el potencial que traemos al nacer. El cerebro es una página en blanco a completar con el saber y la experiencia, que construye su realidad con las limitaciones de su sistema perceptivo.

Solipsismo.Es la creencia que sólo uno existe y lo que experimenta es parte de su mente. Como el solipsista confiamos demasiado en la percepción y nos equivocamos. Por el absurdo se puede demostrar la falacia del solipsismo: cualquiera podría pensar que es el ombligo del mundo. Hay otro punto de referencia que es la identidad. La primera noción de identidad es temporal. Descubrimos que pese a los años somos los mismos. Iguales, pero distintos a los demás. Esta comparación refleja la noción de identidad en el eje espacial.

"Conócete a ti mismo".La libertad es la capacidad de seleccionar actos conscientes. Pero si mi racionalidad es limitada, cualquier observador puede ver otra realidad. Al elegir la identidad sobre la diferencia, admitimos el pluralismo y el principio de relatividad.

Logro de Identidad. Construir identidad consume energías hasta que al final se convierten en el logro. Caer en la falsa identidad es fácil: asumir como propios planes ajenos, eludir el compromiso, como una hoja arrastrada por el viento o cambiar de colores según la ocasión, como el camaleón, diferir la resolución de la crisis produce parálisis por exceso de análisis.

 10.5 Opinión pública

La opinión públi­ca consiste en las opiniones sostenidas por un público en cierto momento. Sin embargo, si examinamos las distintas discusiones sobre este problema, hallamos dos tipos de enfoques. Uno considera a la opinión pública como algo estático, como un compuesto de creencias y puntos de vista, un corte transversal de las opiniones de un público, las cuales, por otra parte, no necesariamente concuerdan entre sí en forma com­pleta, por ejemplo, el público formado por los pasajeros del transporte público, entre los que se cuentan quienes están de acuerdo con la calidad del servicio y quienes no.

El otro enfoque toma en cuenta el proceso de formación de la opinión pública; su interés se con­centra en el crecimiento interactivo de la opinión, entre los miembros de un público, verbi gracia, cuando a bordo de una buseta el sentimiento de incomodidad es general por las malas condiciones del automotor o por el comportamiento del conductor. Era éste el modo en que C. H. Cooley entendía el problema cuando escribía: "La opinión pública... debe ser conside­rada como un proceso orgánico, y no meramente como un estado de acuerdo acerca de alguna cuestión actual".

El hecho de que la opinión pública no implique necesariamente un acuerdo completo, permite distinguirla de las costumbres. La opinión pública[[28]](#footnote-29) aparece cuando las costumbres y los sentimientos que las sus­tentan son puestos en cuestión, o cuando surge algún conflicto acerca de un valor. Las costumbres y otros códigos aceptados -leyes y reglas- sólo operan con éxito cuando son sustentados por el sentimiento pú­blico o lo que E. A. Ross ha llamado la opinión pre­ponderante. La monogamia, por ejemplo, se encuentra bien establecida en nuestras leyes y nuestro código moral y por lo tanto no es un tema de discusión ni opinión pública. Pero la prohibición legal del tráfico de licores, la necesidad de seguridad social, y la gue­rra y la paz, son problemas actuales que caen dentro del campo de la opinión pública.

10.5.1 Teorías acerca de la opinión pública

La descrip­ción y análisis que se hagan de la opinión pública dependerán en parte de las premisas básicas de que se parta en cuanto a la naturaleza de la interacción y del pensamiento humano. Una importante tesis sobre la opinión pública deriva de la creencia en que el hombre es racional y objetivo. Esta escuela dice que la opinión pública es un juicio de grupo más o menos racional, y por lo tanto debe ser cuidadosamente dis­tinguida de las emociones y sentimientos públicos. Supone además que tal juicio racional surge de una consideración fría y desinteresada del asunto. Puntos de vista semejantes eran muy comunes en los siglos dieciocho y diecinueve y se conservan aún poderosos estereotipos en los llamados de algunos políticos y demagogos, que hablan del "infalible sentido común" del hombre de la masa[[29]](#footnote-30).

El juicio de grupo sobre la mala prestación del servicio público de transporte es racional entonces, en la medida en que sea bien fundamentado, no en supuestos o intereses particulares. Inconsciente o conscientemente, hay un acuerdo entre unos desconocidos que van en el mismo bus, o buseta, que son los medios de transporte más utilizados por los cartageneros.

Un punto de vista opuesto sostiene que el hombre es sobre todo irracional y emotivo, y que la opinión pública se forma principalmente en el proceso por el cual los políticos astutos y maquiavélicos engañan a las masas. Esta interpretación descansa sobre la tesis de que la racionalidad está limitada a unos pocos selectos, y lo que en las masas parece pensamiento inteligente es o bien el resultado de la obediencia que prestan al líder, o bien una hábil racionalización que las masas elaboran para engañarse a sí mismas.

Nuestro propio punto de vista acerca del problema cae entre ambos extremos. Tal como por nuestra par­te hemos sostenido invariablemente, el hombre está motivado sobre todo por su propio interés; las raíces de este interés descansan en las necesidades biológicas y el condicionamiento sociocultural temprano. Esto no significa negar que los motivos racionales y el pen­samiento objetivo intervengan en la determinación tanto de los medios como de los fines.

Si bien la opi­nión brota y se desenvuelve a partir de cuestiones determinadas en su mayor parte por necesidades pro­fundas que envuelven emociones y sentimientos, la divergencia de puntos de vista, esencial en la forma­ción de la opinión y el logro del consenso, depende de consideraciones tanto lógicas como ilógicas. Y aun­que hoy en día es difícil obtener datos y conocimien­tos verificables, y el hombre corriente depende del testimonio de los expertos más que en los días de la vida de las pequeñas poblaciones rurales y 1as comunidades aldeanas, el proceso de formación de la opi­nión no consiste sólo en una lucha entre grupos de estereotipos, mitos y leyendas.

 Las opiniones basadas en los hechos y la lógica se incorporan al sistema más amplio de valores constituido por los deseos, creencias y significaciones de naturaleza emocional.

La discusión pública comienza a menudo por la conversación y la murmuración. Es luego tomada por los órganos de comunicación como la prensa, la radio y el cine. Es impulsada por la expresión de las dife­rencias entre los grupos interesados. Al público general con frecuencia se lo lleva de un lado al otro, como resultado de los esfuerzos de las camarillas con intereses especiales, que procuran obtener su adhe­sión. La opinión pública está formada, pues, por acti­tudes verbalizadas, ideas y convicciones, acerca de algún tema discutido, por ejemplo, que la música está muy alta en la buseta y no deja que el conductor escuche cuando alguien pide la parada. Los grupos con intereses espe­ciales se convierten en los centros de la discusión pública, pero en la formulación final de la opinión mayoritaria o el consenso, el papel decisivo es desempeñado por el sentimiento y la opinión del público general.

Sin duda alguna, cuando expresamos nuestras opi­niones sobre cosas de las que no tenemos un conoci­miento personal inmediato, obtenemos de la prensa, la radio y el cine, los materiales sobre los que basa­mos nuestros comentarios. Con todo, estos medios de comunicación no crean por sí mismos, como algunos han afirmado, la opinión pública sino que de nosotros, y en este caso de los usuarios y usuarias del servicio de transporte de Cartagena, nace la opinión pública de la que los medios se alimentan. Ellos pueden hacer brotar nuestros prejuicios y revivir viejos mitos y leyendas, pero a su vez reflejan las creencias que re­sultan de la interacción directa de los individuos; pueden influir en la orientación que adopta la opinión pública, pero ellos también son afectados por las acti­tudes y creencias comunes.

En suma, la opinión pública surge cuando los gru­pos se enfrentan con ciertos problemas, cuando viejos modos de conducta se quiebran (la población estudiantil y trabajadores calificados y no calificados protestando por el pésimo servicio de transporte público en la ciudad). Los viejos modos de conducta no pueden ser modificados con meras consi­deraciones racionales, porque se hallan profundamen­te enraizados en nosotros y representan valores de naturaleza emocional. Por ende, para que la opinión que los usuarias y usuarios tienen del servicio público de transporte cambie, se debe primero acabar con el problema de raíz.

 Es preciso que se desarrollen actitudes y valores emocionales nuevos. Vale decir: la opinión pública es el resultado de factores tanto racionales como irracionales.

11. La palabra

La palabra es la representación gráfica de la palabra hablada, la facultad de hablar, la aptitud oratoria y el derecho o turno para hablar en las asambleas políticas u otras corporaciones (*pido la palabra).* Por otra parte, la palabra es el empeño que hace alguien de su fe y la promesa y oferta (*te doy mi palabra*).

La palabra puede ser estudiada desde diversos enfoques[[30]](#footnote-31). El criterio fonológico define la palabra como el segmento limitado por junturas o pausas que constituyen el núcleo posible de un grupo acentual.

Para el criterio formal o morfológico, en cambio, la palabra es la mínima forma libre caracterizada por la posibilidad de aparecer libremente en cualquier posición en la cadena hablada.

Según el criterio funcional, una palabra es una unidad dotada de una función, aunque existen unidades mayores y menores que la palabra.

Po último, de acuerdo al criterio semántico, la palabra es la asociación de un sentido dado y un conjunto de sonidos dados dentro de una función gramatical.

Las palabras son símbolos. Esto quiere decir que se refieren a las cosas del mundo o objetos ajenos al lenguaje. Constituyen cierto tipo de representación cognitiva con la que se asocian convencionalmente. Tradicionalmente en la relación entre una palabra (forma fonológica) y el mundo exterior es necesario estudiar tres aspectos:

* la *expresión* de la palabra
* el *concepto* con el que se asocia o significado.
* la cosa a la que se refiere o referencia.

La referencia de una palabra puede ser múltiple, debido a que en el mundo existan muchos objetos denotados por la misma palabra al ser todos ellos un tipo de objeto. Sin embargo, el significado de la palabra es único.

El *valor semántico* de una palabra es el conjunto de objetos o situaciones a los que se puede referir, esto es, su *ámbito referencial* (que sería una clase de objetos, mientras que el significado sería la propiedad que comparten esos objetos, la idea o representación mental que se tiene de ellos).

Tradicionalmente, se ha considerado que los significados de las palabras son, normalmente, entidades conceptuales compuestas de otras entidades. Los conceptos en que se pueden despiezar los significados se denominan semas o *componentes semánticos*. Los semas de un significado son las propiedades implicadas o evocadas por ese significado. Así, pues, los significados son unidades complejas. A partir de los semas se ha tratado de definir un tipo de entidad más problemática llamada semema.

El significado de una palabra es el concepto del que es portadora; cuando definimos su significado, precisamos las propiedades de ese concepto. El significado es definido de manera ligeramente diferente dentro de cada teoría semántica. Para algunas teorías sería una especie de abstracción sobre el conjunto de referencias evocadas por la palabra. Otras teorías han tratado de concertar el significado mediante la teoría de prototipos, o mediante aproximaciones de rasgos semánticos o semas.

Los rasgos semánticos típicos de una clase son aquellas propiedades que son frecuentes en los objetos de esa clase y que marcan el mayor contraste con otras clases. Así, pues, el significado de las palabras no es un concepto que se refiera por igual a todos los objetos que se puedan nombrar con esa palabra, sino que caracteriza solo a los ejemplares típicos[[31]](#footnote-32).

La concepción del significado de la palabra como una unidad que comprende tanto el pensamiento generalizado como el intercambio social, es de un valor incalculable para el estudio del pensamiento y el lenguaje, puesto que permite realizar el verdadero análisis causal-genético, el estudio sistemático de las relaciones entre el crecimiento de la capacidad de pensamiento del niño y su desarrollo social. Es por ello que los lingüistas modernos utilizan el fonema, “la más pequeña unidad fonética indivisible que afecta al significado” y es, por tanto, característica del habla humana, distinta de otros sonidos (Vygotsky, 1977; Bruner, 1998).

11.1 Derecho de la palabra

Bajo el amparo de la Constitución Política Nacional se encuentra el derecho a la palabra, tantas veces callado y negado para muchos.

En el Título primero, el artículo 20 dice así:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la

rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

Un poco más abajo, y con un tema que se relaciona directamente con el estudio de esta investigación encontramos el artículo 23 que dice[[32]](#footnote-33): “Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales”.

He aquí la fundamentación necesaria para empezar a hacer vales los derechos de usuario de transporte público de la ciudad de Cartagena haciendo uso de la libre expresión o dicho de otra manera, de la palabra.

12. DISEÑO METODOLÓGICO

Debido a la naturaleza del tema objeto de estudio, a su vinculación directa con el entorno urbano, a la edad que tiene (contemporáneo, muy actual y vigente), y a la imposibilidad del investigador para controlarlo, la metodología cualitativa es la más conveniente a emplear, ya que lo que se busca es responder a un “Por qué” y un “Cómo” que nos arrojará una teoría para resolver a través de una propuesta la formulación del problema.

12.1 Técnicas de investigación

Se consideró pertinente el uso de la técnica de observación para identificar los factores que abordan la problemática expuesta, toda vez que esta herramienta aporta detalles precisos de la realidad. Se observó entonces el comportamiento de los conductores de los vehículos y los usuarios de los mismos, el ritmo natural de un recorrido de una ruta determinada, qué anomalías se presentaron y la reacción por parte de los pasajeros (as) a estas situaciones. Igualmente se observó el estado físico del parque automotor tanto por fuera como por dentro y qué riesgos representa ese estado a encontrar para los usuarios(as).

La observación se llevó a cabo estando a bordo de los vehículos, calculando hora y tiempo de recorrido para determinar a la vez cuando hay mayor flujo de pasajeros (as) lo que representaría una muestra mayor de la población y la puesta a prueba de lo que ya se conoce: la mala prestación del servicio público. El tiempo estimado para esta observación es de una semana, en horas de la mañana y tarde.

Las encuestas de opinión se contemplaron dentro del marco de recolección de datos para lo cual se implementó un método que facilitó la aplicación de las mismas.

 Con estas encuestas se pretende conocer cuáles son las quejas y reclamos más comunes que tienen los usuarios (as) de transporte público colectivo de la ciudad de Cartagena.

12.2 Tipo de investigación

Para la presente investigación se recurre al método de estudio o de análisis de casos para dar una explicación de por qué está ocurriendo el fenómeno objeto de estudio, dándonos a conocer la conducta de los agentes participantes del problema y Cuáles pueden ser los motivos por los que se generan este tipo de comportamientos que en suma endurecen la problemática.

El estudio presenta rasgos descriptivos, lo que permite identificar los factores que influyen directamente en el fenómeno estudiado. A su vez, se puede decir que también se recurre a un estudio exploratorio porque según lo investigado previamente, no hay teorías que soporten este tipo de estudio y antes, no se ha hecho nada al respecto del tema en cuestión, lo que le da un toque de novedoso pero interesante a la vez.

12.3 Selección de la muestra

Para la escogencia de la muestra, se opta por la no probabilística debido a que en un estudio de casos se hace muy difícil obtener una muestra representativa para la investigación, considerando que no es un modelo definido de la población a estudiar. A juicio del investigador, no hay discriminación de raza, sexo, o cualquier otro indicador social, solo la condición de usuarios (as) mueve el eje del muestreo. Como resultado sale una muestra teórica en la que se vió reflejada la teoría resultante de la investigación, la explicación que aclara y da respuesta final.

Para el presente estudio, se concentró la atención en ciertas calles del centro amurallado donde el flujo de personas es bastante alto y se agrupan locales comerciales, desde el punto de inicio de la Calle del Cabo, Calle de la Cruz, de la moneda, San Agustín, de la Soledad, Estrella hasta la Calle la Mantilla. Igualmente en las Calles primera y segunda de Badillo junto a la Calle de las carretas. El trayecto desde la calle del tejadillo, calle de la Universidad, del porvenir, del Colegio y la calle del Candilejo también son puntos de convergencia ciudadana aprovechables para el estudio, sumándole el sector de La Matuna, rico en establecimientos comerciales y por ende, en flujo de personal. Se consideró también el Centro Comercial Getsemaní.

Se estimó que por la falta de personal inmerso en esta investigación, se estableció un acuerdo con los locales comerciales y de trabajo que rodean los sitios mencionados para la realización de las encuestas.

13. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

 13.1 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A través de la encuesta exploratoria que se hizo a un pequeña muestra no representativa pero si teórica de la población objeto de estudio, se pudieron obtener datos relevantes en cuanto a la percepción que éstos tienen con respecto al tema en cuestión. Igualmente, en el momento de aplicación de las encuestas se percibió de forma casi general un sentimiento de expectación y esperanza en cuanto a que la aplicación de la encuesta sirva para mejorar la prestación del servicio público de transporte colectivo de la ciudad de Cartagena.

Como ya se mencionó en el diseño metodológico, la encuesta es discriminatoria en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, ya que lo relevante es el caso estudiado como tal y los factores que hacen de éste el problema de la investigación.

El número de personas encuestadas, para lo que compete el presente estudio de casos fue de 50.

Las preguntas que se efectuaron en la encuesta se presentan por medio de una gráfica que exponga la respuesta obtenida para cada una de las opciones, de manera que esto queda de la siguiente forma:

**GRÁFICA No. 1**

Con un 30 %, la buseta es el medio de transporte más utilizado por los cartageneros para movilizarse, lo cual se vio reflejado durante las etapas de observación ubicándose el investigador en la zona circundante del monumento a la india Catalina. Esto además arroja que es por excelencia el medio de mayor accesibilidad por precio y por oferta. Si comparamos las tarifas de los diversos medios de transporte, la de la buseta aún sigue siendo la más baja, por lo que no sorprende que éste sea el más utilizado.

**GRÁFICA No. 2**

El 39% no está de acuerdo con el valor del pasaje considerando que las alzas son exageradas y no son proporcionales a la calidad del servicio que están recibiendo, como se vio en las sugerencias emitidas por los encuestados. Para el 6% que manifiesta que el valor del pasaje está bien, se debe aclarar que

estos son aquellos que montan en metrocar y taxi colectivo, cuyo servicio de lujo demanda algo más que el servicio básico de una buseta corriente.

**GRÁFICA No. 3**

Un no sorprendente 54% admite que la calidad del servicio de transporte es mala, cuyo respaldo y explicación se encuentran en la siguiente gráfica.

**GRÁFICA No. 4**

Según los encuestados, los principales problemas del servicio de transporte público son el mal trato de los conductores, el tiempo de viaje y los equipos obsoletos, seguidos por la comodidad que en otras palaras, es casi nula, por lo que se pudo observar a bordo de los vehículos, especialmente en horas pico donde se hallan en la buseta, el medio más utilizado, hasta 20 personas de pie, lo que impide el libre paso para abordar o bajar del automotor. El tiempo de viaje es un problema que se genera a partir del mal manejo del mismo por el conductor, cuando por ejemplo disminuyen o aceleran la velocidad para cumplir con el tiempo de recorrido establecido para cada parada en los relojes de control. Esto puede tener su origen en la falta de compromiso y puntualidad a la hora de laborar de los choferes.

**GRÁFICA No. 5**

La policía de tránsito no es percibida como “la autoridad” según lo que se puede apreciar en la gráfica con una votación del 54% para la opción regular. Esto muestra que tal vez esta entidad no se ha dado a mostrar correctamente a la sociedad, para las personas no está muy clara la función que tienen dentro del tejido social y el funcionamiento de la movilidad en las calles. Se evidencia entonces la falta de participación activa de la policía de tránsito en la vida de la ciudad.

**GRÁFICA No. 6**

El 29 % de los encuestados no hacen reclamos por la mala calidad del transporte de Cartagena porque no hay donde exponer estas inquietudes o porque no saben a dónde dirigirse para presentar sus quejas. Sin embargo, con esta pregunta surgió algo curioso: el 21 % que respondió que si presentaban quejas y reclamos, luego en la siguiente pregunta que se graficará a continuación respondieron no conocer la entidad a dónde dirigirse para hacerlo, por lo cual se deduce que o bien lo hacen directamente y de forma verbal a los conductores en el momento mismo de la vulneración o se están acercando al lugar que no corresponde a eso. De esto queda en evidencia la falta de protagonismo que tienen las entidades correspondientes al sistema de transporte en la ciudad. La siguiente gráfica apoya un poco esta observación.

**GRÁFICA No. 7**

Dentro del 69% que afirmaron que no saben dónde dirigirse para reclamar o poner quejas, se encuentra un porcentaje de los que dijeron si a la presentación de quejas y reclamos, cosa que hace entrever la falta de información que existe entre los ciudadanos. Se hace clara la falta de mecanismos para defender los derechos de usuarios y usuarias del servicio de transporte público de Cartagena, para lo cual, la encuesta arrojó como iniciativa de medios a utilizar para la propagación de los mismos lo siguiente:

**GRÁFICA No. 8**

Según los encuestados, la radio sería el medio más eficaz para difundir de forma masiva los derechos de los usuarios y usuarias del servicio de transporte público colectivo de la ciudad. Esto se explica por la inmediatez de la misma, la versatilidad, lo económico que resulta pues embarcados en un bus o cualquier otro medio mientras se dirigen a sus sitios de trabajo o al hogar, van escuchando algo que tiene que ver directamente con ellos. Además, la radio permite repetición de la información en un mismo día, según el programa que se tenga pactado para tal fin. La radio tiene mayor alcance.

13.2 CRITERIO DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

En concordancia con las teorías relacionadas en el cuerpo de la investigación y los antecedentes presentados donde se corrobora la inexistencia de estudios similares o con un leve acercamiento al tema que en este trabajo se indaga, la

hipótesis planteada es válida y confiable en la medida en que es real y basada en investigaciones previas para declararla como tal.

La hipótesis es verdadera y refleja la realidad que el investigador, basado en las consultas y en la aplicación del instrumento de recolección de datos, descubrió a lo largo del proceso.

13.3 CONCLUSIONES

En el curso de la investigación, se fueron planteando problemáticas relacionadas directamente con el objeto de estudio que apuntaban a resultados no previstos por el investigador.

En la descripción del problema se sugirieron irregularidades que a juicio del investigador eran ejes claves de la situación estudiada, pero con el desarrollo de las encuestas surgieron nuevos elementos. Sin embargo, las premisas iniciales no distaron mucho de lo que se evidenció a la hora la recolección de datos. Por ejemplo, quedó claro que en cuanto a reclamos y quejas, no existe un hábito de hacerlo bien sea porque no se conoce donde hacerlo o porque efectivamente no hay donde, a pesar de que físicamente si existen entidades pertinentes para recoger estas inquietudes, pero estos sitios aparecen como lugares protocolarios para hacer parecer que se ejerce un control democráticamente de los asuntos cotidianos.

La vulneración de los derechos de los que gozan todas las personas, tal y como se había contemplado en la descripción del problema, también resultó

evidente en la investigación por encuestas, Toda vez que los conductores resultaron ser los principales responsables de que los usuarios y usuarias se encuentren insatisfechos con el servicio de transporte público de la ciudad.

Los derechos de los usuarios y usuarias del transporte público colectivo en la ciudad de Cartagena son el motor de esta investigación, por la cual se pretendía darle la debida importancia que deben tener estos estatutos para el normal funcionamiento del desarrollo urbano. Pero, al final se ha descubierto que tales derechos no existen, ni por ley están estipulados. Hay un vacio entonces en la normatividad del sistema de transporte, lo que no es proporcional a los fundamentos establecidos por el congreso colombiano en los años 1993 y 1996 con respecto a las implicaciones a tener en cuenta en pro de los habitantes, principales actores de esta problemática.

El derecho de la palabra, y haciendo aquí alusión al hecho de que la palabra tiene poder, no tiene fuerza en su aplicación por parte de quienes claman por un mejoramiento del transporte, cuyo respaldo se ve en las afirmaciones que arrojó la encuesta donde los encuestados afirman que no hay quienes escuchen, que no hay atención, lo que se traduce en una falta de respeto y de reconocimiento de la palabra como vía de acceso, de exigibilidad y de derecho, igualmente contemplados en la investigación.

13.4 PROPUESTA

Con el objetivo de hacer un acercamiento a lo que sería un plan para proponer los derechos de los usuarios y usuarias del servicio público de transporte de la ciudad de Cartagena, y teniendo en cuenta las directrices que tuvo la presente investigación, de forma limitada y concisa se podrían llevar a cabo las siguientes sugerencias:

* Elaboración de una carta propositiva para evaluación posterior de quien compete, sea la administración local sea el congreso nacional, donde se acuerde una lista de los posibles derechos concernientes a los usuarios y usuarias del servicio público de transporte de la ciudad, fundamentado en la actual situación en la que se encuentra el tema y la practicidad de la cual goza per se.
* Presentación de un plan de medios para transmitir de manera consecutiva los ya aprobados derechos de los usuarios y usuarias del servicio de transporte público de la ciudad, apoyándose en las radio difusoras con mayor cobertura y aceptación en la sociedad, y aquellas cuya responsabilidad social este comprometida con la población.
* Creación de una campaña de sensibilización y concientización de la importancia del servicio al cliente en los diferentes medios de transporte que ofrece la ciudad, con el apoyo de administración local.
* Promover capacitaciones bimensuales a los conductores de vehículos para el servicio público en la ciudad, donde aprendan cuales son los derechos de los usuarios y usuarias del mismo y cuáles son los deberes de ellos como prestadores a su vez.
* Establecer junto con las empresas que acogen el parque automotor un tiempo de vida de los automotores y destinar un rubro para el mantenimiento y cuidado de los equipos, toda vez que un mal estado de estos representa un peligro para la salud de quienes montan en el.
* Creación de campañas de presentación y aprehensión de los derechos de los usuarios y usuarias del servicio de transporte dirigido a los
* pasajeros. Igualmente exponer de forma correcta y práctica los mecanismos de los que dispone para hacer valer una queja o reclamo toda vez que se vulnere su condición de usuario (a) de tal servicio.

BIBLIOGRAFIA

Archivos del Departamento de Planeación Nacional, organismo de la Alcaldía Mayor de Cartagena

Archivos del Diario El Universal

Archivos del periódico El Espectador

Documentos expedidos por el Banco de la República

Publicaciones de la Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Bolívar

Departamento Administrativo de Transito y Transporte DATT

Ministerio de Transporte, documentos y decretos expuestos en su sitio web

[www.mintransporte.gov.co](http://www.mintransporte.gov.co)

Comisión Nacional de Regulación de Transporte de Argentina CNTR, apartes sobre los derechos del usuario y usuaria de transporte

[www.cntr.gov](http://www.cntr.gov)

Segovia Fuentes, María Bernarda. Transporte público de Cartagena: una concentración de iniciativas individuales si hilo conductor. Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe. Noviembre de 2001

Documento de trabajo. Transporte público de Cartagena: ¿Qué factores determinan las preferencias de los usuarios? Universidad Tecnológica de

Bolívar. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Cartagena de indias, julio del 2005

Ministerio de Transporte. Política Nacional para el Transporte Terrestre Automotor de Pasajeros en Colombia. Bogotá D. C., marzo de 2007.

Cartagena Como Vamos. Movilidad sin Mejoras. Junio de 2008

Alcaldía de Bogotá. Ley 105 de 1993. [www.alcaldiadebogota.gov.co](http://www.alcaldiadebogota.gov.co)

Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Ministerio de Transporte. Sistema Integrado del Servicio Público Urbano de Transporte Masivo de Pasajeros del Distrito de Cartagena – TRANSCARIBE. Documento Conpes 3259. Bogotá de 2003.

Ministerio de Transporte. Política para Mejorar el Servicio de Transporte Público Urbano de Pasajeros. Archivos de Economía. Documento Conpes 3167. Junio de 2002

Silva, Aida. Investigación Cualitativa: una reflexión. Toschi Marketing Resources.

Cartagena Caribe. [www.cartagenacaribe.com](http://www.cartagenacaribe.com)

Metrocuadrado. Datos Económicos y de Vivienda en Cartagena. Economía y Vivienda. [www.metrocuadrado.com](http://www.metrocuadrado.com)

Ministerio de Educación Nacional. Colombia Aprende, la red del conocimiento. [www.colombiaprende.edu.co](http://www.colombiaprende.edu.co)

Javier Pérez, Gerson. Salazar Mejía, Irene. La Pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Documento de trabajo. Banco de la República. Agosto del 2007. [www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co)

Aguilar. La Comunicación. Monografía. [www.monografías.com](http://www.monografías.com)

Blaadigital. Biblioteca Luis Angel Artel.

Bretones, M. T. funciones y Efectos de los Medios de Comunicación de Masas: Los Modelos de Análisis. *La Comunicación Política Mediática y sus Dimensiones Sociales.* Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona.

Caicedo Ferrer, Juan Martín. Para la Nueva Infraestructura: ¿Qué hace falta? Cámara Colombiana de la Infraestructura. Noviembre de 2008

Enciclopedia virtual Wikipedia

ANEXOS

1. Estudio del departamento de investigaciones de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, del estudio titulado “Transporte público en Cartagena: Una concentración de iniciativas individuales sin hilo conductor” de María Segovia Bernarda Fuentes [↑](#footnote-ref-2)
2. Archivos del Departamento Administrativo de Transito y Transporte, DATT, correspondiente al año 1999 [↑](#footnote-ref-3)
3. Datos recogidos verbalmente en la oficina del Departamento Administrativo de Tránsito y Transporte DATT de la ciudad [↑](#footnote-ref-4)
4. Estudio relacionado en La investigación de María Segovia Bernarda Fuentes titulado “Transporte público en Cartagena: Una concentración de iniciativas individuales sin hilo conductor”, guardado en el departamento de investigaciones de la Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Bolivar [↑](#footnote-ref-5)
5. Estudio de optimización del servicio de transporte colectivo en Cartagena, presentado por el ingeniero José Villadiego , realizado en 1996 y 1997 [↑](#footnote-ref-6)
6. Datos recogidos verbalmente con el Abogado Joaquín Torres, conocido por limpiar la india Catalina [↑](#footnote-ref-7)
7. Tomado de la pagina web [www.elbuenciudadano.org](http://www.elbuenciudadano.org), grupo que pretende incentivar al cambio social, según explican en su sitio de internet, dando carta abierta a quienes entran en el para que den su aporte al plan de mejora de la ciudadanía. [↑](#footnote-ref-8)
8. Tomado de la pagina web [www.cnrt.gov.ar](http://www.cnrt.gov.ar) en el aparte dedicado a los usuarios y usuarias, con explicaciones claras de denuncias y todo lo relacionado con sus derechos como tal. [↑](#footnote-ref-9)
9. Ibídem [↑](#footnote-ref-10)
10. Archivo de wikipedia, con todos los aspectos de Cartagena de Indías e historia de la misma [↑](#footnote-ref-11)
11. Del estudio titulado “Para la nueva infraestructura, ¿Qué hace falta?”, realizado por la Cámara Colombiana de la Infraestructura, a cargo de Juan Martín Caicedo Ferrer, presidente ejecutivo de la misma, en el marco del 5º Congreso Nacional de la infraestructura en noviembre del 2008. [↑](#footnote-ref-12)
12. Informe de Cartagena Como Vamos MOVILIDAD SIN MEJORAS junio 2008 [↑](#footnote-ref-13)
13. Monografía sobre la comunicación, de Aguilar. [↑](#footnote-ref-14)
14. Reflexión de un texto de Manuel Martín Serrano sobre la mediación de los medios de comunicación de masas [↑](#footnote-ref-15)
15. Ibidem [↑](#footnote-ref-16)
16. El tiempo, *Manual de Redacción,* Printer Colombia, Bogotá, 1995 [↑](#footnote-ref-17)
17. Ortega, Félix y Humanes, María Luisa. *Algo más que periodistas, Sociología de una profesión.* Ariel, Barcelona. 2000 [↑](#footnote-ref-18)
18. Artículo del libro de Janet H. Murray. *Periodismo electrónico.* [↑](#footnote-ref-19)
19. Reflexión del texto de Harold Laswell “Técnicas de propaganda en la guerra mundial, 1927”, tomado de la enciclopedia libre Wikipedia. [↑](#footnote-ref-20)
20. Apuntes de una clase de Teoría de la comunicación en tercer semestre de la carrera, con el Profesor Carlos Ospino, Q. P. D. [↑](#footnote-ref-21)
21. Blog de María del Consuelo Quilantán y Alejandra Álvarez, Teoría de la comunicación I
 [↑](#footnote-ref-22)
22. Documento de investigación de la Universidad Fermín Toro, en Venezuela, sección m721, Mayo 2002 [↑](#footnote-ref-23)
23. Apuntes de la clase de Teoría de la comunicación II en el tercer semestre de la carrera

 [↑](#footnote-ref-24)
24. Reflexión sobre un documento de Derek Heater, sobre los distintos conceptos de ciudadanía y los factores que influyen en ella [↑](#footnote-ref-25)
25. “Estado del bienestar. Libertad y asociación en las sociedades tecnificadas” texto de autor desconocido. [↑](#footnote-ref-26)
26. Ibidem [↑](#footnote-ref-27)
27. Ponencia escrita del doctor Horacio Krell, autor del libro *El Arte de la Motivación.* [↑](#footnote-ref-28)
28. Del texto Cortesía de Natalio Stecconi, con respecto al original llamado *La opinión pública y la propaganda,* publicado en México, 1999 [↑](#footnote-ref-29)
29. De un sitio Web llamado Nombre Falso “ Comunicación y sociología de la cultura”, una extensa cartilla sobre aspectos generales y específicos de la opinión pública y su relevancia [↑](#footnote-ref-30)
30. Anotaciones del Autor José Manuel González Calvo en su libro “Sobre la palabra y las clases de palabras”, Universidad de Salamanca, España. [↑](#footnote-ref-31)
31. Ibídem [↑](#footnote-ref-32)
32. Resoluciones dispuestas en la Constitución Política de Colombia de 1991, divulgadas en asociación con el Banco de la República. [↑](#footnote-ref-33)