

Presentación Working Paper

Título Levantando anclas

Autores

Jeny Romero

ORCID <https://orcid.org/0009-0009-7682-5918>

GOOGLE SCHOLAR jenyromero3690@gmail.com

CvLAC

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002205813

Heidy Monroy

ORCID <https://orcid.org/0009-0006-3167-4296>

GOOGLE SCHOLAR gabrielatorresm02@gmail.com

CvLAC

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002291491

Resumen

El presente proyecto busca diseñar una estrategia de comunicación que informe sobre los tipos de violencia contra las mujeres, dirigida específicamente a las usuarias de la *Fundación Soy Oportunidad* en la ciudad de Bogotá. La propuesta surge ante la necesidad de generar herramientas comunicativas claras, empáticas y accesibles que permitan a las mujeres identificar las diferentes formas de violencia de género y reconocer las señales de riesgo. Para su desarrollo se implementó la metodología *Design Thinking*, la cual permitió un proceso iterativo, ético y centrado en el usuario, comprendiendo las realidades emocionales, culturales y contextuales de las mujeres participantes.

El proyecto se estructuró en cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y testear, involucrando entrevistas, co-creaciones con profesionales en psicología, pruebas piloto y espacios de retroalimentación con grupos feministas y académicos. Los principales resultados se reflejan en la creación de materiales informativos como un fanzine y un Violentómetro adaptado a distintos formatos, además del diseño de un taller interactivo con la fundación. La experiencia evidenció que el diseño, cuando se aplica desde la sensibilidad y la escucha activa, puede convertirse en una herramienta transformadora para la prevención de las violencias basadas en género y el fortalecimiento de la conciencia colectiva.

- Diseño social
- Violencia de género

- Comunicación visual
- Design Thinking
- Sensibilización
- Enfoque centrado en el usuario
- Empoderamiento femenino.

Abstract

This project aims to design a communication strategy that informs women about the different types of gender-based violence, specifically directed at the users of *Fundación Soy Oportunidad* in Bogotá. The proposal responds to the need to create clear, empathetic, and accessible communication tools that help women recognize various forms of violence and identify warning signs. The **Design Thinking** methodology was applied, ensuring an iterative, ethical, and user-centered process that considered the emotional, cultural, and contextual realities of the participants.

The project was developed through five phases: **empathize, define, ideate, prototype, and test**, incorporating interviews, co-creation sessions with psychologists, pilot tests, and feedback from feminist and academic groups. The main outcomes include the creation of informative materials such as a fanzine and an adapted *Violentómetro*, as well as the design of an interactive workshop in collaboration with the foundation. The experience demonstrated that design, when applied with sensitivity and empathy, can become a transformative tool for preventing gender-based violence and promoting social awareness among women and their communities.

Keywords

- Social design
- Gender-based violence
- Visual communication
- Design Thinking
- Awareness

- User-centered approach
- Women’s empowerment.

Introducción.

El proyecto tiene como objetivo visibilizar a la Fundación Soy Oportunidad y las dificultades que enfrentan las mujeres cabeza de hogar en situaciones vulnerables mediante piezas gráficas ilustradas. La pregunta clave es: ¿Cómo visibilizar la fundación y comunicar estas situaciones vulnerables a través del diseño gráfico?

Justificado en los ODS 5 (Igualdad de género) y ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), el proyecto busca generar empatía y aumentar la conciencia social. La metodología emplea el diseño gráfico para crear una identidad visual en medios digitales e impresos, usando enfoques mixtos para comprender mejor las necesidades del público y las mujeres beneficiarias.

Estado del arte.

La violencia basada en género (VBG) se mantiene como una problemática estructural en Colombia y América Latina, arraigada en prácticas machistas, desigualdades sociales y patrones culturales normalizados. Entre enero y agosto de 2024, el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses registró **32.141 casos de violencia intrafamiliar** contra mujeres —**23.566** de ellos en el contexto de pareja— y el **Observatorio de Femicidios** documentó **671 femicidios** en el mismo periodo, evidenciando la magnitud del problema.

Frente a esta realidad, diferentes **estrategias de comunicación** han buscado visibilizar y prevenir la violencia de género a través de herramientas pedagógicas y visuales. Destaca el **Violentómetro**, creado por el Instituto Politécnico Nacional de México (2009) y adaptado por **Profamilia (2024)**, como un recurso gráfico que traduce la violencia en un lenguaje comprensible y progresivo. De igual manera, proyectos como el **podcast “Voz Podés”** o los **fanzines feministas**

muestran cómo la narrativa, la ilustración y el testimonio se convierten en medios de empoderamiento y educación social (Flórez & Henao, 2023).

No obstante, investigaciones recientes señalan que muchas de estas estrategias aún utilizan un **lenguaje técnico y distante**, lo cual limita su alcance entre mujeres en situación de vulnerabilidad (Sánchez & Salgado, 2024). En este sentido, experiencias como la **novela gráfica digital sobre violencia de género en Cali** (Pantoja Benjumea, 2020) confirman el potencial del **diseño visual y digital** para crear recursos pedagógicos inclusivos y accesibles. Estas propuestas refuerzan la importancia de una **comunicación sensible, contextual y participativa**, capaz de promover el reconocimiento y la prevención de la violencia de género desde una perspectiva de diseño social.

Objetivos

Objetivo general:

Diseñar de una estrategia de comunicación que informe sobre los tipos de violencia contra las mujeres, dirigida a mujeres que llegan a la Fundación Soy Oportunidad en la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos:

- ❖ Categorizar los principales tipos de violencia contra las mujeres.
- ❖ Desarrollar estrategias de comunicación, para el reconocimiento de las violencias de género.
- ❖ Diseñar materiales informativos, atractivos e interactivos.

Metodología de Investigación

El Design Thinking es una metodología de diseño centrada en el usuario que facilita la solución creativa e innovadora de problemas complejos. Su proceso es un ciclo continuo de aprendizaje y ajuste, permitiendo la repetición de sus cinco fases fundamentales (**Empatizar, Definir, Idear,**

Prototipar y Testear) para mejorar constantemente la solución (Design Thinking España, 2024). Este ciclo es más efectivo cuando los equipos trabajan de manera colaborativa y coordinada (Asana, 2025), siendo las dos primeras fases clave para la comprensión del problema, la fase intermedia para el diseño, y la última para obtener la retroalimentación que impulsa la iteración.

Resultados

La aplicación de la metodología *Design Thinking* permitió crear una **estrategia de comunicación empática y accesible** para informar a mujeres en situación de vulnerabilidad sobre los tipos de violencia de género. Se desarrollaron materiales pedagógicos —como un **fanzine educativo** y una **dinámica del Violentómetro**— que facilitaron la comprensión y el reconocimiento de señales de riesgo.

El proceso evidenció que el **diseño centrado en el usuario** puede convertirse en una herramienta efectiva para la **prevención y sensibilización**, promoviendo el **empoderamiento femenino** y fortaleciendo la comunicación asertiva en contextos de vulnerabilidad.

Referencias Bibliográficas

Flórez, L., & Henao, C. (2023). *Gráfica feminista y pedagogías visuales en Colombia: Fanzines como herramienta de empoderamiento social*. Universidad Nacional de Colombia.

Hernández, J. (2023). El color como elemento sémico y narrativo de características políticas y socioculturales en la ilustración de cuentos clásicos. *cultura latinoamericana*, 1(37), 194–207. recuperado a partir de <https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/revclat/article/view/544>

Hernández, J. (2023). Características graficas del color en la elaboración de propuestas creativas. Universidad Santo Tomás <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/50955>

Hernandez Contreras, J. (2024). Social and emotional learning through color. Universidad Santo Tomás <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/56969>

Hernández Contreras, JD. (2019). La Transversalidad del color. En IV Congreso Internacional de investigación en artes visuales: ANIAV 2019 Imagen [N] visible. Editorial Universitat Politècnica de València. 379-383. <https://doi.org/10.4995/ANIAV.2019.2019.9087>

Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (2024). *Forensis: Datos para la vida. Informe de violencia intrafamiliar 2024*. Gobierno de Colombia.

Profamilia. (2024). *Adaptación del Violentómetro para el contexto colombiano*. Profamilia.

Pantoja Benjumea, M. (2020). *Narrativas interactivas sobre violencia de género: Novela gráfica digital en Cali*. Universidad del Valle.