

**Sí es acoso, hazte escuchar.**  
**Campaña de difusión del protocolo contra la violencia sexual y de género de la**  
**Universidad Antonio Nariño**

Juliana Marcela Orbes Romo

Andrea del Pilar Portus Torres

Universidad Antonio Nariño  
Facultad de Artes  
Pregrado en Diseño Gráfico  
Sede Circunvalar, Bogotá, Colombia  
Noviembre 2023

## **Tabla de Contenido**

<b>Lista de figuras</b>	<b>3</b>
<b>Resumen</b>	<b>6</b>
<b>Palabras clave</b>	<b>8</b>
<b>Abstract</b>	<b>9</b>
<b>Introducción</b>	<b>10</b>
<b>Justificación</b>	<b>13</b>
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
<b>Contexto del proyecto</b>	<b>16</b>
<b>Metodología de trabajo para el proyecto</b>	<b>19</b>
<b>Desarrollo</b>	<b>22</b>
<b>Alcance</b>	<b>35</b>
<b>Propuesta Conceptual</b>	<b>40</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>65</b>
<b>Referencias Bibliográficas</b>	<b>69</b>
<b>Anexos</b>	<b>72</b>

## Lista de figuras

1. [Figura 1, gráfico evento 1](#)
2. [Figura 2, gráfico 2 evento 1](#)
3. [Figura 3, gráfico evento 2](#)
4. [Figura 4, gráfico 2 evento 2](#)
5. [Figura 5, gráfico 3 evento 2](#)
6. [Figura 6, recuento sede circunvalar](#)
7. [Figura 7, recuento sede federman](#)
8. [Figura 8, recuento sede ibérica](#)
9. [Figura 9, moodboard 1](#)
10. [Figura 10, moodboard 2](#)
11. [Figura 11, moodboard 3](#)
12. [Figura 12, bocetos 1](#)
13. [Figura 13, bocetos 2](#)
14. [Figura 14, bocetos 3](#)
15. [Figura 15, bocetos digitales 1](#)
16. [Figura 16, boceto digital 2](#)
17. [Figura 17, Logo final blanco y negro](#)
18. [Figura 18, paleta de color](#)
19. [Figura 19, bocetos personajes 1](#)
20. [Figura 20, primer acercamiento personajes blanco y negro](#)
21. [Figura 21, primer acercamiento personajes con paleta de color](#)
22. [Figura 22, bocetos personajes segunda parte](#)

23. [Figura 23, bocetos personajes segunda parte](#)
24. [Figura 24, bocetos personajes segunda parte](#)
25. [Figura 25, primer póster promocional](#)
26. [Figura 26, primera ruta de atención.](#)
27. [Figura 27, segunda ruta de atención](#)
28. [Figura 28, primer acercamiento al brochure final](#)
29. [Figura 29, construcción del logotipo final](#)
30. [Figura 30, área de seguridad del logotipo](#)
31. [Figura 31, tamaños mínimos del logotipo](#)
32. [Figura 32, usos correctos del logotipo](#)
33. [Figura 33, usos incorrectos del logotipo](#)
34. [Figura 34, Tipografía](#)
35. [Figura 35, uso en imágenes fotográficas](#)
36. [Figura 36, uso en imágenes vectoriales](#)
37. [Figura 37, Gráfica evento circunvalar y federman](#)
38. [Figura 38, Gráfica evento ibérica](#)

## **Resumen**

Este proyecto es una campaña contra el acoso Sexual en la Universidad Antonio Nariño, que permite la difusión del “Protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género” adoptado por la UAN. Ya que este se desconoce en la comunidad Universitaria y desde el Diseño Gráfico, el principal problema encontrado es que el documento es muy largo, tedioso y difícil de leer por lo que se busca que la información se pueda difundir de manera accesible y menos abrumadora. La campaña se llevó a cabo en la Universidad Antonio Nariño durante el segundo periodo académico del 2023. Se ejecutó en las sedes circunvalar, federmán, ibérica y sur, en alianza con la oficina de bienestar universitario.

Se busca hacer esta difusión después de haber sido testigo de casos de acoso que quedan en impunidad, de los cuales las víctimas desconocían de una ruta de acción contra este tipo de violencias. Se evidencia que si bien la universidad cuenta con un protocolo, la comunidad lo desconoce y no cuenta con acceso a la ruta de acción en situaciones de violencia de género o violencia sexual.

La investigación para este proyecto incluye la historia de la violencia de género a través de los años, la violencia sexual, como surge el acoso sexual, que casos se han registrado en otras universidades. Es a partir de esta investigación que surge la campaña “Si es Acoso, Hazte escuchar”, pues se evidencia que el acoso sexual es la forma de violencia de género más común en los espacios universitarios de Colombia, y América Latina.

Bienestar Universitario ha apoyado este proyecto y gracias a esto, se pudo llevar esta campaña a distintas sedes de la UAN. La difusión del protocolo es importante porque busca

visibilizar y abrir el diálogo alrededor del tema de las violencias de género en la universidad, ofreciendo un espacio seguro para compartir experiencias y brindar apoyo emocional.

**Palabras clave**

Violencia de género, violencia sexual, Universidad Antonio Nariño (UAN), denuncia, protocolo contra violencia de género, acoso sexual.

## **Abstract**

This project is a campaign against sexual harassment at the Universidad Antonio Nariño, aimed at disseminating the "Protocol for the prevention, detection, attention, mitigation, and follow-up of situations associated with sexual violence and gender-based violence" adopted by UAN. Since this protocol is unfamiliar to the university community, a key issue identified through Graphic Design is that the document is overly lengthy, tedious, and challenging to read. The goal is to make the information accessible and less overwhelming. The campaign took place at the Universidad Antonio Nariño during the second semester of 2023 and was conducted in the Circunvalar, Federmán, Ibérica, and Sur campuses in collaboration with the Office of Bienestar Universitario.

The dissemination initiative arises after witnessing cases of harassment that go unpunished, with victims unaware of a course of action against such violence. While the university has a protocol in place, it is evident that the community lacks awareness and access to the action plan in situations involving gender-based or sexual violence.

The research for this project encompasses the history of gender violence over the years, sexual violence, the emergence of sexual harassment, registered cases at other universities. The campaign, "Sí es acoso, hazte escuchar," stems from this research, as it reveals that sexual harassment is the most common form of gender violence in Colombia and Latin American university spaces.

Bienestar Universitario has supported this project, enabling the campaign's extension to various UAN campuses. The protocol's dissemination is crucial as it aims to raise awareness and foster dialogue on gender-based violence within the university, providing a safe space to share experiences and offer emotional support.

## **Introducción**

Los estudios cualitativos disponibles en el contexto internacional apuntan a que, si bien a las mujeres les cuesta identificarse como víctimas, son capaces de describir sus experiencias de acoso sexual. Con esto se confirma que la “atención sexual no deseada” es la forma de acoso más frecuente relatada por el alumnado universitario (Ruido et al., 2021)

Este proyecto surge a raíz de experiencias de estudiantes de la Universidad Antonio Nariño. Muchas personas de la comunidad UAN han sido testigos o víctimas de casos de acoso sexual que, lamentablemente, no han tenido consecuencias para las y los agresores. En muchas ocasiones, esto se debe a la falta de conocimiento sobre qué hacer exactamente o a la falta de conciencia de que estos casos se pueden denunciar, y que la UAN tiene un protocolo para la atención y el adecuado seguimiento de estos casos.

Según la Ley 1257 de 2008, las universidades de Colombia están obligadas a tener un protocolo contra la violencia de género, y este debe estar a disposición de todos los estudiantes, administrativos y profesores. Sin embargo en 2023 cuando se inició la investigación para este proyecto, como estudiante de la universidad, fue muy difícil acceder al dicho protocolo, y el que se consiguió finalmente no estaba actualizado. Se tuvo que hablar con muchas personas, desde la coordinadora de bienestar, hasta directivos de otras carreras. Es por esto que se plantea realizar una campaña que permita difundir el *“Protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género”* adoptado por la UAN.

Como sociedad, se está tan acostumbrados a normalizar el acoso sexual, que cuando ocurren casos, no se les presta la suficiente atención (García, A. 2019). Sin embargo, la mejor manera de reducir los índices de acoso es a través de la denuncia, ya que si no se dice o hace algo al respecto, la situación empeora. Las personas que ejercen violencia continuarán haciéndolo si no hay consecuencias claras.

Teniendo en cuenta que existen diferentes tipos de violencia sexual y violencia de género, esta campaña se enfocará en mayor medida en el acoso sexual, el cual se define como: “Cualquier comportamiento, verbal o físico, de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo” (Euroinnova Formación, 2023) Este tipo de violencia afecta a todos los géneros y puede derivar en comportamientos de tipo verbal implican la realización de bromas hirientes de naturaleza sexual y comentarios sobre la orientación sexual o aspecto físico de otra persona. Los comportamientos no verbales abarcan el empleo de imágenes, fotografías, gráficos o viñetas que contienen contenido sexual explícito o insinuante. En cuanto a los comportamientos físicos, pueden incluir aproximaciones excesivas o innecesarias, así como mantener un contacto físico deliberado y no consentido por la otra parte. (Euroinnova Formación, 2023)

Conscientes de que la erradicación de este problema llevará tiempo, se ha decidido contribuir de manera significativa mediante una campaña de concientización y desnormalización del acoso sexual. Que lleve a la comunidad a saber que existe el "Protocolo para la prevención,

detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones relacionadas con la violencia sexual y las violencias basadas en género”, y que en este podrán encontrar una ruta de atención a víctimas de violencia sexual y violencia de género, para que en caso de que ocurran estas violencias, las víctimas puedan ser atendidas si así lo desean.

## **Justificación**

La Veeduría Distrital reveló que 8 de cada 10 mujeres han tenido que sufrir algún tipo de acoso o abuso sexual en la ciudad de Bogotá, también informó que el 89,3 % de las encuestadas no habían denunciado los abusos sufridos. Esta cifra sugiere la existencia de una cifra oculta de casos de violencia sexual, posiblemente debido a la falta de confianza en las entidades judiciales y al desconocimiento de los canales adecuados para realizar las denuncias. Adicionalmente, se descubrió que el 62,8 % de las encuestadas no conocían los canales disponibles para reportar las situaciones de violencia de género. Además los resultados de la encuesta revelaron que un 72 % de las mujeres encuestadas considera que los canales institucionales para denunciar casos de abuso o acoso sexual no son confiables o accesibles. (Infobae, 2022)

Un estudio realizado en la Universidad de Manizales reveló que la violencia sexual puede conllevar a sintomatología física y consecuencias académicas y laborales. Se documentó que estas violencias sexuales afectan de manera negativa la confianza y la disposición a la intimidad de las personas que la sufren. Así como afectaciones a la salud mental a corto, mediano o largo plazo, muchas de estas pueden llegar a desarrollar depresión, ansiedad, tendencias suicidas, trastornos alimenticios, entre otros. (Castaño-Castrillón, s. f.-a)

En Colombia, la Ley 1257 del 4 de diciembre de 2008 dicta normas para prevenir y castigar actos de violencia y discriminación basados en género. Define el acoso sexual como un tipo de abuso sexual en el Código Penal, bajo el artículo 210A. Esta ley establece que el acoso sexual ocurre cuando alguien, aprovechándose de su posición de poder, superioridad, edad, género, trabajo, estatus social, familiar o económico, molesta o persigue a otra persona de manera

verbal o física con intenciones sexuales no consentidas. Quienes cometen este delito pueden enfrentar penas de prisión de uno a tres años. (Castaño-Castrillón, s. f.-a)

La Universidad Antonio Nariño, al igual que otras universidades en Colombia, debe cumplir con la Ley 1257 de 2008, que establece medidas de prevención y protección contra la violencia de género. Por lo que la difusión del “Protocolo contra la Violencia Sexual y las Violencias de Género de la Universidad Antonio Nariño” es fundamental para sensibilizar a la comunidad universitaria sobre la importancia de prevenir y abordar la violencia de género. Al promover el conocimiento y la comprensión del protocolo y en particular de la ruta de atención sugerida, se busca fomentar una cultura de respeto, igualdad y no violencia en el campus universitario .

El Protocolo contra la Violencia Sexual y de Género de la UAN es un extenso documento de 45 páginas. De estas, 5 páginas (de la 21 a la 26) detallan la ruta de atención a las víctimas, que sin dudas es donde están las herramientas que la comunidad debe conocer. Desde el Diseño Gráfico, el principal problema encontrado es que el documento es muy largo, tedioso y difícil de leer. Se busca que la información se pueda difundir de manera accesible y menos abrumadora. Permitiendo así, a la comunidad de la Universidad Antonio Nariño, poner en marcha la ruta de atención que presenta el protocolo. Así, en caso de que sean víctimas de violencia de género, tendrán las herramientas adecuadas para tomar acciones y resolver el problema si así lo desean.

## ***Objetivos***

### ***Objetivo general***

- Difundir el “Protocolo para prevenir, detectar, atender, mitigar y dar seguimiento a situaciones relacionadas con la violencia sexual y las violencias basadas en género” adoptado por la Universidad Antonio Nariño, a través de una campaña de difusión.

### ***Objetivos específicos***

- Planear una campaña para los miembros de la comunidad Antonio Nariño, la cual cuente con el protocolo contra la violencia de género y la ruta de atención para víctimas de violencia sexual y violencia de género de la Universidad.
- Posicionar la marca “si es acoso” a través de las redes sociales como Instagram
- Desarrollar una campaña contra el acoso sexual en la UAN para visibilizar y sensibilizar a la comunidad estudiantil acerca de esta problemática.

## **Contexto del proyecto**

La problemática de la violencia de género no es algo nuevo, es un fenómeno social que ha marcado la historia de la humanidad afectando desproporcionadamente a las mujeres mayormente en la cultura occidental.

La ONU define la violencia de género como: “se refiere a los actos dañinos dirigidos contra una persona o un grupo de personas en razón de su género. Tiene su origen en la desigualdad de género, el abuso de poder y la existencia de normas dañinas.” (España, 2023). Se aclara también, que sí bien, las mujeres y niñas son quienes más sufren estas violencias, los hombres también pueden llegar a sufrirlas. La violencia de género abarca aspectos sexual, físico, psicológico y económico, manifestándose tanto en ámbitos públicos como privados. Incluye amenazas, coerción, manipulación y diversas formas como violencia de pareja, sexual, matrimonio infantil, mutilación genital femenina y crímenes de honor. (España, 2023)

Dentro del marco de la violencia de género se encuentra la violencia sexual, la cual se define como cualquier acto sexual no consensuado o intento, comentarios indeseados, o explotación sexual por coerción, sin importar la relación, se considera inapropiado en cualquier entorno, incluyendo hogar y trabajo (Mitchell, n.d.)

A lo largo de la historia, la violencia sexual se ha utilizado como un mecanismo de control social o castigo hacia las mujeres, con el recordatorio de que solo sirven para ser deseadas. Desde la prehistoria, los hombres descubrieron que sus genitales servían como un arma

para generar miedo y usaban el cuerpo de las mujeres como una posesión valiosa ante otros hombres. (Administradora, 2020)

Actualmente, sigue habiendo desigualdad y violencia de género en todo el mundo, en Colombia existen y han existido muchos casos de violencia de género que no discriminan, estrato, edad o territorios inclusive en universidades. Según Dejusticia, en 12 universidades en Colombia se han registrado 413 denuncias de acoso, 83 de las cuales se refieren a actos de acoso sexual. (ElTiempo 2022) Es alarmante que, según un estudio reciente realizado por la Universidad Nacional, al menos el 42% de las estudiantes han sido víctimas de acoso sexual en el interior de las instituciones de educación superior. Esta situación resulta aún más preocupante si se tiene en cuenta que el 27% de la comunidad académica (profesores, estudiantes y personal administrativo) conoce al menos un caso de acoso sexual dentro de las universidades, según un estudio de la Universidad Central. (La FM, 2019)

El acoso sexual no es algo nuevo en nuestra sociedad, este término nace en 1974, la Universidad de Cornell fue el lugar donde surgió por primera vez el concepto de acoso sexual, gracias a un grupo de académicas que investigaban las vivencias de las mujeres en el ámbito laboral. Sin embargo, no fue reconocido como una forma de discriminación contra las mujeres en el contexto estadounidense hasta el año 1986. (Ruido et al., 2021)

El acoso sexual surge como una forma de discriminación hacia la mujer, y como una violencia de género para marcar jerarquias de poder en la sociedad. Se ha evidenciado según diferentes estudios, que el acoso sexual es más común de lo que se cree en instituciones de educación superior. Según un estudio realizado en la Universidad del Valle en 2018, “el acoso

verbal ha sido vivido por, aproximadamente, una de cada tres estudiantes, mientras que las miradas morbosas y gestos obscenos han sido experimentados por una de cada cuatro estudiantes.” (Posso Quiceno, 2022) “el 66,8% del total de hombres encuestados y el 66% de las mujeres tuvieron conocimiento sobre piropos o comentarios no deseados sobre la apariencia personal, mientras que el 56,8% de los hombres y el 55,7% de las mujeres se enteraron de miradas morbosas o gestos obscenos en el ámbito universitario” (Posso Quiceno, 2022)

En muchas ocasiones, las víctimas no identifican que están siendo agredidas debido a la normalización del acoso sexual en nuestra sociedad. Según la explicación de Magali Barreto (2017, p. 271) en relación con los delitos de violencia sexual, surge una complicación inicial en su reconocimiento debido a "la propia aceptación de las agredidas", ya que "la mayoría de ellas no identifican los primeros signos de la violencia sufrida". De esta manera, la invisibilidad (Igareda y Bodelón, 2014) y el concepto de "silencio personal" (Barreto, 2017) operan en relación con las primeras manifestaciones de la violencia de género.(Posso Quiceno, 2022).

## Metodología de trabajo para el proyecto

La metodología usada para desarrollar la campaña es investigación-acción, la cual consiste en seguir un proceso iterativo que implica varias intervenciones y ajustes basados en el análisis de resultados (Ortega, 2023). Se comienza identificando el problema principal, que es la falta de conciencia o el bajo conocimiento sobre el protocolo contra la violencia de género en la comunidad universitaria. Esta metodología se aplicó de la siguiente manera.

- *Planificación:* Se creó una campaña de divulgación que incluye varias intervenciones, como stands, campañas en redes sociales, material impreso, entre otros.
- *Implementación:* Se llevaron a cabo las intervenciones planificadas en la comunidad universitaria.
- *Recopilación de datos:* Durante y después de cada intervención, se recopilaron datos relevantes, como el número de asistentes, encuestas de retroalimentación, preguntas y comentarios de la audiencia.
- *Análisis de resultados:* Se evaluaron los datos recopilados para comprender el impacto de cada intervención en la conciencia y el conocimiento sobre el protocolo contra la violencia de género.
- *Ajustes y mejoras:* Basándose en los resultados del análisis, se ajustó el enfoque y estrategia para la siguiente intervención.

Se hicieron encuestas alrededor de la universidad, se habló con profesores, estudiantes y administrativos sobre la información que tenían acerca de la violencia de género en la Universidad Antonio Nariño durante las intervenciones de los eventos de “Sí es acoso”. Adicionalmente a esto, se habló con directores de la facultad de artes y con el equipo de bienestar

estudiantil para poder tener acceso a la información del “*protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género*” que posee la universidad.

Para la realización del documento escrito, se hicieron investigaciones por medio de internet y/o artículos acerca de la historia de la violencia de género, la historia del feminismo, y casos de violencia de género y acoso sexual en universidades de Colombia. Se habló también con docentes de distintas universidades expertos en el tema.

Se espera que a futuro se pueda crear una campaña que se difunda por toda la Universidad Antonio Nariño en Bogotá, por todas sus sedes empezando por la sede circunvalar. Se espera también que se realicen entrevistas y/o encuestas a la mayoría de la comunidad universitaria de la UAN.

En esta campaña se podrá encontrar información sobre el protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género, y rutas que pueden seguir las personas víctimas de esto para la adecuada denuncia y seguimiento. Aparte, podrán encontrar historias de mujeres estudiantes de la universidad que hayan querido compartir su experiencia siendo víctimas de violencia de género de forma anónima o no si así lo desean, esto con la intención de crear un espacio seguro donde puedan escuchar y ser escuchadas, que no se sientan solas atravesando una situación tan difícil como esta, visibilizar los casos para que no queden impunes y sensibilizar a la comunidad estudiantil acerca de esta problemática. También se habló con diferentes docentes de distintas

áreas del conocimiento en cuanto a antropología y psicología para el correcto abordaje del proyecto.

## **Desarrollo**

### *Capítulo 1: Formulación de trabajo de Grado.*

Durante el primer periodo académico del año 2023 se llevó a cabo la formulación de proyecto de grado, en esta se definió cuál era el tema principal del proyecto, y se indagó profundamente en la problemática a atacar y cómo se ataría, sin pensar aún en un producto final.

Inicialmente, el proyecto se concebía con una problemática centrada en el mal diagnóstico de autismo en mujeres. No obstante, a medida que se exploraba la información disponible, especialmente en el ámbito de estudio de la carrera del diseño gráfico, se llegó a la conclusión de que dicho tema no resultaba ser la elección más apropiada para abordar desde la perspectiva del diseño gráfico, ya que la información existente carecía de la claridad y especificidad necesarias para un tratamiento efectivo en este contexto particular. Por consiguiente, se emprendió una revisión y reorientación del enfoque del proyecto hacia un área más propicia dentro del diseño gráfico.

El proyecto experimentó un cambio trascendental debido a un acontecimiento significativo: presenciar directamente un caso de acoso sexual en la Universidad Antonio Nariño. A partir de ese momento, surgió la inspiración para abordar la problemática de la violencia de género y buscar vías para abordarla y resolverla. Este incidente marcó un punto que hizo una gran transformación en la temática del proyecto, llevándolo de la consideración inicial sobre el mal diagnóstico de autismo en mujeres a una nueva dirección centrada en la concientización y solución de la violencia de género en el entorno universitario.

Una vez se tuvo clara la problemática del proyecto, siendo esta la violencia de género, se habló con Bienestar Universitario de la sede circunvalar acerca de los protocolos de la

universidad frente a este problema, y se descubrió un problema más: la falta de difusión y accesibilidad al protocolo contra la violencia de género en la comunidad Antonio Nariño. En un principio se informó que este protocolo se encontraba en la página web de la Universidad, sin embargo, después de buscarlo, no se encontró el documento. Se siguió preguntando entre profesores y estudiantes si conocían la existencia de este protocolo y donde podía encontrarse, y siguió sin haber resultados. Después de una ardua búsqueda, y de preguntarle a muchas personas, la directora del programa de artes Plásticas y Visuales, facilitó este importante documento.

Se hizo también una investigación en torno al tema elegido. Se definieron los objetivos del proyecto y se desarrolló la introducción, el resumen, la justificación, el contexto y la metodología.

### *Capítulo 2: Decisiones de producto*

A inicios del segundo periodo académico del año 2023 (última semana de julio, primera semana de agosto) se definió el producto final que tendría el proyecto. Se llegó a la conclusión de que el producto más adecuado para cumplir con los objetivos del proyecto era una campaña de difusión. Durante la búsqueda de un día adecuado para la realización del primer evento, se encontró que el día 14 de agosto es el día contra el acoso sexual en las aulas (UNESCO, 2023). A partir de ese hallazgo se empezó a estructurar toda la campaña, en un principio, porque el tiempo para la realización del evento fue muy corto y se enfocó principalmente en el acoso sexual por el día contra el acoso sexual en las aulas. Lo que impulsó una metodología de investigación acción, por la cual se rige este proyecto.

Para la realización de este proyecto, se hicieron varias investigaciones acerca de la violencia de género y la violencia sexual. A medida que ésta avanzaba se llegó a la conclusión de que el tema principal de este proyecto sería el acoso sexual ya que es la forma de violencia de

género más normalizada, y se tomó la decisión de dirigirlo a un público más amplio, ya que si bien, las mujeres son la más afectadas por este tipo de violencias, los hombres también pueden llegar a ser víctimas de estos actos. Es por esto que el *“Protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género”* está dirigido a toda la comunidad UAN. También se decidió crear una campaña para la difusión de este documento llamada *“Si es acoso”*, la cual también busca desnormalizar conductas de acoso en la UAN.

### *Capítulo 3: Identidad de marca y elementos gráficos*

Para dar inicio a la campaña *“Sí es acoso”* se creó la identidad gráfica, pasando primero por un moodboard, donde se recopilaron imágenes de cómo debería verse la marca para una mayor coherencia gráfica. Se decidió que la marca debe verse fuerte, segura y juvenil debido al público objetivo al que va dirigida. Algunas palabras clave de la campaña son: acoso, visibilización, sensibilización, empoderamiento, a partir de esas palabras clave, se inició la búsqueda de referentes para la creación del moodboard.

El segundo paso fue comenzar a hacer bocetos del logo, y se decidió que sería un logotipo con tipografía diseñada por Juliana Orbes, para esto, se diseñó una retícula específica.

Se diseñaron también diferentes personajes, con el objetivo de que la comunidad universitaria se sintiera identificada con ellos.

Como último paso, se eligieron paleta de color y tipografías. Para la paleta de color, se escogieron colores vibrantes y saturados que llamaran la atención del público, se buscaba también hacer referencia a los colores de la lucha feminista, pero sin que se fuera tan obvio, por lo que también se incluyeron colores como el amarillo, el crema y el rosado.

#### *Capítulo 4: Alianza con bienestar*

Para llevar a cabo esta campaña se habló con Bienestar Universitario, se discutieron los intereses en común, y estuvieron de acuerdo con brindar su apoyo y ayuda para la realización de la campaña.

De parte de Bienestar Universitario se recibió también apoyo en cuanto al acceso a información como el protocolo actualizado. A partir de esta alianza, se pensó en una última pieza para el mejor desarrollo del proyecto, la cual fue un brochure con la ruta de atención para víctimas de violencia sexual y violencia género. Esta decisión se tomó pensando en hacer más fácil la lectura del protocolo, y tomar los elementos más importantes y útiles para la comunidad UAN.

Este brochure contó con la paleta de colores elegida anteriormente, los personajes, tipografías elegidas, y un código QR que dirige al *“Protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género”*

#### *Capítulo 5: Antes del primer evento*

Días antes del evento, se organizaron todos los entregables que se darían, se decidió que se regalarían stickers, botones y se estamparían camisas.

Se hizo una cotización de los lugares a los que posiblemente se podría mandar a imprimir todos los elementos. De acuerdo al presupuesto y la calidad se tomó la decisión final. En un principio, para costear los gastos del primer evento, se hizo una rifa.

Los stickers y los botones se decidieron con el fin de dar a conocer la marca, es decir posicionarla entre los estudiantes. El estampado de camisetitas tenía como objetivo atraer personas al evento para que por curiosidad se vean motivadas a acercarse. Se mandó a imprimir un pendón

de 2x2 metros con el objetivo de llamar la atención de las personas con frases normalizadas que en realidad son problemáticas en el ámbito del acoso sexual.

### *Capítulo 6: Primer evento*

El día 14 de agosto del presente año se llevó a cabo el primer evento de la campaña Sí Es Acoso. Para este evento se definió el estilo gráfico de la campaña, y se diseñaron diferentes piezas visuales como: stickers, botones, brochures, piezas para redes y un pendón de 2x2 metros con un espacio para que las personas puedan escribir sus pensamientos. Para la campaña de expectativa y difusión del evento se diseñaron pósters con colores y una estructura llamativa y reconocible.

El día del evento empezó a las 9:00 a. m. y terminó a la 1:00 p. m. en la sede Circunvalar, frente a la cafetería. Hubo música, impresión de camisetas y un stand donde las personas se acercaban a preguntar por información. En este stand, se les daba una pequeña introducción del proyecto, se les entregaba un brochure con la ruta de atención para víctimas de violencias de género. Posteriormente las personas llenaban una encuesta de recolección de datos, y al final se les regalaba un sticker o un botón.

En la sede Federman, el evento empezó a las 2:30 p. m. hasta las 6:00 p. m. y estuvo ubicado frente a la entrada principal de la Universidad. En esta sede no contamos con música, pero se hicieron las mismas actividades que en la sede circunvalar.

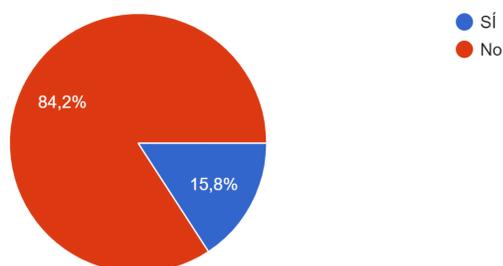
Las personas más interesadas en el proyecto fueron mujeres, es decir el 62,5% (ver figura 6), quienes por curiosidad se acercaron a ver de qué se trataba el evento. Sin embargo, también hubo muchos hombres que se acercaron a preguntar sobre la campaña, y otros que iban con sus novias o amigas se quedaban a un lado esperando a que éstas preguntaran por la información.

Los personajes diseñados para la campaña tuvieron el efecto positivo esperado con las personas, quienes se sentían identificadas con éstos o los asociaban a personas que conocían. Los personajes y los entregables (stickers, botones y folletos) fueron bien recibidos por la comunidad. Sin embargo, la impresión de camisetas no fue tan exitosa, ya que las personas no contaban con camisetas que pudieran imprimir, no hubo suficiente promoción, y probablemente el diseño elegido no fue el adecuado.

El 84,2% de los entrevistados en el evento manifestaron no conocer el protocolo, solo el 15,8% manifestó conocerlo, lo que corresponde a 21 personas de 133 encuestadas, de estas 21 personas, el 52,38% (11 personas) manifestó que conoció el protocolo por la campaña Sí es acoso, y el otro porcentaje fueron administrativos que conocieron el protocolo por su mismo trabajo. Por lo que antes de la campaña, el 91,72% de los encuestados no conocían el protocolo en las sedes Circunvalar y Federman de los cuales el 100% era la comunidad estudiantil. Lo que nos deja en evidencia la problemática principal, que es que muy pocas personas de la comunidad Universitaria conocen de este documento. El 88% de los entrevistados manifestó no haber sido víctima de acoso en la UAN, sin embargo el 4% manifestó que sí, y el 9% prefería no decirlo.

¿Conocía el protocolo contra la violencia de género adoptado por la UAN?

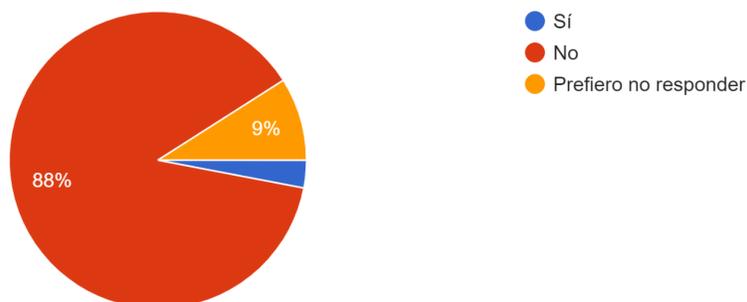
133 respuestas



**Figura 1, gráfico evento 1**

¿Ha sido víctima de acoso sexual en la Universidad?

133 respuestas

**Figura 2, gráfico 2 evento 1**

Algunos de los aspectos de mejora que más se mencionaron fueron: mayor difusión del evento, es decir, una campaña de expectativa del evento más amplia y que sea más difundida por la Universidad. Y mejorar el discurso de apertura, dando más información acerca del protocolo y que no se quede simplemente en un ejercicio de repartir volantes.

Durante este evento en la sede federman, se habló con el director de audiovisuales de la UAN, para llegar a un acuerdo sobre la difusión de la campaña en los canales oficiales de la Universidad, sin embargo, esta charla aún sigue pendiente.

### *Capítulo 7: Investigación a partir de los hallazgos*

Después de esta primera intervención del evento de “Sí es acoso” en las sedes circunvalar y federman, se encontró la necesidad de profundizar la investigación en los siguientes temas:

- Las diferencias y similitudes entre violencia sexual y violencia de género
- Cómo funciona el acoso sexual en hombres
- Cuales son los hechos históricos

Para la investigación sobre violencia de género, se habló con un profesor de la Maestría en Género del Cider de la Universidad de los Andes, experto en el tema de género, el cuál, resolvió muchas dudas, brindó información y artículos asertivos para el mejor desarrollo del proyecto.

También se llegó a la conclusión de que el brochure necesitaba algunos cambios, por lo que se cambió

### *Capítulo 8: Segundo evento sede ibérica*

El día 25 de septiembre se realizó la segunda intervención en la Universidad Antonio Nariño sede Ibérica. Ésta comenzó a las cuatro de la tarde y terminó a las 6:30 p.m. en la cafetería principal de la Universidad. Se contó con el apoyo de Bienestar Universitario, quienes estuvieron presentes y pendientes de lo que sucedía antes, durante y después de terminado el evento.

La mayoría de los asistentes fueron mujeres, de 37 personas, 30 de ellas fueron mujeres que recibieron muy bien la información, se sintieron identificadas con los personajes. Los hombres también participaron y recibieron muy bien la información. Muchos tenían un aporte que hacer sobre el tema o una experiencia que contar.

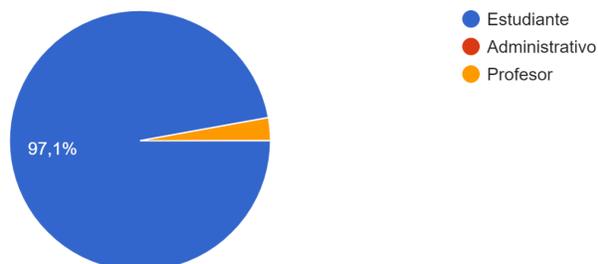
Asistieron y recibieron la información 37 personas, de las cuales 35 llenaron un formulario para recoger información con las siguientes preguntas:

- Eres:
  - Estudiante
  - Administrativo
  - Profesor

De las cuales el 97,1% eran estudiantes (34 personas) , el 2,9% fueron profesores (1 persona). Y no hubo participación de administrativos.

Eres:

35 respuestas



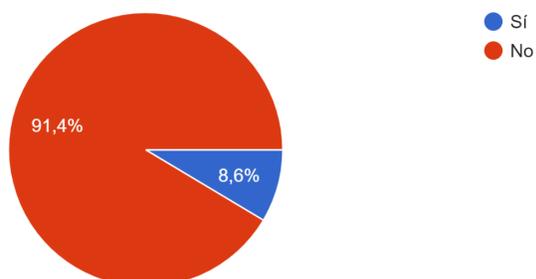
**Figura 3, gráfico evento 2**

- ¿Conocía antes el protocolo contra la violencia sexual y la violencia de género de la UAN?

De la cual el 91,4% respondió que desconocía la existencia de un protocolo (32 personas), y el 8,6% afirmó conocerlo (3 personas). De estas 3 personas que conocían el protocolo, 1 de ellos era profesor y los otros dos estudiantes lo conocieron por la campaña “Sí es acoso”, es decir que el 100% de la comunidad estudiantil desconocía del protocolo antes de la campaña.

¿Conocía antes el protocolo contra la violencia sexual y la violencia de género de la UAN?

35 respuestas

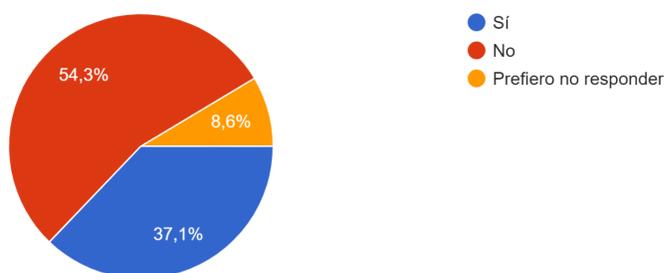


**Figura 4, gráfico 2 evento 2**

En este evento también se les preguntó si alguna vez fueron víctimas de acoso sexual en la UAN, a lo cual el 37,1% respondió afirmativamente, el 54,3% respondió negativamente y el 8,6% decidió no responder.

¿Ha sido alguna vez víctima de acoso sexual, o conoce algún caso de acoso sexual en la UAN?

35 respuestas



**Figura 5, gráfico 3 evento 2**

El día 28 de septiembre fue la pre sustentación de los trabajos de grado, en la cual cada persona expuso sobre su proyecto de grado, después de la exposición, y las correcciones brindadas por los maestros, hubo algunos cambios en cuanto a la dirección de la campaña, los personajes y el brochure.

*Campaña.* Teniendo en cuenta las observaciones en cuanto a la estructura de la campaña, se habló con la profesora Johana Riaño de la Universidad Antonio Nariño, experta en campañas. La cual brindó una asesoría para el proyecto.

Se decidió que la campaña sería una campaña de lanzamiento y sostenimiento, porque se busca introducir la campaña en la Universidad, que las personas la conozcan y que se continúe teniendo presencia y siendo identificada con el tiempo entre la comunidad UAN.

*Tono y estilo:*

Tono: Es empoderada, busca denunciar y no se queda callada ante las injusticias.

Estilo: Habla con la verdad en todo momento, es directa pero no deja de lado la sororidad.

Se definió también una analogía forzada para tener clara la identidad de la campaña:

- **Sexo:** Femenino
- **Edad:** 20 años
- **Generación:** Z
- **Físico:** Contextura media, baja de estatura, cabello de colores, usa piercings, delineados
- **Poder Adquisitivo:** Medio/bajo
- **Intereses:** Lucha de Género, Naturaleza, leer, bailar, salir con amigos, busca justicia
- **Preferencias:** futuro y amigos.
- **Defectos:** Impaciente, distraída, dispersa, explosiva
- **Cualidades:** Atenta, inteligente, sincera, leal, feliz,

- **Personalidad:** Busca ayudar a las personas a que se cumplan sus derechos, prefiere comprar de segunda, no compra productos importados, apoya negocios pequeños de mujeres

Se definieron también un target, grupo objetivo y grupo objetivo ejemplar:

- **Target:** Comunidad de la Universidad Antonio Nariño
- **Grupo objetivo:**
  - Hombres y mujeres
  - De 16 a 25 años
  - Cursando sus estudios universitarios
  - Ingresos de \$400.000 mensuales
  - Interesados por su futuro, la justicia, el feminismo
- **Grupo objetivo ejemplar**
  - Variables geográficas: Colombia, Bogotá, clima frío, idioma español
  - Variables demográficas: 16 a 25 años, poder adquisitivo medio bajo, estudiante, cualquier religión, cualquier sexo.
  - Variables Psicográficas: Estilo de vida estudiantil, familiar, le gusta dormir.

Se determinó que las emociones que evoca la campaña “Sí es acoso” serían la sororidad, compañía, ayuda, empatía, calidez y cercanía.

Algunas experiencias y oportunidades que se encontraron fueron las siguientes fechas:

- Agosto 14, día contra el acoso sexual en las aulas
- 2 de octubre, Día contra el Acoso Sexual Callejero
- 25 de noviembre Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

- 19 de noviembre. Día Internacional para la Prevención del Abuso Sexual contra las Niñas y Niños.

*Personajes.* Algunas de las observaciones que se hicieron para los personajes fueron que no se veía la diversidad y que las cejas no se entendían. Por lo que se pensó en un rediseño de algunos de ellos, se brindó una mayor diversidad mostrando hombres, mujeres, y personajes no binarios. Se hicieron algunos cambios en cuanto al cabello, las cejas, la forma de la cara y el cuerpo, teniendo en cuenta que el principal objetivo de los personajes era que las personas se identifiquen con ellos para lograr una mayor cercanía con la marca.

Se hicieron también diferentes exploraciones de los personajes desde distintos ángulos y posiciones para un mayor impacto y profundidad, se dibujaron en un inicio de manera análoga a lápiz y una vez resueltos se digitalizaron.

Se habló con el profesor Alejandro Uscategui, experto en ilustración, quien sugirió una exploración más amplia de los personajes, que estos tuvieran más características distintivas, diferentes tipos de cuerpo, diferentes edades, y sugirió diferentes ilustradores e ilustradoras para tener un referente más amplio. Sin embargo, comentó que la estética de los personajes le gustaba, pero podía ser mejor ejecutada.

*Brochure.* Algunas de las observaciones hacia el brochure de la ruta de atención fueron: problemas en la diagramación, la portada no evoca violencia de género y los colores deben ser mejor utilizados.

Por lo que después de esta intervención, se tuvo en cuenta un rediseño del brochure, pensando más en una diagramación ordenada y que facilite la lectura. Se diagramaron dos columnas y se le dió una margen más espaciosa. En cuanto a los colores, se recomendó un mejor

uso dependiendo de la temática que se esté ejecutando en el brochure, por lo que se hicieron los ajustes pertinentes teniendo en cuenta la paleta de colores.

Gracias a estas observaciones, se tomó la decisión de hacer una tutoría con la profesora María Paz Cuellar, experta en diseño editorial. La cual sugirió distintos cambios como: una tipografía diferente, que sea más apta para impresión, ya que la que se estaba usando funcionaba mejor en medios digitales; una retícula más cerrada, y una margen menos amplia; sugirió también que se use la ilustración en cada unos de los puntos de la ruta de atención.

#### *Capítulo 10: últimos días del proyecto*

En última instancia, se tuvieron en cuenta los pequeños detalles que podrían mejorar el proyecto, gracias a la alianza con Bienestar Universitario, se tuvo el apoyo de Karen Gonzales, coordinadora de bienestar para la realización de un video para redes sociales, socializando la ruta de atención, esto con el objetivo de alcanzar a un público que no esté muy interesado en leer, o tenga dificultades de visión, y no se le sea tan fácil leer la ruta de atención.

También se pensó en una forma en la que los estudiantes tuvieron una forma más fácil y rápida para poder hacer sus denuncias a través de Bienestar Universitario, en la que un link los redirija a un formulario de google en el que puedan poner su información de contacto y un pequeño texto contando los acontecimientos; y que las respuestas de este formulario lleguen directamente a la coordinadora o el coordinador de bienestar de la sede correspondiente, y estos puedan ponerse en contacto con el estudiante inmediatamente. Esta idea fue aprobada por la coordinadora de bienestar de la sede circunvalar, sin embargo, no ha sido aprobada aún por la directora de Bienestar Universitario a nivel nacional.

#### *Capítulo 11: Evento en sede sur*

El 4 de noviembre de 2023 se llevó a cabo la realización del penúltimo evento de la campaña en las sedes de Bogotá durante este periodo académico. Este evento tuvo inicio a las 8:40 de la mañana en un día sábado, coincidiendo con el horario en que los estudiantes salían o se dirigían a clases, concluyendo a las 12:00 del mediodía.

En esta ocasión, se contó con el respaldo de Bienestar Universitario de la sede, específicamente con la colaboración de la coordinadora de bienestar, Yiveth Zapata. Previamente, se llevó a cabo una reunión para coordinar y planificar el evento, buscando optimizar al máximo su impacto. El stand de "Sí es acoso" fue instalado estratégicamente frente a las oficinas de Bienestar Universitario, facilitando así el acceso y visibilidad.

El evento contó con la participación activa de 36 asistentes que recibieron y escucharon la información proporcionada. Aunque se alcanzó una audiencia significativa, la oficina de bienestar quedó con algunos folletos adicionales, los cuales se reservaron para distribuir en eventos futuros, asegurando así una continuidad en la difusión de la campaña.

## Alcance

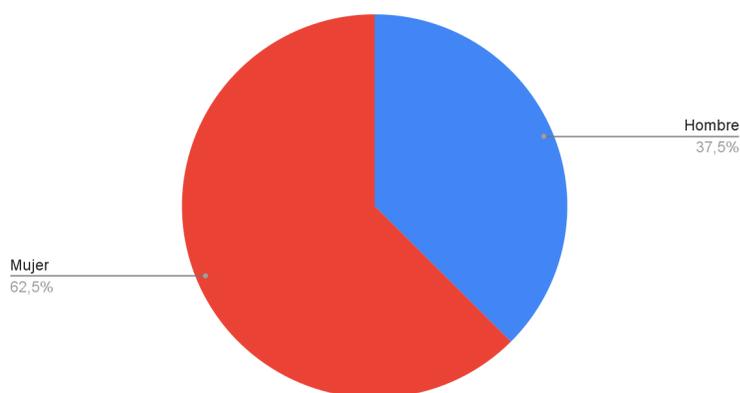
En la primera intervención del evento en sede circunvalar y federman se tomaron algunos datos del alcance que se obtuvo.

133 personas llenaron el formulario de recopilación de datos entre estas dos sedes.

En la sede circunvalar hubo un alcance aproximado de 60 (62,5%) mujeres que se interesaron y pidieron la información, y 35 (37,5%) hombres que se interesaron y pidieron la información.

Claramente, se evidencia un mayor número de mujeres asistentes al evento. Sin embargo, se debe tener en cuenta la proporción de estudiantes hombres y mujeres en la Universidad Antonio Nariño sede circunvalar.

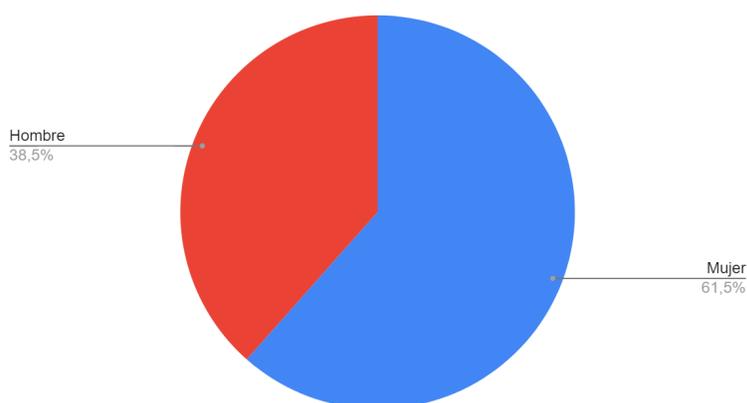
Recuento sede circunvalar



**Figura 6, recuento sede circunvalar**

En sede federman, las cifras fueron las siguientes:

Recuento sede federman

**Figura 7, recuento sede federman**

Se evidencia que la proporción de mujeres sigue siendo mucho más alta comparada con los hombres. Sin embargo, se debe tener en cuenta la proporción de estudiantes hombres y mujeres en la Universidad Antonio Nariño sede circunvalar. También se tiene en cuenta que los asistentes al evento en sede federman fueron menores. 23 mujeres (61,5%) se interesaron y preguntaron por la información, mientras que 14 hombres (38,5%) se interesaron y preguntaron por la información.

Durante el primer evento, se realizó una encuesta en la que se observó que la gran mayoría de los entrevistados, específicamente el 84,2%, afirmó no estar familiarizado con el protocolo. Solo el 15,8% de los participantes indicó conocerlo, lo que representa un total de 21 personas de las 133 encuestadas. De este grupo, el 52,38% (11 personas) mencionó que su conocimiento del protocolo se debió a la campaña "Sí es acoso", mientras que el resto lo adquirió a través de su trabajo como personal administrativo. Antes de la campaña, en las sedes de Circunvalar y Federman, el 91,72% de los entrevistados, que en su totalidad eran miembros de la comunidad estudiantil, no tenía conocimiento del protocolo.

En la segunda intervención del evento en sede ibérica se tomaron algunos datos del alcance que se obtuvo.

35 personas llenaron el formulario de recopilación de datos, de ellos 34 fueron estudiantes y tan solo 1 profesor. También se le proporcionó la información a 3 administrativos, sin embargo, éstos no llenaron el formulario.

De estos asistentes, aproximadamente el 82,9% fueron mujeres y tan solo el 17,1% fueron hombres. A este evento asistieron menos personas en comparación con el primero, sin embargo, se debe tener en cuenta también el número de estudiantes que hay por sedes.



***Figura 8, recuento sede ibérica***

Dentro de este grupo, el 91,4% (equivalente a 32 personas) admitió no tener conocimiento sobre la existencia del protocolo, mientras que el 8,6% (3 personas) declaró estar informado al respecto. En el caso de las tres personas que afirmaron conocer el protocolo, una de ellas era profesor, y las otras dos eran estudiantes que adquirieron esta información a través de la campaña "Sí es acoso". Esto significa que, antes de la campaña, el 100% de la comunidad estudiantil no tenía conocimiento del protocolo.

El evento se repitió en la sede sur, abarcando así todas las sedes de Bogotá hasta el momento, el evento se realizó el día 4 de noviembre del presente año, se dió inicio al evento a las 8:40 de la mañana, cuando varios estudiantes salían o se disponían a entrar a clase. Hubo un alcance de 36 personas, las cuales asistieron al evento hasta el medio día.

Se espera hacer un nuevo evento, el día de esconográfica, el evento donde los estudiantes de sueño gráfico muestran al público sus proyectos finales de semestre, 24 de noviembre, en la sede circunvalar, para saber cuántos estudiantes conocieron la ruta de atención desde el primer encuentro que hubo el 14 de agosto.

Dentro del marco de la redes sociales, se tuvo un crecimiento en cuanto a seguidores desde el primer evento que se realizó en la sede circunvalar, en donde se alcanzaron los 86 seguidores en Instagram, la cual es la única red social que se va a utilizar para la campaña.

Desde el 12 de octubre del presente año, hasta el 10 de noviembre del presente año, se han alcanzado 356 cuentas en Instagram, de las cuales 106 fueron seguidores y 250 fueron no seguidores. En cuanto al tipo de contenido, el que más alcanzó nuevas y antiguas cuentas fueron los reels, el cual alcanzó 350 cuentas, seguido de las historias con 98 cuentas alcanzadas, y por último las publicaciones con 54 cuentas alcanzadas.

Se tiene un total de seguidores de 106 hasta la fecha 11/11/2023, con un crecimiento del 29,2% desde el 12 de octubre hasta el 10 de noviembre. Los principales lugares en los que se

sigue la cuenta son: Bogotá con el 91,5%; Soacha 5,6% y Sibaté, Medellín y Chiquinquirá con el 0,9%.

Los rangos de edad de los seguidores son los siguientes: de 18 a 24 años, el 67,9%; el cual es el grupo objetivo más grande de la campaña, le sigue el rango de 25 a 34 años con el 26,4%, le siguen 35 a 44 años con el 2,8%, y por último 55 a 64 años con el 0,9%.

Se espera entregar esta campaña a Bienestar Universitario para que se continúe a nivel nacional, dentro de lo que se ha hablado con Bienestar, se encuentran dispuestos a continuar con la campaña.

## **Propuesta Conceptual**

En un principio no se tenía claro el producto final de este proyecto, se planteó la idea de que fuera una campaña transmedia, y contará con elementos audiovisuales, página web, redes sociales, piezas editoriales. Sin embargo, con el paso del tiempo y a medida que el proyecto se fue desarrollando, se planteó la idea de una campaña de difusión, ésta contaría con el branding de una marca, y diferentes entregables.

Como primer paso para la propuesta visual de la campaña, se realizó un moodboard (ver figuras 9, 10 y 11) con los referentes encontrados que se acoplaban mejor a los valores de la marca.



Figura 9, moodboard 1

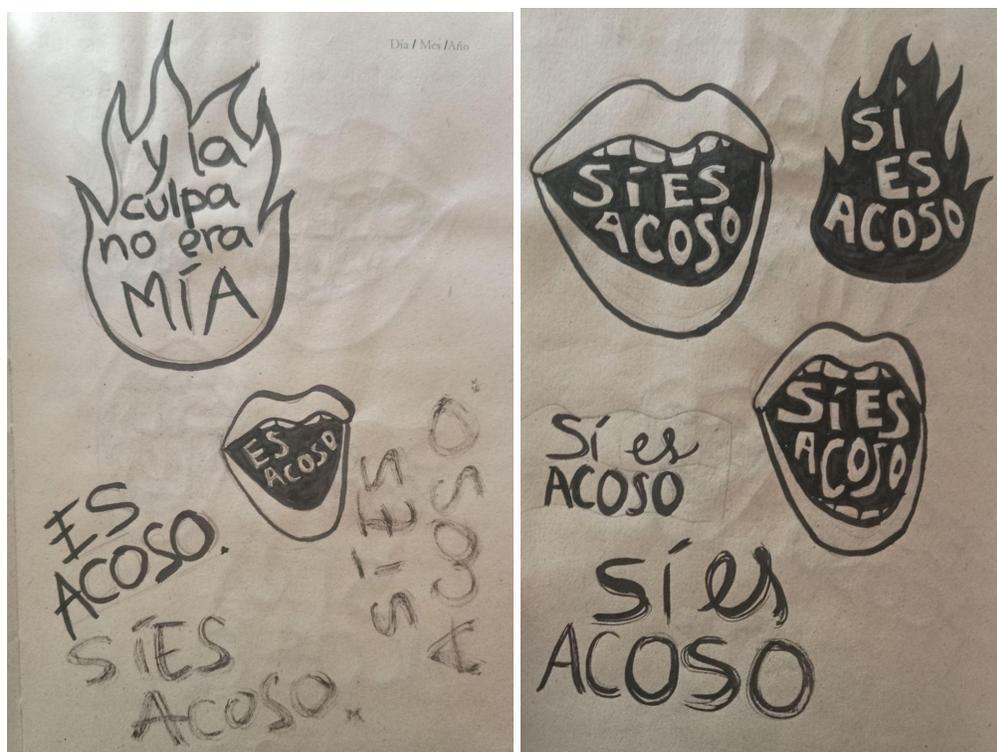


Figura 10, moodboard 2



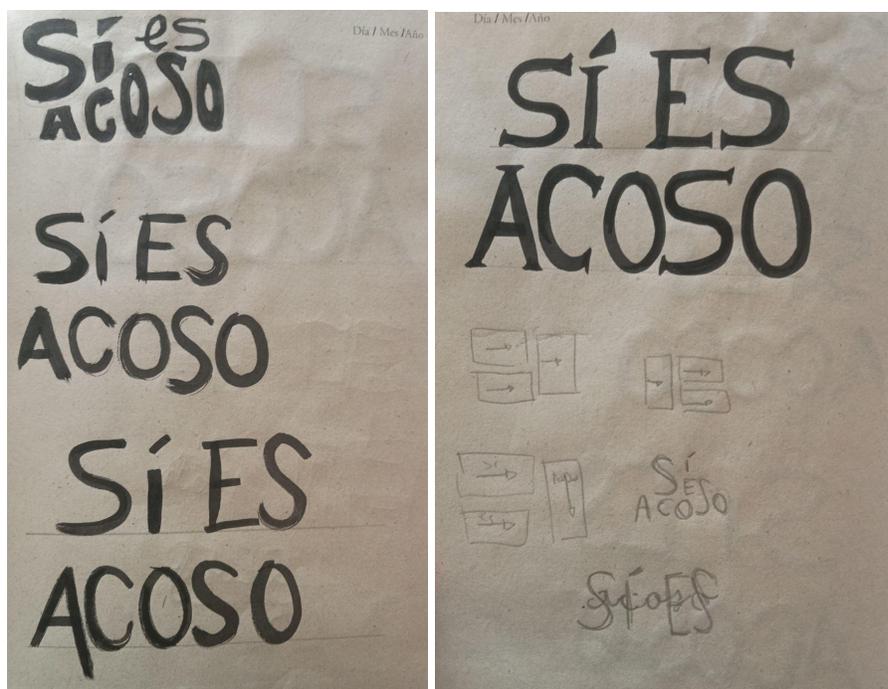
**Figura 11, moodboard 3**

De estos moodboards se sacó inspiración en cuanto a la paleta de colores, tipografía del logo y diseño de los personajes. El segundo paso fue la bocetación análoga de un logo, éste debería verse fuerte, seguro y juvenil. Por lo que se decidió que sería un logotipo diseñado con una tipografía propia. La palabra con mayor jerarquía sería “Acoso” para acentuar el tema principal de la campaña, las palabras “Sí” y “es” irían de la misma proporción.



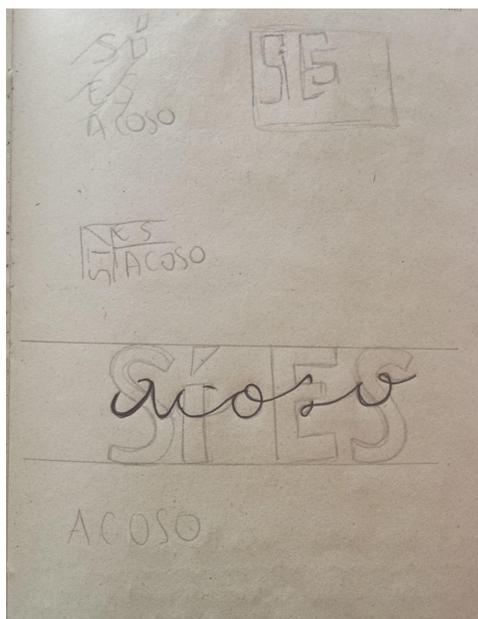
**Figura 12, bocetos 1**

En un principio, se pensó en un isologo para la marca, sin embargo, las primeras propuestas eran carentes de originalidad. Por lo que se empezó a explorar una propuesta tipográfica y caligráfica en donde las palabras sean lo más representativo.



**Figura 13, bocetos 2**

Se probó con diferentes estilos caligráficos y tipográficos, así como diferentes formas de diagramación.



**Figura 14, bocetos 3**

Después de varias exploraciones análogas del logo, se pasaron a digitalizar (ver figuras 15 y 16).



*Figura 15, bocetos digitales 1*

**SÍ  
ES ACOSO**

***Figura 16, boceto digital 2***

El boceto digital 2 (ver figura 16) fue un primer acercamiento a cómo se vería la marca al final, sin embargo, después de algunas observaciones, se consideró la idea de que las palabras “sí es” tuvieran la misma jerarquía en tamaño y la letra “o” fuera más pequeña.



**SÍ  
ES ACOOSO**

***Figura 17, Logo final blanco y negro***

El logo final cuenta con las palabras “sí es” con el mismo tamaño, y la palabra “Acoso” con el doble de tamaño que las anteriores. Se tomó la decisión de que la letra “o” tuviera un tamaño inferior, y este entre la letra “c”, como representación del acoso, como el acoso llega a hacer sentir a las personas.

La paleta de colores es complementaria, se buscaba que los colores fueran saturados y vibrantes para atraer la atención de la comunidad juvenil.



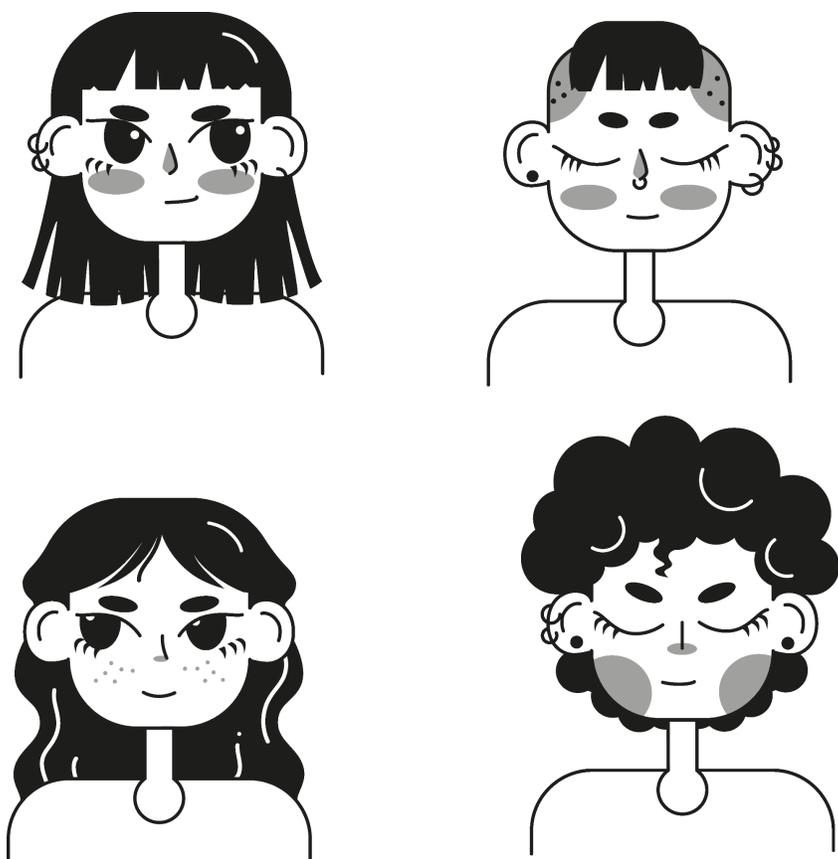
**Figura 18, paleta de color**

En cuanto a los personajes, se diseñaron en un principio 4 mujeres, con diferentes apariencias físicas.



**Figura 19, bocetos personajes 1**

Se hicieron bocetos análogos en un principio de cómo sería el estilo de los personajes. Una vez se tuvo claro esto, se digitalizaron (ver figura 20).



*Figura 20, primer acercamiento personajes blanco y negro*

El primer acercamiento digital a los personajes fue teniendo en cuenta que el propósito de estos, es que la comunidad se sintiera identificada.



*Figura 21, primer acercamiento personajes con paleta de color*

Durante la evaluación de los personajes, se destacaron algunas observaciones importantes. Se señaló la falta de diversidad en la representación y se identificaron problemas relacionados con la comprensión de las cejas de los personajes. Como resultado, se decidió llevar a cabo un rediseño que enfatizara la diversidad, incorporando una variedad de géneros, incluyendo hombres, mujeres y personas no binarias.

Se realizaron ajustes significativos en cuanto al cabello, las cejas, la morfología facial y la forma del cuerpo de los personajes. Estos cambios se llevaron a cabo con el propósito principal de lograr que los personajes fueran más identificables y cercanos a la audiencia, fortaleciendo así la conexión con la marca.

Además, se exploraron diversas perspectivas y poses de los personajes para otorgarles mayor impacto y profundidad. Inicialmente, los bocetos se crearon de manera tradicional con lápiz y papel, y una vez que se refinaron, se procedió a su digitalización.

Durante el proceso, se buscó la asesoría de un profesor especializado en ilustración, quien recomendó una exploración más amplia de los personajes. Sugirió la incorporación de características más distintivas, una mayor variedad en tipos de cuerpo y edades, y proporcionó recomendaciones de diferentes ilustradores e ilustradoras como referencia. A pesar de estas sugerencias, el profesor expresó su aprecio por la estética de los personajes, señalando que podía ser aún mejor ejecutada.



*Figura 22, bocetos personajes segunda parte*



*Figura 23, bocetos personajes segunda parte*



***Figura 24, bocetos personajes segunda parte***

Teniendo clara la paleta de color, el logo y los primeros personajes, se diseñó el poster publicitario para el primer evento en la sede circunvalar (ver figura 25). Este contó con una frase problemática que llamara la atención de la audiencia, tenía los colores de la marca, y la primera tipografía elegida para los textos, la cual era “Museo Moderno”. Se hizo uso de un vector con la silueta de una mujer con figura fondo y la frase problemática encima de estos. Tenía los aspectos más importantes del evento como el día, la hora, y una pequeña frase que resumiera de que se trataría el evento. Contaba también con el logo de la UAN, y que se contaba con el apoyo de Bienestar Universitario.



**Figura 25, primer póster promocional**

El brochure de la ruta de atención para víctimas de violencia sexual y violencia de género se diseñó con la tipografía ya mencionada, la paleta de color elegida en un principio y se hizo uso de algunos personajes para la portada, sin embargo, esta se veía muy femenina y teniendo en cuenta el público objetivo, no funcionaba del todo bien (ver figura 26). En la contraportada se encontraba un código QR que los dirigía al “*Protocolo para la prevención, detección, atención, mitigación y seguimiento de situaciones asociadas a la violencia sexual y las violencias basadas en género*”. Este brochure tenía un tamaño que se mantuvo durante todo el periodo académico, el cual es tamaño carta con 5 dobleces, lo cual hace que su tamaño final sea de 6,9 cm de ancho y

10,7 cm de alto, lo cual hace que sea un objeto que se puede guardar en diferentes espacios para tener a la mano cuando se necesite.

<p><b>RUTA DE ATENCIÓN</b></p> <p>Para la orientación, y atención de víctimas de violencia basada en género.</p> 	<p><b>Reporte de caso</b></p> <p><b>¿CÓMO?</b> De manera presencial o por cualquier medio virtual.</p> <p><b>¿A QUIÉN?</b> Con el/la coordinador(a) de bienestar de la sede o psicología.*</p> <p><small>*Los contactos se encuentran en la pg. 29 y 30 del protocolo.</small></p> <p><b>01</b></p>	<p><b>Atención primaria</b></p> <p>De acuerdo a las necesidades de la víctima se hace acompañamiento médico o psicológico.</p> <p><b>02</b></p>
<p><b>Activación de la ruta</b></p> <p><b>VÍCTIMAS</b></p> <p><b>Menor de edad</b> Si su agresor pertenece a su núcleo familiar se le avisa al ICBF. <b>Línea nacional 018000918080.</b></p> <p>Si es ajeno al núcleo familiar se le da aviso a su red de apoyo familiar.</p> <p>Se remite al Centro de Salud más cercano <b>Línea púrpura 155</b> <b>Línea calma 018000423614</b></p> <p><b>Mayor de edad</b></p>	<p><b>AGRESORES</b></p> <p><b>Estudiante</b> Si el agresor es un estudiante se abrirá un proceso con la Decanatura de su Facultad.</p> <p><b>Funcionario</b> Si el agresor es un funcionario se abre un comité de convivencia laboral.</p> <p><b>03</b></p>	<p><b>Seguimiento</b></p> <p>Cada mes se puede realizar de manera telefónica o por cualquier medio electrónico garantizando que no haya una revictimización, hasta el cierre de caso.</p> <p><b>04</b></p>



***Figura 26, primera ruta de atención.***

Como primer acercamiento del brochure, se utilizó la tipografía “MuseoModerno” para los títulos en el peso Extra Bold, y la misma tipografía en peso Light para el texto.

Sin embargo, después del primer evento se decidió cambiar algunas cosas de la ruta, por ejemplo, la tipografía y la portada (ver figura 27).

**Ruta de atención** Para víctimas de **violencia sexual y violencia de género**

**Reporte de caso**

**¿CÓMO?**  
 De manera presencial o por cualquier medio virtual.

**¿A QUIÉN?**  
 Con el/la coordinador(a) de bienestar de la sede o psicología.\*

\*Los contactos se encuentran en la pg. 29 y 30 del protocolo.

01

**Atención primaria**

De acuerdo a las necesidades de la víctima se hace acompañamiento médico o psicológico.

02

**Activación de la ruta**

**VÍCTIMAS**

**Menor de edad**  
 Si su agresor pertenece a su núcleo familiar se le avisa al ICBF.  
 Línea nacional 018000918080.

Si es ajeno al núcleo familiar se le da aviso a su red de apoyo familiar.

**Mayor de edad**  
 Se remite al Centro de Salud más cercano  
 Línea púrpura 155  
 Línea calma 018000423614

**AGRESORES**

**Estudiante**  
 Si el agresor es un estudiante se abrirá un proceso con la Decanatura de su Facultad.

**Funcionario**  
 Si el agresor es un funcionario se lleva el caso al Comité de Convivencia Laboral.

03

**Seguimiento**

Cada mes se puede realizar de manera telefónica o por cualquier medio electrónico garantizando que no haya una revictimización, hasta el cierre de caso.

04



**Figura 27, segunda ruta de atención**

Para este rediseño se usó la tipografía DIN en el peso Regular para los textos, y la tipografía Berlin Sans FB Demi Bold.

Sin embargo, durante la evaluación del brochure de la Ruta de Atención, se tomaron en cuenta varias observaciones. Se señalaron problemas en la diagramación de los elementos, la portada no transmitía eficazmente la temática de violencia de género y hubo inquietudes relacionadas con el uso de colores.

En respuesta a estas observaciones, se emprendió un proceso de rediseño del folleto, priorizando una estructura de diseño más organizada que facilitara la lectura. Se optó por una disposición de dos columnas y se incrementó el espacio en los márgenes. En cuanto a la paleta de

colores, se ajustó para que se alinea de manera más efectiva con el tema en cada sección del folleto.

Gracias a esta retroalimentación constructiva, se decidió buscar orientación adicional en forma de una tutoría con la profesora María Paz Cuellar, una experta en diseño editorial. Durante esta tutoría, se sugirieron diversos cambios, incluyendo la adopción de una tipografía más adecuada para la impresión, ya que la utilizada previamente era más idónea para medios digitales. Se ajustó la cuadrícula para que fuera más compacta y se redujo el espacio en los márgenes. Además, se propuso incorporar ilustraciones en cada uno de los puntos de la Ruta de Atención.

Para este rediseño se utilizó la tipografía Montserrat alternates en diferentes pesos dependiendo del uso (ver figura 28).





*Figura 28, primer acercamiento al brochure final*

Para el diseño de la marca “Sí es acoso”, se hizo un manual de marca. Este cuenta con estructura del logo, tamaños mínimos, paleta de color, tipografías, gráfica complementaria (personajes), y aplicaciones de la marca, tanto en redes sociales como en formatos físicos.

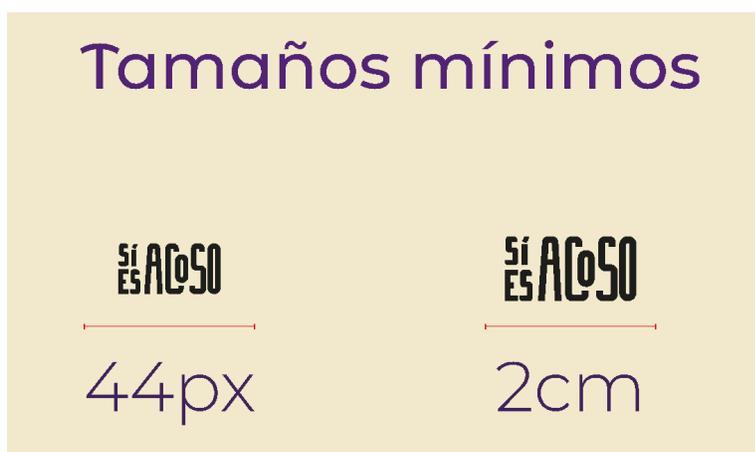


*Figura 29, construcción del logotipo final*



**Figura 30, área de seguridad del logotipo**

Se decidió que el área de seguridad sería del tamaño de la primera letra O de la palabra “Acoso” para una mayor legibilidad y orden del logo.



**Figura 31, tamaños mínimos del logotipo**

Se decidió que el tamaño mínimo del logo en digital sería de 44 píxeles, mientras que en formatos de impresión sería de 2 centímetros.



*Figura 32, usos correctos del logotipo*

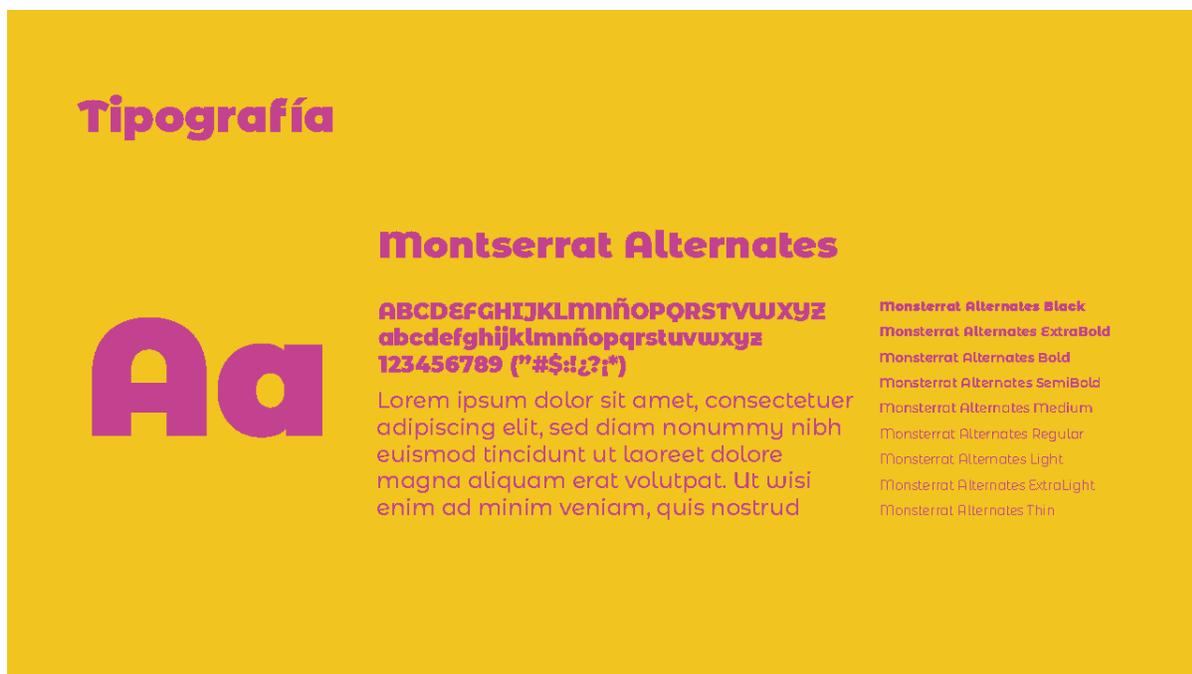
En cuanto a los usos del logo, los correctos serían en blanco y negro, y tendría variaciones de los colores de la paleta de color, haciendo que estos sean complementarios. Estos son los únicos usos correctos del logotipo en sus aplicaciones.



*Figura 33, usos incorrectos del logotipo*

Algunos de los usos incorrectos del logo son: que los colores usados de la paleta de color no sean complementarios, que no se respete el área de seguridad, que se usen degradados, colores que no estén en la paleta de color, entre otros.

Se decidió que la tipografía sería Montserrat Alternates en todos sus pesos



*Figura 34, Tipografía*

Para el uso en imágenes, se decidió que el logotipo siempre tendría un contorno para que la legibilidad de este mismo no se perdiera (ver figura 34). Sin embargo, en imágenes con fondo plano de los colores de la paleta de color se puede usar sin el contorno siempre y cuando se cree el contraste como se evidencia en los usos permitidos del logo (ver figura 35).

## Uso en imágenes

Sobre imágenes, el logo debe tener un contorno para que sea legible, si los colores y las formas no permiten su correcta legibilidad.



*Figura 35, uso en imágenes fotográficas*

## Uso en imágenes

Sobre imágenes con fondos planos de los colores de la marca, se puede utilizar el logo sin un contorno, pero se debe usar un color con alto contraste para su correcta legibilidad.



*Figura 36, uso en imágenes vectoriales*

## **Conclusiones**

Entre las conclusiones más sobresalientes derivadas de la investigación llevada a cabo en el marco de este proyecto, se destaca la revelación de que el acoso sexual emerge como la forma más común de violencia de género y violencia sexual dentro de las instituciones universitarias en Colombia. Este fenómeno, lamentablemente, evidencia una brecha considerable entre la información real del problema que se conoce, y la cantidad de casos oficialmente conocidos y reportados. La falta de notificación de incidentes de acoso sexual se atribuye, en gran medida, a la falta de recursos y herramientas adecuadas para que las víctimas denuncien estos actos a través de los canales de denuncia establecidos. Esta barrera, en consecuencia, impide que un número significativo de afectados hable abierta y efectivamente sobre sus experiencias, contribuyendo así a la perpetuación de un entorno donde el acoso sexual persiste en la sombra, sin la debida visibilidad y consecuente acción preventiva.

Aunque la Universidad Antonio Nariño cuenta con un protocolo destinado a abordar la violencia de género, es importante que se sigan adoptando medidas adicionales que faciliten y promuevan el oportuno reporte de casos. Sería beneficioso contar con un método a nivel nacional que simplifique y facilite el acceso para las víctimas a los recursos institucionales para la denuncia de estos incidentes de violencia. También, resulta de gran importancia establecer una ruta de acción clara y accesible, proporcionando a todas las personas, sin importar sus roles dentro de la universidad, las herramientas necesarias para enfrentar situaciones de violencia de género. Este enfoque contribuiría significativamente a fortalecer la conciencia y capacidad de respuesta de la comunidad académica ante este tipo de situaciones, asegurando un ambiente más seguro y empático para todos los miembros de la institución.

Bienestar Universitario y la Universidad Antonio Nariño se vieron en la necesidad de llevar a cabo esta difusión con el fin de cumplir con lo establecido en la ley 1257 de 2008. Dicha normativa estipula que todas las instituciones educativas en Colombia, incluyendo las universidades, deben contar con un protocolo específico dirigido a prevenir y abordar la violencia de género. Además, este protocolo debe estar accesible y disponible para toda la comunidad universitaria. Ya que antes de este proyecto, no se cumplía con esta ley, ya que no todos los miembros de la comunidad universitaria conocían la existencia de este documento.

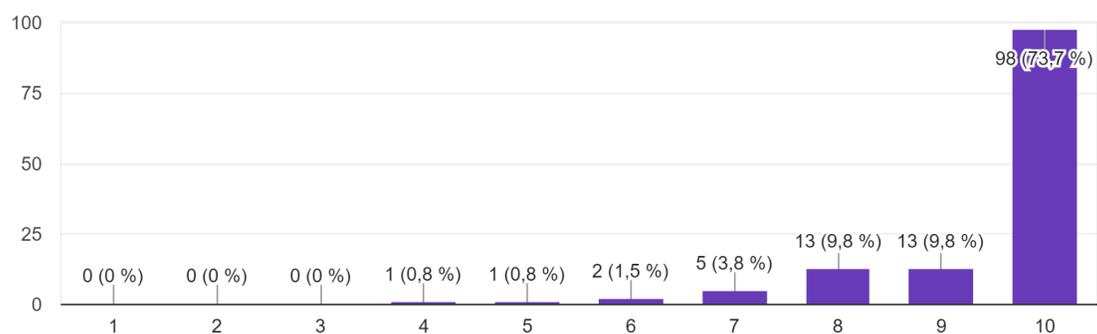
Durante el transcurso del periodo académico, se ha observado de manera concluyente en los diversos eventos llevados a cabo, que los estudiantes manifiestan un genuino interés en los temas abordados. Asimismo, ha quedado claro que existe una necesidad por parte de la comunidad de establecer una ruta de atención y brindar apoyo por parte de la Universidad en relación con estas cuestiones. Es relevante reconocer que, aunque se desee lo contrario, las manifestaciones de violencia persistirán en la sociedad, y es importante que la comunidad educativa esté preparada para afrontar, en el peor de los casos, situaciones de esta índole.

A lo largo de dichos eventos, se logró difundir el protocolo y la ruta de atención en todas las sedes de Bogotá. Sin embargo, otra conclusión a la que se llegó, es la necesidad de que el protocolo y la ruta de atención tengan una mayor difusión, no solo a nivel regional, sino también a nivel nacional, el cual abarque todas las sedes de la UAN en Colombia, considerando el buen recibimiento de la información entre la comunidad universitaria.

Durante estos encuentros, se evidenció que en las sedes circunvalar, Federman e Ibérica, más del 70% de los participantes expresaron que consideraban este tema como altamente relevante para abordar en la Universidad Antonio Nariño (ver figuras 37 y 38).

En una escala del 1 al 10, siendo 1 nada y 10 mucho ¿qué tan importante le parece la información suministrada en el evento?

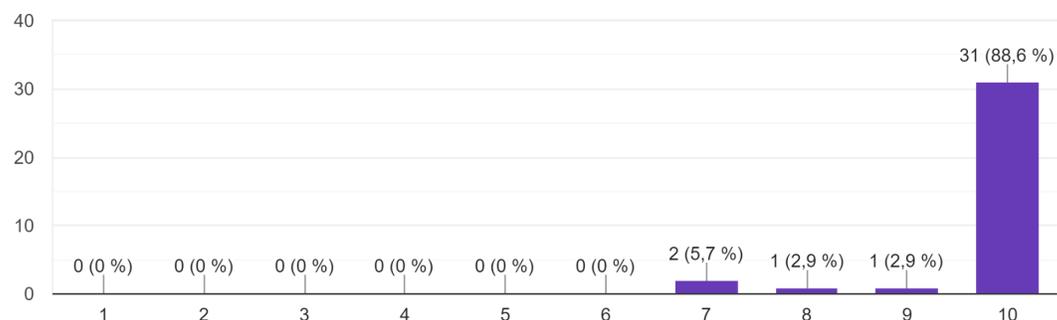
133 respuestas



**Figura 37, Gráfica evento circunvalar y federman**

En una escala del 1 al 10, siendo 1 nada y 10 mucho ¿Qué tan importante le parece la información suministrada en el evento?

35 respuestas



**Figura 38, Gráfica evento ibérica**

Es notable observar que los miembros de la comunidad de la Universidad Antonio Nariño otorgan cierto grado de importancia a la información proporcionada, dado que ningún participante seleccionó las opciones 0, 1, 2 o 3. Estas opciones representan niveles de importancia que van desde "poco importante" hasta "irrelevante" con respecto a la información suministrada. Este indicador sugiere que la información comunicada ha captado, al menos en cierta medida, la atención e interés de la comunidad universitaria, subrayando así la percepción general de su relevancia en el contexto de la Universidad Antonio Nariño.

Se considera importante también la difusión de la ruta de atención para víctimas de violencia de género en grupos de empleados como servicios generales, que podrían estar en riesgo de sufrir este tipo de violencias.

## Referencias Bibliográficas

España, O. (2023, June 18). *La violencia de género según la ONU*. Naciones Unidas para Europa Occidental - España. <https://unric.org/es/la-violencia-de-genero-segun-la-onu/>

Infobae. (2022, 3 de noviembre). Ocho de cada 10 mujeres han sufrido de acoso sexual en Bogotá asegura la Veeduría Distrital. infobae.

<https://www.infobae.com/america/colombia/2022/11/03/ocho-de-cada-10-mujeres-han-sufrido-de-acoso-sexual-en-bogota-asegura-la-veeduria-distrital/>

Mitchell, C. (n.d.). *OPS/OMS | Violencia sexual en Latinoamérica y el Caribe: Análisis de datos secundarios*. Pan American Health Organization / World Health Organization.

[https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3341:2010-sexual-violence-latin-america-caribbean-desk-review&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=3341:2010-sexual-violence-latin-america-caribbean-desk-review&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0)

El Tiempo (2022, 9 de marzo ). De 83 denuncias de acoso sexual, universidades solo aplicaron 8 sanciones. El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/justicia/investigacion/acoso-sexual-en-universidades-investigacion-de-dejusticia-revela-panorama-656751>

La FM. (2019, 20 de septiembre). Cifras de acoso sexual en universidades de Colombia. La FM.

<https://www.lafm.com.co/colombia/estudios-revelan-preocupante-cifra-de-acoso-sexual-en-universidades-de-colombia>

Ayala Salgado, L., & Hernández Moreno, K. (2012, mayo). *LA VIOLENCIA HACIA LA MUJER. ANTECEDENTES Y ASPECTOS TEÓRICOS*. eumed.

<https://www.eumed.net/rev/cccss/20/ashm.html>

Carreño Orellana, C. (2021, 31 de agosto). *Las mujeres en la historia: Más de veinte siglos de violencia*. Laneta.

<https://laneta.cl/las-mujeres-en-la-historia-mas-de-veinte-siglos-de-violencia/>

Pérez, G. (2020, 17 de mayo). *Ley Micaela: Breve historia del feminismo y los movimientos de mujeres* [Video]. Capacitación y Fortalecimiento Neuquén. [Ley Micaela: Breve historia del feminismo y los movimientos de mujeres](#)

Hernandez, V. (2020, 25 de noviembre). *Violencia de Género a través de la Historia* [Video].

Victoria Hernandez. [Violencia de Género a través de la Historia](#)

<https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

Euroinnova Formación. (2023). Qué es la educación social. *Euroinnova Business School*.

[https://www.euroinnova.edu.es/blog/tipos-de-violencia-sexual?\\_gl=1\\*1qn2ko1\\*\\_gcl\\_au\\*OTQzNDcwMTAwLjE2OTI5NzcxMjE](https://www.euroinnova.edu.es/blog/tipos-de-violencia-sexual?_gl=1*1qn2ko1*_gcl_au*OTQzNDcwMTAwLjE2OTI5NzcxMjE)

Castaño-Castrillón, J. J. (s. f.). *Acoso sexual en la comunidad estudiantil de la Universidad de Manizales (Colombia) 2008: Estudio de corte transversal*.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0034-74342010000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0034-74342010000100003&script=sci_arttext)

García, A. (2019, 16 de septiembre) *Normalización de la violencia de género cómo obstáculo metodológico para su comprensión*. Scielo

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-75502019000200085#aff1](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502019000200085#aff1)

Ruido, P. A., Román, R. M., Castro, Y. R., & Fernández, M. V. C. (2021). El acoso sexual en la universidad: la visión del alumnado. *Revista Latinoamericana De Psicología*, 53.

<https://doi.org/10.14349/rlp.2021.v53.1>

Administradora, A. (2020, 31 julio). Las agresiones sexuales en la historia | ADAVAS. *ADAVAS*.

<https://adavas.org/las-agresiones-sexuales-en-la-historia/>

Posso Quiceno, J. L. (2022). La violencia de género en instituciones de educación superior.

*Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, 113, 43-62.

Ortega, C. (2023, 9 octubre). *Investigación-acción: qué es, etapas y ejemplos*. QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-accion/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20Dacci%C3%B3n%20como%20herramienta,integran%20la%20realidad%20a%20transformar.>

14 de agosto: Día de Lucha contra la Violencia Sexual en las aulas. (2023, 20 abril). *UNESCO*.

<https://www.unesco.org/es/articles/14-de-agosto-dia-de-lucha-contr-la-violencia-sexual-en-las-aulas>



**Anexos**

Manual de marca Sí es acoso

[manual de marca.pdf](#)

Protocolo de UAN

[2022 UAN Acu\\_protocolo prevención violencia sexual y violencia basada en género.pdf](#)

Ruta de atención suministrada por Bienestar Universitario

[ruta de atencion bienestar.pdf](#)

Sites con toda la información

<https://sites.google.com/uan.edu.co/siesacoso/inicio>