



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali



LA SUTIL LINEA

Violencias cotidianas y normalizadas

Santiago Alzate Ortiz

Enfásis: Editorial y Empaque

Directora de proyecto: Faynory Mora

Título del proyecto: La Sutil Línea “Violencias cotidianas y normalizadas”

Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual

Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño

Facultad de Creación y Hábitat



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer especialmente a la persona con la que inicié este proceso, el profesor Jhoiner Cuellar, quien me asesoró y brindó sus conocimientos para que hoy mi propuesta sea lo que es hoy en día.

Así como le agradezco a él, también siento mucho respeto y agradecimiento con la docente y actual directora de mi proyecto Faynory Mora, porque me ayudó, aconsejó y acompañó en la finalización de este proceso, mostrándome nuevas posibilidades, rumbos y alternativas para llegar a los resultados obtenidos actualmente.

Gracias infinitas a las profesoras de proyecto de grado, por su insistencia, cuidado y presencia todo el tiempo en cada una de las clases, las asesorías, entregas y sustentaciones, fueron una parte muy clave e importante en el proceso.

Y finalmente, gracias infinitas a todo mi círculo de apoyo, amigos cercanos y mi familia, no sería ni hubiera logrado nada de lo que tengo y soy hoy en día.

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|----|
| Objetivos | — — — — — — — — — — — — — — | 6 |
| Justificación | — — — — — — — — — — — — — — | 7 |
| Planteamiento del Problema | — — — — — — — — — — — — — — | 8 |
| Descripción de Usuario | — — — — — — — — — — — — — — | 9 |
| Definición de Aliado | — — — — — — — — — — — — — — | 9 |
| Marco de Referencia | — — — — — — — — — — — — — — | 10 |
| Marco Contextual | — — — — — — — — — — — — — — | 14 |
| Benchmarking Sectorial | — — — — — — — — — — — — — — | 16 |
| Benchmarking No Sectorial | — — — — — — — — — — — — — — | 18 |
| Marco Metodológico de Investigación | — — — — — — — — — — — — — — | 21 |
| Metodología Proyectual | — — — — — — — — — — — — — — | 22 |
| Herramientas de Investigación | — — — — — — — — — — — — — — | 24 |
| Conclusiones | — — — — — — — — — — — — — — | 27 |
| Requerimientos de Diseño | — — — — — — — — — — — — — — | 28 |
| Sistema Producto | — — — — — — — — — — — — — — | 32 |
| Validación Final | — — — — — — — — — — — — — — | 40 |
| Conclusiones y recomendaciones | — — — — — — — — — — — — — — | 41 |
| Referencias | — — — — — — — — — — — — — — | 42 |
| Anexos | — — — — — — — — — — — — — — | 45 |

INTRODUCCIÓN

El machismo es un término culturalmente conocido y el cual tiene una fuerte sensación de rechazo por el significado que implica, sin embargo, cuando se escucha el término micromachismo se tiene una leve idea de que puede significar este concepto, pero muy pocas veces está claro que es realmente y en qué se diferencia con el machismo.

Aunque tenga la palabra **micro en su nombre no lo hace menos importante o de menos impacto**, pues es una problemática que ocurre frecuentemente e incluso inconscientemente, ya que, son aquellas acciones o afirmaciones que pueden impactar negativamente a otra persona sin darse cuenta. Incluso, se puede evidenciar que en el conocido iceberg de violencia de género el micromachismo ocupa el lugar más profundo, lo cual lo convierte en la problemática menos visible o de la cual se tiene menos consciencia y/o sensibilización.

Es así que, luego de evidenciar la situación en el contexto de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, se crea **La Sutil Línea**, un sistema de comunicación que busca **trabajar entorno a los micromachismos desde el diseño, brindando herramientas interactivas para conocer el término y cómo actuar frente a él**, además de generar reconocimiento de las frases, prácticas o comportamientos que pueden llegar a ser violentos para nuestro entorno cotidiano y la comunidad con la que nos relacionamos. Todo esto mediante la propuesta de una solución interactiva, informativa y principalmente sensibilizadora y generadora de consciencia.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación visual que sensibilice sobre el “micromachismo” y su impacto en las relaciones entre estudiantes de la PUJ Cali para el 2023.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar cuáles son las situaciones en donde se encuentra o se visibiliza el micromachismo entre estudiantes de Derecho de la PUJ Cali.

Conocer qué herramientas y procesos emplea la PUJ Cali para evitar y trabajar el micromachismo entre sus estudiantes.

Construir los elementos que componen la estrategia de comunicación visual para sensibilizar a los estudiantes de Derecho sobre el micromachismo y sus afectaciones.

JUSTIFICACIÓN

Aparte de los datos ya presentados en el planteamiento del problema, resulta importante recalcar la importancia del tema en el factor humano y social, y su pertinencia para abordarlo desde el diseño.

Empezando con la importancia desde lo humano y social, como lo afirma el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para Refugiados, “la violencia de género constituye una grave violación a los derechos humanos; al mismo tiempo, se trata de un problema de salud y protección que pone en riesgo la vida” (ACNUR, s.f.).

Dado que este proyecto busca **intervenir en un contexto de estudiantes universitarios donde generalmente la población se encuentra entre los 17 y 25 años**, no se puede dejar pasar por alto el hecho de que la presencia de violencia en esta etapa juvenil frecuentemente deriva en presencia de violencia en la adultez (García et al. 2014; OPS, s.f.).

Además, un tema como el micromachismo puede llegar a producir un sinnúmero de afectaciones, pues como lo afirma Luis Bonino (2011), “Pueden no parecer muy dañinos, incluso pueden resultar normales o intrascendentes en las interacciones, pero su poder, devastador a veces, se ejerce por la reiteración a través del tiempo” (p. 5).

En el país estas afectaciones se pueden evidenciar fácilmente, pues según el Foro Económico Mundial en su estudio de este año (WEF, 2022), **Colombia pasó a ocupar el puesto 75 en el ranking de países con mayor igualdad de género, luego de estar ocupando el puesto 22 en el año 2020**. Lo que quiere decir que ha caído 53 puestos en tan solo 2 años aumentando el nivel de desigualdad y la brecha de género. En adición, es preocupante que, según este mismo estudio, se estima que **cerrar la brecha de género mundial tardaría alrededor de 135 años**.

Ahora, ¿porqué es importante abordar esta problemática desde el diseño?, como lo afirma Luis Bonino (2011), el primer paso es desnaturalizar el micromachismo, reconociendo que existe y está presente dentro de la cotidianidad, para que, de esta forma se pueda evidenciar que genera un gran daño y alto impacto en las relaciones y que está mal. Esta propuesta de solución se liga a la siguiente pregunta.

¿Qué gana la problemática con la intervención del diseño?

Esta problemática tiene un alto grado del componente psicológico y, por ende, se ha generado mucha intervención desde esta área de estudio, pero, no se debe olvidar que a lo largo de la historia tanto la comunicación visual como la psicología han sido doctrinas que han ido muy ligadas una de la otra, evidenciándose, por ejemplo, en las leyes Gestalt, psicología del color, etc. Es por esto, que al combinarse hay un enriquecimiento a nivel comunicativo. Y debido a que el micromachismo es una problemática tan verbal, resulta necesario y pertinente pensar cómo se vería este comportamiento visualmente, de manera que se cree un producto visual e interactivo fundamentado desde la psicología, para permitir que se identifique con más facilidad y, por consiguiente, se genere un mayor grado de sensibilización respecto a la problemática.

Como ejemplo de la unión satisfactoria entre ambas disciplinas, se encuentran la prueba de Rorschach y el Arte Terapia propuestos por la American Art Therapy Association (AATA, s.f.), “La arteterapia es una profesión integradora de salud mental y servicios humanos que enriquece la vida de las personas, las familias y las comunidades a través de la creación artística activa”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la historia, la violencia siempre ha estado presente en el imaginario de la humanidad, y de esto se han generado múltiples variantes de ejercerla, según Profamilia (s.f.), existen 5 tipos de violencia (física, psicológica o emocional, sexual, económica y de género).

Para entender la violencia, resulta importante entender cómo esta se manifiesta, y en este sentido, una de sus tantas manifestaciones es el micromachismo, que se encuentra principalmente dentro de la violencia de género y de tipo psicológica. Fácilmente se puede reconocer el término por la presencia de la palabra machismo en él, sin embargo, esta variante es más invisible, y no por esto su impacto es menor, pues, como lo afirma Luis Bonino (2011), los micromachismos “Pueden no parecer muy dañinos, incluso pueden resultar normales o intrascendentes en las interacciones, pero su poder, devastador a veces, se ejerce por la reiteración a través del tiempo” (p. 5).

Además, según una recopilación elaborada por la Corporación Sisma Mujer (Sisma, 2022) se determinó que **“la prevalencia de la violencia contra las mujeres ejercida por parejas o exparejas en el país es tan alta, que durante 2021 al menos una mujer fue agredida cada 17,8 minutos”** (p. 8). Y según el estudio Forensis, realizado por el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses (INMLCF, 2018) se encontró que el principal factor desencadenante de agresión con un 47,79% es la intolerancia y el machismo (INMLCF, 2018).

Dicho factor, se viene presentando como el primer desencadenante de agresión desde el reporte de este mismo estudio en el año 2015.

Una vez que se ha evidenciado la problemática del machismo dentro de la población colombiana, es importante revisar que está pasando a nivel universitario y aquí, gracias a la investigación realizada en una muestra de 1044 estudiantes con un promedio de edades entre 18 y 27 años, de las diferentes facultades de la Universidad Simón Bolívar en Barranquilla, se encontró que el 96.9% de los participantes han cometido al menos un comportamiento violento o de maltrato en sus relaciones de pareja durante los últimos doce meses (Pérez, et al. 2020). **Estos resultados permiten evidenciar un alto grado de probabilidad de la presencia del machismo o micromachismo en la violencia en relaciones de pareja,** pues comúnmente estos comportamientos se realizan de forma verbal y/o emocional, ya sea mediante afirmaciones o pensamientos interiorizados y normalizados.

Según (INMLCF, 2018) a nivel departamental el Valle del Cauca se encuentra en cuarto lugar con 3.765 casos de violencia de pareja registrados, mientras que, a nivel municipal, **Cali se encuentra en segundo lugar con 2.103 casos registrados.**

Pregunta problema o de investigación

¿Cómo informar sobre el “micromachismo” y su impacto en las relaciones entre los estudiantes de DCV de la PUJ Cali para el 2022?

DEFINICIÓN DE USUARIO

Para empezar con la fase de investigación del proyecto se inició trabajando en base a un grupo llamado “violencias simbólicas” liderado por la psicóloga Liliana Tamayo, conformado por 7 estudiantes participantes de bienestar universitario. Sin embargo, por temas de viabilidad se define trabajar en base a estudiantes de la carrera de Derecho en la Pontificia Universidad Javeriana Cali, con un promedio de edad entre 17 y 25 años. **Principalmente, se toma la decisión de trabajar en base a estos estudiantes** debido a que psicográficamente son personas con alta dedicación en sus estudios pues la carrera tiene un nivel académicamente demandante, además tienen un alto nivel de sensibilidad y compromiso social pues constantemente **en sus clases, prácticas y talleres simulados se ven envueltos en temas directamente relacionados tanto con el comportamiento de las personas y lo que está legalmente correcto, como con temas de violencia basadas en género, roles de género, abuso/maltrato por parte de la pareja, entre otros.** Socioeconómicamente se encuentran en estrato medio – alto (Estratos 3 a 6).

Entre estos estudiantes se encuentran aquellos que pasan de la educación secundaria a educación superior, quienes realizan traslado de carrera o hacen doble titulación. Es decir, que se tendrá en cuenta todo estudiante que presente matrícula activa en Derecho.



Imagen tomada de @angelarodriguez103

DEFINICIÓN DE ALIADO

El Centro de Bienestar: Hace parte de la vicerrectoría del medio universitario, y de esta manera compone uno de los pilares de la Javeriana Cali para la educación integral, desde el equilibrio físico y psicológico, ofreciendo a sus estudiantes, un acompañamiento todo el tiempo mediante sus servicios, entre los cuales se encuentran, valoraciones y citas médicas, consultas psicológicas y talleres, conversatorios y encuentros relacionados a la salud y el cuidado.

También se cuenta con el apoyo de la psicóloga experta, del centro de bienestar Liliana Tamayo Flórez



MARCO DE REFERENCIA

Marco Teórico

En este apartado se desarrollarán los conceptos más importantes para el proyecto que conforman las bases y puntos de partida para generar un enfoque claro de las áreas donde se pretende actuar y que se relaciona con ellas.

Violencia de Género

Para hablar de violencia de género se debe mencionar el término violencia, que como lo afirma la OMS y OPS (2002) la definición de este concepto cambiará de acuerdo con la manera en que se realice el acto violento y quienes actúan en el papel de víctimas y victimarios. Por lo cual para llegar a una definición común y que abarque las distintas formas en las que se manifiesta la violencia, en el informe mundial de violencia y salud la OMS y OPS (2002) la plantean como:

El uso deliberado de la fuerza física o el poder ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones. (p. 15)

Ahora, la violencia pasa a estar basada en el género cuando **el hombre o la mujer se ven afectados o violentados por el hecho de su género**, mediante un ataque de tipo verbal o físico. Desde la década de los 90 donde fue vislumbrado el término violencia de género se ha empezado a definir e investigar el mismo, mediante los derechos humanos y sus herramientas e instrumentos tanto regionales como internacionales (Pérez y Radi, 2018). Es así, como se ha descubierto que, en diferentes áreas del conocimiento, tales como las ciencias económicas y administrativas, de la salud, humanas y del

arte, este concepto tiene fuertes ligaduras y se relaciona intrínsecamente con cada una de las ciencias mencionadas anteriormente (Jaramillo y Canaval, 2020). Se tiene entonces, como definición más pertinente y que acoja las distintas posibilidades de ejecutarla, la propuesta por la ONU (1995) se entiende como violencia de género “todo acto de violencia sexista que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual o psíquico, incluidas las amenazas, la coerción o la privación arbitraria de libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o en la privada”. Citado por (Expósito 2011, p. 20).

Sin embargo, este concepto ha pasado de violencia de o basada en género, a estar muy vinculado con violencia contra la mujer y es así, que según Jaramillo y Canaval (2020) es importante recalcar que:

La violencia de género es un fenómeno de carácter estructural, social, político y relacional, **constituye una violación a los derechos humanos**, afecta principalmente a las mujeres, no excluye a personas con identidades de género diversas, rompe el derecho a la vida, la dignidad, la integridad física y moral, la igualdad, la seguridad, la libertad, la autonomía y el respeto. (p. 183)

Machismo

El machismo visto desde una mirada muy general o universal se entiende como **la elevación de la masculinidad frente a la feminidad, en diferentes circunstancias**, desde las físicas o biológicas, tales como la fuerza bruta, capacidad para ingerir alcohol o la manera de defenderse frente a una agresión violenta hasta las conductuales como la manera de expresarse o actitudes y valores propios del ser (Lugo, 1985). Esto concuerda y se complementa con lo planteado por Rodríguez, Marín y Leone (1993):

El machismo no es como ingenuamente pueda creerse sólo exhibición/simulación de poderío y capacidad física, es también ocultamiento y disimulación de la falta de poderío y de la destreza suficiente para tratar con los otros, especialmente con las mujeres con las cuales se forma pareja. (p. 277)

Esto permite plantear que el machismo podría verse como un conjunto de creencias, actitudes y conductas que tienen como principal fundamento, en primer lugar una rivalidad entre lo masculino y lo femenino causando que se creen y se recalquen diferencias significativas entre ambos y que además

empiece a generarse una exclusión mutua; en segundo lugar, se tiene en cuenta que es lo primordial para un hombre en cuanto a áreas ya sean de conocimiento, estilo de vida, laboral, entre otras, que ellos mismos definen como importantes, para que de esta manera se inicie una búsqueda de superioridad masculina dentro de tales áreas. **Es por esto, que el machismo empieza a asignar las formas de vida “correctas” para el hombre y la mujer Castañeda (2002).**

Se debe aclarar que, **así como se ha mencionado acerca del comportamiento machista ejercido por hombres sobre la mujer, también esta última presenta este tipo de comportamiento de una manera sexista**, como lo afirma Daros (2014) la mujer tiene como lugar predominante el hogar, y aquí es donde afronta la mayor cantidad de obligaciones domésticas, aun cuando ya tiene carga en su espacio profesional laboral. Esto, en cierta medida ocurre cuando a la mujer le genera un grado de autonomía, poder y satisfacción tener la capacidad de controlar ambas obligaciones (hogar y laboral), llevando a tildar al hombre de irresponsable. **Es así como, no es necesario ser mujer para ser víctima del machismo, ni hombre para ser machista (Castañeda, 2002, p. 12).**

Micromachismo

Si bien se puede relacionar con el concepto anterior, el micromachismo tiene sus diferencias con el machismo, pues en el iceberg de violencia de género este se encuentra ubicado en lo profundo, evidenciando que es una problemática poco abordada y poco visibilizada.

“Los mM son prácticas de dominación y violencia masculina en la vida cotidiana, del orden de lo “micro”, al decir de Foucault, de lo capilar, lo casi imperceptible, lo que está en los límites de la evidencia” (Bonino, 1998)

Conceptualmente el micromachismo se llega a definir como todas aquellas prácticas, comportamientos e incluso pensamientos que se tienen arraigados en la cotidianidad de las personas llegando a pasar por sutiles o incluso maquillándose con bromas o burlas al respecto.

Dichos comportamientos o prácticas, perpetúan de manera muy violenta los géneros, pues esta problemática aunque mayoritariamente afecta al género femenino también actúa contra el género masculino, imponiendo estereotipos sexistas, presiones dentro de cada uno de los géneros e incluso llegando a establecer formas de comportamiento o de relacionamiento unos con los otros, **la gravedad de este concepto recae en que no solo llega a afectar el relacionamiento que se tiene con otro individuo, sino también, otros aspectos** como el financiero, aumentando la brecha de género, el sexual donde se imponen roles y presiones, el psicológico donde se perpetúan violencias desde la física hasta la emocional, entre otros campos de la vida donde su afectación se encuentra presente y **muchas veces no es visible.**

Nuevas Masculinidades

La definición de masculinidad se presenta casi siempre de una manera negativa, generalmente aludiendo a que lo masculino es la ausencia de la femineidad, y homosexualidad. (Carabí y Segarra, 2002). En adición, para muchos hombres el término está determinado por una cuestión viril, pues el órgano sexual masculino constituye esta representación de masculinidad. (Barbosa, 1998).

Por otra parte, la aplicación de la masculinidad se genera incluso antes de nacer, pues cuando una pareja planifica o tiene un embarazo empieza a pensar e imaginarse cada aspecto que tendrá su hijo, lo que provoca un comportamiento diferente incluso antes de dar a luz y que continúa después del nacimiento. (Hardy y Jiménez, 2001)

Sin embargo, a raíz de esta problemática que genera una división clara y notoria entre hombre y mujer, a lo largo del tiempo se ha creado la necesidad de redefinir el concepto de masculinidad y los aspectos que determinan lo masculino. Como lo afirma Boscán (2008):

Plantear una redefinición, o una nueva concepción, o una concepción más amplia de la masculinidad, ya no se trata de un asunto demandado únicamente por las feministas. También traduce el deseo de muchos varones que diariamente realizan, en forma soterrada y de manera coartada y reprimida, diversas prácticas y vivencias que, a pesar de las adversidades y circunstancias, se han atrevido a explorar a través de relaciones y posiciones íntimas, sociales y políticas distintas a las tradicionalmente establecidas para los varones. (p. 94)

Principalmente los hombres buscan una nueva masculinidad, para dejar de lado sus comportamientos machistas y/o sexistas, lo que a su vez disminuiría la homofobia; su preocupación real empieza cuando tienen miedo a perder la masculinidad y pasar a adquirir aquellas características que se les han atribuido a las mujeres, fragilidad, sentimentalismo, y vulnerabilidad. (Boscán, 2008).

El hecho de que lo masculino aún se encuentre vinculado a aspectos tan básicos como la figura autoritaria, de poder y razón, impide ejecutar ejercicios de crítica, autocrítica y desconstrucción, necesarios para replantear una problemática social del tamaño de esta, esto también ha estado presente en casos similares, tales como la violencia de género donde se ha enfatizado más en la víctima que en el victimario o cuando se estudia la violencia mundial pero se culpabiliza más los recursos que los actores sociales implicados. (Infantes y Delgado, 2011).

Descentrar a los hombres del pene, como experiencia pedagógica de resignificación del cuerpo y la sexualidad. La ampliación del concepto de masculinidad implica ir más allá del género organizado de forma binaria para comprender la existencia de masculinidades en hombres sin pene. (García, 2013, p. 173)

Estrategia de Comunicación Visual

La estrategia de comunicación visual es una herramienta que se ha usado desde ya hace un tiempo, pues permite generar alternativas a soluciones de diseño o de comunicación como su nombre lo indica de forma muy bien estructurada y con un alto grado de efectividad.

Además permite un gran lineamiento y orden dentro del diseño de información, pues como lo afirma Edward Tufte (1990) ““El diseño de información es la actividad de dar forma a la información para mejorar su comprensión y uso. La visualización de datos es un medio para descubrir y comprender la realidad oculta en los datos. El diseño gráfico es una forma de comunicación visual. Cada uno de estos tres medios de comunicación - información, visualización y diseño - está interconectado y se refuerza mutuamente. Cada uno de ellos puede ayudar a comunicar información compleja, pero juntos pueden proporcionar una comprensión profunda de la información”

Con esto también tendríamos que la comunicación visual hace gran parte de la sociedad y es vital para la misma, pues entramos en el mundo de los buenos diseños, los diseños con sentido y que aportan realmente a mejorar problemáticas en las que nos encontramos envueltos, diseñando no solo para el gusto propio, sino también, en base a alguien más y en la necesidad de ese alguien más.

Como lo afirma también Tufte (1988):

“La claridad y la eficacia del diseño gráfico se miden por su capacidad para comunicar de manera clara, precisa y efectiva. El buen diseño es aquel que se enfoca en el contenido, no en la forma. La belleza puede ser un resultado deseable, pero nunca debe ser el objetivo principal. En cambio, el objetivo principal debe ser comunicar la información de manera clara y efectiva. El buen diseño no solo es funcional, sino que también es estético y emocionalmente satisfactorio. El buen diseño debe seducir, educar e informar en ese orden”

Es aquí donde también surge la discusión de lo estético y lo funcional pues el buen diseño no solo es “bonito” o agradable a la vista del común, sino que como se ha mencionado anteriormente cumple con una función y va más allá de lo puramente estético.

“El diseño gráfico es una forma de comunicación visual. El objetivo es comunicar claramente y de manera efectiva su contenido, no impresionar con efectos visuales. La claridad y la eficacia del diseño gráfico se miden por su capacidad para comunicar de manera clara, precisa y efectiva. Un buen diseño no solo es funcional, sino que también es estético y emocionalmente satisfactorio” (Tufte, 1988, p. 13)

MARCO CONTEXTUAL

Este proyecto estará desarrollado en la Pontificia Universidad Javeriana Cali ubicada en la Calle 18 N° 118-250 Cali, Colombia, perteneciente a la Asociación de Universidades Confiadas a la Campaña de Jesús en América Latina (AUSJAL), una red integrada por 30 universidades, y a la Asociación de Universidades Jesuitas. Que cuenta con tres Vicerrectorías: Académica, Administrativa y del Medio Universitario.

Dentro de la Vicerrectoría del Medio Universitario se encuentra el componente ligado a la vida universitaria brindando un ambiente propicio para una formación integral, esto mediante 4 centros: Expresión Cultural, Deportivo, Bienestar y Pastoral, potenciando los estudiantes no solo académicamente. (PUJ Cali, s.f). Debido al tema para abordar el proyecto, se tendrá en cuenta uno de los centros mencionados anteriormente, específicamente el Centro de Bienestar Universitario, definido por la PUJ Cali (s.f.) como:

Es la dependencia de la Universidad que tiene por objeto promover la salud física y psicológica para el mejoramiento integral de la calidad de vida de las personas que componen la Comunidad Educativa. El cumplimiento de esto se sucede en una apuesta por el bienestar en el marco del proceso formativo, en donde cada sujeto es responsable de su formación.

BENCHMARKING

Después de los datos planteados en la fase de investigación, el siguiente benchmarking está basado en una primera parte, específicamente en su apartado sectorial en soluciones para el machismo y la violencia en general, **puesto que no existen alternativas o iniciativas que ataquen directamente el micromachismo**, es por esto que se toma la decisión de revisar que se ha hecho para mejorar problemáticas más visibles como las anteriormente mencionadas

Por otra parte, el benchmarking cuenta con su apartado no sectorial en donde se revisan otro tipo de problemáticas completamente diferentes a las que plantea este proyecto de grado, pero que aún así resultan enriquecedoras para conocer el proceso **por el cual han pasado y que las llevo a crear uno u otro producto**.

Se tienen en cuenta los criterios:

Target: Revisando que el público objetivo sea acorde a lo que busca solucionar la iniciativa y que el tono de comunicación también sea el correcto

Objetivo: Aquí principalmente se busca corroborar cuales son los objetivos que plantean cada una de las alternativas y como los desenvuelven, pues este punto es el que da el rumbo y fuerza al producto final.

Información: Si tiene o no información de calidad y de valor que eduque y enseñe o sensibilice al público que se dirige.

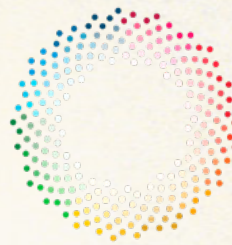
Estética visual: Se pretende analizar si la gráfica empleada es o no acorde con cada uno de los otros criterios mencionados en este benchmarking.

Dinámica: Nivel de interactividad con el que cuenta la iniciativa.

BENCHMARKING SECTORIAL

Iniciativa Spotlight (2019)

Esta es una campaña desarrollada en Argentina y que se ha replicado en varios países, y que busca eliminar la violencia contra las mujeres y niñas, además previene y posteriormente elimina el feminicidio. Esta campaña es importante para el proyecto porque brinda una mirada clara hacia el daño que la violencia de género puede causar y de qué manera prevenirla. Además, está enriquecida audiovisualmente.



**Iniciativa
Spotlight**

Campaña de prevención de violencia contra mujeres y niñas: sensibilizando sobre Nuevas Masculinidades (2021)

Esta campaña pretende ayudar a las mujeres y niñas, enseñándole a los hombres jóvenes y menores a evitar comportamientos machistas que puedan aprender en su cotidianidad o en su hogar, tiene como slogan “desaprendamos a ser machistas para ser mejores hombres” y fue desarrollada en Honduras con la ayuda del PNUD. Está al involucrar un método educativo y que genera concienciación resulta importante para este proyecto porque tiene un contenido audiovisual y un estilo contundente.



Línea Calma (2020)

Esta herramienta permite una línea de comunicación vía telefónica anti machista que permite que hombres llamen a tener una asesoría con psicólogos profesionales para entender sus emociones y evitar una situación de violencia de género contra su pareja. Esta herramienta es importante para mi proyecto porque permite generar una mirada de entendimiento donde no solo se tiene en cuenta la víctima, sino que también se quiere brindar apoyo para el victimario.



Ygualex (2017)

Esta aplicación es un espacio digital que permite conversar, debatir y concientizar acerca de la violencia de género. Permitiendo generar una mayor divulgación con contenidos nuevos y que se actualizan continuamente, además tiene asesoramiento profesional por medio de un chat incorporado. Esta solución es importante para mi proyecto porque es una herramienta que le puede permitir a mi público objetivo conectarse de una manera rápida, ya que en la etapa juvenil se está conectado frecuentemente al celular.



MATRIZ DE RESULTADOS

| | Target | Objetivo | Información | Estetica Visual | Dinámica | Total |
|-----------------------|--------|----------|-------------|-----------------|----------|-------|
| Iniciativa Spotlight | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| Nuevas Masculinidades | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| Linea Calma | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 22 |
| Ygualex | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| Total | 19 | 20 | 15 | 15 | 16 | |

BENCHMARKING NO SECTORIAL

#NoMásBullying TOTTO (2020)

Esta campaña realizada por Totto en el 2019 y que desarrolló su segunda etapa en el 2019 busca generar más consciencia y brindar métodos de prevención para todas aquellas edades jóvenes en donde el desarrollo de la personalidad es vital para la vida posterior. Tiene como nombre “**Valientes contra el bullying**” empoderando a decir “no” y poner un alto a la problemática, además se acompaña del hashtag #NoMásBullying y #DiloTodoConTotto.



Acción Contra el Hambre

Como su nombre lo indica Acción Contra el Hambre es una ONG que combate principalmente las causas y consecuencias del hambre, de manera que tienen como principal objetivo el salvar todos aquellos individuos mediante la erradicación del hambre a través de la prevención, la detección y el tratamiento de la desnutrición esto no solo en poblaciones locales sino también apoyando refugiados e incluso actuando en las regiones más vulnerables. Sin embargo, lo más importante es velar por el bienestar de estas comunidades o individuos apoyando sus procesos de cuidados básicos, higiene y alimentación. Pero más importante aún ayudando a que sean autosuficientes.



ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE

Proyecto Autoestima Dove (2022)

El proyecto autoestima de Dove, nace a partir de la necesidad que los jóvenes consideren su belleza como un desencadenante de confianza y no de ansiedad, brindando educación frente a la relación e imagen positiva con el cuerpo de manera que se aumente directamente la autoestima, todo esto de la mano de expertos en psicología, áreas de la salud que permiten la validación para la creación de recursos educativos como cartillas para profesores, padres de familia o tutores.



@Hablemosconla vida

Hablemos con la vida es una cuenta de red social, principalmente tiene Instagram, YouTube y TikTok, en donde se habla mediante post, reels, tiktoks, vídeos, entre otros formatos, hablando sobre temas de vida y de salud mental de manera que se crea un espacio de divulgación para el bienestar mental, sus temas son muy variados pues abarcan temas desde el componente psicológico, respecto al relacionamiento con otros, comportamientos propios, situaciones de vida, etc.



MATRIZ DE RESULTADOS

| | Target | Objetivo | Información | Estetica Visual | Dinámica | Total |
|-------------------------|--------|----------|-------------|-----------------|----------|-------|
| #DiloTodo TOTTO | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| Acción Contra el Hambre | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 20 |
| Proyecto Autoestima | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| @Hablemos conla vida | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 23 |
| Total | 20 | 20 | 17 | 15 | 15 | |

HALLAZGOS

- El factor principal tener en cuenta para el producto es tener un objetivo claro en la propuesta, pues de esta manera se desprende mucho mejor la información y se puede alcanzar al público deseado más fácilmente.
- Un referente muy útil e importante para este proyecto es la propuesta Voces Contra la Violencia, además, aunque no cuenta con una puntuación tan alta, la propuesta de Fundación Mujeres también resulta muy importante.
- Un componente que tienen en común todas estas iniciativas es la presencia de ejemplificación con contextos y situaciones cotidianas que permiten generar empatía y recordación en el usuario.
- No hay presencia de exclusión, pues se tiene en cuenta tanto a la víctima como al victimario, ya que ambos tienen cosas por mejorar y sanar, y aunque sus procesos son un tanto distintos es importante apoyar ambas partes para disminuir comportamientos no deseados.
- El material creado para el producto debería ser de tipo educativo y además generar discusión, charla y que permita llegar a conclusiones grupales.

MARCO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

Para este proyecto resulta importante seleccionar una metodología que tenga muy en cuenta el usuario y cómo se comporta, relaciona con el otro y con la problemática, por ello se plantea de la siguiente manera.

Enfoque de investigación

Cualitativo

Taylor y Bogdan (1986) citado por Urbina (2020) "La investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable". Este enfoque de investigación es importante para este proyecto porque permite entender de mejor manera a comparación del modelo cuantitativo las acciones y comportamientos de los actores evidenciando y analizando su perspectiva, sin embargo, no pretende desligarse del otro método de investigación. (Urbina, 2020).

Cuantitativo

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.5). Este enfoque es importante para el proyecto pues facilita analizar al usuario propuesto a gran escala, además también es importante en distintas herramientas de validación de forma virtual.

Método de investigación

Etnográfico

Este método de investigación permite entender los grupos a estudiar y sus realidades actuales de manera que se pueda caracterizar fielmente a la realidad sus costumbres, comportamientos, derechos y obligaciones. También permite estudiar grupos que, aunque no estén vinculados o vivan juntos, comparten modelos de vida. (Martínez, 2011) Esto permitirá crear una mirada amplia del problema y la perspectiva de los usuarios implicados.

Metodología Proyectual

Para este proyecto se propone usar la metodología Design Thinking (pensamiento de diseño) **siendo una metodología muy ligada al diseño centrado en el usuario por lo tanto se crea una combinación de ambas**, ya que permite conectar con modelos innovadores desde el análisis y entendimiento del comportamiento de las personas, identificando qué es lo que desean, necesitan, les gusta o disgusta, así se empieza a crear un requerimiento de diseño (Brown, 2008). Definición que comparten Arias, Jadán y Gómez (2019) **“La metodología Design Thinking se define como un proceso analítico y creativo que involucra a una persona en oportunidades para**

la generación de ideas innovadoras y que toma como centro la perspectiva de los usuarios finales para experimentar, modelar y crear prototipos, recopilar comentarios y rediseñar” (p. 86).

Siendo importante para la investigación porque tal como se ha mencionado a lo largo de esta definición metodológica, es la manera pertinente y acertada de empatizar, conectar y analizar al usuario en función de su relacionamiento con otros y con la problemática en general, además permite detectar exactamente los puntos de acción para ofrecer alternativas y soluciones efectivas.

Esta metodología está creada a partir de las etapas por las cuales atraviesa una persona cuando ha sufrido violencia por parte de su pareja.

CAMINO DE CRECIMIENTO

Diseño Centrado en el Usuario
+
Design Thinking

Fase 1: Ilusión

En esta primera fase, la persona violentada desea continuar y mejorar con la persona que representa la violencia dentro de su entorno, sin embargo, reconoce que hay comportamientos con los cuales no se identifica y que le disgustan.

Para esta etapa se recogen las herramientas de empatía propuestas por el Design Thinking y observación del DCU, pues es importante para este proyecto siempre tener en cuenta todos los puntos de vista de la persona que agrede y que fue agredida, entendiendo sus acciones y la forma en que se dieron a cabo los hechos.

Fase 2: Choque

Aquí, se reconoce que hay violencia en su entorno personal, la cual representa disgusto, malestar físico y psicológico, y se genera una subetapa de empoderamiento donde la víctima desea y está decidida a terminar con la relación que supone dicha incomformidad. Se empieza a crear un choque pues hay debates internos pensando en la culpabilidad, separación, revictimización y búsqueda de ayuda.

De esta manera, se toma la fase de definición propuesta en el Design Thinking y requerimientos del DCU, generando un cuestionamiento sobre aquello que realmente aportará valor y generación de ideas para un resultado innovador.

Fase 3: Reconstrucción

Una vez que la persona se separa de su agresor y de las situaciones que generan violencia en su vida, empieza a cuestionarse acerca de nuevas alternativas, búsqueda de superación personal, terapias u otras soluciones que le permitan seguir creciendo personalmente y dejando de lado traumas que hayan podido ser adquiridos, antes de adentrarse en otra relación amistosa o de pareja.

Siendo así, para este proyecto se pensaría en las soluciones posibles que permitan al proyecto completar los objetivos planteados y que generen el impacto deseado en el usuario. **Por esto, para este proyecto se combina la fase de ideación y prototipado, propuesta en el Design Thinking, y creación del DCU.**

Fase 4: Curación y Crecimiento

Una vez que la persona ya ha atravesado todas las fases anteriores y que ha encontrado nuevos significados para su vida, su relacionamiento con otras personas y en general con su entorno, ya sabe cómo convivir y de qué manera empezar a tratar de evitar aquellos comportamientos que sabe, le pueden generar un malestar físico o psicológico. Lo que le permite identificarlos más fácilmente y actuar en el momento oportuno.

Es de vital importancia para este proyecto, actuar frente a las dinámicas que genera la solución planteada y cómo seguirla mejorando, por ello se toma la etapa de testeo del Design Thinking, y validación del DCU.



Fase 1 Ilusión

- Focus group
- Encuesta
- Entrevista Cualitativa

Fase 2 Choque

- Pensamiento Sistémico
- Benchmarking
- Insights

Fase 3 Reconstrucción

- Requerimientos de diseño
- Lluvia de ideas
- Prototipado

Fase 4 Curación y Crecimiento

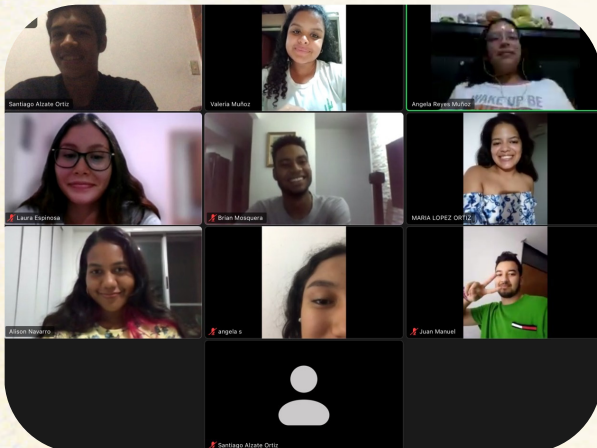
- Valoración
- Testeo
- Correcciones

HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Para iniciar con la aplicación de herramientas en la fase investigativa se implementaron específicamente 2 que permitieran conocer la pertinencia del tema y que de esta manera ayudara a acotarlo a un público objetivo y empezar a vislumbrar que se requería como producto, es por esto que, ambas herramientas fueron llevadas a estudiantes de todas las carreras y facultades.

Focus Group

Se realizó un focus group con 9 estudiantes de todas las facultades pensando en personas que viven todo el tiempo actividades del medio universitario pues tienen un alto índice de interacción con distintas personas de la universidad



Entre los hallazgos más importantes se encontró que:

- Los participantes dicen que la intención es lo que cuenta.
- No todo es causado por el micromachismo.
- El problema inicia cuando una acción ya sea disfrazada de caballerosidad o empatía por el otro en realidad se realiza por el hecho de ser mujer y si fuera un hombre no se haría lo mismo o viceversa.

Encuesta

Se realizó una encuesta con 95 respuestas de estudiantes de todas las facultades para medir la percepción acerca del machismo y micromachismo dentro de la universidad.

Entre los principales hallazgos se encontró que:

- El 80% cree que el machismo afecta sus relaciones universitarias.
- Solo una persona considera que el machismo no desencadena ningún tipo de violencia.
- 94 de los 95 encuestados han experimentado al menos una conducta machista en algún espacio de la universidad.
- Finalmente, sumando los valores ocasionalmente, frecuente y muy frecuentemente, el 53% de los encuestados escucha comentarios machistas regularmente.

Ambas herramientas ligadas a los **objetivos específicos 1 y 2**

Entrevista Semiestructurada



Objetivo Principal: Conocer qué situaciones consideradas micromachismo reconocen en su entorno universitario los estudiantes de Derecho de la PUJ Cali.

Para resolver esto, se realizaron 3 entrevistas con el usuario objetivo definido, estudiantes de la carrera de derecho de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, un hombre de décimo semestre, una mujer de séptimo semestre y finalmente otro hombre de séptimo semestre, esto, con el fin de identificar que situaciones cotidianas viven o han vivido, que ellos reconocen son micromachismo principalmente dentro de la universidad, pero también fuera de la misma, incluso en el transporte público.

Herramienta
ligada al **objetivo
específico 1**

Hallazgos

Como principales hallazgos de estas herramientas se obtuvo un mapa de empatías y un journey map que recopila la información obtenida en las 3 entrevistas

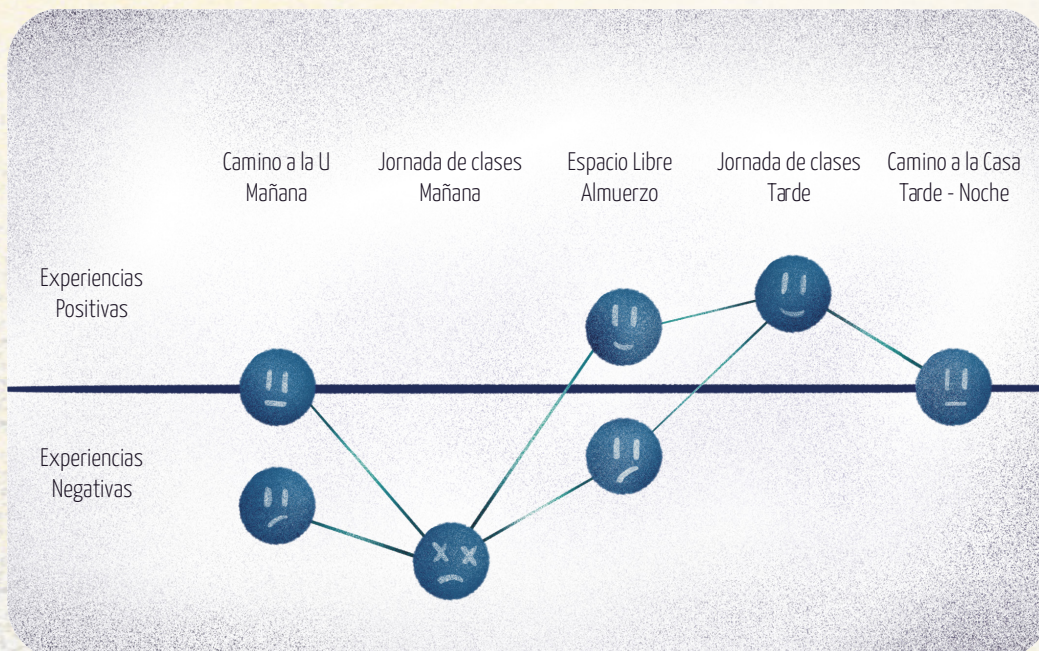
Mapa de Empatías



De acuerdo a las respuestas que cada persona arrojó al momento de la entrevista se ubico en cada uno de los espacios (Touch-points) del mapa de empatía para definir **cuales eran esas ocasiones en donde se identificaban más fácil los micromachismos y que insights se podían recolectar.**

Herramientas ligadas al **objetivo específico 1**

Journey Map



Para la realización del Journey Map, **se tuvo en cuenta las respuestas que los participantes mencionaron al momento de describir un día cotidiano de su vida,** en donde deben transportarse a la universidad, ya sea en transporte propio o público, luego al interactuar en la mañana durante su primera jornada de clases, en el espacio del almuerzo, al volver a clase en la tarde y finalmente al regresar a casa en transporte.

CONCLUSIONES

FASE INVESTIGACIÓN

Es necesario conocer el contexto de una situación para determinar si hay presencia o no del micromachismo, pues se deben tener en cuenta las intenciones implicadas en cómo sucedieron las cosas.

No todos los problemas sociales son causados por el micromachismo, por esta razón debe existir mucha claridad en la información que se brinde, ya que caer en la desinformación implicaría aumentar aún más el problema y quizás de manera irremediable.

Un gran espacio de información son las charlas lideradas por un profesional o una actividad específica y en donde se deja la opinión abierta para todos, pues permite trabajar en la identificación y reconocimiento de los comportamientos dañinos tanto en víctimas como victimarios.

Además, que es de vital importancia generar una interactividad entre los participantes y el tema, para que el espacio no se torne aburrido o tedioso pues esto implicaría un gran obstáculo para que el usuario se interese y sensibilice.

Como una propuesta muy interesante está combinar la interacción entre medios físicos y digitales de manera que halla más flexibilidad para recibir la información, más interés y apoyo desde distintos medios para el desarrollo del producto, esto también es clave y vital para el proyecto pues debe existir un equilibrio. No se debe realizar una solución 100% análoga ni tampoco una solución 100% digital.

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

| | | | | |
|---|------------------------------|-------|------------|---|
| Es necesario que el usuario entienda el mensaje de manera rápida y efectiva | Diseño de Información | E - C | Obligación | <ul style="list-style-type: none"> • Ilustraciones • Infografías • Acompañamiento gráfico |
| Es necesario que el usuario se identifique con la realidad planteada y que le genere empatía | Lenguaje realista y empático | E - C | Obligación | <ul style="list-style-type: none"> • Narrativa desde contextos cotidianos (Tarjetas informativas) • Acompañamiento de lenguaje gráfico |
| Es necesario que el usuario interiorice y cuestione su comportamiento en sus relaciones con otros estudiantes de la universidad | Herramienta Interactiva | E - C | Deseo | <ul style="list-style-type: none"> • Uso de preguntas y espacios que permitan reflexionar • Focus Group |
| Es necesario que el usuario se conecte y apropie del producto, que desee compartirlo. | Herramienta Interactiva | E - C | Deseo | <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje informal • Retos • Hashtag • Uso de redes sociales • Juego Interactivo |
| Es necesario crear un espacio virtual o presencial que permita la interacción en tiempo real entre varios participantes | Herramienta Interactiva | F - O | Obligación | <ul style="list-style-type: none"> • Actividades de reflexión • Contraste de opiniones • Espacio de debate |

Construido gracias a los **datos recolectados** por el **benchmarking** y las **herramientas de investigación**

LLUVIA DE IDEAS

Publicaciones en
página Javeriana
Cali, en instagram y
carteles que difundan
la información

Talleres mixtos
(hombres y mujeres)
para hablar del tema
e implicaciones

Con la guía de la docente Diana Umaña, se realizó una actividad para proveerle a cada uno ideas o alternativas de solución para su sistema producto de acuerdo con la problemática de cada quién. Es así como cada persona planteó una pregunta problematizadora que le ayudara a resolver su objetivo general y ayudara a que los demás compañeros/participantes pudieran brindar otras formas de dar solución al sistema producto del proyecto.

Simulación del
micromachismo
a modo de
experimento en la U

Pregunta problematizadora

¿Cómo **sensibilizar** a estudiantes de derecho sobre el impacto del micromachismo **en sus relaciones universitarias?**

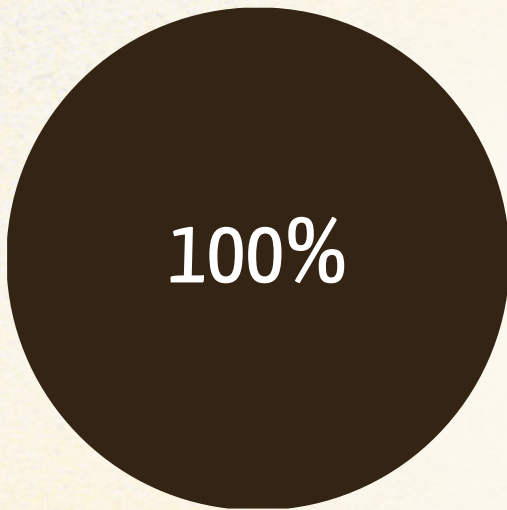
Esta pregunta me permitió pensar en posibilidades que incluso no fueran muy acotadas, o fueran muy fantasiosas, para después desglosarlas, llevarlas a la realidad y obtener una buena propuesta para la el desarrollo del sistema producto.

Libro de experiencias e
imágenes fuertes donde
se aborden situaciones
reales y su impacto

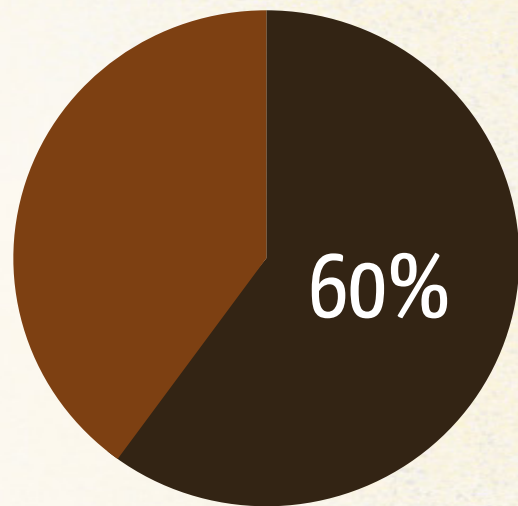
Entrevistas a
mamás, amigas,
novias y realizar
una recopilación de
hallazgos

VALIDACIÓN INICIAL

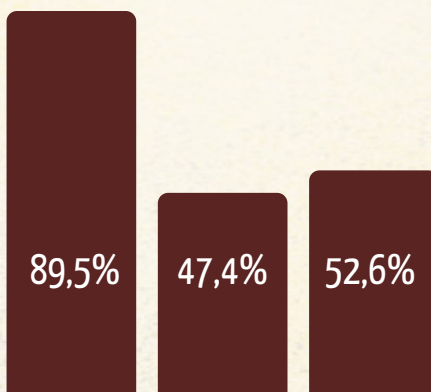
Antes de empezar a desarrollar propuestas de productos para solucionar la problemática del proyecto resultó importante realizar una **encuesta que recopilara la percepción actual de los estudiantes usuarios del proyecto**, es decir, de estudiantes de derecho frente al micromachismo y cuales son los **canales por los cuales reciben o les gusta más recibir la información**.



A **todos** los encuestados **les gustaría saber más** sobre las causas y consecuencias del machismo y micromachismo, y **como evitarlo en el contexto universitario**.



El 60% de los encuestados **nunca ha recibido información sobre el tema** por ningún canal por parte de la universidad y su centro de bienestar.



Los canales mas votados para tener información fueron **redes sociales, intervención en campus y podcast**

PRIMER ACERCAMIENTO PRODUCTO

Al momento de empezar a idear el sistema producto, **empezaron a surgir muchas opciones y muchas variantes** de cual podría ser el producto final que diera solución a la problemática planteada durante toda la **fase de investigación y en los requerimientos y validaciones realizadas** hasta el momento, es así como surgió la primera idea de solución.

Idea Principal

Desarrollar un manual o guía que brinde herramientas que permitan generar una interacción en un grupo específico de personas alrededor del tema **Micromachismos**

Actividad

Focus group
o
Taller interactivo

Momentos

Primer Momento

Inicio de actividad, charla explicativa e informativa acerca del tema a tratar

Segundo Momento

Interacción entre los participantes mediante las herramientas que el tallerista use.

Tercer Momento

Retroalimentación y conclusiones generales

Herramientas

- Video corto de alto impacto que evidencie la situación actual en la sociedad frente al micromachismo.
- Explicación por parte del tallerista

- Tarjetas informativas (contenido: proposición de situaciones micromachistas)
- Tarjetas con Frases o Afirmaciones del micromachismo)
- Juego interactivo de roles

- Video corto de alto impacto que genere concientización e invite al llamado a la acción
- Posters/Volantes que inviten a seguir actuando frente al tema y se vinculen con el segundo ítem

App
Movil

Llamado a la acción

- Esta herramienta estaría vinculada al tercer momento, de manera que se cree un espacio interactivo virtual que invite a hablar acerca de la actividad presencial y seguir relacionándose con el tema.

Sin embargo, esta idea fue rápidamente descartada pues **al validarla con la aliada experta Liliana Tamayo** se encontró que, si bien era interesante, realmente **los estudiantes no iban a aprovecharla tanto**, pues no se interesan mucho en este tipo de actividades al estilo focus group que realiza el centro de bienestar.

SISTEMA PRODUCTO



Parte Análoga

Empezando con el sistema producto está la herramienta nombrada Machímetro, que mide en una escala de 3 niveles tu estado actual de machismo interiorizado y normalizado.

Dicha herramienta se usa en compañía de un facilitador y/o psicólogo de la universidad que se encuentre dirigiendo la actividad en el espacio propuesto por la VMU, para esas ocasiones en donde se realizan intervenciones dentro del campus de la universidad. De igual manera, la herramienta también está pensada para usarse de manera autónoma

Difusión

¿Como me entero de la actividad?

CREACIÓN PARTE ANÁLOGA

Referentes



Hallazgo Principal: Cada uno de estos referentes me permitió encontrar que el tono de comunicación y el empleo de una buena paleta cromática es importante.

- En primer lugar, el **machistómetro**, una iniciativa creada por la **alcaldía de medellín** me permitió identificar una alternativa a la solución de la problemática de manera más local y actualizada, con un buen manejo gráfico.
- En segundo lugar, el **machímetro** creado por la **universidad de Costa Rica** es una herramienta que propone reflexionar sobre los comportamientos machistas.
- Por último, tenemos el **machistómetro** un juego desarrollado en base a las experiencias de víctimas de violencia de género que trabaja el movimiento **Manuela Ramos de Perú** y que cuenta con una trayectoria de más de 40 años.



Cada una de las iniciativas están pensadas para **hombres y mujeres**

Producto Análogo

LA SUTIL LINEA
Violencias cotidianas y normalizadas

Nivel Alto
15 - 20 tarjetas afirmativas

Nivel Medio
8 - 14 tarjetas afirmativas

Nivel Bajo
1 - 7 tarjetas afirmativas

Lee cada una de las 20 frases que aparecen en las tarjetas y responde afirmativamente o no a la siguientes preguntas ya sea en un contexto serio o en broma: ¿Lo he pensado? ¿Lo he dicho? ¿Estoy de acuerdo?
En caso de ser afirmativo te suma 1 punto

Machímetro
Un método para saber tu nivel de machismo, porque el machismo también es una manifestación de violencia y se puede medir

Atrévete a profundizar

Machímetro

Este machímetro, creado de la mano de la psicóloga experta Liliana Tamayo, cuenta con 3 niveles, bajo, medio y alto respectivamente que permiten conocer que tantos comportamientos machistas se tienen interiorizados y normalizados, la dinámica de esta herramienta está ligada a 20 tarjetas con frases que son consideradas micromachismos y que perpetúan estas violencias de género. Además, para promover la interactividad, cuenta con el material velcro en cada uno de sus niveles para que el participante coloque una pieza que dice “estoy aquí” de forma anónima, reconociendo y haciendo visible su nivel para caer en cuenta de él e incentivar a que otros también participen de la herramienta satisfactoriamente.

Para conocer el nivel de machismo debe leer cada una de las frases, reflexionar si la ha pensado, dicho o esta de acuerdo con ella ya sea en un contexto de burla o no, de ser afirmativa la respuesta suma 1 punto de lo contrario no suma ningún punto.

Al final debe sumar las tarjetas que respondió de forma afirmativa y esto le dará la ubicación en alguno de los niveles.

Si desea pasar a profundizar y actuar frente al tema solo debe escanear el código QR, que lo dirigirá al Podcast en la plataforma de Spotify

2

Sé un hombre de verdad

3

Las tareas domésticas son obligación de la mujer y el hombre ayuda

7

Las mujeres no dicen cosas inteligentes

8

Es que a ver...
¿Qué llevabas puesto?
¿Cuánto habías bebido?

19

¡Uy!
¿Esa chica no se ha depilado?

Tarjetas Frases Micromachistas

Todos los componentes del producto han sido construidos con Liliana Tamayo

CREACIÓN PARTE PUBLICIDAD



Este poster invita a participar en la actividad y estaría ubicado en puntos estratégicos de la universidad, de manera que un gran flujo de personas pueda enterarse y dirigirse al punto donde se encontraría el machimetro con todas las partes de esta herramienta para su correcto uso.

En dicho lugar estaría también el facilitador y/o psicólogo de la universidad Javeriana Cali para guiar como tal la actividad. Aunque la herramienta también puede ser usada sin la presencia de este actor mencionado anteriormente.

Difusión

¿Cómo me entero de la actividad?

Aplicaciones

Camino hacia Samán



Tableros Conexión Javeriana



Uso de forma digital



Entrada del CGE



CREACIÓN PARTE DIGITAL

Referentes Parte Digital

13%

PASIÓN POR EL TRABAJO

Hallazgo Principal: Cada uno de estos referentes me permitió definir el modelo de podcast que quería abordar, y de esta manera establecer el rumbo del mismo

- En primer lugar, el **podcast 13%** en donde se aborda el tema relacionado al amor por el trabajo y donde se invitan distintas personas para que cuenten su historia profesional.
- En segundo lugar, el **Se Regalan Dudas** un podcast donde se habla de diversos temas culturales y cotidianos con invitados especiales y expertos en el tema de cada episodio.
- Por ultimo, tenemos **psicología al desnudo** un podcast un poco mas formal pues se tratan temas complejos sobre salud mental, psicología, trastornos, comportamientos, entre otros.



Espacios donde se **hablan de temas de interés** de una manera **charlada**

Producto Digital



Santiago Alzate

Estudiante 8vo semestre de Diseño



Isabela Castro

Estudiante 7mo semestre de Psicología



Nicolás Castaño

Estudiante 7mo semestre de Comunicación
y 5to semestre de Diseño



Cathalina Espinel

Estudiante 7mo semestre de Psicología



Cada uno de ellos fue escogido estratégicamente pensando en que son personas que se relacionan con temas afines y que tienen un gusto por hablar de temas difíciles y generar espacios de conversación al respecto

Qr que dirige al Podcast



Estudio de Grabación Javeriana Cali



Proceso de Grabación

El podcast cuenta con 5 episodios, en los cuales los temas fueron creados de la mano de la psicóloga experta

Liliana Tamayo

Podcast de 5 capítulos

1. Atribución de las cosas y los objetos
2. Espacios donde más se propicia el machismo
3. Cómo las mujeres alimentan el machismo
4. Presión que existe dentro de los géneros
5. Cómo el hombre minimiza el ser vulnerado

VALIDACIÓN FINAL



Objetivo

Conocer el **nivel de sensibilización** de los estudiantes que usaron la herramienta y la **interactividad** de la misma.

Participaron 9 estudiantes

Para esta validación del producto en prototipo de media calidad se buscaron estudiantes de la carrera de derecho que desearan usar y probar la herramienta creada para el proyecto, de manera que permitiera generar retroalimentación en distintos criterios, entre ellos:

- Estética acorde al proyecto
- Interactividad
- Interés y si el producto es llamativo o no
- Coherencia respecto al tema a tratar
- Funcionamiento de la herramienta correcto y su paso a paso.

Entre los principales hallazgos y frases que mencionaron los participantes se encontró:

- "Sorpresa de saber que si hay algunas prácticas/frases que aunque no se dicen, se piensan"
- "Es Interesante conocer esto ya que ayuda a conocer valores culturales que se encuentran arraigados en nosotros"
- "Me hizo cuestionar ciertos pensamientos o concepciones de frases que he pensado o que he escuchado"
- "Saber que las frases que repetimos de nuestros padres, se consideran machismo"

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La herramienta permite sensibilizar a los estudiantes de la manera correcta y como se esperaba, y además despierta su atención sobre el tema, de manera que se sienten llamados a seguir investigando sobre él.
- La herramienta puede ser replicable, por lo tanto, el centro de bienestar puede utilizarla en espacios o actividades que aborden temas afines.
- A los estudiantes les gustaría que la herramienta en un futuro recopile más frases de su entorno y que sean más fuertes o impactantes al leerlas.
- Si bien el machímetro es una herramienta efectiva y que permite darle una buena solución a la problemática de forma interactiva, esta no es la única herramienta que se puede desarrollar para abordar temáticas relacionadas al micro-machismo, machismo, violencia de género, violencia de pareja, entre otros temas afines, por lo tanto resulta interesante ver como a medida que el proyecto y la herramienta se empieza a replicar vaya evolucionando de forma autónoma y adquiriera nuevas variantes o nuevas ideas para que se integren, o de ser el caso, incluso se articule con otra nueva herramienta distinta o similar a la ya realizada.

REFERENCIAS

- Violencia de género, atención integral en salud física, emocional y social. Profamilia.org
<https://profamilia.org.co/aprende/violencia-de-genero/tipos-de-violencias/>
- La Agencia de la ONU para los refugiados, UNHCR ACNUR. violencia de género.
<https://www.acnur.org/violencia-sexual-y-de-genero.html>
- García, F et al. (Agosto 2014). violencia en la pareja, apoyo social y bienestar psicológico en adultos jóvenes. Universidad de las Américas, Chile.
<http://www.scielo.org.bo/pdf/rap/v12n2/v12n2a5.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud, OPS. Violencia juvenil.
<https://www.paho.org/es/temas/violencia-juvenil>
- Bonino, L. (1998). Micromachismos: La Violencia Invisible en la Pareja. Madrid, España.
https://www.joaquimmontaner.net/Saco/dipity_mens/micromachismos_0.pdf
- Bonino, L. (2004). Los Micromachismos. Madrid, España. Revista La Cibeles, N° 2 del Ayuntamiento de Madrid.
<http://www.mpd.org/sites/default/files/micromachismos.pdf>
- Pérez, N. et al. (2020). Violencia en el noviazgo en jóvenes colombianos: Análisis de la prevalencia según género y aportes para su intervención bidireccional. Sociedad Venezolana de Farmacología Clínica Y Terapéutica, vol.39
https://www.redalyc.org/journal/559/55965385023/html/#redalyc_55965385023_ref30
- Forensis, Datos para la Vida. (2018). Herramienta para La interpretación, intervención de lesiones de causa externa en Colombia. (1ª ed.) Bogotá, DC., República de Colombia. Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, Gryou Centro de Referencia Nacional sobre violencia.
<https://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/386932/Forensis+2018.pdf>
- Acosta, M. (2015). Comportamiento de la Violencia de Pareja. Colombia. Fundación Ideas para la Paz.
https://multimedia.ideaspaz.org/media/website/5_VIOLENCIA_PAREJA.pdf
- American Art Therapy Association. (1969).
[https://arttherapy.org/about/ Especificar](https://arttherapy.org/about/)
- Marquez, L. (2022). Día Internacional de la Mujer 2022: Violencia contra las mujeres y participación en el mercado laboral. (Boletín N° 29). Bogotá, DC. República de Colombia. Corporación Sisma Mujer, Unión Europea.
<https://www.sismamujer.org/wp-content/uploads/2022/03/VF-Boletin-8M-2022-1.pdf>
- World Economic Forum. (2022). Global Gender Gap Report, Insight Report. Davos, Suiza.
https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2022.pdf

López, L. (2021). Factores Psicosociales Desencadenantes de la Violencia Intrafamiliar y su Relación con los Tipos de Violencias. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, programa de Psicología. Bogotá, D.C. República de Colombia.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/33746/1/2021_factores_desencadenantes.pdf

Expósito, F. (2011). violencia de Género: naturaleza ideológica. México. *Mente y Cerebro*.

<https://www.uv.mx/cendhiu/files/2013/08/Articulo-Violencia-de-genero.pdf>

Pérez, M. y Radi, B. (2018). El concepto de la “violencia de género” como espejismo hermenéutico. (vol. 8), pp. 69-88 *Igualdad, autonomía personal y derechos sociales*. Publicación de la Asociación de Derecho Administrativo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

<https://www.aacademica.org/blas.radi/36.pdf?view>

Informe mundial sobre la Violencia y la salud, Resumen. (2002). Organización Panamericana de la Salud. Washington D.C.

http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43431/9275324220_spa.pdf;jsessionid=2FBFC9F8AA-5690C8400E745320CF83C5?sequence=1

Jaramillo, C. y Canaval, G. (2020). violencia de género: Un análisis evolutivo del concepto. (vol. 22, N° 2). *Universidad y Salud*.

<https://revistas.udenar.edu.co/index.php/usalud/article/view/4060>

Lugo, C. (1985). Machismo y Violencia. (N° 78), pp. 40-47 *Revista Nueva Sociedad*. México.

https://static.nuso.org/media/articles/downloads/1288_1.pdf

Castañeda, M. (2002) *El Machismo Invisible*. Ciudad de México. Delbolsillo (Bestseller).

<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=8FyvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=machismo&ots=PUzgtf5Lmt&sig=0STZsW6PmX7kn1HggFCqJovf04#v=onepage&q&f=false>

Rodríguez, A. et al. (1993). El Machismo en el Imaginario Social. *Revista Latinoamericana de Psicología* (Vol. 25, N° 2), pp. 275-284. Bogotá, D.C, República de Colombia. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

<https://www.redalyc.org/pdf/805/80525209.pdf>

Carabi, A. y Segarra, M. (2000). *Nuevas Masculinidades*. Barcelona, España. Icaria editorial.

<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=BCqJtVeGP6IC&oi=fnd&pg=PA7&dq=nuevas+masculinidades&ots=f86LHjQStk&sig=rAld5U47zst9VleCoCc4gR-ytMQ#v=onepage&q=nuevas%20masculinidades&f=false>

Somerlate, M. (1998) *Chorar, Verbo Transitivo*. pp. 321-343. Universidad de Iowa.

[https://ieg.ufsc.br/public/storage/articles/October2020/Pagu/1998\(11\)/Barbosa.pdf](https://ieg.ufsc.br/public/storage/articles/October2020/Pagu/1998(11)/Barbosa.pdf)

Hardy, E. y Jiménez, A. (2001) *Políticas y Estrategias en Salud Pública*. (vol. 27, n° 2). Universidad Estadual de Campinas, (UNICAMP). Ciudad de la Habana, Cuba. *Revista cubana de salud pública*.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662001000200001

Boscán, A. (2008). Las Nuevas Masculinidades Positivas. *Utopía y Praxis Latinoamericana* (vol.13, N° 41), pp. 93-106. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162008000200006&lng=es&tlng=es

García, L. (2013). Nuevas Masculinidades: Discursos y prácticas de Resistencia al Patriarcado. Tesis maestría, Programa Estudios de Género y de la cultura. Facultad latinoamericana de Ciencias sociales Sede Ecuador.
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6284/2/TFLACSO-2013LFG.pdf>

Las Naciones Unidas, ONU. La Iniciativa Spotlight. Para eliminar la violencia contra las mujeres y niñas.
<https://www.un.org/es/spotlight-initiative/>.

Turkewitz, J. (2021). ¿Aló? Esta es la línea de ayuda antimachista de Colombia. The New York Times.
<https://www.nytimes.com/es/2021/10/18/espanol/colombia-hotline-machismo.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, (PNUD) Honduras. (2021). Campaña de prevención de violencia contra mujeres y niñas: sensibilizado sobre las nuevas masculinidades.
https://www.undp.org/es/honduras/news/campa%C3%B1a-de-prevenci%C3%B3n-de-violencia-contra-mujeres-y-ni%C3%B1a-sensibilizando-sobre-nuevas-masculinidades?gclid=Cj0KCQjw94WZBhDtARIsAKxWG-9-Kky0sohEoeGVWOHeyu-MakzIxM--Lv0QQRWv6jJS5slynUAs46NkaAkjVEALw_wcB.

Programa de sensibilización sobre “Tipos de violencia contra las Mujeres y prevención de Violencia en Adolescentes”. (2015). Educar en Igualdad, Fundación Mujeres.
<https://www.educarenigualdad.org/documento/?id=1057>

“Voces contra la Violencia”. (2013). ONU Mujeres. Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.
<https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2013/10/voices-against-violence-curriculum#:~:text=%E2%80%9CVoces%20contra%20la%20Violencia%E2%80%9D%20es,los%2025%20a%C3%B1os%20de%20edad>

Taylor, S. J. y Bogdan, R. Introducción a los Métodos Cualitativos. (ed. 1ª, 1984. 2ª, 1987. 3ª, 2000). Ediciones Paidós.
<https://asodea.files.wordpress.com/2009/09/taylor-s-j-bogdan-r-metodologia-cualitativa.pdf>

Cueto, E. (2020). Investigación Cualitativa. (vol. 1). Applied Sciences in Dentistry, ASD. Journal.
<https://ieya.uv.cl/index.php/asid/article/download/2574/2500>

Roussos. (2010). El focus group como técnica de investigación cualitativa. Buenos Aires, Argentina. Universidad de Belgrano.
http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4781/254_Roussos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Planeación Focus Group

Objetivo de la herramienta: Herramienta inicial de uso diagnóstico, para conocer los conocimientos bases de los estudiantes de la Universidad Javeriana Cali frente al tema micromachismo y situaciones en donde se pueda evidenciar.

Herramienta ligada a los objetivos específicos 1 y 2

Preguntas:

- ¿Qué creen que es el micromachismo?
- ¿Creen que el machismo en general está ligado a la violencia de género, por qué?
- ¿Consideran que un piropo, aunque sea lindo es machismo y acoso?
- Qué opinan acerca de la siguiente afirmación: la palabra micromachismos impide visibilizar la gravedad del problema

A continuación, les voy a mencionar afirmaciones y me dicen que opinan al respecto:

1. Cuando una persona dice que otra lo dejó en la friendzone es un micromachismo
2. Asumo continuamente la heterosexualidad de las mujeres y de los hombres
3. No me gusta salir con mujeres más altas u hombres más bajos que yo
4. Ceder el paso a una mujer es micromachismo

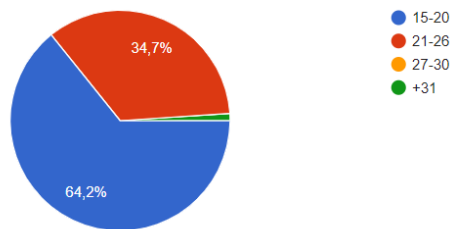
Planeación Primera Encuesta

La siguiente encuesta es realizada por Santiago Alzate, estudiante de Diseño de Comunicación Visual, con el fin de identificar la percepción que tienen los estudiantes de la Javeriana Cali frente al machismo y el micromachismo, para proyecto de grado. Todas las respuestas son exclusivamente de uso académico y las respuestas son anónimas.

Herramienta ligada a los objetivos específicos 1 y 2

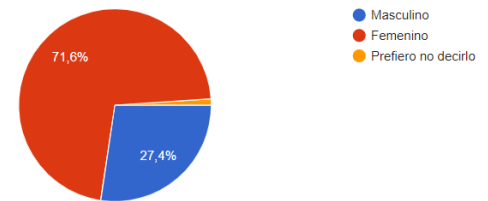
Edad

95 respuestas



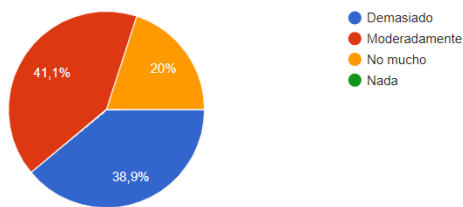
Género

95 respuestas



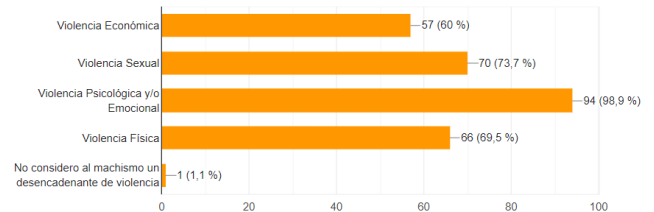
¿Qué tanto crees que el machismo afecta las relaciones entre estudiantes de la universidad?

95 respuestas



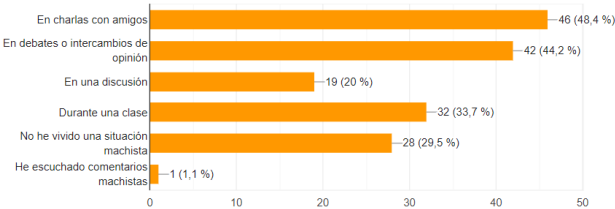
¿Qué tipo de violencia crees que desencadena el machismo?

95 respuestas



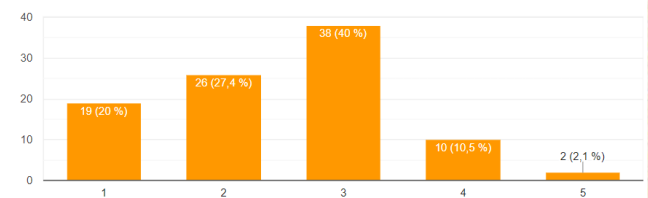
¿Has experimentado una conducta machista interactuando con personas de la universidad?

95 respuestas



¿Con qué frecuencia escuchas algún comentario machista dentro de la universidad?

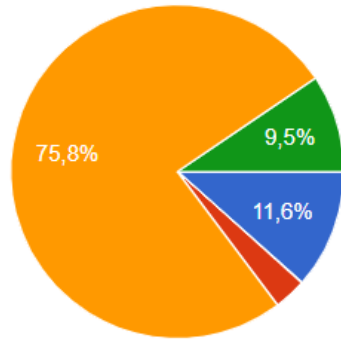
95 respuestas



¿Cuál de las siguientes frases asocias con micromachismo?



95 respuestas



- Una acción muy pequeña y poco dañina para las relaciones
- Una acción muy violenta y fácil de identificar
- Una violencia cotidiana y normalizada
- Nunca había escuchado esta palabra

Planeación Entrevista Semiestructurada

Objetivo Principal: Conocer qué situaciones consideradas micromachismo reconocen en su entorno universitario los estudiantes de Derecho de la PUJ Cali.

Herramienta ligada al objetivo específico 1

Parte 1: ¿Has pensado, dicho o escuchado alguna de las siguientes frases dentro de la universidad, ya sea en una charla, clase, espacio libre, o en broma?

Herramienta ligada a los objetivos específicos 1 y 2

- 1 - ¡Uy!, ¿esa chica no se ha depilado?
- 2 - Si habla de su sexualidad es porque es una cualquiera.
- 3 - Los hombres no deben llorar.
- 4 - Las tareas domésticas son obligación de la mujer y el hombre ayuda.
- 5 - El hombre ayuda en las tareas domésticas.
- 6 - Los hombres no saben controlarse.
- 7 - Es que a ver... ¿Qué llevabas puesto? ¿Cuánto habías bebido?
- 8 - Es un piropo lindo... No te pongas así.
- 9 - Es normal que el primer apellido siempre sea el del padre.
- 10 - Asumo que otra persona es heterosexual.
- 11 - Esa chica va vestida muy provocadora.
- 12 - ¿Y la pareja pa' cuando?
- 13 - Las mujeres no dicen groserías.

- 14 - Ella se lo buscó.
- 15 - Sé un hombre de verdad.
- 16 - Pareces una nena.
- 17 - Todas/os mienten.
- 18 - Los celos son una muestra de amor.
- 19 - Sé una mujer de verdad.
- 20 - El puede llegar más tarde, es un chico.
- 21 - El hombre propone y la mujer dispone

Parte 2: En un día de tu vida cotidiana en cuáles de los siguientes momentos, identificas o percibes mayor presencia de machismo o micromachismo.

- Camino a clase
- Durante clase en la mañana
- Almuerzo
- Durante clase en la tarde
- Camino vuelta a casa.

Planeación Encuesta Validación Inicial

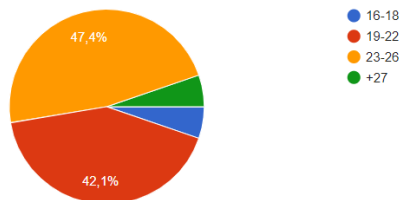
La siguiente encuesta es realizada por Santiago Alzate, estudiante de Diseño de Comunicación Visual, con el fin de identificar la percepción que tienen los estudiantes de Derecho de la Javeriana Cali frente al machismo y micromachismo, para proyecto de grado. De manera que aporte en la fase de validación y justificación de contenidos que contendrá el producto.

Todas las respuestas son exclusivamente de uso académico y las respuestas son anónimas.

Esta encuesta está dirigida únicamente a estudiantes de Derecho de la Javeriana Cali

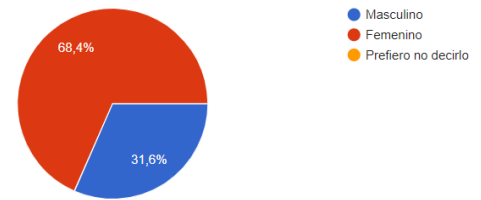
Edad

19 respuestas



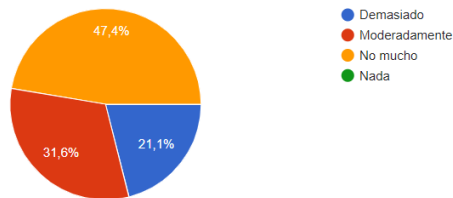
Género

19 respuestas



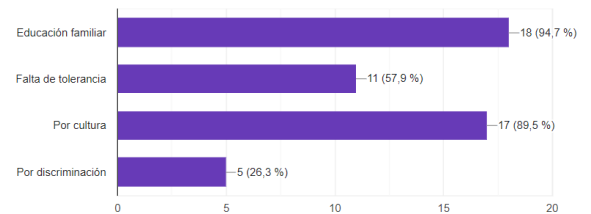
¿Qué tanto conoces sobre las causas y los efectos del machismo en las relaciones interpersonales de jóvenes universitarios?

19 respuestas



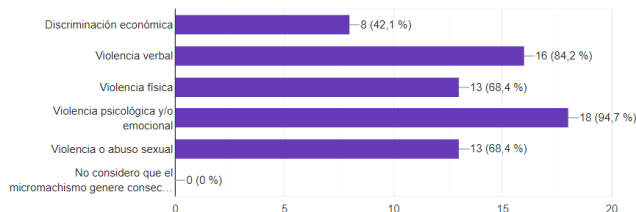
¿Cuales crees que son las causas del micromachismo en las relaciones entre estudiantes de la universidad?

19 respuestas



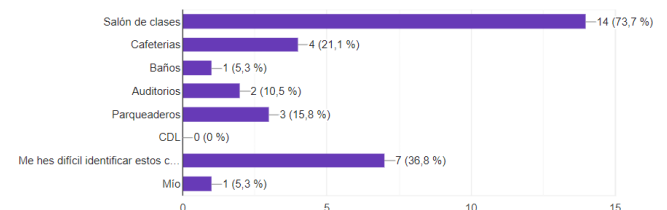
De las siguientes opciones ¿Qué tipo de consecuencias crees que pueda desencadenar el machismo en las relaciones entre estudiantes de la universidad?

19 respuestas



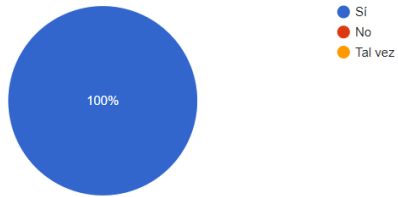
¿En qué espacios de la universidad has evidenciado o identificado conductas machistas por parte de la comunidad universitaria (Docentes, estudiantes, administrativos, servicios generales)?

19 respuestas



Te gustaría saber mas sobre las causas y consecuencias del machismo y como evitarlo en el contexto universitario:

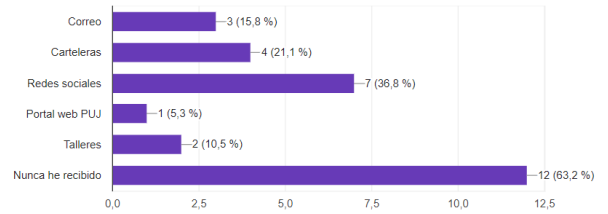
19 respuestas



A través de qué canales has recibido información sobre el tema por parte de la universidad y su centro de bienestar universitario

Copiar

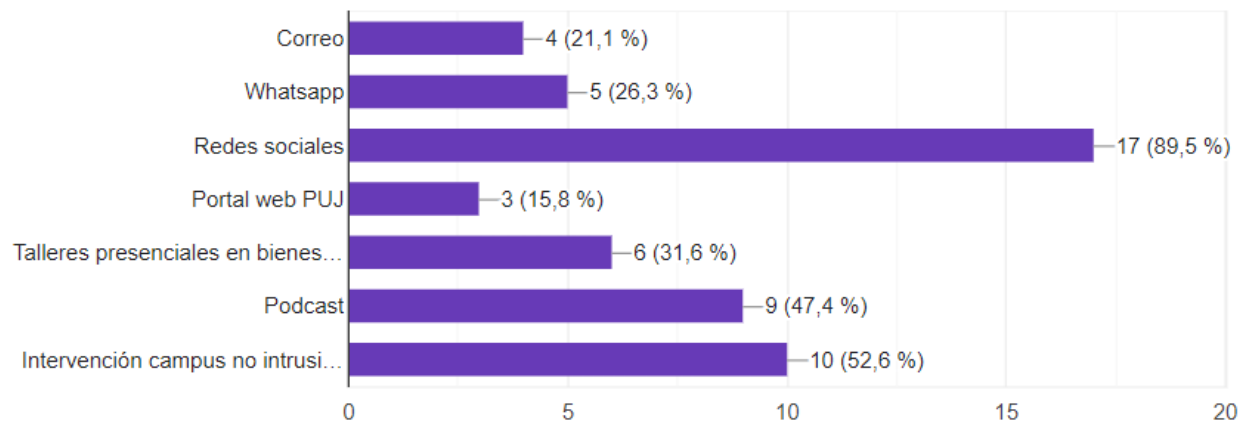
19 respuestas



A través de que medios te gustaría que te informaran sobre este tema

Copiar

19 respuestas



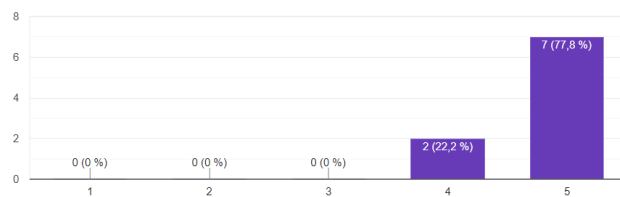
Planeación Encuesta Validación Final

Encuesta de Percepción - Producto Machímetro

Muchas gracias por haber participado en el testeo de la herramienta.
A continuación agradecería mucho que respondieras las siguientes preguntas acerca de tu experiencia en el taller.

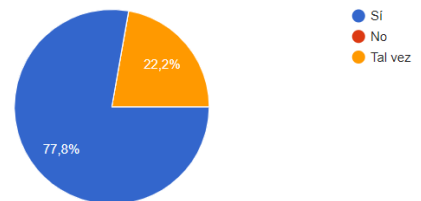
Teniendo en cuenta que el objetivo es sensibilizar a los estudiantes de derecho sobre prácticas micromachistas, del 1 al 5, que tan pertinente te parece la herramienta [Copiar](#)

9 respuestas



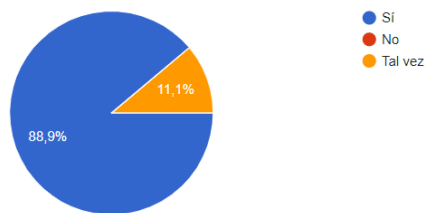
¿Te gustaría volver a utilizar una herramienta así?

9 respuestas



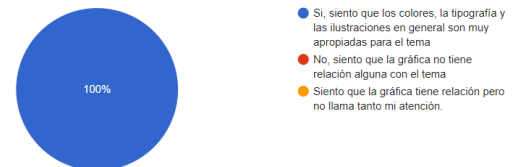
¿Le recomendarías a alguien más usar esta herramienta?

9 respuestas



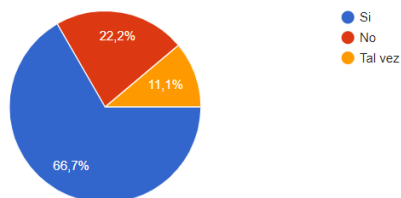
¿Te parece apropiada la gráfica (colores, ilustraciones, tipo de letra) utilizada y sientes que se relaciona con el tema? [Copiar](#)

9 respuestas



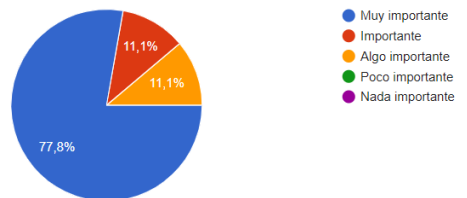
¿Te sientes motivado a escuchar el podcast y seguir conociendo a profundidad esta problemática?

9 respuestas



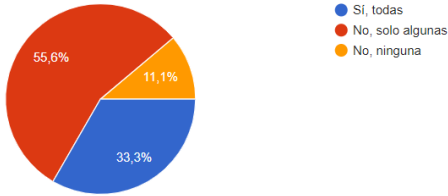
¿Para ti qué tan importante resulta reconocer cada una de las frases que ayudan a medir el nivel de micromachismo?

9 respuestas



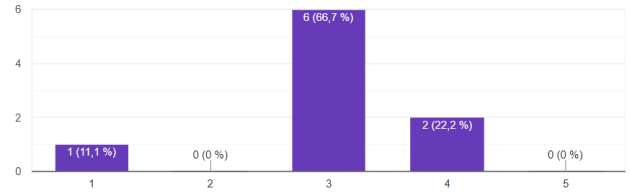
¿Sabías que todas las frases de la herramienta son consideradas micromachismo?

9 respuestas



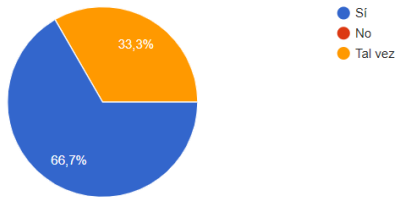
Del 1 al 5 ¿Qué impacto tuvo el resultado y el nivel en el que quedaste ubicado después de utilizar la herramienta?

9 respuestas



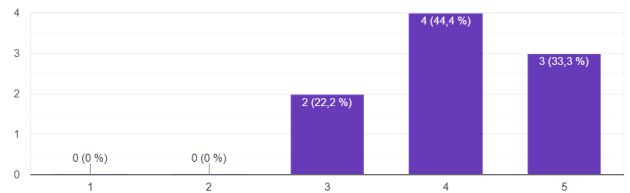
¿Te sientes llamado a tener conversaciones acerca del machismo y su impacto?

9 respuestas



De las frases con las que te sentiste identificado y que usas o has usado, ¿En una escala del 1 al 5, que tan dispuesto te sientes para disminuir o erradicar el uso de estas?

9 respuestas



¿Te produjo alguna emoción la herramienta?

9 respuestas

Saber que las frases que repetimos de nuestros padres, se consideran machismo

Me trajo muchos recuerdos maluco

Me hizo cuestionar ciertos pensamientos o concepciones de frases que he pensado o que he escuchado

Es interesante conocer esto ya que ayuda a conocer valores culturales que se encuentran arraigados en nosotros

No mucho

Entendimiento

Incomodidad

Sorpresa de saber que si hay algunas prácticas/frases que aunque no se dicen, se piensan

Enojo con la lectura las frases, reconocimiento

LA SUTIL
LINEA
Violencias cotidianas y normalizadas



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali