



Avíspese

Estrategia comunicativa que fortalezca la difusión de la información sobre la prevención del hurto a personas en la localidad de Santa Fé.

Proyecto de Grado

Nicolás Esteven Casallas García
Johan Steven Castillo Ballen
Brayan Ferney Cuevas Torres

Bogotá D. C., 2023

Avíspese

Estrategia comunicativa que fortalezca la difusión de la información sobre la prevención del hurto a personas en la localidad de Santa Fé.

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Diseñador Digital y Multimedia

Director (a):

JORGE EMILIO FRANCO, LUIS ALBERTO LESMES

Línea(s) de énfasis:

Producto audiovisual

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2023

Aval del Proyecto

Firma del Director(a) de proyecto de grado

Firmas de los jurados

Dedicatoria

Este proyecto va dedicado a todas las personas que disfrutan el habitar la ciudad y se preocupan por ayudar a los demás a sentir el mismo aprecio por la seguridad integra. Todos aquellos que les nace advertir o aconsejar a las personas para velar por su seguridad en la calle.

Agradecimientos

Aunque mi agradecimiento más grande es a mis compañeros de proyecto, quienes estuvieron ahí desde un inicio para apoyar las ideas más arriesgadas con este trabajo y a los cuales les debo mucho, mi principal y más grande agradecimiento es con mi madre, Sonia Ballen, quien me apoyó y me alentó en todo momento durante este arduo trabajo. Este esfuerzo también te lo dedico a ti.

Agradezco inmensamente a mis papás y hermanos, los cuales me apoyaron mucho en este proceso, destacando principalmente a mi hermano mayor, quien fue el primero en creer en mí y apoyarme de muchas maneras en este camino, sin él no estaría donde estoy hoy en día, y por último agradecer a la persona que iluminó mis días motivándome a seguir adelante y a mi gran amigo y compañero de Transmilenio.

No se habría podido lograr llevar este proceso sin el apoyo de mis compañeros de estudio, que son sobre todo una familia, en especial mis dos compañeros de proyecto, quienes apoyaron y soportaron todas las dificultades. Especialmente quisiera agradecer a mi madre, Lucy García, a quien agradezco ser el motor de mi vida y una de las razones para seguir adelante, también me gustaría agradecer a mi abuelo, Jorge Casallas, quien en un inicio me apoyo de todas las formas posibles, y quien figuró como mi padre y moldeó el diseñador que es Nicolás hoy día.

“Yo tengo un ángel que me protege de los envidiosos”

Tego Calderón & Gallego

Resumen

El hurto a personas es uno de los actos de inseguridad que más preocupa a la población capitalina, según un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá, principalmente en la localidad de Santa Fé, al ser una zona de alta concurrencia y diversidad cultural, el hurto sin empleo de armas a personas, según cifras de la Secretaría distrital de Seguridad, aumenta año tras año. Si bien los datos referentes a estos delitos se pueden encontrar en diferentes medios de comunicación, las modalidades de hurto sin empleo de armas son cada vez más variadas, sin embargo, la información que pueda aportar a su prevención es de poca accesibilidad para las personas.

Por lo tanto, en este trabajo nombrado “Avíspese” se tiene como objetivo fortalecer la difusión de la información para los transeúntes de la localidad de Santa Fé a través de una estrategia comunicativa digital. Teniendo en cuenta el objetivo del proyecto y entendiendo al público al que va dirigido, se tomó como referente el diseño centrado en el usuario como metodología para la construcción e interpretación de la misma, guiándola hacia los requerimientos y observaciones pertinentes establecidos por el proyecto, buscando aportar a la falla de sistematización de dicha información.

Palabras clave: hurto a personas, seguridad, prevención, comunicación, difusión.

Línea(s) de profundización: Productos audiovisuales.

Abstract

Theft from persons is one of the acts of insecurity that most concerns the population of the capital city, according to a study by Bogotá Chamber of Commerce, mainly in the district of Santa Fé, being an area of high concurrence and cultural diversity, the unarmed robbery of persons, according to figures of the District Secretariat for Security, increases year after year. Although data on these crimes can be found in different media, the modalities of unarmed robbery are increasingly varied, however, the information that can contribute to its prevention is of little accessibility for people.

Therefore, in this work named “Avíspese”, the objective is to strengthen the dissemination of information for passersby in the town of Santa Fé through a digital communication strategy. Taking into account the objective of the project and understanding the target audience, the user-centered design was taken as a reference as a methodology for the construction and interpretation of the same, guiding it towards the requirements and relevant observations established by the project, seeking to contribute to the failure of systematization of such information.

Keywords: theft from persons, security, prevention, communication, diffusion.

Research lines: Audiovisual products.

Tabla de contenido

Aval del Proyecto	5
Dedicatoria	9
Agradecimientos	11
Resumen	15
Abstract	17
Tabla de contenido	19
Listado de figuras	23
Listado de tablas	26
Listado de anexos	27
1. Formulación del proyecto	29
1.1 Introducción	29
1.2 Justificación	30
1.3 Definición del problema	35
1.3.1 Entrevista a expertos	41
1.4 Hipótesis de la investigación	44
1.4.1 Hipótesis explicativa	44
1.4.2 Hipótesis propositiva	44
1.5 Objetivos	45
1.5.1 Objetivo general	46
1.5.2 Objetivos específicos	46
1.6 Planteamiento metodológico	47
1.7 Alcances y limitaciones	49
2. Base teórica del proyecto	52
2.1 Marco referencial	52
2.1.1 Antecedentes	52
2.1.1.1 Línea de tiempo	52
2.1.2 Marco teórico contextual	67
2.1.2.1 Inseguridad	67

2.1.2.2	Espacio Público	70
2.1.2.3	Población	72
2.1.2.4	Información para la prevención	75
2.1.2.5	Hurto a personas	77
2.1.3	Marco teórico disciplinar	79
2.1.3.1	Diseño centrado en el usuario	79
2.1.3.2	Observación contextual	81
2.1.3.3	Co-diseño	81
2.1.3.4	Arquitectura de la información	82
2.1.3.5	Conclusiones	83
2.1.4	Marco conceptual	84
2.1.5	Marco legal	88
2.2	Estado del arte	91
2.2.1	Futuros Urbanos, ideas que transforman ciudades	91
2.2.2	¿Y dónde están los ladrones?	93
2.2.3	Revista Compensar, Modalidades de hurto que debes conocer para protegerte	95
2.2.4	Cartilla guía de autoprotección	97
2.2.5	Campañas educativas de la Policía Metropolitana	99
2.2.6	“A mí también me pasó” Portal web del diario El Tiempo	101
2.4	Caracterización de usuario	102
2.4.1	Entrevistas a usuarios	103
2.4.2	Arquetipo de usuario	105
2.4.3	Ficha persona	107
3.	Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	110
3.1	Criterios de diseño	110
3.1.1	Árbol de objetivos de diseño	111
3.1.2	Requerimientos y determinantes de diseño	113
3.2	Hipótesis de producto	115

3.3 Desarrollo y análisis Etapa de indagación del contexto	118
3.3.1 Observación contextual	118
3.3.2 Revisión bibliográfica	120
3.3.3 Entrevista a expertos	122
3.3.4 Entrevista a usuarios	123
3.3.5 Planteamiento y definición del problema	123
3.4 Desarrollo y análisis Etapa de requisitos y exploración	124
3.4.1 Interpretación de datos	124
3.4.2 Creación de perfil de usuarios	125
3.4.3 Requerimientos de diseño	127
3.5 Desarrollo y análisis “Etapa de desarrollo y ejecución”	130
3.5.1 Canva	130
3.5.2 Visual storytelling	131
3.5.3 Prototipado	133
3.5.3.1 Primera identidad visual	133
3.6 Desarrollo y análisis Etapa de evaluación y testeo	136
3.6.1 Test con usuario	136
3.6.2 Analítica	137
3.7 Resultados de los testeos	137
3.7.1 Primer testeo - Tratamiento de la información.	137
3.7.2 Segundo testeo - Tratamiento de la información.	142
3.7.3 Testeos adicionales	148
3.8 Prestaciones del producto	153
3.8.1 Aspectos morfológicos	153
3.8.2 Aspectos técnico-funcionales	158
3.8.3 Aspectos de usabilidad	160
4. Conclusiones	165
4.1 Conclusiones	165
4.2 Estrategia de mercado	169
4.2.1 Segmentos de cliente	170

4.2.2 Propuesta de valor	171
4.2.3 Canales	171
4.2.4 Relaciones con los clientes	172
4.2.5 Fuentes de ingresos	173
4.2.6 Actividades clave	173
4.2.7 Recursos clave	174
4.2.8 Socios clave	174
4.2.9 Estructura de costes	175
4.3 Consideraciones	177
Referencias	179
Anexos	188

Listado de figuras

Figura 1: Conclusiones, victimización, Cámara de Comercio	36
Figura 2: Comportamiento por tipo de arma para Bogotá - Hurto a personas	38
Figura 3: Árbol de problemas	43
Figura 4: Árbol de objetivos	45
Figura 5: Metodología	48
Figura 6: Línea de tiempo	53
Figura 7: Fragmento de un artículo relacionado con campañas de prevención en el diario El Tiempo	56
Figura 8: Pieza gráfica realizada por la Policía Nacional en Santander	58
Figura 9: Plan integral de Seguridad Ciudadana, Convivencia y Justicia de Bogotá 2020 - 2024	59
Figura 10: Diagrama Prensa sobre hurtos publicado por la Alcaldía de Medellín	62
Figura 11: Gestores culturales pertenecientes al programa Distrito CUIDArte	64
Figura 12: Revista ADVOCATUS, Artículo de investigación científica y tecnológica	66
Figura 13: Mapa mental sobre conceptos clave del proyecto.	87
Figura 14: Página web Futuros Urbanos	91
Figura 15: Aplicación Hurtos data app	93
Figura 16: Revista Compensar.	95
Figura 17. Manual realizado por la policía nacional, dirección de protección y servicios especiales.	97
Figura 18. Campañas educativas realizadas por la policía nacional	99
Figura 19. Portal web “A mí también me pasó”	101
Figura 20. Resultados de la entrevista a usuarios.	104
Figura 21. Definición de arquetipo, descripción y punto de vista de	

usuario	106
Figura 22. Canales de comunicación en los que confían para crear una opinión sobre seguridad	107
Figura 23. Comportamiento de hurto a personas por ciclo de vida	108
Figura 24. Ficha persona	109
Figura 25. Árbol de objetivos del producto	112
Figura 26. Requerimientos y parámetros de diseño	114
Figura 27. Hipótesis de producto	116
Figura 28. Ejemplo de modalidad de hurto a personas sin empleo de armas	119
Figura 29. Visual storytelling	132
Figura 30. Identidad gráfica del primer prototipado.	134
Figura 31. Contraportada prototipada del carrusel.	135
Figura 32. Portada prototipada del carrusel.	139
Figura 33. Fotogramas del primer Reel testeado.	140
Figura 34. Diagrama de resultados primer testeo	141
Figura 35. Variación de la marca Avíspese	144
Figura 36. Variación de Carruseles para Instagram	145
Figura 37. Reel Cosquilleo	146
Figura 38. Diagrama de resultados segundo testeo	147
Figura 39. Perfil de Instagram	150
Figura 40. Canal de Spotify	151
Figura 41. Diagrama de resultados testeo adicional	152
Figura 42. Identidad gráfica final del proyecto.	156
Figura 43. Identidad gráfica Avíspese.	157
Figura 44. Estadísticas y mapas	159
Figura 45. Feed de Instagram Avíspese	161
Figura 46. Historia destacada Instagram	163
Figura 47. Ruta de interacción con el producto	164
Figura 48. Estadísticas de Instagram	167
Figura 49. Estadísticas de Spotify	168

Figura 50. Modelo Canva de negocios

170

Figura 51. Estructura de costes

176

Listado de tablas

Tabla 1: Marco conceptual

82

Listado de anexos

Anexo A. Hojas de vida de los autores	188
Anexo B. Portafolio de los autores	188
Anexo C. Entrevista a Expertos Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia	188
Anexo D. Entrevista a Expertos a Policía Metropolitana de Bogotá	188
Anexo E. Entrevista a Usuarios	188
Anexo F. Hipótesis de Producto	188
Anexo G. Tabla de Requerimientos y Determinantes	188
Anexo H. Testeo con usuario #1 Dentro de este anexo se ponen los insumos referentes a los productos gráficos realizados, enumerados por los usuarios.	188
Anexo I. Testeo con usuario #2 Dentro de este anexo se ponen los insumos referentes a los productos gráficos realizados, enumerados por los usuarios.	188
Anexo J. Testeo adicional con usuario Testeo final	188
Anexo K. Modelo Canva	188
Anexo L. Estructura de Costes	188

1. Formulación del proyecto

1.1 Introducción

El hurto a personas es una de las problemáticas que más se destaca en Bogotá, debido al constante cambio que hay alrededor de su funcionamiento, del cual los victimarios aprovechan para delinquir en los momentos más inesperados y a plena luz del día.

La localidad de Santa Fé es un punto clave dentro de Bogotá, debido a la alta circulación de gente y la diversidad que existe entre estos grupos de personas; puesto que aquí convergen sectores educativos, gubernamentales, comerciales, empresariales, entre otros.

Existe tanta información importante a tener en cuenta y una de sus problemáticas es que esta no se encuentra recopilada de manera accesible y explicativa en un medio específico para la prevención del delito.

Las campañas en contra del hurto por parte de la Secretaría de Seguridad y la Policía Metropolitana, han sido variadas en cuanto a formas de abordar el tema y medios por los cuales difundir la información, sin embargo, su alcance se ve limitado por el uso de metodologías poco llamativas y el protocolo de las instituciones.

Dado a esta falencia es que se pretende generar un producto de diseño que fortalezca la difusión de la información que existe y se genera alrededor de las modalidades de hurto que se implementan en la localidad de Santa Fé, con el fin de mantener a la ciudadanía advertida para aportar a la prevención de este tipo de

incidentes.

1.2 Justificación

Los hurtos a personas es una de las modalidades de robo más comunes en Bogotá (según las cifras de los últimos años de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia), esto a su vez volviéndose uno de los temas que más preocupa a los ciudadanos al desconocer de qué forma pueden llegar a ser víctimas de hurto.

La Cámara de Comercio de Bogotá, en su preocupación por la inseguridad debido a la afectación económica que atrae a la ciudad, decidió hacer un estudio con una muestra de 7.437 ciudadanos (Encuesta de Percepción y Victimización de Bogotá , Cámara de Comercio de Bogotá, 2022). Como resultado, arrojó que entre las diferentes categorías de inseguridad presentes en la ciudad, el hurto a personas es de las que más frecuentemente son víctimas, además de ser una preocupación recurrente de los habitantes al vivir con la constante alarma de ser abordados en cualquier momento del día sin saber si serán despojados de sus pertenencias.

Ante esta preocupación se destaca las cifras correspondientes a hurtos a personas en la localidad de Santa Fé tomadas desde la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia, en donde el mayor porcentaje es arrojado por hurto a personas sin utilizar armas, siendo superior al asalto, el cual es definido como robo usando armas blancas, armas de fuego o algún objeto

contundente, a diferencia del hurto que no emplea violencia física.

Al tratarse de armas es difícil que alguien pueda defenderse cuando es abordado al ser asaltado, así como se dice en el manual de seguridad para la prevención de delitos en México (Lee, 2019) “El 70% de las personas que se oponen a un asalto a mano armada pierden la vida.”, las campañas dirigidas a esta prevención suelen ser iguales en diferentes departamentos e incluso países, como ejemplo la cita anteriormente mencionada. No hay forma de actuar en el momento del asalto, solo se debe priorizar la vida.

El hurto sin armas, al ser una modalidad que no atenta directamente contra la integridad física de la víctima, puede ser prevenido por ciertos comportamientos que tenga el victimario, es por esto que crear un producto en donde las personas puedan informarse acerca de estas actividades delictivas ayuda a que con anterioridad puedan estar informados para evitar ser hurtados.

Desde la Policía Metropolitana de Bogotá y la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia han tenido el deber de informar a los ciudadanos para su prevención en diferentes temas, siendo uno de estos como evitar un asalto. La mayoría de consejos dados por estas entidades suelen estar ligados a no hacer visible objeto de gran valor en zonas públicas y a que si la víctima se percata de la presencia de armas, la vida vale más que un objeto (Tps México, s.f.) esto haciendo referencia a uno de los diferentes autores que resaltan la idea anterior de valorar la integridad física.

Tanto la Policía Metropolitana de Bogotá y la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia tienen como objetivo velar por la

seguridad de los habitantes de la ciudad, es por esto que una conexión con estas entidades para recoger datos, gráficos y apoyos técnicos será de vital importancia. Desde el ámbito del diseño digital multimedia del grupo investigador se busca generar un enlace con estas oficinas gubernamentales para que la información que se provea pueda servir para la prevención en casos de hurto dentro de la localidad de Santa Fé.

La tendencia hacia el uso del internet en Colombia para el año 2022 (según cifras de Branch.com) demuestra que en el país existen 35.50 millones de usuarios activos de internet, pasando una media de tiempo de 10 horas conectados a los servicios que disponen en línea por diferentes razones, en las que resaltan el encontrar información (78.7%) y el seguir noticias o eventos recientes (65.9%).

Desde el diseño digital se pueden abordar diferentes ramas de implementación a la hora de crear una posible solución. Según los datos rescatados en cuanto a la efectividad de la comunicación, la preocupación sobre la inseguridad y el empleo del internet; se propone desde el diseño digital y multimedia el desarrollar un producto digital como fortalecimiento a la información existente en casos de hurtos a personas, siendo una oportunidad de diseño debido a que los informes al respecto sobre las modalidades de hurto no es de fácil acceso, y la información no está recopilada en una base de datos consolidados.

Según el instituto europeo de periodismo y comunicación, la comunicación digital es un medio bastante útil a la hora de

conectar y difundir datos, debido a que los canales digitales cuentan con ventajas superiores a los métodos análogos, destacables como: romper con las barreras geográficas, sea sí o no depender de un punto físico para la divulgación de datos. La interacción rápida y eficaz, que usa el internet como un medio útil para entregar de manera inmediata las actualizaciones en cuanto a información se refiere. Y las diferentes maneras de entregar un mensaje, siendo estas adaptables para diferentes tipos de públicos. (Giné, 2020) Esto le brinda al diseño digital y multimedia una ventaja para el proyecto, ya que los informes a difundir es variada y compleja; a través de medios audiovisuales, la explicación detallada sobre las modalidades de hurto puede ayudar a mejorar su entendimiento.

El cómo un usuario adquiere la información también es importante. El objetivo, al querer comunicar acerca de las modalidades de hurto, también es no exponer a los posibles usuarios a ser víctimas de ello, por lo que campañas análogas, donde el usuario tenga que interactuar en la calle para acceder a los datos, no es lo más viable. A través de los medios digitales se puede garantizar al público el alcanzar la estrategia comunicativa digital desde un ambiente seguro y discreto, ya sea a través de recursos de audio o asegurando que los datos se mantendrán de manera recopilada en un medio con el cual puedan interactuar en cualquier ocasión.

La forma en que se entrega el mensaje también es importante, según el artículo de marketing digital y multimedia de la revista Géminis “Está comprobado que las campañas que triunfan

en la actualidad se basan en los siguientes componentes: diversión, trasgresión, implicación, espectáculo...” (Revista Géminis, 2011). Esto dando pie a poder tratar la información de una manera más natural y en confianza con el público. Al ser un tema social, pero a la vez de un orden coloquial, se puede abordar de una manera llamativa y transgresora para afianzar una confianza con el público; esto se logra a través de la oferta de experiencias verídicas y populares, a los que un público general pueda sentirse cercano; ya que dentro de la misma revista se afirma que “... si el consumidor acepta que la publicidad que se le envía es válida, lo pasará a otros consumidores propagando el mensaje publicitario de una forma muy rápida y efectiva a través del marketing viral. ” (Revista Géminis, 2011).

Concentrándose en lo anterior, se entiende que por razones de profesionalismo, las entidades encargadas de visibilizar este tipo de información, deben tener un conducto y un carácter formal a la hora de difundirla con relación a la inseguridad, lo cual puede llegar a ser beneficioso, pero puede jugar en contra, ya que no se indaga a fondo las modalidades de hurto. La estrategia comunicativa pretende enfatizar y tratar con detalle las modalidades hurto de maneras explicativas, con el fin de que sus funcionamientos sean más fáciles de comprender para los diferentes actores, esto a través de soportes audiovisuales que generen interés dentro de los consumidores del producto digital.

1.3 Definición del problema

El miedo y la percepción en Bogotá son dos consecuencias importantes entre la ciudadanía debido a distintos factores que afectan a los habitantes de la capital. Sin embargo, la percepción de la inseguridad y la realidad son dos factores distintos a considerar a la hora de realizar un diagnóstico sobre la inseguridad en la capital colombiana, para fines de esta labor se tomará en consideración las conclusiones y cifras realizadas en la Encuesta de Percepción y Victimización de Bogotá hecha por la Cámara de Comercio de Bogotá para el año 2022 en todo el territorio distrital.

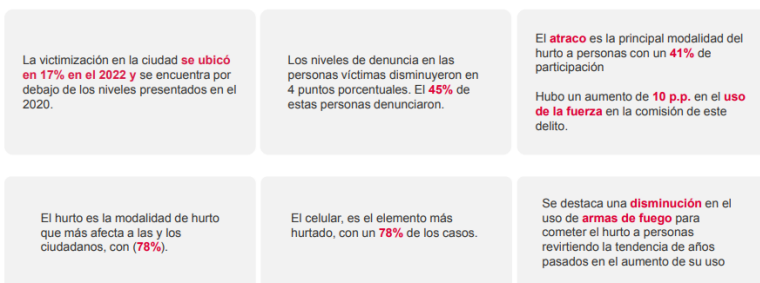
La victimización (Cámara de Comercio de Bogotá, 2022, p.5) “busca conocer la frecuencia y el tipo de delitos de los cuales son víctimas, las y los ciudadanos”, mostrando así los avances o retrocesos por año en cuanto a distintos factores como lo es el incremento o disminución de las víctimas, la disminución de las denuncias ciudadanas y las modalidades más comunes, entre otras.

Figura 1: Conclusiones, victimización, Cámara de Comercio

Conclusiones



Victimización



Fuente: Encuesta de Percepción y Victimización de Bogotá 2022, CCB

Nota. Se tomó en cuenta el apartado de victimización debido a su información sobre el tema tratado a causa de su importancia referente a los demás. Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2022).

Entender la victimización como herramienta aportada desde la Cámara de Comercio de Bogotá para el conocer la percepción y realidad de la seguridad en la ciudad, ayuda a entender el problema a tratar, ya que presentan un punto clave en el entendimiento de reconocer el hurto a persona como una de las problemáticas que más preocupa a la ciudadanía además de demostrar la sensación de inseguridad dentro de los capitalinos.

Dentro del ejercicio de explicar a fondo el problema, más allá de la percepción, se debe tener en cuenta el incremento de la inseguridad plasmada en las cifras entregadas por las entidades correspondientes como la Secretaría de Seguridad, Convivencia y

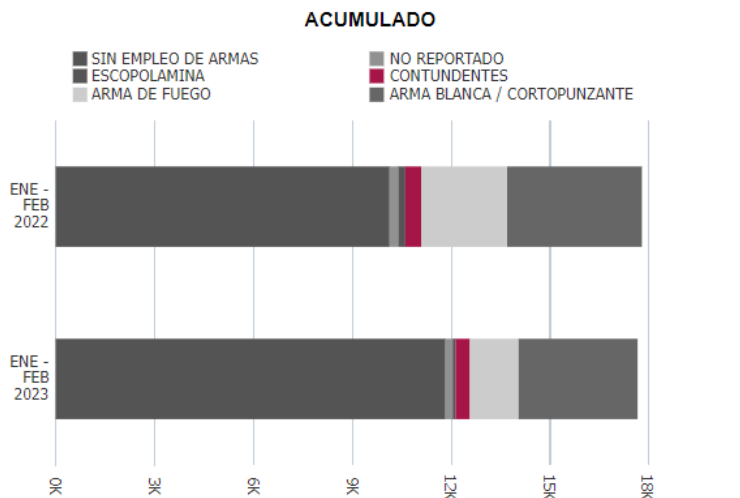
Justicia. “Los datos que arroja el día a día en la ciudad respaldan el porqué ocho de cada diez personas se sienten inseguros en Bogotá” (Serrano, 2021, párr. 1) generando una percepción menos favorable debido a que dichos datos van en aumento año tras año.

Una vez se definió cuál es el foco de preocupación, como lo es el hurto a personas, se atiende a la indagación en una de las localidades de Bogotá más transitadas y con un incremento constante cada año de hurto entre los habitantes y transeúntes, la localidad de Santa Fé. Para la indagación del problema del hurto presente en dicha localidad es importante acudir a los datos y estadísticas presentadas por la entidad reguladora denominada Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Dicha entidad recopila estadísticas según el tipo de delito y la localidad, mediante un apartado en su página web denominado “estadísticas y mapas”, el cual en un primer momento fue de difícil entendimiento debido a su navegabilidad web, dificultando el conocer de forma asertiva las cifras. Después de un análisis centrado en la modalidad de hurto dentro de la localidad de Santa Fé, se pudo apreciar que el hurto sin implementación de un arma es el que más afecta a los habitantes y transeúntes.

Figura 2: Comportamiento por tipo de arma para Bogotá - Hurto a personas

COMPORTAMIENTO POR TIPO DE ARMA PARA BOGOTA - HURTO A PERSONAS



Nota. Se toma como ejemplo ilustrativo las cifras más recientes; sin embargo, estas cifras se categorizan por año. Fuente: Cálculos propios con información de SIEDCO de la DIJIN - PONAL (2023).

Si bien gracias a estos datos se determinaron las variables más significativas para el análisis y posterior conclusión y definición del problema a tratar desde fuentes oficiales de la alcaldía de Bogotá. En la indagación de fuentes bibliográficas y portales oficiales se encontró que la búsqueda de información y entendimiento de la misma no es accesible ni entendible en un primer momento, requiriendo de varios análisis para entender las

fuentes, esto contrastando con uno de los objetivos estratégicos por parte de la Secretaría de Convivencia, Seguridad y Justicia es (Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia Y Justicia, 2019):

Implementar estrategias y acciones interinstitucionales orientadas a mejorar la confianza entre la ciudadanía y la institucionalidad a través del fortalecimiento de conductas de autorregulación, regulación mutua, diálogo y participación social y cultura ciudadana que transformen las conflictividades sociales y mejoren la seguridad ciudadana. (párr.4).

Este objetivo, al dar prioridad a la seguridad y convivencia ciudadana, va dirigida hacia una de las acciones enfocadas en atacar el problema del hurto, como lo son las estrategias de difusión de la información dirigidas hacia la ciudadanía, estrategias que también genera la Policía Metropolitana de Bogotá.

Si bien los datos respecto a las modalidades de hurto se encuentran en distintos medios como noticieros, redes sociales, entre otras. Al realizar el ejercicio de indagación autónoma por parte de los investigadores en referencia al tema “modalidades de hurto”, se observó que si bien hay distintos medios en donde la información se encuentra, es complicado el acceso a esta debido a su dispersión, diversidad, falta de recopilación de la misma y poca profundización cuando es posible encontrarla.

Tanto la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia como la Policía Metropolitana de Bogotá, que invierten en planes y estrategias para mejorar la seguridad y convivencia ciudadana, son

las principales entidades encargadas de difundir esta información relacionada con el hurto, por parte de la secretaria, es posible encontrar estadísticas del tema, pero no detalla a fondo en los canales oficiales para la ciudadanía el sobre cómo actuar o prevenir ciertas actividades delictivas.

En cuanto a la Policía Metropolitana, se observó, desde el grupo de investigación, que existen estrategias guiadas a la seguridad del ciudadano; sin embargo, están enfocadas hacia el hurto a mano armada (también entendido como asalto, según la policía nacional colombiana), el actuar de los uniformados, entre otros objetivos en la página oficial de la policía nacional (Ver en: <https://www.policia.gov.co/noticias/comunitarias>) teniendo como elemento en común que la mayoría de campañas suelen ser análogas y de acercamiento físico.

Gracias a la elaboración del árbol de problemas (figura 3) se logró construir y definir los elementos más importantes en torno a la problemática respecto a la poca accesibilidad y desconocimiento de las modalidades de hurto en la localidad de Santa Fé, para esto se tomó en cuenta a sus principales actores, contextos, causas y ámbitos que rodean esta problemática, como la percepción de la ciudadanía, la información encontrada respecto al tema y el aporte de la misma que ofrece la entidad encargada de la seguridad y convivencia ciudadana.

1.3.1 Entrevista a expertos

Para profundizar en la recolección de datos y como parte esencial de la caracterización de usuarios se realizó una entrevista con la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia (Revisar anexo D), esto con el fin de tener un mejor entendimiento del cómo se toma el hurto a personas desde la entidad encargada de la seguridad en la ciudad de Bogotá, logrando así una claridad importante de la importancia dada por ellos y cómo se aborda desde el diseño.

Si bien la Secretaría de Seguridad trabaja de la mano con la Policía Metropolitana, para combatir el hurto a personas generalmente se realizan intervenciones en sectores específicos determinados por la frecuencia y las denuncia; sin embargo, la oficina de comunicaciones estratégicas presente en la secretaria es la encargada de gestionar las campañas referente a la seguridad en la ciudad, en este caso, se le permitió al grupo de trabajo tener acceso a las campañas realizadas enfocadas en la prevención del hurto a personas, información que posteriormente sería crucial para la caracterización de usuarios.

Uno de los puntos destacables de la entrevista fue que al tratarse del hurto a personas, siendo el delito con mayor interés después del homicidio, la Secretaría de Seguridad menciona el gran interés que se tiene por los proyectos que tratan este tipo de temas y, si la inversión lo permite, la ejecución de los mismos, ya que consideran que todo proyecto con fines de seguridad ciudadana

aportan a la ciudadanía.

Desde el grupo de trabajo se buscaba tener un acercamiento con los entes encargados de la seguridad en la zona que se va a tratar, siendo así oportuno tener información brindada por la Policía Metropolitana de Bogotá.

Por medio de un documento enviado desde la entidad con fines exclusivos para la elaboración de un proyecto investigativo, como se especifica dentro del documento (Revisar anexo E), se presentó como se sistematiza los métodos de hurto a personas desde la policía, siendo así el raponazo, cosquilleo y el factor de oportunidad.

El raponazo es definido como hurto mediante una acción rápida aprovechando el descuido de la víctima; El cosquilleo es definido como aprovechamiento de tumultos en lugares públicos para extraer los bienes de la víctima; por último, se define el factor de oportunidad cuando el victimario aprovecha el tiempo y lugar para crear una acción que afecte al ciudadano siendo esta última también entendida como estafa.

Estas definiciones se encuentran dentro del documento anteriormente mencionado y funciona dentro del contexto del proyecto para conocer de qué manera el ente encargado clasifica las diferentes modalidades de hurto que el proyecto busca indagar y comunicar.

Figura 3: Árbol de problemas



Nota. Las causas directas, tanto del contexto como de los actores, son generadas por las causas indirectas, exponiendo así el problema central y generando a su vez sus impactos. Fuente: elaboración propia (2023).

Es así como se concluyó, después de indagar en diferentes fuentes, de donde se rescata la preocupación de la ciudadanía por el tema a tratar como lo es el hurto a personas, además de la falta

de accesibilidad o entendimiento de la información presentada por parte de los canales oficiales de gobierno, que se planteó gracias al ejercicio del árbol de problemas, conociendo los contextos directos e indirectos, que se debe enfocar el proyecto en buscar una forma de fortalecer la difusión de la información organizándose aportando al conocimiento para prevenir las modalidades de hurto a personas dentro de la localidad de Santa Fé.

1.4 Hipótesis de la investigación

1.4.1 Hipótesis explicativa

En muchos casos, los hurtos que ocurren en la Localidad de Santa Fé de Bogotá D.C. se podrían prevenir si la ciudadanía y, en particular, las personas que transitan por la zona, pudieran contar con la información sobre las modalidades que se emplean para cometer este delito en la zona.

1.4.2 Hipótesis propositiva

Si se crea una herramienta digital que difunda la información sobre las modalidades de hurto en la localidad de Santa Fé, esto aportará a que los transeúntes estén prevenidos con base en el conocimiento de este delito.

1.5 Objetivos

Figura 4: *Árbol de objetivos*



Nota. A través del árbol de objetivos se organizó un esquema que visibiliza los diferentes actores y temas tratado anteriormente (ver apartado 1.3 Definición del problema) para así poder reunir las propuestas e impactos que derivan de las problemáticas, de igual

forma se pudo generar y verificar el planteamiento de los objetivos específicos y el objetivo general. Fuente: Elaboración propia (2023).

1.5.1 Objetivo general

Fortalecer la difusión de la información que aporte a la prevención de las modalidades de hurto a personas en la localidad de Santa Fé (Bogotá, D.C.), por medio de una estrategia comunicativa digital accesible que permita un alcance adecuado de la información para los transeúntes.

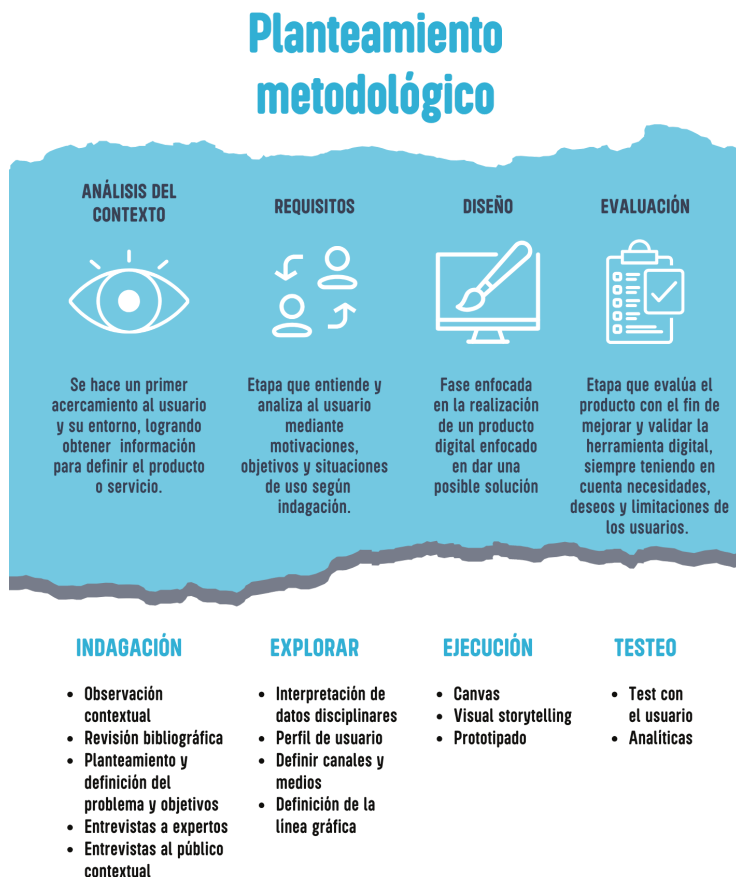
1.5.2 Objetivos específicos

- Recopilar la información existente sobre las modalidades de hurto presentes en la carrera séptima entre la calle 19 y calle 39 en la localidad de Santa Fé.
- Analizar la información recopilada para establecer los criterios de diseño de la estrategia comunicativa.
- Desarrollar una estrategia comunicativa para exponer las modalidades de hurto presentes en la localidad de Santa Fé enfocada en los transeúntes.
- Evaluar la estrategia comunicativa, con el fin de identificar los aciertos y errores, para potenciar la eficacia de la difusión de la información en los transeúntes.

1.6 Planteamiento metodológico

Para la correcta realización de las fases indispensables de la investigación y estructuración del proyecto se realiza el planteamiento metodológico bajo la metodología de Diseño Centrado en el Usuario de los autores Muriel Garreta Domingo y Enric Mor Pera, esto bajo el enfoque abordado en su documento el cual plantea que “el diseño centrado en el usuario persigue obtener información sobre los usuarios, sus tareas y sus objetivos, y utilizar la información obtenida para orientar el diseño y el desarrollo de los productos” (Garreta. M. y Mor. E. 2011); sin embargo, esta metodología se interpretó de forma tal que aborde el enfoque del usuario y contexto trabajados en este proyecto.

Figura 5: Metodología



Garreta, M., & Mor, E. (s.f.). Diseño Centrado en el Usuario. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya.
https://gc.scalahed.com/recursos/fites/r161r/w25870w/Interaccion_persona_ordenador_.pdf

Nota. Esta metodología se analizó y reinterpreto acorde a los criterios del proyecto. Fuente: elaboración propia (2023).

1.7 Alcances y limitaciones

Dado que la finalidad del proyecto es fortalecer la difusión de información para la prevención al exponer los riesgos con referente a los hurtos sin armas a los que suelen estar propensos los transeúntes de la zona anteriormente fijada dentro de la localidad de Santa Fé, y para darle validez y accesibilidad a la estrategia digital a desarrollar, es importante fijar algunos aspectos con respecto a lo que se puede abarcar y no en el progreso del producto final.

Bogotá es una ciudad que se encuentra dividida en diferentes localidades, es conocido que la ciudad varía en sus entornos socioculturales según la ubicación de donde se haga referencia. La localidad de Santa Fé, es una de las zonas con mayor importancia en cuanto a temas laborales, educativos y culturales, acogiendo gran parte de la ciudadanía bogotana.

Esto se describe teniendo en cuenta que al ser Bogotá una ciudad de diversidad, realizar una investigación varía según la zona a tratar. La localidad de Santa Fé no es igual a otras dentro de la capital, es decir que la investigación y toma de datos referente al proyecto se encuentra especificada y se tendrá que hacer modificaciones para poder plantear en otras zonas.

La información que se consigue por localidades se encuentra expuesta por canales oficiales como la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia; la Cámara de Comercio de Bogotá y la Policía Nacional. Aunque se consigan datos que describan las actividades delictivas por localidad, específicamente

hablando del hurto sin arma, algunas cifras más puntuales que hagan referencia a la cantidad de víctimas por cada una de las modalidades que se expondrán en el proyecto, no se encuentran disponibles de manera inmediata, sino que se debe hacer un proceso lento que retrase el trabajo de investigación y desarrollo del proyecto.

Se encontró además que diferentes proyectos de investigación desligados de canales oficiales se encuentran enfocados en toda la zona de Bogotá e incluso siendo generalizado para todas las actividades relacionadas con el robo. El proceso que se está realizando, al tratarse solamente de la modalidad de hurto sin armas dentro de una localidad en específico, se vuelve una oportunidad de abarcar un problema de alta preocupación, además de no llegar a ser general, informando así sobre aspectos puntuales de los que no se encuentra mucha información.

Antes de poder crear algún producto digital, se debe investigar sobre la forma óptima de abordar un canal de comunicación masivo online que sostenga varios usuarios en diferentes plataformas. Se entiende que se puede presentar información por medio de un canal accesible, pero se debe tener en cuenta que las implicaciones tecnológicas existentes no superen los límites de las tecnologías que se presentan en el ámbito digital de la localidad de Santa Fé.

Esto haciendo referencia a las limitaciones técnicas presentes en los aparatos digitales, tales como computadoras o dispositivos móviles, que puedan tener acceso aquellas personas

que transiten en presente o en un futuro dentro de la zona de la carrera séptima, entre la calle 19 y la calle 39.

A través de la investigación y las entrevistas a usuarios también se podrá reconocer qué tipo de público con limitaciones físicas es más afectado por el hurto, siendo así esto una oportunidad de expansión para los diferentes medio empleado en la difusión de la información. Debido a que la accesibilidad puede ser un punto clave con la diferencia de usuarios a tratar, se propondría la distribución de los mismos a través de diferentes canales para abarcar a los diferentes usuarios que tengan dificultad de acceso, y que a la vez estén interesados en acceder a esta información.

Como conclusión, los alcances que tenga el proyecto en cuanto a medios y actores se verán reflejados a través de los resultados con las entrevistas a expertos y a usuarios, ayudando a tener certeza de las necesidades que el público requiere para dar lo mejor de una estrategia digital. Las limitaciones del proyecto estarán ligadas a los datos pertinentes que se nos brinde por parte de las entidades regulatorias y los propios prosumidores¹ del producto; cabe aclarar que la intención principal de esta estrategia digital es fortalecer la difusión de la información, y aportar a la prevención, cualquier conocimiento que se genera a partir de ella será involuntario más, sin embargo, útil.

¹ “El prosumidor o prosumer es el consumidor que también produce. Por las cualidades de sus contenidos y su capacidad para elevar los niveles de confianza de una marca entre el público, es un aliado o embajador en potencia.” (Sordo, 2021, párr. 6)

2. Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

2.1.1 Antecedentes

Se recopila proyectos, estrategias y publicaciones referentes a brindar información sobre cómo se pueden prevenir del hurto a personas, estas publicaciones no se encuentran ligadas a una entidad en específico, siendo de origen gubernamental y particular. Con esto se busca indagar en lo que ya se ha realizado con respecto a la falla de sistematización de la información y el apartado referente al diseño digital multimedia, en donde se encontró el trabajo en conjunto de disciplinas ligadas a la seguridad y la comunicación masiva.

2.1.1.1 Línea de tiempo

Para la recopilación de los antecedentes se utilizó una línea de tiempo, la cual recopila datos a nivel Colombia, en cuanto a actividades relacionadas con la prevención del hurto o del delito a partir de la información, cabe aclarar que dentro de la figura la descripción de cada elemento es muy puntual con respecto al proyecto, pero más adelante en este texto se ahonda con mayor profundidad sobre el actuar y lo destacable de cada hecho presente en la línea de tiempo. También cabe mencionar que se encuentra seccionada, siendo la parte de la izquierda cercana con la disciplina de estudio y la parte diestra el contexto del lugar en aquel momento.

Figura 6: Línea de tiempo



PISCCJ DE BOGOTÁ (2020-2024)

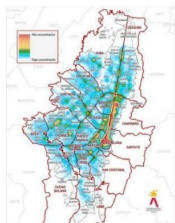
2020

PISCCJ DE BOGOTÁ (2020-2024)

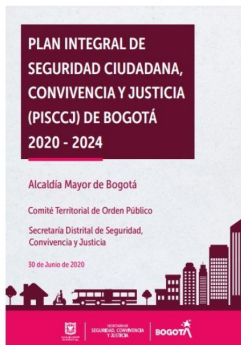
Plan integral de seguridad ciudadana, convivencia y justicia de Bogotá.

Plan de estrategias para la solución de problemas que se localizaron después de un análisis a cifras 2019 como el hurto a personas.

Ilustración 3-3 Hurto a personas. Concentración año 2019.



En el documento se encuentran piezas gráficas explicativas referentes al hurto a personas y sus estadísticas recopiladas.



ALCALDÍA DE MEDELLÍN

2021

ALCALDÍA DE MEDELLÍN

Prensa sobre hurtos

Las conclusiones del documento indican que la verdadera solución al problema es la intervención al espacio, pero expresa sobre la importancia del comunicar.

“Los medios de comunicación no tienen la responsabilidad de encontrar la solución al fenómeno de los hurtos, pero sí la de ampliar el foco del diagnóstico.”
Alcaldía de Medellín (2021)



Alcaldía de Medellín

CUIDArte

2021

CUIDArte



Campana centrada en la concientización de la seguridad mediante medios no tradicionales con una puesta en escena muy visual y llamativa.

Se priorizó el tratar problemas de seguridad ciudadana y convivencia para generar conciencia en las zonas más afectadas del espacio público Bogotano.

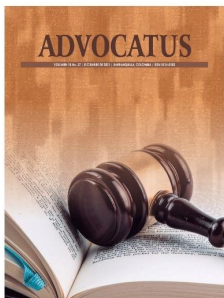


Andrés nieto, Secretario de Seguridad

ADVOCATUS

2022

ADVOCATUS



Revista digital enfocada en la policía nacional con el fin de caracterizar el hurto describiendo sus particularidades callejeras en la localidad de Santa Fe.

Se centra en la localidad de Santa fe, en la zona de la plaza mariposa, en donde la presencia de hurto a personas en la calle está muy marcado.



Nota. Recopilación de proyectos generados para tratar diferentes actividades delictivas y su correspondiente parte contextual. Fuente: Elaboración propia con material brindado por diferentes medios y entidades (2023).

Figura 7: Fragmento de un artículo relacionado con campañas de prevención en el diario El Tiempo

Según la última encuesta de percepción y victimización de la Cámara de Comercio de Bogotá, el hurto a personas, con el 43%, es el delito que más preocupa a los habitantes de la capital.

La misma Policía reconoce que los casos se incrementaron en 1,2% en el primer semestre de este año respecto del 2009.

No obstante, comparada con otras ciudades de Colombia e inclusive de América Latina, Bogotá presenta indicadores que la señalan como una de las más seguras, según la Secretaría de Gobierno, que se apoya en las siguientes cifras del primer semestre del 2010 comparadas con el mismo lapso del año pasado: hurtos a establecimientos comerciales (-12,8%), vehículos (-12,6%), residencias (-11,3%) y lesiones comunes (-3,6%).

la campaña que busca reducir el hurto, que en el 28% de los casos es el resultado del descuido de las propias víctimas, incluye más presencia policial en los sectores catalogados como prioritarios y jornadas pedagógicas para inculcar el autocuidado de sus objetos.

Nota. Noticia en la cual se narra el trabajo en conjunto de la Policía Metropolitana de Bogotá junto a la Secretaría de Seguridad en una campaña en contra del hurto a personas. Fuente: (El tiempo.com, Publicado en el año 2010).

Para el año 2010 el hurto a personas ya era un delito que preocupaba al 43% de la ciudadanía, es por esto que se crearon jornadas pedagógicas en la que buscaban reducir el hurto a personas recomendándole a los ciudadanos a no ser descuidados

con sus objetos personales en donde algunas recomendaciones dictaban sobre la vida e integridad va primero y el denunciar cuando se ha sido víctima.

No se encontró registro fotográfico o algún material audiovisual que respecte con esta campaña en contra del hurto a personas en Bogotá generado desde la Secretaría de Seguridad en conjunto con la Policía Metropolitana, el único registro de la llamada “entre todos podemos hacer de Bogotá una ciudad más segura” es un artículo del periódico informativo el tiempo.

Es importante recalcar este tipo de actividades debido a que se visualiza que en algún momento pasado las entidades encargadas de la seguridad y divulgación de información para prevenir a los Bogotanos estuvieron trabajando en conjunto para generar pedagogías pensadas en el problema expuesto en este documento.

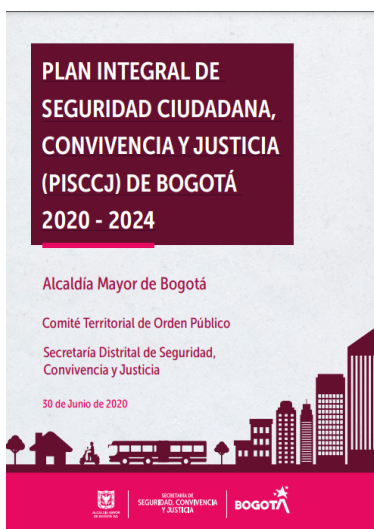
Figura 8: Pieza gráfica realizada por la Policía Nacional en Santander



Nota. Material digital creado para prevenir el hurto a personas en el departamento de Jesús María en Santander. Fuente: Jesusmaria-santander.gov.co (2019).

Sobre esta campaña creada desde la policía nacional para el municipio Jesús María, en Santander, no se encontró más información aparte de la expuesta en la figura presentada con anterioridad. Se rescata el hecho de ser el único material digital dirigido exclusivamente al delito de hurto a personas que se encontró a nivel nacional, generado desde la Policía Nacional en conjunto con un gobierno local de Colombia.

Figura 9: *Plan integral de Seguridad Ciudadana, Convivencia y Justicia de Bogotá 2020 - 2024*



Nota. Portada del plan integral de seguridad ciudadana, convivencia y justicia (PISCCJ) de Bogotá, creado en el año 2020 para cuatro años de implementación. Fuente: Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, (2020).

El PISCCJ² es un documento sectorial de política pública que cuenta con diferentes estudios y cifras, las cuales ayudan a generar un diagnóstico sobre la criminalidad en Bogotá, al ser un documento institucional, da la certeza que los datos son confiables y que se pueden contrastar con las muestras que a futuro arroje el proyecto en cuestión.

Debido al amplio rango de temas a tratar dentro del documento, se hará énfasis en el apartado “3.3. Afectaciones al patrimonio” donde se habla del hurto y sus diferentes formas e implicaciones.

Dentro de la cartilla se hace un estudio en toda la ciudad de Bogotá, lo cual brinda un punto de vista más amplio del problema y la manera de actuar en las diferentes localidades

“En el marco de este delito, el 62.5% de los casos se presentan sin el uso de armas, y el 39,7% de los casos de la ciudad se presentan en únicamente 4 localidades (Chapinero, Kennedy, Suba y Engativá). Lo anterior indica que existen las condiciones necesarias para realizar cosquilleos, o raponazos.” (Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, 2020)

Esta información nos ayudará a comprender y comparar los casos existentes con los de la localidad de Santa Fé. En este documento se tiene un panorama general acerca de las localidades en donde se presenta, en el año 2019, más hurtos a personas, de

² Plan integral de seguridad ciudadana, convivencia y justicia

igual forma se hablan de estrategias preventivas en el apartado “8. Líneas estratégicas en el contexto COVID ´ 19, para vivir sin miedo”, esto implementado durante el inicio de pandemia que busca el actuar de la fuerza pública y el poder jurídico distrital para prevenir casos como el consumo de drogas o la violencia en contra de la mujer.

Debido a lo expuesto con anterioridad, se toma en cuenta las cifras y estrategias realizadas especificadas dentro de hurtos a personas, para así conocer que se hace desde las instituciones encargadas de la seguridad y el aumento o descenso de las cifras correspondientes a cada año, en contraste con las cifras actualizadas presentadas por la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Figura 10: *Diagrama Prensa sobre hurtos publicado por la Alcaldía de Medellín*



Diagrama 2: Revisión de prensa sobre hurtos (RPHP, 2007-2017).

Nota. Flujo de la información sobre la prensa para la divulgación sobre actividades delictivas en los ciudadanos. Fuente: Medellin.gov.co (2021).

En este documento realizado en conjunto con la Alcaldía de Medellín, se hace un análisis institucional sobre el hurto a personal, del cual específicamente el capítulo "4. Comunicar sobre hurtos es gobernanza de emociones" habla sobre la importancia de los medios de comunicación para divulgar el alcance de las instituciones relacionadas con la seguridad, como lo son la Policía Nacional y la Fiscalía.

Se destaca de este documento la importancia que se relata sobre como los medios de comunicación pueden influir en la percepción de la seguridad en la ciudad de Medellín, además de estar ligado con la satisfacción y aprobación de entidades como la Policía y su actuar en las calles al mostrar o no resultados y la realidad sobre los índices de hurtos en armas.

Para fines del proyecto resaltar la importancia inscrita en este documento sobre como el comunicar de manera masiva puede interferir en problemáticas y ser uno de los primeros pasos para el llamado a la atención sobre la seguridad en cualquier ciudad dentro del territorio colombiano, así como se afirma dentro del mismo documento “La gente es lo suficientemente inteligente para necesitar estar alertada con buena y oportuna información”, rescatando la importancia que tiene el estar enterado para aportar a prevenir el hurto a personas.

Figura 11: Gestores culturales pertenecientes al programa Distrito CUIDArte



Nota. Programa creado en un sentido pedagógico en las calles de diferentes puntos de Bogotá para tratar problemas de seguridad y convivencia. Fuente: Portal web Bogota.gov.co (2021).

Es una estrategia realizada en el 2021 desde la Secretaria de Seguridad, Convivencia y Justicia en conjunto con la Secretaria de Cultura, en la que por medio de pedagogía artística diferente a lo convencional, se busca realizar prevención a diferentes problemáticas de convivencia dentro del territorio distrital, según Nieto (2021)

“La cultura ciudadana siempre se había usado para términos de movilidad, de cultura y autorregulación en el espacio público, pero nunca para prevención de violencias. Estamos innovando. Ya han venido de dos países, México y Ecuador, a conocer la experiencia de cómo funciona Distrito CUIDArte

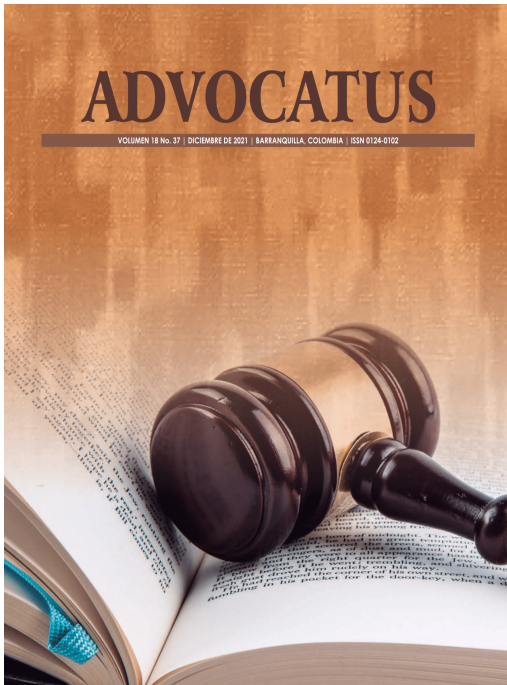
para la disminución de violencias”

A pesar de nacer una propuesta enfocada en sectores educativos, centros comerciales o zonas de fiesta, gracias al trabajo realizado en conjunto con otras secretarías y asociaciones relacionadas con Bogotá, específicamente con la Secretaría de Desarrollo Económico, también se han realizado intervenciones artísticas a modo de obra de teatro o musical en donde en 11 puntos de la ciudad se habla sobre el hurto a personas.

Por medio de la dramatización de diferentes situaciones cotidianas se le da a la ciudadanía el mensaje de cómo actuar en una situación que resulta familiar para ellos, así creando una pedagogía social desde entornos callejeros, según la página Bogota.gov.co (2021) para solicitar un “sketch” sobre algún problema de convivencia o seguridad se debe desde la junta de acción comunal pedir a la Secretaría de Seguridad el proceder con la actividad cultural junto a gestores de Distrito CUIDArte.

En cuanto al tema referente a hurtos a personas, buscar una dinámica salida de lo convencional es una estrategia para llegar a diferentes grupos de la ciudad, además de mostrar que desde la alcaldía se tiene la disposición a realizar campañas salidas de lo tradicional para educar a las personas sobre la denuncia y prevención del delito.

Figura 12: Revista *ADVOCATUS*, Artículo de investigación científica y tecnológica



Nota. Portada de la revista. Fuente: (Advocatus, 2022).

El artículo de investigación de la revista *ADVOCATUS* “Caracterización del hurto callejero: modalidades y técnicas. Modelo formativo para la Policía Nacional de Colombia” aborda un tema y una descripción geográfica bastante similar con el proyecto de investigación, ya que en este se estudia “la descripción de la tipología del hurto callejero en la localidad tres de Santa Fé, en el centro de la ciudad de Bogotá, en el parque “La Mariposa”, además

del impacto a la seguridad y la percepción del fenómeno delictivo.” (Arciniegas Chávez et al., 2022).

Las principales diferencias con el artículo es el enfoque, el cual está guiado a ser un manual en la educación policial. Mientras que la zona, la cual, aunque es en la misma localidad, apunta a una plaza específica, denotando que la problemática es amplia y se puede abordar desde diferentes ramas para identificar su forma de actuar y los riesgos que presenta para la ciudadanía.

El artículo aporta información sobre la identificación de las modalidades de hurto y los elementos a tener en cuenta que conforman una “escena del crimen” los cuales son terminologías y datos importantes a tener en cuenta para una futura estrategia comunicativa digital que informe el modus operandi del hurto.

2.1.2 Marco teórico contextual

2.1.2.1 Inseguridad

El término de inseguridad hace referencia a la incertidumbre sobre lo que pueda suceder o afectar a un sujeto. Existen diferentes tipos de inseguridad, pero guiado por el contexto del proyecto, se enfatizará la ciudadana, la cual es definida como según el portal Concepto.de (2021) “la presencia real de riesgos o amenazas para la salud de los habitantes de una ciudad, país o región”

Para cada gobierno, sea nacional o territorial, el apartado acerca de la inseguridad es una obligación que deben cumplir para el bienestar ciudadano, ya que es el encargado de administrar las

fuerzas de orden público, así como el poder judicial. Buscando garantizar la seguridad ciudadana, castigando y actuando de forma preventiva en contra de cualquier actividad considerada como un riesgo para los habitantes.

Desde el gobierno distrital de la capital colombiana, con la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia; y en conjunto con entidades privadas como la Cámara de Comercio de Bogotá, buscan mantener cifras de la categorización de la inseguridad en sus diferentes modalidades, así como la percepción de la ciudadanía anualmente, para tener un panorama detallado de actividades que atenten contra la seguridad dividida por localidades y así estar al tanto de como poder plantear estrategias en contra de la inseguridad.

En Bogotá, la percepción de inseguridad ciudadana se encuentra en un 77% para el año 2022, según cifras presentadas por la cámara de comercio de Bogotá en su encuesta anual de percepción y victimización. Esto demostrando que más de la mitad de la muestra poblacional encuentra preocupación acerca de su seguridad en todo el territorio distrital.

Desde el proyecto se enfoca en comunicar sobre la seguridad, buscando aportar a la prevención dentro de la localidad de Santa Fé, según la lectura integral de realidades para esta localidad con respecto a temas de inseguridad (Secretaria distrital de integración social, 2021).

La inseguridad y los delitos en diferentes sectores y horarios en los barrios de la localidad, son el tema de mayor

convergencia que se centran en hechos asociados a constantes hurtos, así como la existencia de zonas controladas por grupos delincuenciales. (cap. 7.5.7)

Siendo el hurto una de las modalidades delictivas que afectan la seguridad de los habitantes y transeúntes de la localidad de Santa Fé, según cifras presentadas con anterioridad en este documento.

Dentro de la investigación realizada en sitios oficiales hechos por la gobernación distrital bogotana, se encontró que desde la Secretaría de Planeación (2020) “Se evidencia una problemática latente relacionada con el hurto, principalmente en la UPZ LAS NIEVES, esto se debe a que es la UPZ³ con mayor actividad comercial y donde hay mayor movimiento de personas diariamente.” Cabe aclarar que a la UPZ que hace referencia el texto, siendo el barrio las nieves, se encuentra gran parte de la zona peatonal de la carrera séptima entre la calle 26 y la calle 13, dentro de la localidad de Santa Fé.

Algunas de las propuestas formuladas desde el año 2021 para combatir con la inseguridad que es una constante dentro de la localidad, desde el gobierno distrital, son mayor presencia de la Policía Metropolitana e instalación de cámaras de seguridad en la zona; de igual forma, al observar el incremento en los casos de

³ Unidad de planificación zonal. Son áreas urbanas más pequeñas que las localidades y más grandes que el barrio. La función de las UPZ es servir de unidades territoriales o sectores para planificar el desarrollo urbano en el nivel zonal. (Recursos.ccb.org.co s.f., p.1)

hurto desde el año 2021 hasta el 2023 (ver el apartado de 1.3 Definición del problema) se concluye desde el grupo investigador que no han demostrado una mejora en las soluciones brindadas por la comunidad y la alcaldía debido a que las cifras de inseguridad siguen en aumento.

2.1.2.2 Espacio Público

Santa Fé es la localidad tercera de la ciudad de Bogotá que según Martínez (2016) “Conforma el centro tradicional de la ciudad, compartiéndolo con La Candelaria, localidad que está enclavada en su territorio” ubicándose en el centro oriental de la capital, colindando con otras zonas como Chapinero, Antonio Nariño, San Cristóbal y los Mártires

Según datos tomados del documento de Lectura integral de realidades para la localidad de Santa Fé en el año 2021; el capítulo 5 habla acerca de la densidad poblacional representando el 1.38% de la población total bogotana, sin contar con las personas que a diario transitan por la zona al ser un eje cultural, educativo y económico como lo afirma Bogotá D.C. Travel.

En aspectos territoriales de división del espacio entre lo rural y lo urbano, según la Secretaría de Integración Social (2021) “Se establece que la localidad cuenta con una extensión de 4.517,1 ha (2,8% de Bogotá), de las cuales 651,4 ha (14,4% de la localidad) son de suelo urbano y 3.865,6 ha (85,6% de la localidad) de suelo rural”.

Dentro del territorio que ocupa la localidad, el espacio público es imprescindible para el desarrollo de diferentes actividades en el territorio, siendo así que “el 53,6% de los jóvenes en la localidad piensan que el espacio público es un lugar de expresión artística, de encuentro y para hacer deporte” (Política Pública Distrital de Juventud 2019 - 2030, 2019)

Este espacio público que las comunidades delimitan para realizar actividades dentro de la convivencia ciudadana es el mismo que deviene en la inseguridad para los habitantes y visitantes de la localidad, ya que no se cuentan con medidas de prevención que funcionen en la totalidad contra crímenes como el hurto a personas sin armas debido al amplio territorio que comprende en la zona urbana.

Los usos del espacio público en la localidad, sobre todo en carreras de importancia distrital para el desarrollo de turismo y actividades culturales como lo es la séptima, se encuentra mal utilizado entre vendedores informales y habitantes de calle por uso indebido del espacio. Según la alcaldía local de Santa Fé, se concluye que esto afecta la inseguridad ciudadana al ser víctimas de diferentes modalidades de hurto, sin empleo de armas correspondientes a grandes aglomeraciones como la intimidación o la estafa, o incluso al conocido raponazo.

El hurto a personas para el año 2020 dentro de UPZ en la localidad, las más afectadas fueron las nieves y sagrado corazón, con un total de 1555 casos según el diagnóstico local territorializado realizado por la alcaldía local de Santa Fé (2020). Estos barrios

corresponden a las calles entre la calle 13 y la calle 39 entre la Av. Caracas y los cerros orientales.

Dentro de los planes que se propone desde la alcaldía es el de dotar de mayor seguridad con presencia policial en la zona, además de retomar el turismo en el centro histórico de Bogotá. De igual forma, la percepción de inseguridad en la ciudad sigue siendo muy alta, en un 74% para Santa Fé, según la Cámara de comercio de Bogotá en el año 2022, esto demostrando a pesar de los esfuerzos que se pretenden o se hacen desde la alcaldía, las personas de igual forma desconfían el transitar por la localidad.

2.1.2.3 Población

La definición de población utilizada desde la Real Academia de Lengua Española (s.f.) “Conjunto de personas que habitan en un determinado lugar.” Abarcando en un aspecto general a todos los sujetos que se encuentran dentro de la ciudad, que en su totalidad son 10´331.626 en todo el territorio distrital.

Bogotá es conocida por su diversidad social, cultural y económica, haciendo que varíen sus entornos demográficos a lo largo de su extensión territorial. Un proyecto enfocado en una sola localidad como lo es Santa Fé, toma de partida una muestra de los diferentes actores existentes en la ciudad, es decir, al elegir esta zona se piensa en trabajar en uno de los puntos medios entre los extremos socioculturales que posee Bogotá.

En la localidad de Santa Fé, desde la Secretaría de

Integración Social, se tienen cifras que para el año 2021 residen en la zona un total de 107.784, correspondientes al 1,38% de la población total bogotana, siendo así el grupo más representativo entre hombres y mujeres las personas entre los 25 y 29 años de edad.

Para fines del proyecto, el saber la cantidad de población que presenta la localidad de Santa Fé y los rangos de edad más representativos, es uno de los factores que se deben de tener en cuenta para validar en un posterior ejercicio, ya que el perfil del usuario se debe tener en cuenta dentro de la investigación del proyecto.

Cabe resaltar que para la Secretaría de Integración Social, en su documento de lectura integral de realidades para la localidad de Santa Fé (2021) se afirma que “2 de cada 5 hurtos a personas, la víctima es una mujer, aumentando de 2018 a 2019 en el 3,7%”. Contrastando así con las cifras de Analítica de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia que para el año 2021 la mayor parte de los casos denunciados de hurto a personas eran de 66,42% en hombres; esto demostrando que a pesar de la preocupación de diferentes oficinas distritales sobre la mujer, el hurto a personas no reconoce géneros y puede afectar a toda la población.

Dentro de los habitantes de la ciudad de Bogotá que interactúan con la zona a tratar en el proyecto, también se debe tener la consideración de todo transeúnte que a diario realiza actividades en la zona, así como afirma el más reciente diagnóstico integral de participación ciudadana, la localidad de Santa Fé (2016):

Las dinámicas de participación en la localidad de Santa Fé se caracterizan por la concentración de diversos tipos de población no solo de toda la ciudad, sino de todo el país, incluso cuenta con uno de los mayores porcentajes de población extranjera, la cual ocupa y se moviliza por esta localidad por motivos turísticos o en su defecto hacen parte de la red de centros educativos que se ubican en el centro de la ciudad.

Para la ciudad de Bogotá es una preocupación que el tema de seguridad, al tener casos elevados para el hurto a personas en una de las localidades con alto flujo extranjero, empiece a afectar las actividades turísticas de la capital; esto queda demostrado en el documento anteriormente citado de la Secretaría de Integración Social en donde en el capítulo 7.6 Realidad de los procesos territoriales, expone actividades realizadas para cambiar la percepción de seguridad en la zona.

Actividades realizadas por la ciudadanía en donde buscan demostrar, según la Secretaría de Integración Social (2021) “que el territorio es una zona de cultura y paz donde se gestan grandes movimientos, y con el apoyo intergeneracional se busca cambiar la percepción del mismo mediante un tour comunitario para que los turistas entiendan la evolución de la localidad.” De igual forma, como se mencionó con anterioridad (ver el apartado de 1.3 Definición del problema) la percepción y la realidad son distintos sobre la seguridad, siendo las cifras de actividades ilícitas elevadas, aunque se desconoce cuánto porcentaje de la población víctima de hurto a

personas es extranjera debido a que las bases sectoriza por rangos de edad y género.

Desde la alcaldía local de Santa Fé, se ha visto la preocupación de crear estrategias que buscan abordar las problemáticas con respecto a la seguridad de la zona. Es así como se sabe desde el distrito que atacar uno de los puntos como la convivencia ciudadana, según la Secretaría de Integración Social (2021)

Puede ser uno de los retos más grandes a afrontar por la administración, pero es importante realizar campañas de promoción en los diferentes barrios y con los diferentes grupos poblacionales donde se haga énfasis en la importancia de una sana convivencia.

Es así que se reconoce que tratar directamente con la población de la ciudad que transita en la localidad de Santa Fé, es uno de los puntos fuertes hacia donde deberá ir dirigido el proyecto de investigación, para así aportar con la información para la prevención.

2.1.2.4 Información para la prevención

Dentro de este apartado se tomará en consideración el Manual Sobre la aplicación eficaz de las directrices para la prevención del delito de UNODC ⁴(2011) de la cual se tomarán diferentes citas que aporten a escarificar la información para la prevención al hurto de personas.

⁴ Oficina de las naciones unidas contra la droga y el delito

En el capítulo de introducción, se indica, según la UNODC (2011) “Hay indicios claros de que las estrategias de prevención del delito bien planificadas no sólo previenen el delito y la victimización, sino que también promueven la seguridad de la comunidad y contribuyen al desarrollo sostenible de los países”. Haciendo aclaración a las estrategias mencionadas con anterioridad, no son esencialmente, las propuestas desde las directrices de las fuerzas públicas y jurídicas, si no que además toda actividad que busque fomentar la prevención de delitos desde cualquier área profesional, de investigación o cívica, así como lo define en el apartado de destinación del manual, párrafo 4.

Dentro de las diferentes formas para la prevención de delitos expuestas en el manual de UNODC se encuentra el capítulo 3, titulado prevención del delito basado en el conocimiento; en donde se habla acerca de la importancia de las investigaciones para la prevención de delitos en cada país y como el compartir la información acerca de la forma de actuar de victimarios puede ayudar a la seguridad de la población.

El manual presentado por UNODC (2011) dice “Los gobiernos y los especialistas, tanto para elaborar estrategias nacionales, regionales o locales, o planificar una intervención programática concreta, necesitan diferentes tipos de conocimientos basados en datos objetivos.” Esto haciendo referencia a que la recopilación de datos cualitativos ayuda en gran medida a la creación de cualquier herramienta que se desee realizar al conocer la complejidad real y las causas que generan el problema, en caso

particular, el hurto a personas.

Entre los conocimientos necesarios dentro del manual sobre la aplicación eficaz de las directrices para la prevención del delito de UNODC (2011) se rescata dentro del capítulo 3 apartados C. los tipos de conocimientos necesarios, específicamente el título, conocimientos sobre las causas del delito y la victimización; en donde se resalta el cómo conocer las causas y comportamientos del delito específicos en la zona estudiada, además de los factores que rodean el contexto, puede derivar en el éxito de la estrategia comunicativa que se pretende crear.

Con todo esto que se toma en el manual se busca conocer el porqué la difusión de información acerca de los delitos presentes en diferentes zonas, es uno de los métodos que sirven para la prevención de actividades ilícitas. Dentro del manual se rescata la importancia de abordar todo el amplio espectro delictivo, pero desde el proyecto se focaliza en la modalidad de hurto a personas, buscando que los datos que se presente como medida para prevenir robos sea de ayuda para la población cotidiana de la localidad de Santa Fé.

2.1.2.5 Hurto a personas

El hurto o hurto a personas es el concepto clave de la investigación, pero a la vez es complejo de tratar debido a que su descripción es muy ambigua, según la constitución colombiana el hurto se define como “El que se apodere de una cosa mueble ajena, con el

propósito de obtener provecho para sí o para otro” (“Leyes Desde 1992 - Vigencia Expresa Y Control de Constitucionalidad [LEY_0599_2000_PR009],” 2023) a la vez, dentro de la constitución colombiana se deja por separado los términos de estafa, extorsión y abuso de confianza, lo cual tiene sentido dentro de que al ser un documento legal, trata a cada acción por separada debido a las consecuencias que cada uno de estos acarrear.

Para fines del proyecto es pertinente el recurrir a una definición propia que abarque los distintos tipos de modalidades donde no hay uso de armas; sin embargo, sí se hace implemento del engaño, la intimidación y el aprovechamiento; dicho esto, una definición más cercana sería la de la Real Academia Española la cual define al hurto como: “Delito consistente en tomar con ánimo de lucro cosas muebles ajenas contra la voluntad de su dueño, sin que concurren las circunstancias que caracterizan el delito de robo.” (RAE & RAE, 2020), diferenciándose del robo, la cual dicta que “Delito que se comete apoderándose con ánimo de lucro de una cosa mueble ajena, empleando violencia o intimidación sobre las personas, o fuerza en las cosas” (ASALE & RAE, 2022).

Se concluye con que el término hurto a personas que trata a través de todo el proyecto hace referencia a los actos de delito en los que se use el aprovechamiento, la extorsión y la intimidación, siempre y cuando no haya presencia de armas o violencia física.

Esta especificación es necesaria debido a que el hurto es una clase de delitos que se puede prevenir teniendo un conocimiento previo a su forma de actuar, sin embargo, en todo

caso donde haya un arma presente, siempre será mejor prevalecer la integridad física sobre cualquier objeto material.

2.1.3 Marco teórico disciplinar

Teniendo en cuenta el entorno contextual que se aborda en la investigación, se presentan los siguientes conceptos atendiendo principalmente a las necesidades y requerimientos necesarios mediante un enfoque en el diseño digital.

2.1.3.1 Diseño centrado en el usuario

El diseño centrado en el usuario (DCU siendo sus siglas) se caracteriza por involucrar a este último en todas las áreas de desarrollo de cualquier producto en el que se aplique esta metodología.

Este término nació en el laboratorio de investigación de la Universidad de California de San Diego, siendo Donald A. Norman a quien se le acredita la primera vez que se acuñó el concepto DCU, pero para fines de este proyecto se tomará en consideración los autores Muriel Garreta Domingo y Enric Mor Pera de la Universitat Oberta de Catalunya en donde se expresa a grandes rasgos la evolución del DCU y se da una definición que se acerca más al fin del proyecto.

Así como afirman (Garreta Domingo & Mor Pera, Sin fecha) “El objetivo del diseño centrado en el usuario es la creación de productos que los usuarios encuentren útiles y usables; es decir, que

satisfagan sus necesidades teniendo en cuenta sus características.” Aclarando, para que el proyecto pueda cumplir con su objetivo, deberá siempre ver desde la perspectiva del usuario en cada una de las etapas en que se encuentre el producto, desde la inicial hasta la final.

En este mismo libro se habla sobre algunos aspectos importantes a resaltar para el correcto desarrollo de la metodología dentro del trabajo, “Son las características de un proyecto las que determinan qué métodos y, sobre todo, con qué objetivos y en qué orden serán utilizados.” (Garreta Domingo & Mor Pera, Sin fecha). Resaltando el cómo pueden existir diferentes maquetas o estructuras predefinidas para aplicar el DCU en todos los proyectos, pero es el mismo quien define que tareas se deben utilizar para optimizar los tiempos y obtener los mejores resultados.

Debido al contexto académico en el cual se está llevando el proceso del desarrollo de la estrategia digital presente en este documento, se resalta la iteración, que según lo definen (Garreta Domingo & Mor Pera, Sin fecha) “Es un aspecto clave del DCU dado que permite diseñar un producto progresivamente y de forma constructivista.” Compartiendo una similitud con el ejercicio que se está llevando a cabo para alcanzar de una forma óptima los objetivos anteriormente establecidos en este documento, dando así un argumento contundente del porqué el utilizar esta metodología dentro del proyecto es un acierto para que el resultado sea óptimo y cumpla con los estándares del usuario y del diseñador.

2.1.3.2 Observación contextual

Si bien es imperativo para la investigación entender el contexto directo del usuario mediante el uso de datos y estadísticas cuantitativas, es importante el acercamiento directo hacia dicho contexto desde un ámbito cualitativo, para así, entender la problemática de una manera más empática y menos artificial. Parte de la información obtenida para la investigación debe estar aterrizada hacia el usuario en un ámbito contextual guiado hacia “Las características de los usuarios, las tareas que realizan, sus valores, objetivos y dificultades”(Design Toolkit | Observación Contextual, 2013). Para lo cual, este tipo de observación le permite a los investigadores obtener información respecto al contexto de la problemática de manera real, evitando así trabajar sobre ideas preconcebidas que pueda desembocar en “diseñar para lo que creemos que es, en vez de para lo que es en realidad” (Design Toolkit | Observación Contextual, 2013) buscando optimizar el resultado y que esté en armonía con lo la realidad del contexto y lo que busca el usuario para resolver su problema.

2.1.3.3 Co-diseño

En la práctica del co-diseño, se busca hacer parte del proceso al usuario y personas que se beneficiaran eventualmente, de esta manera no solo se puede obtener un enfoque más abierto hacia lo que el usuario quiere o espera, sino que se facilita el entendimiento de las necesidades abordadas desde distintos puntos de vista,

“Además, el co-diseño fomenta la relación usuario/diseñador: la confrontación con los usuarios a menudo actúa como una fuente de inspiración y aumenta la empatía hacia ellos”(Aguas, 2016, párr. 2) obteniendo así información directamente de los usuarios. En este sentido, si se busca crear una estrategia comunicativa que se relacione con un contexto físico de inseguridad, se podrá conocer de qué forma se puede diseñar para no afectar al usuario al escuchar sus miedos, inconformismos o ideas, que puedan servir de iluminación para con el proyecto.

2.1.3.4 Arquitectura de la información

Cuando se habla de arquitectura de la información, es importante entender que su objetivo es el ayudar al usuario a buscar y encontrar información mientras entiende su contexto físico o virtual, “Es decir, determina cuál será la estructura de contenidos y el tono comunicativo del proyecto” (Design Toolkit | Arquitectura de La Información, 2021, párr. 2), de esta manera, se tiene en cuenta los objetivos y las características previamente investigadas y determinadas en el proyecto, dándole así coherencia a la definición estratégica de las fases proyectuales.

La arquitectura de la información como método presenta una gran importancia en la fase final del proyecto, ya que esta se realiza después de la investigación y definición; teniendo así a la mano los requerimientos que se obtuvieron a través del proceso investigativo y dando pie a la toma de decisiones en cuanto a los requerimientos

de usuario, así mismo “La arquitectura de la información no puede depender solo de las ideas de los expertos sobre cuál tiene que ser la estructura de contenidos óptima. Hay que utilizar técnicas en las que participen usuarios para conocer cuál es su estructura mental real” (Design Toolkit | Arquitectura de La Información, 2021, párr. 10). Esto ayudará al proyecto a definir la forma óptima de mostrar la información que se maneja y se tiene, de una manera que sea accesible para todos los usuarios y que sea entendible en términos de legibilidad y uso.

2.1.3.5 Conclusiones

Se puede apreciar que cada uno de los apartados presentes dentro del marco teórico disciplinar son de importante aclaración para el desarrollo del proyecto, además de compartir la similitud de estar ligado en cierta medida con el diseño centrado en el usuario.

Esto se hace con el fin de crear un óptimo resultado debido al manejo de la información que se presenta; buscando ser una estrategia comunicativa que le brinde al usuario información que pueda utilizar y entender de forma asertiva, diferenciándose de otros productos que pueden llegar a ser confusos, se busca llegar a los usuarios desde un primer momento y durante todo el desarrollo para contrarrestar cualquier error.

2.1.4 Marco conceptual

Tabla 1: Marco conceptual

<p>Seguridad (García et al., s.f.)</p>	<p>“Capacidad de los sistemas comunitarios para generar condiciones que favorezcan el disfrute de los derechos y libertades reconocidas por las leyes y el desarrollo de la actividad gestada por la autodeterminación personal” (p. 3).</p>
<p>Hurto a personas (Código penal colombiano, 2022)</p>	<p>“El que se apodere de una cosa mueble ajena, con el propósito de obtener provecho para sí o para otro” (Art. 239)</p>
<p>Modalidades de hurto (Seguridad Superior, 2023)</p>	<p>“Modalidades de robo a personas: en este caso, los crímenes que se cometen generalmente a las personas en las calles, cuando están desprotegidos o cuando se identifica que el objetivo puede tener dinero u otro tipo de objetos de valor. Las modalidades más comunes son el cosquilleo (cuando roban sin que te des cuenta), el raponazo (cuando te roban jalando tus objetos personales abruptamente) y el atraco (cuando te roban con armas para que entregues tus pertenencias).” (p. 1)</p>

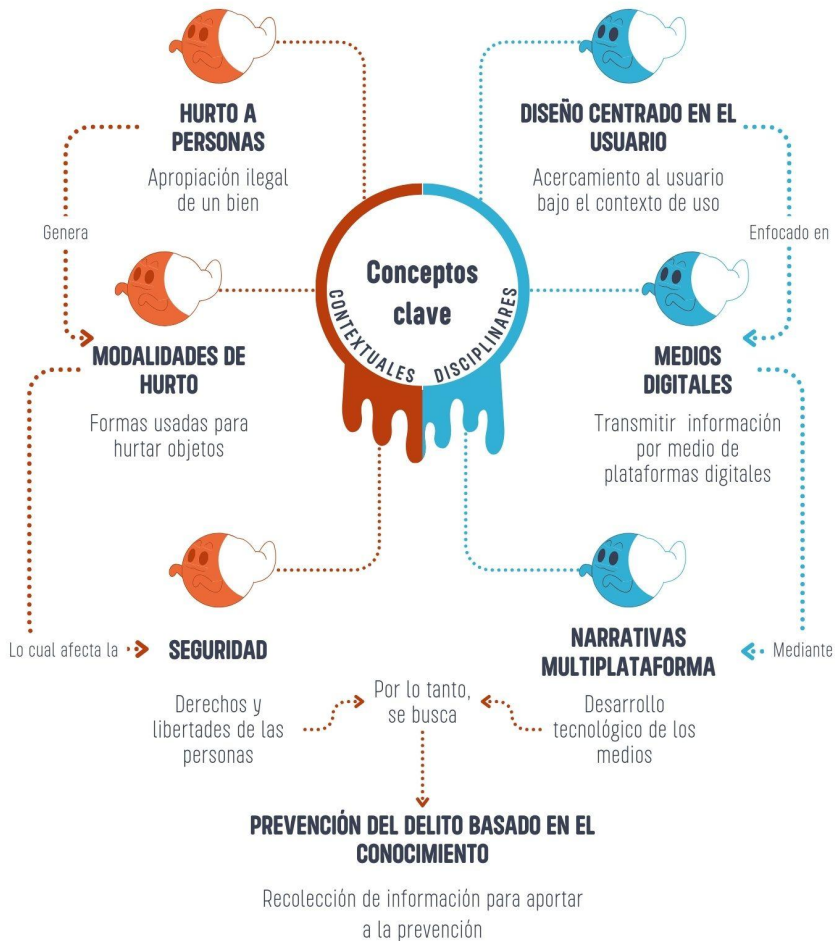
Prevención del delito basado en el conocimiento (UNODC, 2011)	“En el ámbito de la prevención designan esos conocimientos con una variedad de términos, entre ellos los de “prevención basada en datos objetivos” y “prevención orientada a la objetividad”. Independientemente del término empleado, la idea es que los datos se recogen de manera sistemática a partir de diversas fuentes fiables, y que se utiliza información científicamente válida derivada de investigaciones y evaluación de proyectos sobre el terreno.” (p. 52).
Diseño centrado en el usuario (Garreta y Mor, 2011)	Para cada tipología de proyecto, el proceso y los métodos de DCU que se utilicen serán distintos y se adaptarán a sus características (tiempo disponible, presupuesto, perfiles involucrados, etc.). Pero siempre deberá haber un acercamiento a los usuarios objetivo y a los contextos de uso.
Narrativas Multiplataforma (Sanchez y Otero 2012)	Desde la perspectiva de un mismo relato narrado en diferentes medios, el desarrollo de proyectos multiplataforma no constituye un fenómeno nuevo sino que ha vivido una importante eclosión gracias al desarrollo tecnológico y al proceso de convergencia.(p.9)
Medios digitales (Vive UNIR, 2022)	“Los medios digitales son aquellos formatos a través de los cuales se puede transmitir o crear información por medio de plataformas electrónicas digitales. Son, pues, espacios en los que se genera una comunicación entre usuarios y creadores de contenido, lo que incluye todas las prácticas de comunicación que se realizan a través de las tecnologías digitales.” (p.1)

Comunicación audiovisual
(Pellicer M) La comunicación como proceso humano ha cambiado de forma sustancial con la aparición de los medios de comunicación de masas. De hecho, se pasó de una comunicación principalmente oral a una comunicación escrita, que más tarde alcanzó la categoría de audiovisual.(p.1)

Sistematizar
(Porto & Gardey, 2019) Teniendo en cuenta la definición dada por el autor, desde el proyecto se reinterpreta acorde con las necesidades del mismo, siendo así “La sistematización es el proceso que recopila y divulga la información previamente adquirida por los entes encargados”.

Nota. Tabla del marco conceptual enfocada en mencionar conceptos claves tomados dentro del espectro de la seguridad y la información con base al proyecto enfocados hacia la problemática y la posible solución planteada desde el grupo de investigación. Fuente: Barragán y González, 2021; Código penal colombiano, 2022; Fernández, 2013; Garcia Et al., s.f.; Seguridad Superior, 2023; TBI Unit, 2021; Universidad Siglo 21, s.f.; UNODC, 2011; Vive UNIR, 2022.

Figura 13: Mapa mental sobre conceptos clave del proyecto.



Nota. La conectividad de los conceptos es entendible en cualquier dirección según los conectores, por esta razón no se establecieron flechas. Fuente: elaboración propia (2023).

2.1.5 Marco legal

En la ciudad de Bogotá existen distintas entidades gubernamentales encargadas de la seguridad de la ciudadanía, de las cuales destacan La Policía Nacional y La Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia. Entre las leyes a las que estas instituciones atienden se encuentra la ley 1801 del 2016 “Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana” (Leyes Desde 1992 - Vigencia Expresa Y Control de Constitucionalidad [LEY_1801_2016], 2016) la cual tiene como objetivo:

Las disposiciones previstas en este Código son de carácter preventivo y buscan establecer las condiciones para la convivencia en el territorio nacional al propiciar el cumplimiento de los deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, así como determinar el ejercicio del poder, la función y la actividad de Policía, de conformidad con la Constitución Política y el ordenamiento jurídico vigente.(Leyes Desde 1992 - Vigencia Expresa Y Control de Constitucionalidad [LEY_1801_2016], 2016)

En la ley 1801 del 2016, más concretamente en el título III, capítulo 1, “del derecho de las personas, a la seguridad y a la de sus bienes” “Los siguientes comportamientos ponen en riesgo la vida e integridad de las personas, y, por lo tanto, son contrarios a la convivencia.” (Leyes Desde 1992 - Vigencia Expresa Y Control de Constitucionalidad [LEY_1801_2016], 2016), los numerales

encontrados en el artículo 27 hacen referencia y sancionan los comportamientos que ponen en riesgo la vida y la integridad.

El código penal colombiano designa el capítulo 1 del título VII para explicar las sanciones que se implementan sobre el delito de Hurto, además brinda una breve explicación de que se entiende como un hurto: “El que se apodere de una cosa mueble ajena, con el propósito de obtener provecho para sí o para otro, incurrirá en prisión de treinta y dos (32) a ciento ocho (108) meses.” (Leyes Desde 1992 - Vigencia Expresa Y Control de Constitucionalidad [LEY_0599_2000_PR009], 2023), esta definición es clave para entender al tema que se centrará el proyecto, pero al ser tan ambigua puede confundirse con otros tipos de hurto que existen, tales como, hurto calificado, atraco, hurto a viviendas, entre otros.

Desde la perspectiva del grupo y con fines aclaratorios para el entendimiento del problema clave del proyecto, se realizó una investigación y posterior análisis de las leyes, en cuanto al delito de hurto se refieren, establecidas por distintos países latinoamericanos. Dicha indagación concluyó en que si bien hay distintas acciones por parte de los gobiernos en cuanto al delito de hurto, la nación argentina arroja una descripción clave y pertinente para el entendimiento del delito en este trabajo.

Esta información puede ser contrastada con la forma en que se entiende y se diferencia el hurto y el robo en el código penal de la nación argentina, en donde se estipula que “Hurto se define como el hecho de apoderarse ilegítimamente de una cosa mueble, total o parcialmente ajena.” (CÓDIGO PENAL de LA NACIÓN

ARGENTINA, 2017).

Por otro lado, el robo, según su definición:

“... Consiste en apoderarse ilegítimamente de una cosa mueble, total o parcialmente ajena, con fuerza o violencia física entre personas. Esta modalidad es considerada mucho más grave que el hurto porque se ve en ella, además de una lesión de la propiedad, un ataque a la persona.”
(Robertexto, 2023).

Esto sale del campo de actuar del proyecto, puesto que el uso de violencia añade una nueva variante a tener en cuenta, la cual debe ser tratada de forma diferente y no puede ser prevenida de manera efectiva a través de la difusión de información.

2.2 Estado del arte

2.2.1 Futuros Urbanos, ideas que transforman ciudades

Figura 14: *Página web Futuros Urbanos*



Nota. Portada de la página Futuros Urbanos. Fuente: (Futuros Urbanos – Ideas Que Transforman Ciudades, 2023).

Omar Oróstegui, profesor, investigador y columnista del periódico EL TIEMPO, presenta una alternativa digital a los problemas cotidianos que se presentan a diario en la ciudad de Bogotá por medio de una página web, esta alternativa denominada:

“Futuros Urbanos es un centro de pensamiento enfocado en analizar las tendencias urbanas y generar ideas que permitan encontrar soluciones creativas para resolver los problemas contemporáneos de las ciudades, bajo una perspectiva incluyente, ciudadana y sostenible que facilite la co-creación y la superación colectiva de los desafíos urbanos” (Futuros Urbanos – Ideas Que Transforman

Ciudades, 2023).

Aunque el enfoque de este proyecto se centra en analizar contextos y generar ideas creativas, también presenta una amplia variedad de contenidos informativos y varios servicios de capacitación, dicha información se centra principalmente en la ciudad de Bogotá. Si bien los datos presentados en dicha página web es relevante a la hora de hablar de alternativas digitales para la seguridad de la ciudad, es importante resaltar, para finalidad del proyecto en curso, los medios y la información presentada de manera gráfica referente al hurto a personas en la ciudad de Bogotá, resultan relevantes en cuanto a la difusión de la información, comprendiendo así uno de los objetivos de Futuros Urbanos el cual consiste en:

“Promovemos la divulgación de nuestros estudios, informes y análisis para que los medios y la opinión pública conozcan y comprendan las dinámicas urbanas con el propósito de que juntos aportemos al fortalecimiento de la gestión pública en aras de mejorar el bienestar ciudadano” (Futuros Urbanos – Ideas Que Transforman Ciudades, 2023).

Aun cuando el crecimiento en redes de Futuros Urbanos no cuenta con una cantidad generosa de visualizaciones, tanto la línea gráfica como el manejo y presentación de la información que se encuentra en sus contenidos digitales presenta un gran referente disciplinar a la hora del análisis, y difusión de datos hacia la ciudadanía capitalina. También es importante tener en cuenta los logros y conocimientos del encargado de esta iniciativa sumados a

su trabajo con entidades encargadas de la distribución de la información como lo son el periódico EL TIEMPO y el noticiero RCN.

2.2.2 ¿Y dónde están los ladrones?

Figura 15: Aplicación *Hurtos data app*

EXPERIENCIA EN CELULAR

¿Y dónde están los ladrones?: Hurtos data app

Seleccione un solo filtro de los presentados y visualice el comportamiento en cada una de las pestañas

Filtros temporales ¿Cuándo?:

Año

Mes

Día

Filtros de localidad ¿Dónde?:

Barrio

Comuna

Lugar

Filtros de movilidad ¿Cómo?:

Movilidad

Vista general de los hurtos a personas	Mapas de Ciudad de hurtos a personas	Comportamiento de barrios y comunas en hurtos a personas	Tendencias temporales en hurtos a personas	Ofensas en hurtos a personas	Hurto de motos	Hurto de carros	Hurtos a entidades financieras
--	--------------------------------------	--	--	------------------------------	----------------	-----------------	--------------------------------

Nota. interfaz gráfica de la aplicación web. Fuente: herokuapp.com (2022).

Hurtos data app es una aplicación web creada por estudiantes de la institución universitaria ITM en Medellín, la cual tiene como objetivo “proveer una herramienta que permite la visualización espacial y estadística mediante un conjunto de filtros de los hurtos a motos, carros y personas reportados a través de MEData en Medellín desde el 2003 hasta el mes de mayo del 2022” (J R, 2022). Esta aplicación nace por el interés del docente Julián Alberto Uribe Gómez en colaboración con los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, motivados por

las manifestaciones de inseguridad presentadas en la ciudad de Medellín, esta app analiza los reportes de hurtos a personas en la ciudad. “Con la herramienta, su creador invita a la ciudadanía que se apropie de la app para que conozca las realidades en las comunas o barrios de la ciudad y tomen decisiones frente a su autoprotección” (J R, 2022), entendiendo así, como criterios de diseño, presentar una interfaz completa y entendible al servicio de las búsquedas particulares de los usuarios referentes a los datos obtenidos y consolidados por la alcaldía de Medellín en su base de datos de la administración municipal. “Esta herramienta, también, le puede servir a las autoridades competentes para prevenir y predecir el delito” (J R, 2022), buscando así un futuro alcance para distintas ciudades de Colombia que presenten este mismo problema.

Este trabajo en conjunto con la alcaldía de Medellín presenta un referente significativo en la realización del proyecto al presentar la recopilación y accesibilidad en cuanto a las modalidades de hurto se refieren, presentando un manejo pertinente y elaborado del manejo de la información y como esta es presentada al público.

2.2.3 Revista Compensar, Modalidades de hurto que debes conocer para protegerte

Figura 16: Revista Compensar.



Nota. Encabezado de la página “Revista compensar”. Fuente: (revistacompensar.com, 2022).

Revista compensar brinda este artículo destinado a la visibilización de las modalidades de hurto, dentro de su guía de bienestar online. El artículo está respaldado por información dada por Yefrin Garavito el cual es el director de las investigaciones especiales de la UID,

La página expone en manera de listado las diferentes modalidades de hurto que identifican como pertinentes para exponer, donde dan una muy breve descripción y al final de cada categoría tienen un apartado de recomendaciones a tener en cuenta para evitar ser víctima de alguna de estas formas de actuar.

El artículo tiene la intencionalidad no solo de prevenir a los lectores, sino también de hacer un llamado a la acción, a denunciar en caso de ser víctima de un hurto,

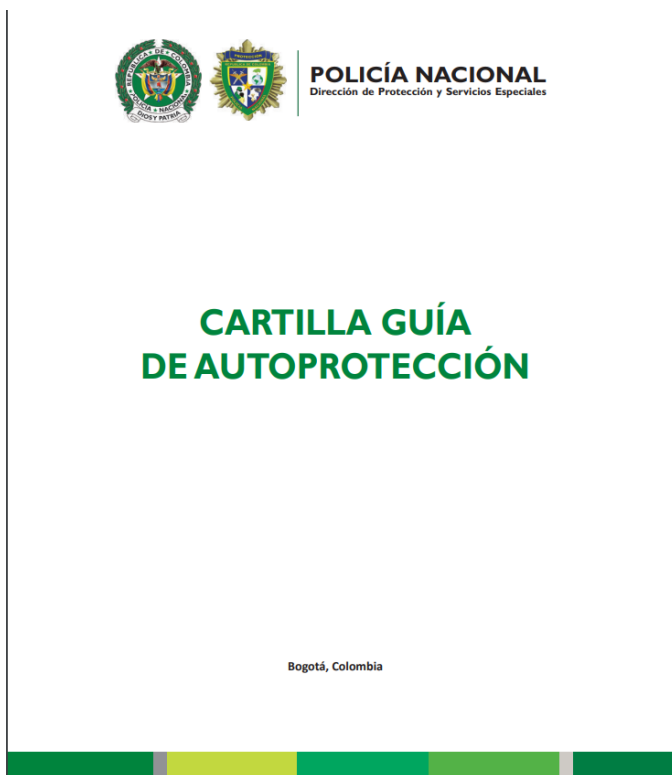
“las autoridades construyen una base de datos de lo que está sucediendo para tomar acciones y políticas criminales

que permitan mejorar la seguridad y dismantelar organizaciones criminales. Es darle esas herramientas a las autoridades para que actúen de manera correcta” (Garavito, 2022).

Lo que se menciona anteriormente es importante y se puede aprovechar desde el apartado de diseño, para generar una base de datos explicativa y visual sobre las modalidades de hurto, que es lo que pretende el proyecto, gracias a esta página se puede tomar como una de las pocas referencias que hay en internet y complementar la información junto a material audiovisual que exponga riesgos, métodos y datos a tener en cuenta más allá de la que ya está consolidada.

2.2.4 Cartilla guía de autoprotección

Figura 17. Manual realizado por la policía nacional, dirección de protección y servicios especiales.



Nota. Portada del material gráfico encontrado en el repositorio de la página de la policía. Fuente: Policia.gov.co (2013).

Para el año 2013 se creó un instrumento gráfico desde la dirección de protección y servicios especiales de la policía nacional de Colombia que buscaba la autoprotección, como indica su nombre de cada individuo, a diferentes actividades delictivas presentes en todo el territorio nacional. Así como se afirma en la presentación (Policía Nacional,2013) “Esta cartilla es otro esfuerzo de la Policía Nacional de Colombia para el cumplimiento de su misión institucional de proteger a los habitantes del territorio colombiano en su libertad y los derechos que de esta se derivan.”

Dentro de esta cartilla se destaca la definición de algunas generalidades y términos propios que son de vital importancia entender para poder continuar con su lectura al mantener informados de ciertos parámetros a los lectores, además de dividir los consejos en grandes rasgos tales como los crímenes que se pueden dar en un Ámbito Familiar, Ámbito Rural, Ámbito Digital y la movilización urbana.

Sin embargo, al ser un instrumento conformado en su gran mayoría por escritos, suele ser tedioso al leerla si se busca algo puntual, además que muchas veces su división por ámbitos dificulta el buscar la categorización del delito que se quiere prevenir al lector, además de incluir solo parte gráfica para dar un pequeño contexto del título.

Es importante incluirlo dentro del estado del arte debido a que la policía, es la encargada de velar por los ciudadanos y el disfrute de sus derechos en espacios públicos; y al contar con material que se encuentre en un repositorio, sirve para conocer que

se ha logrado desde el ámbito digital para prevenir el delito además de algunos consejos que posteriormente, se podrán adaptar para comunicar dentro del proyecto.

2.2.5 Campañas educativas de la Policía Metropolitana

Figura 18. Campañas educativas realizadas por la policía nacional



Nota. Recopilación de diferentes campañas realizadas de forma análoga por parte de la policía nacional de Colombia y su registro fotográfico en redes sociales y/o medios de comunicación. Fuente: Elaboración propia con material tomado de Twitter San Victorino, Caracol Radio y Policia.gov.co (2023).

Continuando con lo mencionado en el apartado anterior, la importancia de resaltar las actividades realizadas desde los entes

reguladores, en este caso la policía nacional, ayuda a conocer como se encuentra la difusión de la información hasta el momento donde se escribe este documento.

Dentro de la policía nacional se establecen las campañas educativas como (Policía Nacional, s.f.) “Jornadas que buscan informar y sensibilizar al ciudadano sobre la importancia de corregir o cambiar actitudes inadecuadas en la comunidad, con el objetivo de concebir una cultura de convivencia y seguridad ciudadana en el sector.” Las cuales suelen ser realizadas cuando se presenta una problemática muy marcada en la zona o la comunidad pide por ellas.

Se desconoce el alcance o resultados que pudieron tener este tipo de campañas, pero se sabe que en su gran mayoría fueron realizadas de manera física, contando con fotografías alojadas en diferentes portales o medios de comunicación con la intención de demostrar las actividades realizadas desde el ente regulador. Al tratarse la disciplina en un ámbito digital, se considera que fortalecer este tipo de iniciativas por medio de otros medios ligados con la virtualidad pueden potenciar la prevención que se busca generar y abarcar no solo a los transeúntes del momento, sino prevalecer la información basada en la prevención en un ambiente que cuenta con más usuarios e interacciones.

2.2.6 “A mí también me pasó” Portal web del diario El Tiempo

Figura 19. Portal web “A mí también me pasó”



Nota. Página dedicada a exponer cifras y modalidades de hurto a personas de manera digital, armada y sin empleo de fuerza. Fuente: Eltiempo.com (2023).

En este apartado web enfocado en información referente al hurto a personas y la creciente inseguridad, según las cifras mostradas en este apartado, recopila las diez modalidades más comunes de robo y los días con más atracos en Bogotá, con información hasta el mes de septiembre del año 2023, mes de publicación de esta página.

Se destaca por tener una identidad visual diferente y llamativa al utilizar imágenes con textura de óleo, diferenciándose así de otras estrategias expuestas en este capítulo, además de presentar las cifras y datos que pueden interesar a la ciudadanía de una manera llamativa y fácil de entender.

A pesar de recopilar información sobre diferentes actividades delictivas, se habla en general de las que más afectan a los capitalinos, entrando en ambientes digitales y el empleo de armas o elementos que afectan la integridad física de las personas, siendo este el principal diferenciador de la estrategia comunicativa que se pretende realizar enfocándose en las modalidades de hurto a personas sin empleo de fuerza o lesiones.

Para fines del proyecto, y debido a su publicación próxima con el producto final, se toman los datos actualizados que son presentados y pueden ser de interés a los usuarios, además de ser una propuesta que inspira a realizar acciones gráficas diferentes a lo convencional, mostrando así que desde un apartado digital y creativo se puede dar información que ayude a prevenir a las personas del hurto a personas sin empleo de armas.

2.4 Caracterización de usuario

Para la caracterización de usuario se tomó en cuenta el contexto directo y la delimitación geográfica establecida para la realización e implementación del proyecto. Partiendo de la ubicación geográfica, se tomó como referente el análisis general de delitos realizado por la Secretaria Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, los cuales arrojan comportamiento de hurto a personas por género, ocurrencia por día de la semana, jornada y comportamiento de hurto a personas por ciclo vital en la localidad de Santa Fé, también se tomó como referencia la Encuesta de Movilidad en Bogotá 2019 (última en

realizarse hasta la fecha) realizada por la alcaldía de Bogotá, la cual arroja que “Un poco menos de la mitad de los viajes (48,2%) son de carácter obligatorio: Estudio y Trabajo” (Encuesta de Movilidad 2019, 2019).

2.4.1 Entrevistas a usuarios

Para este apartado fue fundamental acercarse por medio de entrevistas a las personas que frecuentan la zona anteriormente expuesta (Revisar anexo E). Teniendo en cuenta que se necesita entender el conocimiento que los ciudadanos tienen acerca de las modalidades de hurto en la zona y parámetros que funcionen para reconocer los canales por los cuales se comunican, además de los requerimientos de diseño que serán expuestos más adelante.

Dentro de los resultados obtenidos de las diferentes entrevistas realizadas en la zona, se descubrió que el interés por una estrategia comunicativa se encontraba mayormente en los jóvenes-adultos universitarios que frecuentan la zona, lo cual sirvió como un punto de partida para empezar a caracterizar el usuario al cual va dirigido el proyecto.

Figura 20. Resultados de la entrevista a usuarios.



Nota. Recopilación con el resultado obtenido a través de entrevistas semi articuladas con transeúntes de la Localidad Santa Fé. Fuente: Elaboración propia (2023).

2.4.2 Arquetipo de usuario

Buscando dentro de un arquetipo acorde con las necesidades que busca abordar el proyecto, se llegó a la definición sobre el arquetipo inocente expuesta a continuación (Da silva,2021) “Es un arquetipo de cliente que busca seguridad. Son optimistas, alegres, joviales y valoran la sinceridad por encima de todo”. Concluyendo así que es el indicado para englobar el ejercicio aquí expuesto, debido a que se pretende llegar a las personas que buscan seguridad y que suelen percibir como “distraídas” o “confiadas” a la hora de transitar la zona para así comunicarles como pueden ser víctimas (ver Figura 21).

Figura 21. Definición de arquetipo, descripción y punto de vista de usuario

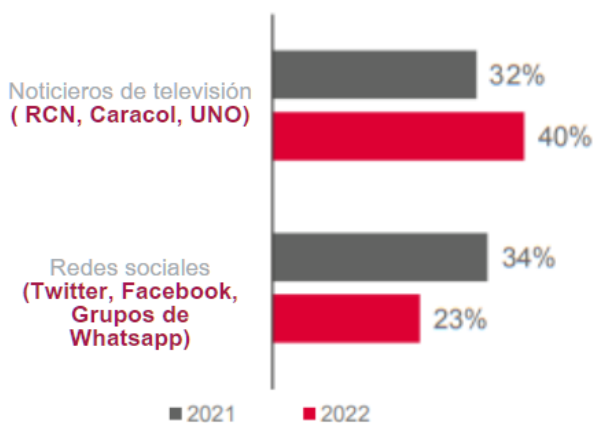


Nota. Se expresa el punto de vista desde el usuario y porque necesita del proyecto para cumplir sus deseos u objetivos. Fuente: Elaboración propia (2023).

2.4.3 Ficha persona

Es importante mencionar que dentro de la indagación hecha antes de realizar un acercamiento con los usuarios por medio de las entrevistas, sobre los medios de comunicación más utilizados por los Bogotanos para el año 2022, brindada por la Cámara de Comercio de Bogotá (ver Figura F). Se busca conocer los medios por los cuales el proyecto puede ser viable para crear una comunicación con los usuarios. Estos datos presentan gran similitud y acercamiento a los medios de comunicación más usados y confiables según las personas entrevistadas.

Figura 22. *Canales de comunicación en los que confían para crear una opinión sobre seguridad*

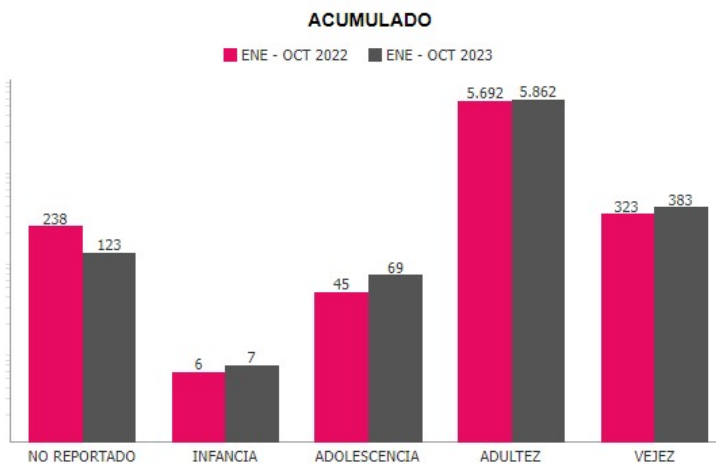


Nota. La gráfica muestra las redes sociales que más influyen a los ciudadanos, que coincide con lo expresado en las entrevistas

realizadas . Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta de percepción y victimización de Bogotá 2022, CCB (2023).

Contando con los datos brindados por medios oficiales de recopilación de información y el acercamiento por medio de entrevista. Desde el proyecto se optó por crear una ficha persona que exhibiera los elementos que debían ser parte de un usuario y conocer su cotidianidad, el cual brindara aspectos referentes a lo disciplinar, que estuviera acorde con lo necesario para crear la estrategia comunicativa concluyendo en los datos expuestos a continuación (ver Figura 22).

Figura 23. Comportamiento de hurto a personas por ciclo de vida



Nota. Gráfica clave para determinar el rango de edad del público objetivo. Fuente: Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.(2023).

Figura 24. Ficha persona

ENRIQUE

ESTUDIANTE ADULTO

ACERCA DE

Enrique es un estudiante universitario, tiene clases entre semana, y los fines de semana trabaja por la localidad de Santa Fe.

PREOCUPACIONES: La constante **inseguridad** que ve a diario en la zona.

DATOS PERSONALES

EDAD: 23 años.

GÉNERO: Hombre.

MEDIOS CONFIABLES: Redes sociales, comunidades de su entorno en redes.

DISPOSITIVOS QUE USA: Celular y computador.

MOTIVACIONES

¿Por qué va al centro de la ciudad?

Se desplaza constantemente por el centro de la ciudad para realizar actividades académicas y movilizarse a su casa.

PERFIL DIGITAL

Medios digitales usados

Es un usuario activo de redes sociales tales como **TikTok, Twitter, Instagram.**

Medios de información usados

La información de seguridad que ha adquirido lo ha hecho a través de las **redes sociales**, confía en los medios tradicionales a través de este mismo redes. Los formatos cómodos para su entendimiento son imágenes y videos explicativos.

Nota. Se tomó la decisión de enfocarla en estudiantes universitarios adultos y en aspectos que permitieran focalizar el proyecto en un usuario determinado. Fuente: Elaboración propia (2023).

3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados

3.1 Criterios de diseño

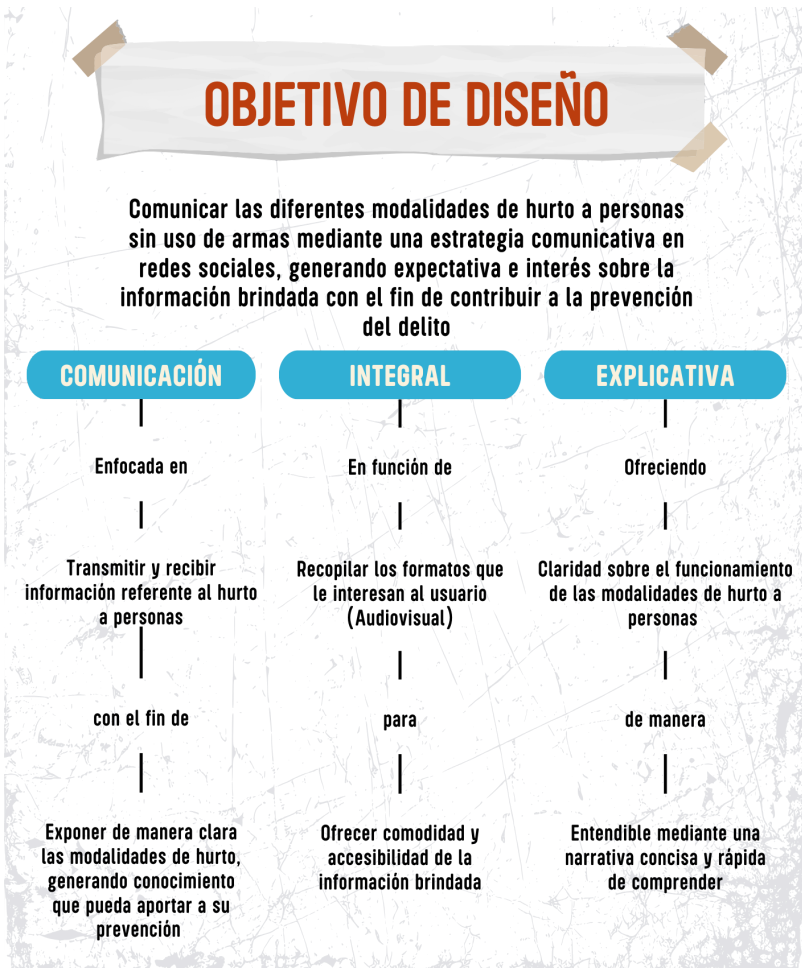
Como criterio de diseño se propone una estrategia comunicativa en las plataformas de Instagram y Spotify, dirigidas a la comunidad universitaria entre 18 y 30 años de la localidad de Santa Fé (Bogotá, D.C.), específicamente las academias de educación superior cercanas a la zona de la carrera séptima entre la calle 19 y 39, brindando información que pueda aportar a la prevención del hurto a personas sin empleo de armas. El proyecto “Avíspese” utiliza una narrativa omnicanal con el fin de ofrecer al usuario datos de manera llamativa en diferentes formatos audiovisuales, que pueden aportar a su seguridad, en su diario, transitar en la zona donde estudia.

Al contrario de otras estrategias comunicativas, las cuales suelen estar configuradas de una manera más estricta o sería debido a su formato profesional; no despiertan el interés de un público joven-adulto para indagar sobre una problemática que se ha visto acrecentada y que también impacta a la población universitaria. Se busca que “Avíspese” maneje un tono que genere confianza en los usuarios para que así puedan estar alerta de las modalidades de hurto a personas, siendo una estrategia que genere recordación y una constante actualización de las diferentes formas de robo presentes en la zona anteriormente mencionada.

3.1.1 Árbol de objetivos de diseño

Para esclarecer el objetivo del producto que se va a realizar, se establece entonces que se debía tener presente tres pilares que debían ir integrados en la etapa de desarrollo: La comunicación como eje primordial, generando conocimiento e información bilateral, la integralidad de la información, diferenciándose así de lo presentado en el estado del arte, y la parte explicativa para el entendimiento e interés de los usuarios.

Figura 25. *Árbol de objetivos del producto*



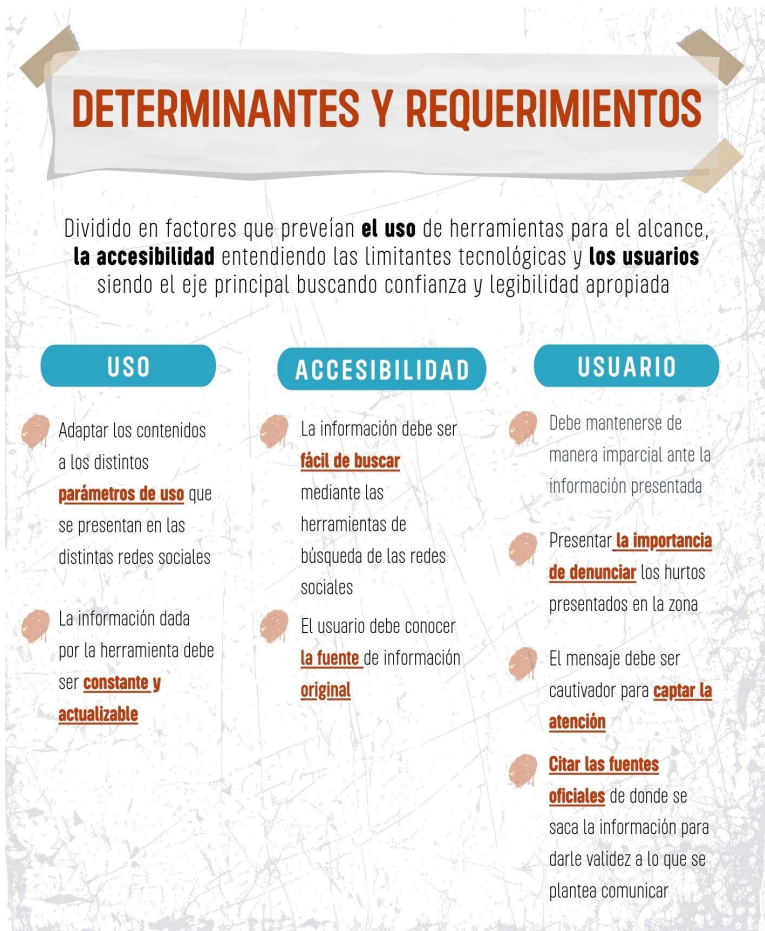
Nota. A partir de un esquema a tres pilares se pudo concretar en lo que derivó en el objetivo de diseño. Fuente: Elaboración propia (2023).

3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

Entendiéndose la estrategia comunicativa digital como un producto guiado a redes, esto como resultado de la investigación realizada y de la información obtenida en las entrevistas realizadas, se toman tres factores clave a la hora de definir los requerimientos y parámetros de diseño, los cuales son:

1. **Uso:** Razones y motivos por los cuales el usuario busca la información a tratar, definiendo así el formato y la constancia de la misma.
2. **Accesibilidad:** Entender y definir la red social por la que se transmite el mensaje, adaptando así el contenido a las herramientas de creador que el medio otorgue y guiándolo gráfica e interactivamente a la funcionalidad de dicha red social.
3. **Usuario:** Es el factor principal y el cómo y porque este busca la información a tratar en el proyecto, buscando así tener la confianza, atención y credibilidad del usuario mediante la composición, narrativa e identidad visual propia del proyecto.

Figura 26. *Requerimientos y parámetros de diseño*



Nota. Figura compacta de los determinantes y requerimientos, para visualizar la tabla completa revisar anexo H. Fuente: Elaboración propia (2023).

3.2 Hipótesis de producto

En relación del producto de diseño, se debe tener en cuenta para este apartado los anteriores numerales para poder llegar al objetivo de diseño cumpliendo con los requerimientos y determinantes anteriormente mencionados. Se plantean posibles productos a partir del ejercicio de matriz de hipótesis (Ver figura 24) en donde se contemplan sus puntos fuertes y débiles para tomar una decisión que posteriormente será ejecutada y evaluada en los testeos a usuarios.

Figura 27. Hipótesis de producto



Nota. Se muestran las tres hipótesis, en azul la seleccionada y su respectivo puntaje en una escala de cinco. Para mejor visualización, dirigirse a la tabla de anexos (Anexo G). Fuente: Elaboración propia (2023).

A partir de la generación de tres hipótesis de producto en donde se destacan puntos fuertes y débiles atendiendo a los requerimientos mencionados en el numeral anterior, se llegó a la conclusión de que una estrategia comunicativa en redes sociales es la opción más viable, esto debido a que al utilizar canales de comunicación, como Instagram y Spotify, que suelen ser frecuentados por el público objetivo, se puede lograr una mayor accesibilidad de la información.

Otro aspecto a resaltar de la hipótesis elegida es el hecho de la comunicación bilateral que se tiene por medio de los comentarios, historias y comunidades, que se pueden generar una comunidad con los usuarios. Al seleccionar estos medios se pretende utilizar la mayor cantidad de formatos y/o herramientas que tengan, para así lograr abarcar la información de diferentes maneras, generando expectativa, recordación y un apartado en donde se recopile la información.

Es importante aclarar que dentro de los determinantes y puntos a mejorar de la estrategia comunicativa, es la verificación de la información, la cual se realizará con su respectiva cita proveniente de entes gubernamentales, entidades oficiales de seguridad y testimonios verificables, con el fin de dar credibilidad a los datos que serán tratados. El lenguaje que se busca manejar será entendido en un contexto “urbano” para generar confianza y acercamiento con las personas.

3.3 Desarrollo y análisis Etapa de indagación del contexto

De acuerdo con la metodología planteada (Ver figura 5) a partir del modelo de diseño centrado en el usuario de Gareta y Mor (s.F.), se inicia con el proceso de indagación, la cual tiene como finalidad analizar el contexto por medio de la observación contextual, la revisión bibliográfica y entrevistas con expertos y usuarios. Esto con el fin de observar la viabilidad del diseño digital y multimedia en la creación de un proyecto que aporte a la prevención de las víctimas de hurto a personas sin armas, en la localidad de Santa Fé.

3.3.1 Observación contextual

El corredor de la carrera séptima es un componente relevante dentro de la geografía e historia de la localidad de Santa Fé, influyendo en gran medida por su cercanía con zonas culturales y de educación superior. Específicamente, dentro de la calle 19 y la calle 39 es donde se encuentra mayor flujo de estudiantes y transeúntes que suelen circular por este corredor debido a la cercanía con centros académicos, y donde se evidenció un mayor incremento en cuanto a hurtos, según datos de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia correspondiente a la UPZ de Sagrado Corazón y Las Nieves. No es un secreto que el tema de seguridad es uno de los factores que más preocupa a las personas, es por esto que desde el equipo de trabajo y debido a su experiencia como víctimas de algunas modalidades de hurto se decidió dar un recorrido por la zona delimitada en el proyecto.

Al transitar el corredor durante un plazo de tiempo de una semana, se evidenció que existían varias formas en donde posibles ladrones se acercaban a sus víctimas de una manera que aparentaba ser “inocente” pero que resultaba muchas veces en extorsiones o en generación de situaciones para aprovechar y despojar a las personas de sus pertenencias. Cabe aclarar que por seguridad de los integrantes del proyecto se procede a respaldar en material audiovisual que demuestre lo visto en estos recorridos.

Figura 28. *Ejemplo de modalidad de hurto a personas sin empleo de armas*



Nota. Se muestra una de las modalidades de hurto a personas sin empleo de armas más frecuente en la localidad de Santa Fé. Fuente: Canal de YouTube Sin Rol Específico (2022).

También se tuvo en cuenta testimonios anónimos en donde

algunas personas admitían desconocer las diferentes modalidades de hurto a personas sin armas, y con el interés de dar a conocer esta información que aporte a la prevención de los ciudadanos, se decidió seguir con una investigación más rigurosa con acercamiento a los entes gubernamentales y documentos oficiales que hablasen sobre la seguridad en Bogotá.

3.3.2 Revisión bibliográfica

Durante la etapa de revisión bibliográfica se buscaba tener presente los conceptos contextuales para tener un acercamiento más detallado al problema y de allí poder dar pie a un enlace con la problemática disciplinar, en este sentido indagando en páginas oficiales de los entes encargados de la seguridad en Bogotá como la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia; La Policía Metropolitana de Bogotá; y la alcaldía local de Santa Fé. En donde se pudo evidenciar a partir de cifras y estadísticas el aumento de los casos de hurto en la localidad de Santa Fé que se evidencian en el capítulo primero del presente documento, también apoyado en entes recolectores de información como la Cámara de Comercio de Bogotá en donde (ver figura 1) se evidencia la preocupación de los bogotanos por el hurto a personas sin empleo de armas.

Esta información que se logró recolectar al inicio del proyecto dio pie a entender la problemática no como un ciudadano de a pie, sino que además reconocer los esfuerzos que ha realizado el gobierno y los entes reguladores en toda la ciudad, también

dejando ver que para abarcar toda la información específica sobre la localidad se debería tener un acercamiento a expertos y así tener presente no solo la opinión de las juntas de acción comunal y la alcaldía local, sino que además entender el funcionamiento desde un apartado técnico.

Cabe aclarar que dentro de la indagación de la parte disciplinar no se encontró información que aporta verdaderamente al proyecto debido a la desconexión que tiene el contexto con el diseño, se encontraron diferentes elementos digitales y multimedia, los expuestos dentro de la línea de tiempo y los referentes dentro de este documento en capítulos anteriores, en donde se hizo una interpretación de las piezas allí presentes y se vio una carencia en el uso de canales digitales y un direccionamiento a lo análogo en donde se cohibía de su alcance en línea.

Se decidió entonces desde el grupo de trabajo dirigir la indagación disciplinar a herramientas y aspectos técnicos propios del diseño que fueron expuestos dentro del marco disciplinar y conceptual, en los cuales se logró identificar un concepto clave ligado con la comunicación que es la prevención del delito basado en el conocimiento (UNODC) y como este hace de función al conectarse entre lo contextual y disciplinar del proyecto.

Gracias a estos ejercicios de interpretación y análisis de diferentes elementos de diseño ligados con la metodología que se plantió desde un primer momento, se dieron diferentes cambios que

dirigieron el rumbo del proyecto, logrando así conectar el que hacer del diseño digital dentro de este problema de seguridad y como puede proponer una solución en miras de un trabajo de investigación.

3.3.3 Entrevista a expertos

Complementando lo expuesto con anterioridad (Ver apartado 1.3.1 Entrevista a expertos) en donde se expresa como fue el acercamiento y los datos que se manifestaron para la parte investigativa del proyecto, en este apartado se busca dar claridad a las diferentes conclusiones y/o ideas que surgieron luego de entablar un acercamiento con la Secretaría de Seguridad, Convención y Justicia y la Policía Metropolitana de Bogotá.

Dentro de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia se tuvo un acercamiento a dos contratistas de las áreas de análisis de la información y dirección de seguridad, en donde se esclareció la forma de actuar de las cifras y los crímenes en la ciudad de Bogotá, específicamente en la localidad de Santa Fé. La mayoría de datos y estadísticas que aquí se encontraron fueron claves para definir el problema, aun así se sacaron algunas conclusiones de interés para la parte disciplinar (Ver Figura #).

El siguiente acercamiento que se dio fue desde la Policía Metropolitana de Bogotá, en donde fue entregado un documento con fines académicos, el cual funcionó para poder catalogar las diferentes modalidades de hurto a personas sin empleo de armas,

siendo el raponazo, cosquilleo y factor de oportunidad.

Como conclusión de estos primeros acercamientos a la entidad distrital y la policía de Bogotá, se rescata el hecho de saber que la etapa de desarrollo debe estar enfocada en canales que suelen utilizar los usuarios que han sido catalogados con anterioridad desde la secretaría, además de despertar el interés de las personas para indagar sobre temas que aporten a su seguridad. Y desde la policía el conocer cómo categorizar la información para así poderla comunicar de forma asertiva (Ver Figura #).

3.3.4 Entrevista a usuarios

Dentro del ejercicio de la metodología basada en el usuario, un acercamiento a los peatones de la zona de la carrera séptima entre la calle 19 y 39 era primordial para conocer sobre su conocimiento sobre el problema y validar el interés en una posible solución desde el diseño digital y multimedia, se realizaron 29 entrevistas en donde se sacaron diferentes conclusiones y requerimientos de diseño expuestos con anterioridad en este documento (Revisar anexo F y Figura 19).

3.3.5 Planteamiento y definición del problema

Para dar conclusión a la parte de indagación del contexto, una vez realizados los ejercicios dentro de esta etapa que sirvieron para la recopilación de información y acercamiento al contexto de los usuarios, se procede a definir que el problema (Ver figura 3),

efectivamente, es las diferentes modalidades de hurtos a personas sin armas en la localidad de Santa Fé y la problemática es la falta de centralización de la información que pueda prevenir a las personas, convergiendo así en lo que sería el objetivo general del proyecto (Ver figura 4).

3.4 Desarrollo y análisis Etapa de requisitos y exploración

Al tener una información sobre el problema contextual y como desde el diseño digital y multimedia puede entrar a intervenir en el problema de la población específica, en este apartado lo que se buscaba era crear los elementos previos al desarrollo para tener en cuenta cumpliendo con las necesidades y entendiendo al usuario concretando el deseo y para qué requiere el producto.

3.4.1 Interpretación de datos

Una vez se indagó toda la parte contextual del problema del proyecto que es el hurto a personas dentro de la localidad de Santa Fé, específicamente el corredor de la carrera séptima entre la calle 19 y 39, se procedió a hacer una indagación referente al estado del arte y antecedentes que fueron aplicados desde las entidades gubernamentales dentro del territorio colombiano.

Así, se pudo definir como se ha tratado esta problemática comunicacional desde diferentes puntos, los cuales son expuestos dentro de la línea de tiempo (Ver figura 6) enfocado en la parte gubernamental y el estado del arte, desde los medios tradicionales y

digitales desligados del gobierno que han generado como respuesta a la problemática. Desde el proyecto se contempló que la falta de sistematización de la información referente al actuar y la prevención de las modalidades de hurto a personas sin empleo de armas es la problemática que se puede trabajar desde el área del diseño digital multimedia.

Entendiendo así, que el actuar del proyecto poseía diferentes alcances, tales como la creciente preocupación capitalina por el aumento de los casos de hurto y el alcance digital en Colombia para el año 2022 (según cifras de Branch.com) también se deben tener en cuenta las limitaciones al momento de implementar el trabajo que se realiza en la zona y su particularidad territorial, contextual y cultural.

Todos estos datos llevaron a tomar decisiones en miras de iniciar un proceso de desarrollo pensando en la ruta que se debe seguir para la culminación de una propuesta que entienda la problemática sin desligarse del usuario, es así que se definen los pasos a seguir que serán expuestos a continuación.

3.4.2 Creación de perfil de usuarios

El entender el usuario en miras de tener un acercamiento de lo que sería la solución de diseño final, entendiéndolo como un actor importante dentro de los requerimientos de diseño (Ver tabla 2) y la metodología implementada dentro del proyecto, se decidió que el realizar tres ejercicios darían como resultado el usuario que sé

establecerá para entender la cotidianidad y las necesidades de estos.

Como primer ejercicio, la entrevista realizada a usuarios fue crucial para comprender en un contexto real a los usuarios que se encuentran presentes en la zona de la carrera séptima con calle 19 a la 39, como se ha mencionado anteriormente nos arrojaron diferentes conclusiones que concuerdan con la investigación al conocer los intereses y preocupaciones de las personas con respecto al hurto a personas sin empleo de armas (Ver figura 19)

Un segundo ejercicio que se realizó buscando centralizar aún más el usuario que ya se había definido gracias a las entrevistas, fue el de indagar y escoger un arquetipo de usuario, siendo así el seleccionado “El Inocente”, arquetipo el cual encaja con el proyecto y con lo relatado por las personas de identificarse como confiados, distraídos e influenciable, reconocido por su lema “Engañarme una vez y es tu culpa, engáñame dos veces y es culpa mía”. Esto nos ayudó a conocer aún mejor el público al que se está apuntando con la solución de diseño, conociendo sus deseos, necesidades y su punto de vista.

Esto dio finalmente como resultado la ficha de usuario (Ver figura 22) la cual guiándola hacia lo que posteriormente sería los requerimientos de diseño, ayudó al proyecto a establecer puntos claves, así como el canal, los formatos y el mensaje que se debe comunicar entre las personas para así lograr despertar atención en

el usuario y acercarse desde el planteamiento final a qué se cumpla el objetivo del proyecto.

3.4.3 Requerimientos de diseño

Una vez se comprendió el objetivo del proyecto, se decidió que el siguiente paso era tomar la importancia de desarrollar un objetivo de diseño (Ver figura 23) que permitiera centrar la conceptualización de las hipótesis del producto en unas bases muy específicas que estuvieran ligadas con lo que se conocía hasta el momento desde la parte contextual, disciplinar y del usuario.

Los tres pilares del objetivo de diseño planteado son: La comunicación, la cual está enfocada en generar un canal bidireccional de información donde se genere el conocimiento por parte del equipo desarrollador hacia los usuarios y viceversa, teniendo presente al usuario incluso en la recopilación de información verificable; La integralidad, que ofrece comodidad en los diferentes formatos que manifestó el usuario ser de su interés en donde desde el diseño digital se ve una oportunidad de abarcar diferentes canales audiovisuales; y por último la explicativa ofreciendo de forma clara la información y en un lenguaje que se pueda entender dentro de la cultura y contexto del usuario.

Esclareciendo el objetivo del producto, siendo así “Comunicar las diferentes modalidades de hurto a personas sin uso de armas mediante una estrategia comunicativa en redes sociales, generando expectativa e interés sobre la información brindada con

el fin de contribuir a la prevención del delito” se procedió a definir los parámetros del diseño según uso, accesibilidad y usuario.

Para la tabla de requerimientos y determinantes de diseño dentro de la solución propuesta, se tuvo en cuenta la constante información que rondaba alrededor de los usuarios y las limitaciones o alcances que podría tener el área digital dentro del sector que se especifica en el proyecto, por lo tanto, la usabilidad y la accesibilidad que debe tener el usuario debe estar especificada de forma que se suplan los aspectos esenciales para la comunicación, así como prever las fallas que se buscaban remediar en comparativa con otras estrategias comunicativas.

Se definen entonces parámetros que se deben cumplir en cada pieza desarrollada, las cuales se especifican en la tabla de requerimientos y determinantes (Revisar anexo H) de las cuales se resalta el cómo utilizar las plataformas como Instagram y Spotify sirven para llegar por medio de diferentes formatos a los usuarios según su interés que fue especificado dentro de la entrevista a usuario (Ver figura 19). También considerando lograr alcance a través de las herramientas brindadas desde las plataformas al utilizar hashtags pertinentes con la temática y que estén en tendencia, así como audios; prevaleciendo la confianza de la información suministrada al citar en cada pieza la fuente original siendo de alguna entidad oficial y/o gubernamental.

Como principal determinante son los usuarios, en donde se especifica elementos gráficos y narrativos que fueran acorde con el público objetivo seleccionado, además de mantener la eficacia del mensaje, mostrando información de valor como cifras de una manera entendible y hablar sobre la denuncia, que en un acercamiento con usuarios y expertos se vio la baja o nula actividad.

Para finalizar este apartado, una vez se plantea el objetivo que se debe cumplir así como los parámetros de diseño, el paso que se sigue es el de entablar diferentes hipótesis generando así la tabla de hipótesis de producto (Ver figura 24) en donde se realizan tres diferentes ideas planteando una página web, una estrategia comunicativa y una aplicación de celular.

Se procede entonces a evaluar cada de las hipótesis planteada dentro de la tabla en donde se mide por puntos a favor y en contra, siendo la seleccionada la hipótesis número dos, la cual es una estrategia comunicativa apoyada de los formatos incorporados en las aplicaciones Instagram y Spotify, buscando llamar la atención del usuario. Uno de los puntos claves de porqué fue seleccionada es debido al interés de los usuarios y la accesibilidad que permiten las redes sociales, además de la variabilidad de los contenidos que se pueden desarrollar al contar con formatos audiovisuales diversos como imágenes, videos y audios; también es una forma de centralizar la información en un solo espacio llegando a un gran alcance entendiendo las dinámicas y el algoritmo de cada una.

Desde el proyecto se entiende también las limitaciones y falencias que esto representa, al momento de establecer las posibilidades dentro de los puntos negativos se pueden implementar acciones para disminuir la afectación en el desarrollo del producto final.

Es así como el integrar la información expuesta en este apartado lleva a la siguiente etapa, desarrollo y ejecución del producto, con una perspectiva más subjetiva sobre que se va a realizar y donde se pretende llegar con el producto y su relación con el cliente.

3.5 Desarrollo y análisis “Etapa de desarrollo y ejecución”

La etapa de desarrollo y ejecución fue el momento donde se empezaron a formular elementos específicos que ayudarían a estructurar las últimas partes del proyecto antes del primer testeó. La intención de esta etapa es tomar y aplicar las decisiones de diseño necesarias para que la transmisión de información al usuario sea lo más sólida y comprensible posible.

3.5.1 Canva

La matriz Canva se planteó de tal manera que ayudará a segmentar las bases que utilizará el proyecto para poder funcionar a futuro, ayudando a esclarecer y reforzar puntos importantes que anteriormente ya se habían contemplado, pero que en este punto

del desarrollo se precisa tener más claridad. Los segmentos de esta matriz se explican más a detalle en el capítulo 4.

Esta matriz funcionó para centrar las decisiones que iban a afectar al producto tales como la propuesta de valor, los canales de distribución y como tal la estrategia de mercados, gracias a esta implementación se tuvieron en cuenta diferentes factores que antes de iniciar el desarrollo podrían afectar al producto en una etapa más avanzada.

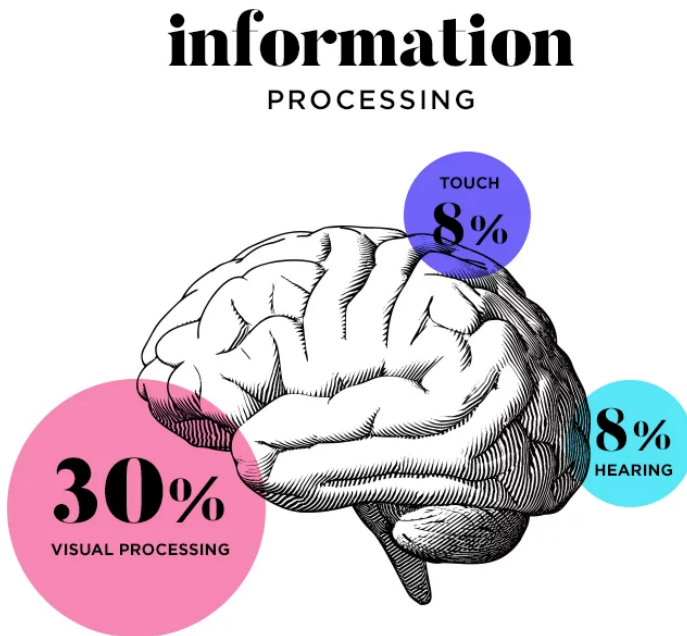
3.5.2 *Visual storytelling*

Teniendo en cuenta el tema a tratar del producto y la importancia que tiene la retención de la información y el criterio propio del usuario, es fundamental guiar de manera sutil, pero estructurada; la vista, lectura y elementos gráficos secundarios que ayuden al usuario a leer, comprender y aplicar el conocimiento comunicado que se le presente.

Al tratar un tema tan preocupante en la ciudad de Bogotá como lo es el hurto a personas, es crucial mantener un equilibrio entre los datos y cifras relevantes y la manera visual en el que las personas reciben la información, resaltando que “la corteza visual toma decisiones interpretativas simples por sí misma, ¡sin esperar a que la parte del cerebro que “toma decisiones” entre en acción!” (Visual Storytelling, 2020), es por eso que para el proyecto se implementó la narrativa visual enfocada en los patrones F y Z, iconos y elementos gráficos complementarios y la jerarquía visual,

todo esto guiado hacia la fidelización y recurrencia del producto y la información que presenta.

Figura 29. *Visual storytelling*



Nota. Imagen ilustrativa representando la importancia del procesamiento visual que tiene el cerebro humano. Fuente: Imagen tomada del artículo titulado Visual storytelling for UI-UX design with examples, (2020).

Esta información es presentada con el fin de entender la lectura de los usuarios y la forma de cómo desde el producto se

puede implementar patrones visuales y jerárquicos que el cerebro inconscientemente tenga establecidos con el fin de optimizar la lectura y la comunicación con el usuario aplicando terminología guiada hacia la materia disciplinar.

3.5.3 Prototipado

Para el prototipado del producto se emplearon elementos audiovisuales tales como diagramación, paletas de colores y logos que se plantearon en un inicio y se usaron en la creación de los tres elementos claves de la estrategia. Los carruseles de información, los reels explicativos y la cápsula de podcast. Estos tres productos se diseñaron de forma minimalista, exponiendo solo características relevantes que se utilizarían para extraer información específica a partir del primer testeo.

3.5.3.1 Primera identidad visual

Para el primer apartado visual se buscaba dar una estética profesional apelando a la seriedad que tienen las páginas de los entes encargados que se han mencionado con anterioridad. Es por ello que se decidió utilizar una paleta de colores fríos, donde la decisión de tener un azul está relacionado con la seguridad y confianza. El rojo sería un contraste, ya que este se utilizará como indicador de peligro; sin embargo, este rojo tendría una inclinación a un tono más frío para que se complementa armónicamente con el azul y el blanco.

El logo planteado era un isotipo con la forma de una avispa, la cual en su cuerpo tenía dos elementos importantes, la A de “Avíspese” y un ojo como símbolo de estar atento, el cual se implementaría de manera recurrente en las piezas gráficas. Las fuentes utilizadas fueron, la “Intro Rust” la cual se utilizaría para títulos y la tipografía “Garet” que funcionaría como contraste para los cuerpos de texto extensos.

Figura 30. Identidad gráfica del primer prototipado.

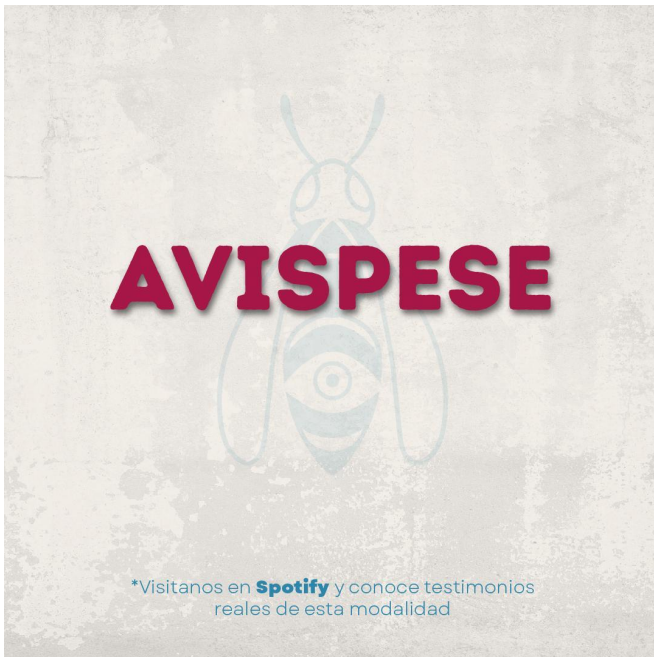


Nota. Imagen recopilatorio de los elementos que forman la primera

propuesta de identidad visual para el proyecto Avispese. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

Para la creación de elementos que sirvieran para el inicio de la etapa de testeos, se implementó una primera línea gráfica con el fin de tener una base para el prototipo inicial, el cual sería dirigido a la parte informativa y posteriormente el apartado gráfico se iría adaptando según el lenguaje seleccionado y que fuera más acorde con el tema y los usuarios.

Figura 31. *Contraportada prototipada del carrusel.*



Nota. Imagen final del carrusel que recopila elementos gráficos

importantes como el logo y la paleta de color implementada en el primer prototipo. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

La imagen de “Avispese” en un primer momento respondía a diferentes determinantes establecidos dentro del proyecto, tomando en cuenta la posible variabilidad que podría tener conforme los resultados y analíticas que arroja el testeado con usuarios, el primer enfoque que se dio con respecto a los colores y el logo era la fácil interpretación del concepto de estar “avisgado” que se define “Que es vivo y despierto para entender las cosas y actuar en consecuencia” (Oxford Language, s.F.) utilizando un primer logo y colores correspondientes al tema de seguridad.

3.6 Desarrollo y análisis Etapa de evaluación y testeado

La cuarta etapa de la metodología planteada es la que permitió tener un primer contacto con los usuarios y validar el proceso que se llevaba hasta el momento. Para esta etapa se formuló un protocolo sólido que ayudó a tener un orden con el fin de obtener los resultados de manera precisa, evitando malentendidos.

3.6.1 Test con usuario

Las sesiones de testeado con usuarios se hicieron de manera individual con tres sujetos de prueba constantes durante toda la etapa de testeos, en las sesiones se les facilitó los tres productos principales de la estrategia comunicativa y cada uno se evaluó con métodos diferentes para generar formas dinámicas de obtener las

respuestas requeridas para el avance del proyecto. Los objetivos y tareas se explicarán más a fondo en el apartado 3.7 Resultados de los Testeos.

3.6.2 Analítica

El análisis de las respuestas fue una constante durante las tres etapas de testeo, ya que gracias a la información recaudada se podía implementar directamente en la siguiente iteración con los usuarios. Esto ayudó a realizar menos testeos, conforme a los tiempos del desarrollo de esta etapa, y a ser más concisos en cuanto a que elementos de los productos necesitaban una verificación por parte del público objetivo.

Las respuestas de los usuarios fueron divididas entre cualitativas y cuantitativas para que los resultados fueran bastante objetivos. Luego de recopilarlos y realizar un análisis prudente para cada apartado puesto en duda, se realizaban los cambios de manera precisa para ser evaluados en la siguiente sesión.

3.7 Resultados de los testeos

3.7.1 Primer testeo - Tratamiento de la información.

El primer testeo tuvo como objetivo “Identificar y comprender de manera detallada y directa el manejo gráfico y narrativo del prototipo mediante las opiniones dadas por los usuarios.” Dándole prioridad al

manejo de información que se tendría con el público y entender qué datos les llama más la atención y cuáles se podrían implementar de mejor manera.

Se eligieron a 3 usuarios de prueba basándonos en el perfil de usuario planteado en la ficha personas, (Ver figura 22) y también de acuerdo a estadísticas obtenidas de la Secretaría de Seguridad y Convivencia (Ver figura #). Para más información, revisar el documento del primer protocolo de la prueba testeo #1 (Revisar anexo I).

Los productos testeados fueron los siguientes: El carrusel informativo, sería el primer producto gráfico a testear, el cual sería un post de Instagram, este contaría con una ilustración como portada la cual mostrará de manera caricaturesca el actuar de la modalidad a tratar y dentro del post habría datos e información relevante sobre la forma de hurto (Revisar anexo I apartado de insumos).

Figura 32. Portada prototipada del carrusel.



Nota: Imagen inicial del carrusel que consta de una ilustración explicativa de cómo funciona la modalidad de hurto. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

El segundo producto a testear fue el Reel explicativo, en donde se visualizará un vídeo real donde se ponga en práctica la modalidad de hurto y se explica paso a paso como su modus operandi, dejando al final una reflexión para el espectador (Revisar anexo I apartado de insumos).

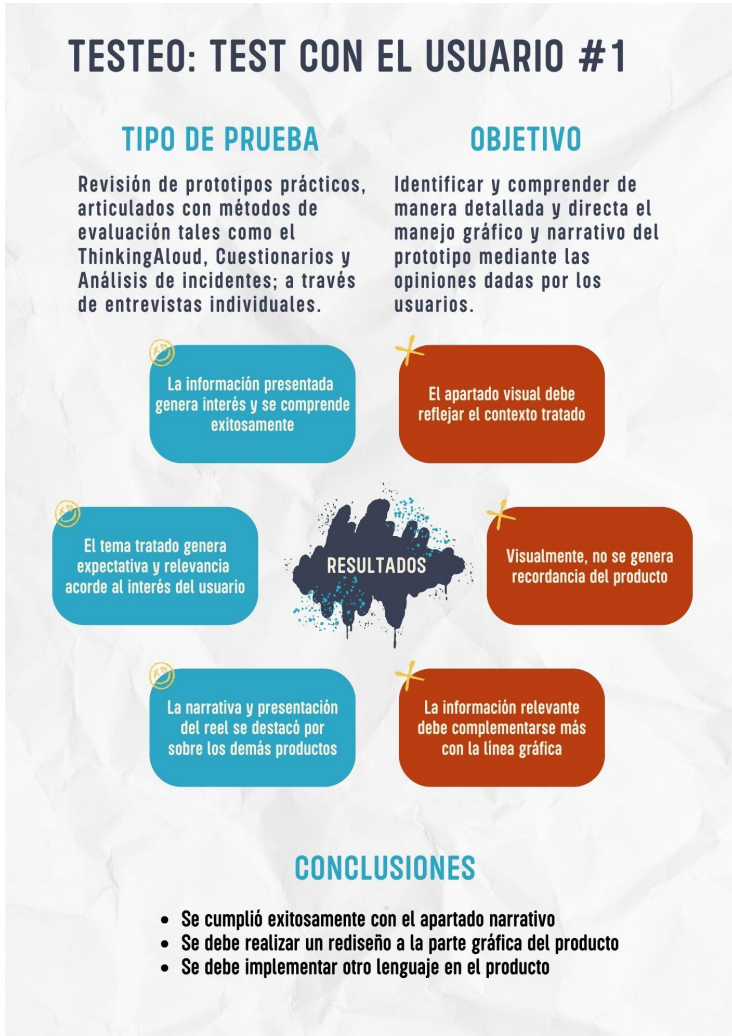
Figura 33. Fotogramas del primer Reel testado.



Nota. Fotograma concluyente del reel donde se advierte al usuario de la modalidad tratada. Fuente: Video de autoría propia (2023).

Por último, el tercer producto fue La cápsula de podcast, la cual es un audio ambientado como si fuera un fragmento de podcast en el cual se narra una experiencia dada por la comunidad y se dan algunas recomendaciones, la intención de la cápsula es generar un ejercicio donde se puede interactuar con las historias de los usuarios para generar la confianza y el interés en ellos. (para escuchar la cápsula del podcast revisar anexo I apartado de insumos).

Figura 34. Diagrama de resultados primer testeo



Nota. Gráfico recopilatorio del primer testeo, aquí se ve el tipo de prueba implementado, objetivo, resultados y conclusiones. Fuente: imagen de autoría propia (2023).

En conclusión, para el primer testeo se logró concretar que a grandes rasgos el apartado informativo encontraba bastantes aciertos, pero para el segundo testeo se debía reformular el apartado visual, buscando tener una identidad distintiva y acorde con el lenguaje que a los usuarios les llamara la atención, es así como siguiendo los parámetros establecidos se tomaron decisiones de diseño de incluir nuevos elementos que no chocaran con el mensaje final que había sido un acierto dentro de este segmento.

3.7.2 Segundo testeo - Tratamiento de la información.

Una vez se realizaron los cambios relacionados con el apartado gráfico para realizar el segundo testeo, se decidió que el objetivo para el segundo testeo era el de corroborar los aciertos gráficos que se tuvieron al crear una identidad distintiva y que evoca el concepto de “Avispado”, manteniendo los aciertos sobre la información obtenida. Cabe aclarar que para este apartado debido a la eficacia del elemento pódcast se centró más en lo visual.

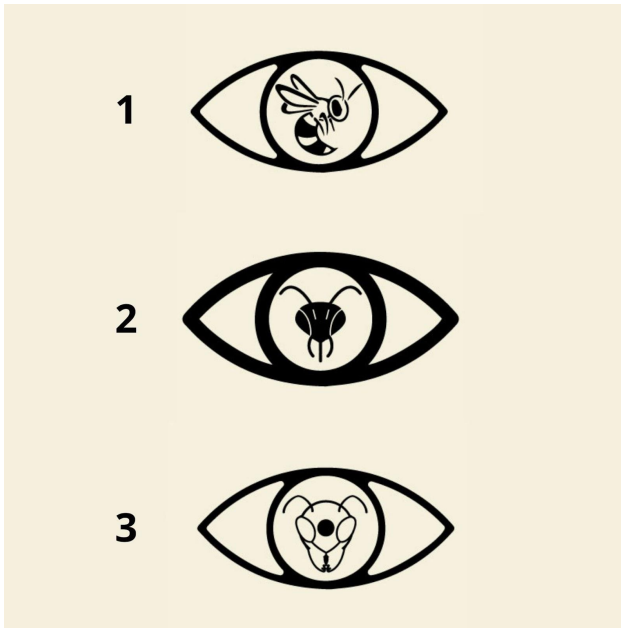
Debido a que se buscaba variar la información que se le presentaba a los tres usuarios que iban a testear la estrategia comunicativa, se tomó en cuenta la decisión de utilizar otra modalidad de hurto para también poder evaluar la retentiva del mensaje en cuanto a una nueva modalidad e ir identificando

falencias al momento de presentar diferente información cada semana.

Para este testeo se utilizó la metodología de Thinking Aloud para dar libertad a las opiniones de los tres usuarios partícipes del testeo sin tener una previa idea sobre lo que podían opinar, además de una prueba de visualización rápida de cinco segundos para conocer si en efecto el concepto de “Avíspese” se evocaba rápido y de una forma clara.

Entre los elementos que se realizaron como primera medida fue una variación a la marca del proyecto en donde se buscaba saber a los usuarios que elemento gráfico lo asimilaba con una avispa y el contenedor con la acción de abrir los ojos ante cualquier peligro.

Figura 35. Variación de la marca Avíspese

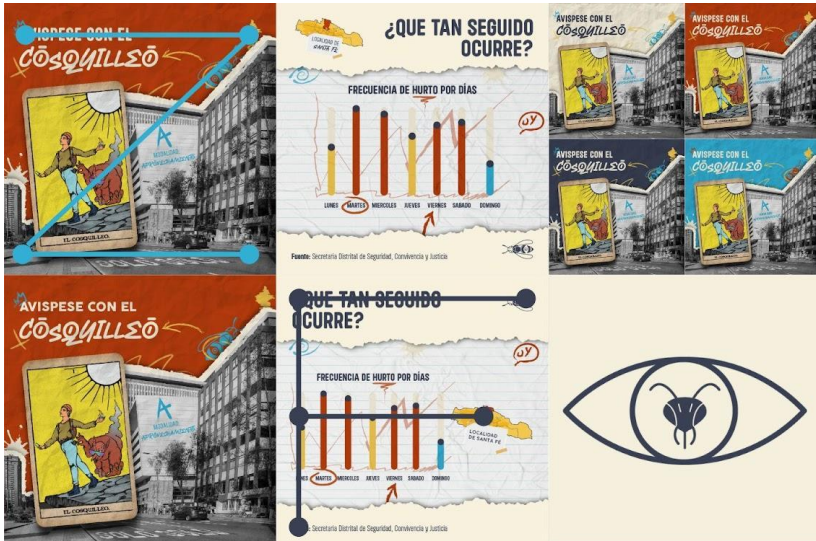


Nota. Se muestran tres propuestas del logo manteniendo el concepto del proyecto. Fuente: Figura de autoría propia (2023).

El segundo elemento que se realizó fue un carrusel adaptado para Instagram de dos partes, el cual contaba con variaciones de estilo y forma, además de la implementación de un nuevo elemento incluido dentro del prototipado de la segunda identidad, que serían las cartas de tarot, como su lectura entendiendo el Visual Storytelling y variaciones de color de la nueva paleta que se implementó, para visualizar todas las variaciones de

carrusel que se realizaron remitirse a los anexos (Revisar anexo J apartado de insumos).

Figura 36. Variación de Carruseles para Instagram



Nota. Recopilación donde se evidencia la lectura en Z y F, se ve la portada del carrusel y un elemento estadístico. Fuente: Figura de autoría propia (2023).

Por último se realizó un reel en donde se implementó la nueva línea gráfica en donde se le dio mayor importancia a la carta del tarot, el cual fue la imagen más significativa dentro de este elemento audiovisual, la narrativa estaba guiada hacia este concepto, buscando recordación y manteniendo el entendimiento de

la forma de actuar de cada modalidad presente, para visualizar este reel dirigirse a los anexos (Revisar anexo J apartado de insumos).

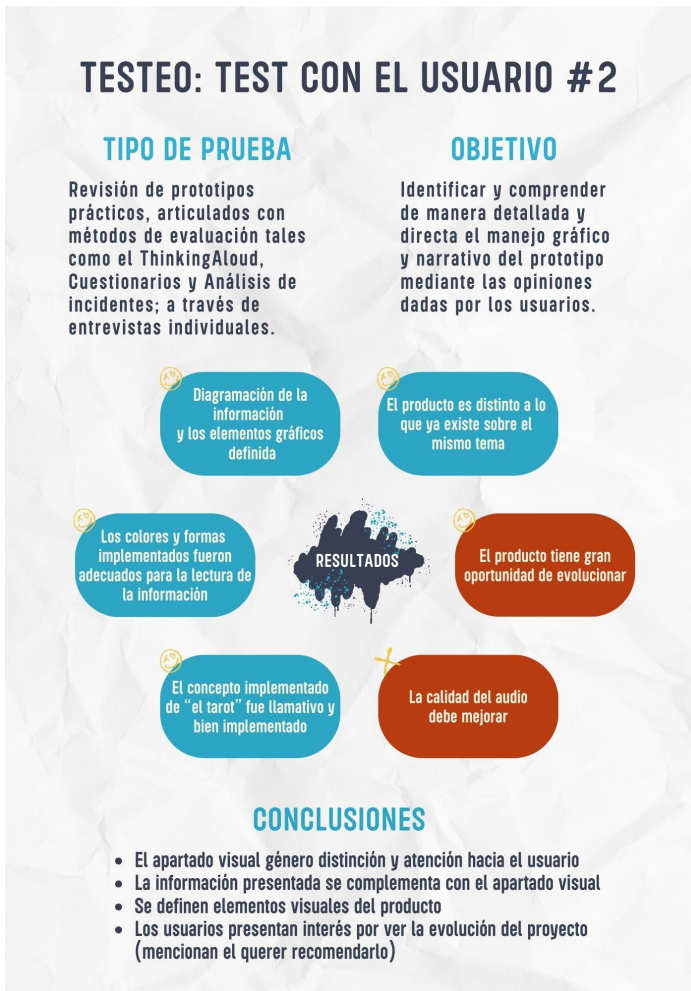
Figura 37. *Reel Cosquilleo*



Nota. Reel en formato vertical donde se evidencia paso a paso el actuar de la modalidad de hurto denominada “Cosquilleo”. Fuente: Figura de autoría propia (2023).

Cabe aclarar que debido al acierto que tuvo el pódcast para este testeo se decidió omitir este apartado, el cual tendría mayor participación para el siguiente punto, dentro de los resultados que sé obtuvieron con este segundo testeo, la variación gráfica afecta a este elemento auditivo en la forma de cómo se presentaría al usuario.

Figura 38. Diagrama de resultados segundo testeo



Nota. Gráfico recopilatorio del primer testeo, aquí se ve el tipo de prueba implementado, objetivo, resultados y conclusiones. Fuente: imagen de autoría propia (2023).

Como conclusión para este testeo fue poder visibilizar la capacidad de evolución que tiene el proyecto, y como las decisiones tomadas según los resultados obtenidos en el primer testeo llevaron a que estuviera más acorde a lo que al usuario le parecía pertinente y como en estructura de estética y forma iba más acorde con la problemática y la solución que se está implementando.

3.7.3 Testeos adicionales

Para último testeo se le presentó al usuario el producto preliminar (perfil en Instagram y Spotify) teniendo como finalidad evaluar el objetivo general del proyecto de investigación para comprobar si el usuario recibió de manera idónea la información presentada en el producto, determinando así sí que se cumpla. Este último testeo se desarrolla de manera tal que el usuario interactúe directamente con el producto final y logre adquirir el conocimiento que se quiere entregar a la gente, entendiendo así que no solo recibirán la información suministrada, sino que generan un conocimiento propio para, en un futuro deseable del producto, logren poder actuar ante una posible situación de hurto.

Utilizando la reinterpretación de la taxonomía de kirkpatrick se lograron generar las preguntas realizadas a los usuarios, buscando identificar los siguientes aspectos:

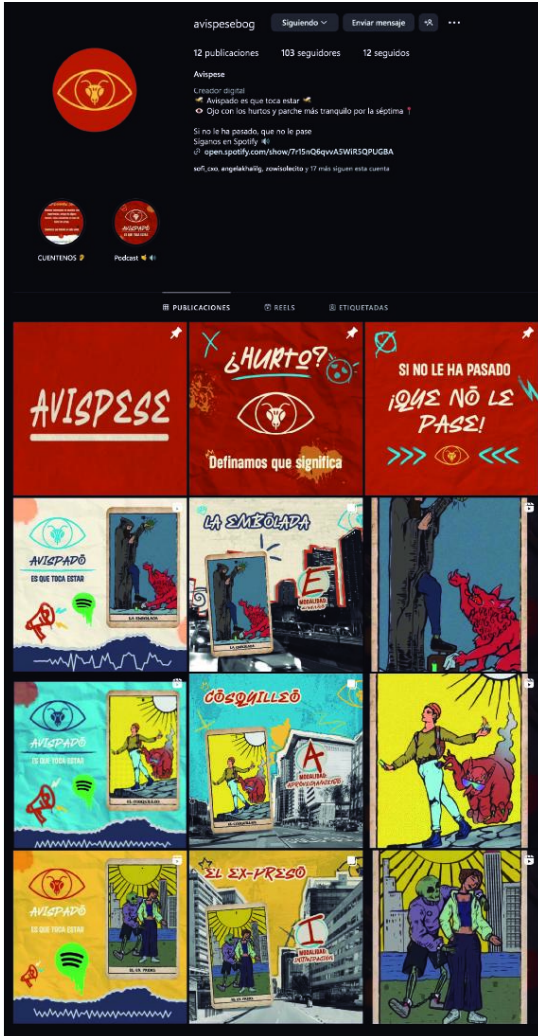
- **Reacción:** identificar la reacción del usuario al interactuar con el producto terminado, entender la navegabilidad del usuario dentro de la herramienta y ver cómo conecta los

diferentes productos.

- Aprendizaje: a través de un breve cuestionario se verifica si después de la experiencia con el producto, el usuario puede retener la información sobre las modalidades de hurto y qué opina sobre la estrategia en general.

Para esto se utilizó la página oficial de Instagram del proyecto Avíspese, en la cual se encuentran el reel (videos), los carruseles (piezas estáticas) y una invitación al canal de Spotify donde se encuentran los pódcast (auditivo).

Figura 39. Perfil de Instagram



Nota. Feed de la página de Instagram. Fuente: autoría propia (2023).

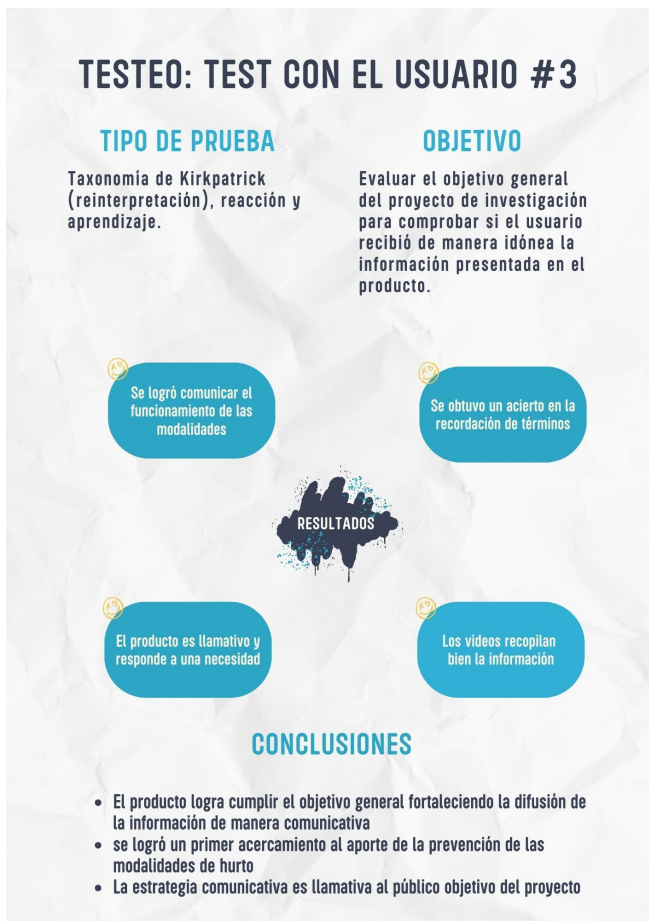
Figura 40. Canal de Spotify



Nota. Canal de Avispese en Spotify, Fuente: autoría propia (2023).

Gracias a este último testeo se evidenció la recordaría que la información presentada logró en los usuarios gracias al tono en la que se presentó y el apartado llamativo, la comprensión de la información al usuario, entender cómo estas modalidades funcionan y, finalmente, un primer acercamiento al futuro deseado del proyecto al empezar a generar aplicación (ver título 4.3 consideraciones).

Figura 41. Diagrama de resultados testeo adicional



Nota. Gráfico recopilatorio del testeo adicional, se evidencia el cumplimiento de los objetivos (ver título 1.5). Fuente: autoría propia. (2023).

3.8 Prestaciones del producto

Avíspese es un producto omnicanal comunicativo que busca fortalecer la información sobre la prevención del hurto a personas a través de dos plataformas importantes que se complementan con sus diferentes herramientas. La intención de esto es aprovechar los diferentes formatos integrados en Instagram y Spotify para brindarle diferentes experiencias audiovisuales al usuario.

La información representada en la página de Instagram será el modus operandi de la modalidad de hurto a través de videos públicos o recreaciones ficticias. También contará con datos y cifra sutiles sobre la modalidad que le advertirán al usuario sobre posibles riesgos en la localidad y por último un pódcast que relata las experiencias suministradas por la misma comunidad a través de los canales de comunicación de Instagram, que se expondrán y se comentarán con el equipo interno de diseño, con la finalidad de entender en profundidad lo común que se pueden dar los hurtos a personas en la calle y como estar atento a los patrones repetitivos.

3.8.1 Aspectos morfológicos

La estrategia Avíspese opta por un estilo urbano que conecta mejor con la zona elegida y el tema de las modalidades de hurto, generando la conexión con los usuarios de manera coloquial como se había planteado anteriormente desde los testeos. El tratamiento de la información sigue siendo verificado y riguroso, pero se maneja

un lenguaje visual y narrativo más irreverente para apelar a la atención de un público joven.

El cambio más relevante hecho en esta iteración fue el cambio de la paleta de colores, los colores se cambiaron a unas tonalidades más cálidas, dándole más fuerza al azul, haciéndolo un color más oscuro y usando su color complementario, el anaranjado; el color crema sustituyó el blanco que se usaba antes para los fondos y se agregó el color amarillo como color destacado de un elemento nuevo que serían las cartas del tarot.

La paleta de colores generada para la identidad gráfica de la estrategia funciona con tonalidades cálidas, dándole más fuerza al azul, haciéndolo un color más oscuro y utilizando su color complementario, el anaranjado; el color crema se utiliza como el color más claro dentro de la paleta que rinde como contraste en fondos oscuros y se agregó el color amarillo como color destacado de un elemento nuevo que serían las cartas del tarot.

Un apoyo gráfico que se decidió implementar en la nueva identidad serían las cartas del Tarot, estas se eligieron por varias razones. La esencial es por la conexión que existe entre la predicción del futuro incierto, lo cual tiene que ver con la incertidumbre de no saber en qué momento se puede ser víctima de un hurto en la calle. Además, es un recurso popular dentro de la publicidad coloquial de la zona elegida. Otra característica aprovechable de las cartas del tarot son las ilustraciones y la

organización por números que se pudo implementar con las modalidades de hurto para darles un mejor orden y destacarlas de manera dinámica en los usuarios.

El logo es un isotipo, el cual es la figura minimalista de un ojo, siendo este un símbolo bastante claro a la hora de querer comunicar el estar atento, y jugando con la figura de una cabeza de avispa como pupila. Las piezas gráficas van acompañadas de texturas como rasgaduras de papel, paredes y manchas de graffitis para aportar a la estética urbana.

Las tipografías implementadas son la “Randhu” como una tipografía más orgánica que e irreverente para los títulos, destacando el estilo marcado de la nueva identidad. Y se utilizó la tipografía “Roundkey soft” para los cuerpos extensos, conservando el mismo contraste ya formulado anteriormente.

Figura 42. Identidad gráfica final del proyecto.



Nota. Imagen recopilatorio de los elementos que forman la segunda propuesta de identidad visual para el proyecto Avispese. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

Figura 43. *Identidad gráfica Avispese.*



Nota. Contraportada del segundo post en Instagram donde se implementan los nuevos elementos gráficos planteados en la renovación de imagen. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

3.8.2 Aspectos técnico-funcionales

Si bien la estrategia comunicativa tiene como finalidad presentar al público las diferentes modalidades de hurto presentes en la zona, buscando que el usuario entienda y genere un criterio propio sobre dichas modalidades; sin embargo, al tratarse de un tema tan hablado y preocupante en la ciudad de Bogotá se puede llegar a volver complejo el funcionamiento de la estrategia, por lo tanto, es pertinente aclarar que para su correcto funcionamiento se deben tener en cuenta los siguientes dos aspectos:

Información: Uno de los aspectos más importantes y cruciales para el funcionamiento de la estrategia comunicativa es el manejo de la información y la procedencia de la misma, ya que al tratar un tema de seguridad ciudadana la información que se presente debe ser verídica y comprobable por cifras, por este motivo se entiende la importancia y el trabajo que se debe llevar de la mano con la Secretaría de Seguridad Convivencia y Justicia y la Policía Metropolitana, ya que estas entidades son las encargadas de generar cifras y estadísticas basadas en un estudio según la zona, los días, la cantidad de denuncias, etc.

Por otro lado, y como parte crucial de la estrategia están los usuarios, ya que por medio de ellos se logra contrastar y corroborar las cifras y estadísticas de una manera más acercada al público y guiando el producto hacia el planteamiento metodológico (diseño centrado en el usuario), de esta forma se generan las piezas

gráficas basadas en la información obtenida y adaptándose a las cifras, estadísticas e historias según la situación de seguridad ciudadana siga evolucionando.

Figura 44. Estadísticas y mapas

ESTADÍSTICAS Y MAPAS

Boletín Mensual de Indicadores de Seguridad y Convivencia

Documentos de Política

Estadísticas y mapas

Esta sección permite realizar la consulta estadística y geográfica (mapas) de los principales indicadores de seguridad, conveniencia y justicia de la ciudad de Bogotá, así como indicadores de gestión de los servicios de emergencias.

Queremos conocer su experiencia en la consulta de datos estadísticos, por medio del siguiente vínculo: [Haga click para ir a la encuesta](#)

Seguridad
+

Justicia
+

Mapas
+

Nota. Base de datos de la Secretaria de Seguridad en cuanto a la seguridad ciudadana (en constante actualización). Fuente: Secretaria de Seguridad, Convivencia y Justicia (2023).

Aplicaciones: Para la distribución de la información se eligieron las aplicaciones de Instagram y Spotify debido al gran alcance que tiene en la segmentación del público objetivo, pero principalmente por la variedad de funciones y formatos útiles y colaborativos con el usuario que permitirán, es co-diseño que se planteó desde un inicio, dándole la información a los usuarios en los formatos pertinentes, permitir la conectividad y colaboración con

otros medios referentes a la seguridad ciudadana y logrando la interacción con los usuarios para generar un crecimiento y fácil entendimiento del producto.

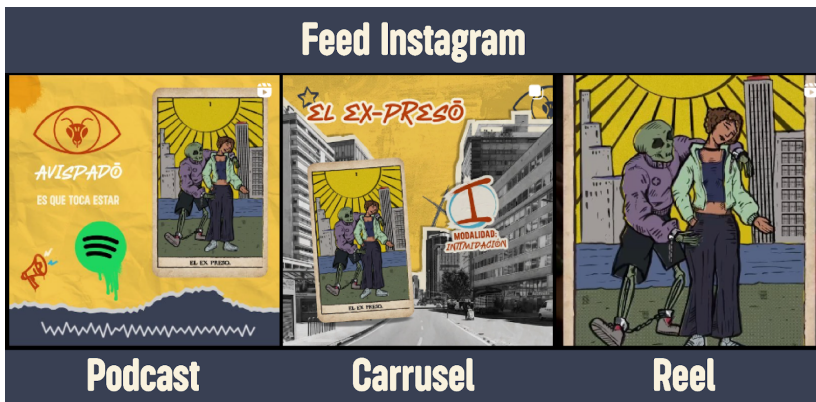
3.8.3 Aspectos de usabilidad

El uso correcto del producto está formulado para que, sin importar porque camino entre el usuario, éste pueda conectar con los demás formatos y complementar la información inicial que obtuvo con las demás piezas. Esto se hace con el objetivo de simplificar al usuario el entendimiento de las modalidades de hurto sin hacerle sentir que se perdió en alguna fase.

Los tres productos esenciales cuentan con una introducción, contenido y un final que engancha con alguno de los otros productos enlazándolos a las plataformas de Instagram o Spotify. Instagram fue elegida como la plataforma base del proyecto debido a su popularidad, por lo que es más probable que el público objetivo tenga su primer contacto otra vez de esta aplicación, una vez allí, el usuario puede hacer revisión de los Reels o carruseles que ya están subidos en la página, el feed de Instagram cuenta con los 3 productos subidos en orden cada semana, por lo que es fácil de reconocer que se habla de una sola modalidad por sus características gráficas.

Parte del uso que le dará el usuario al producto es el entendimiento de la información referente a las modalidades de hurto, con el fin de generarle un criterio propio sobre las situaciones expuestas, logrando así una posible forma de prevenirse ante estas situaciones de hurto dependiendo de la situación de peligro en la que se pueda llegar a encontrar.

Figura 45. *Feed de Instagram Avíspese*



Nota. Feed de Instagram que muestra la homogeneidad que tienen los tres productos. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

Parte del uso que le dará el usuario al producto es el entendimiento de la información referente a las modalidades de hurto con el fin de generarle un criterio propio sobre las situaciones expuestas, logrando así una posible forma de prevenirse ante estas situaciones de hurto dependiendo de la situación de peligro en la que se pueda llegar a encontrar.

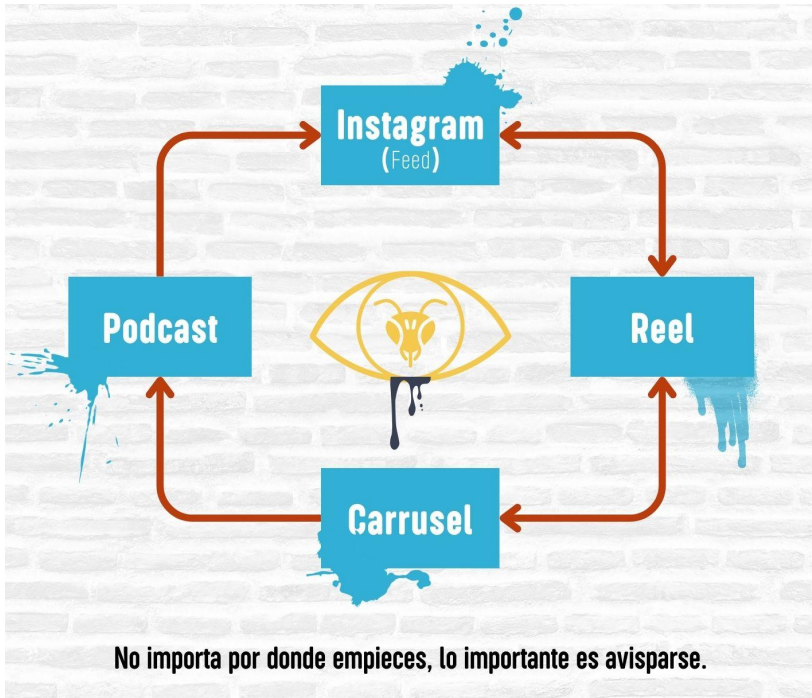
Además de lo anteriormente establecido, el usuario puede interactuar con la página a través de canales como DM (Direct Messages), la historia encargada de recolectar anécdotas que se publicará martes y jueves, y en los propios comentarios de las publicaciones, para generar más contenido en Spotify y generar comunidad y conversación con el público objetivo.

Figura 46. Historia destacada Instagram



Nota. Historia recurrente de la página utilizada para extraer información a través de la caja de pregunta típica de Instagram .
Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

Figura 47. Ruta de interacción con el producto



Nota. Diagrama explicativo del recorrido para el producto. Fuente: Imagen de autoría propia (2023).

4. Conclusiones

4.1 Conclusiones

Al tocar un tema tan importante como lo es la seguridad en la ciudad de Bogotá, es importante entender que va de la mano con la percepción ciudadana y como se maneja la información alrededor de este problema, lo cual va ligado a los medios por los cuales dicha información se transmite, encontrando al momento de investigar que los datos referentes al hurto a personas, más concretamente el hurto sin armas (una de las modalidades que más preocupa a la gente), tiene una gran oportunidad de mejora comunicativa.

La información existe y hay gran cantidad de datos y cifras que ayudan a entender mejor el comportamiento delictivo y sus distintas variables; sin embargo, la recolección de estos datos y cifras es muy poca, surgiendo así la pregunta ¿De qué manera se puede aportar a la prevención de los transeúntes en la localidad de Santa Fé de forma explicativa a través de una herramienta digital? Generando así la hipótesis planteada (ver apartado 1.4.1)

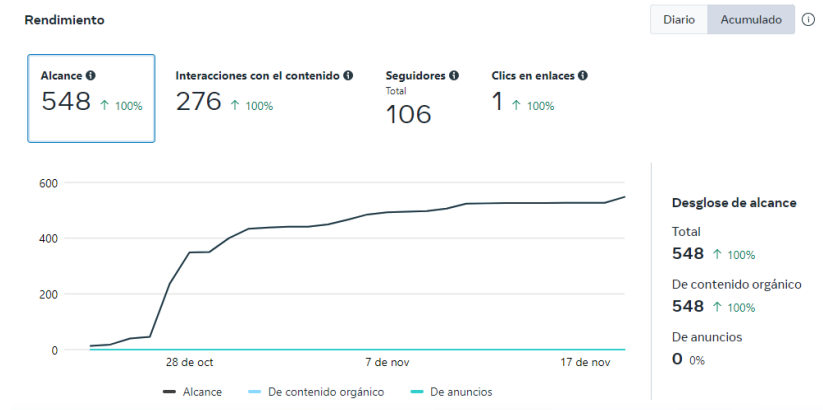
En consideración a la hipótesis planteada nacen los objetivos del proyecto y la metodología por la cual se lograrán, de esta forma nace “Avíspese”, un proyecto enfocado en los transeúntes y atendiendo a la mayor preocupación ciudadana por medio de un ambiente digital.

Atendiendo al objetivo general se logra corroborar el aporte

que genera el producto digital a la prevención ciudadana, ya que la entidad encargada de la seguridad en la ciudad (Secretaría de Seguridad) afirma que los proyectos enfocados en dicho tema son de suma importancia para ellos y son bien recibidos (ver apartado 1.3.1). Para poder ofrecer un producto acorde a la problemática, los pasos planteados en los objetivos específicos se lograron de manera satisfactoria, logrando la recopilación de la información mediante indagación, ayuda por parte de los usuarios y sobre todo gracias a la disposición de ayuda por parte de la Secretaría de Seguridad y la Policía Metropolitana, generando así información recopilada y verídica en cuanto al tema tratado; el análisis de dicha información dio pie a establecer los criterios de diseño acordes a los usuarios, ya que, al momento de realizar una comparativa, se pudo definir que tanto los medios y criterios narrativos y contextuales previamente investigados son acordes y bien recibidos hacia el usuario final del producto (esto mediante las entrevistas a usuarios y los testeos).

Para la ejecución del producto se tomó como base lo anteriormente mencionado y surgió la estrategia comunicativa vía Instagram y Spotify, la cual no solo corrobora aún más los resultados de las entrevistas y los testeos, sino que también tuvo un gran recibimiento en sus primeras dos semanas:

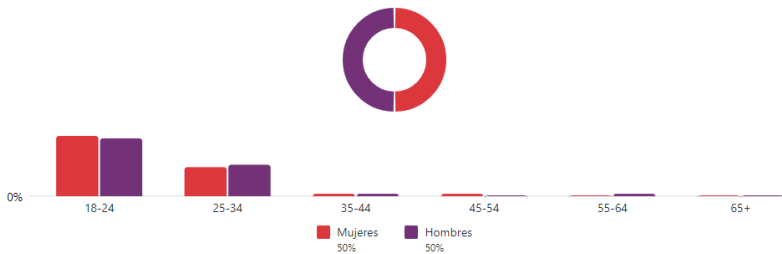
Figura 48. Estadísticas de Instagram

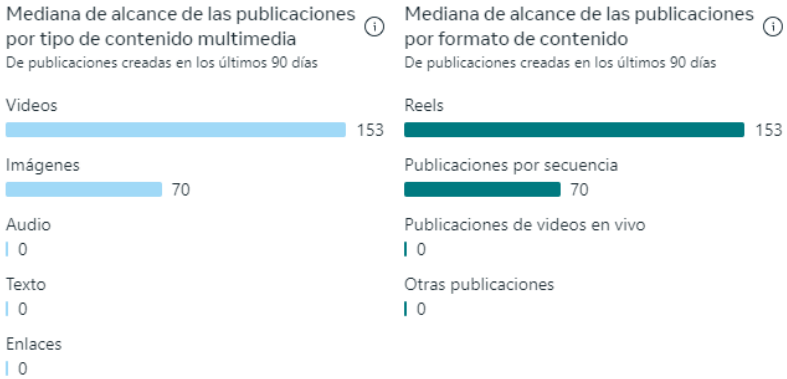


Seguidores de Instagram ⓘ

106

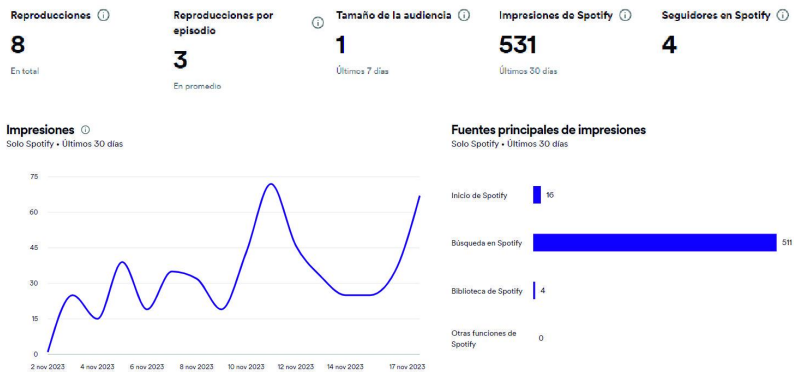
Edad y sexo ⓘ





Nota. Estadísticas generales arrojadas por la página de Instagram.
Fuente: Meta Business Suite (2023).

Figura 49. Estadísticas de Spotify



Nota. Estadísticas generales arrojadas por la página de Spotify.
Fuente: Spotify Podcasters (2023).

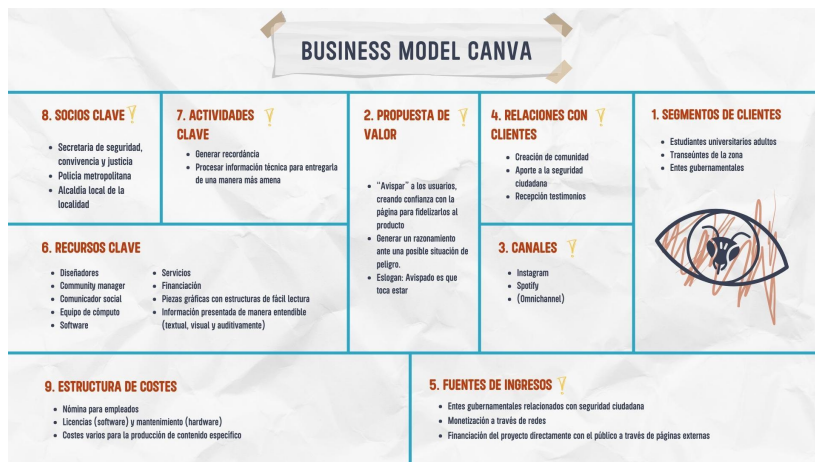
Gracias a la herramienta proporcionada por Instagram, Spotify y a los resultados del testeado adicional (ver título 3.7.3) se logra cumplir de manera satisfactoria el objetivo general del proyecto mediante los objetivos específicos, logrando así un aporte a la difusión de la información que ayude a prevenir las modalidades de hurto de forma accesible, llamativa y consistente, comunicando de dichas formas la información referente a estas modalidades y validando (gracias a los testeos) la importancia que se le da a este tema.

La seguridad ciudadana es de suma importancia para la construcción de una sociedad y es importante informarse y generar un conocimiento en torno a este tema, aprovechando las herramientas digitales que estén al alcance de las personas, e impulsándolas. Desde el diseño digital se debe impulsar y aprovechar el alcance de las herramientas digitales, ya sea en un video, imagen o un audio, cualquier aporte puede generar un cambio significativo.

4.2 Estrategia de mercado

Para este apartado se utilizó la herramienta de Business Model Canva, en donde se logró concretar el accionar del producto en el momento de llevarlo a cabo en un ejercicio externo comercial desligado a lo que es el proyecto de investigación aquí presente.

Figura 50. Modelo Canva de negocios



Nota. Construcción del modelo Canva para mejor visualización, revisar anexo K . Fuente: Elaboración propia (2023).

4.2.1 Segmentos de cliente

El principal cliente es el usuario objetivo que tiene el producto, la cual está basada en estudiantes universitarios adultos, específicamente entre 18 y 30 años, quienes frecuentan la carrera séptima entre la calle 19 y 39 y quienes el lenguaje está más cercano. Como cliente también se identifica a los transeúntes periódicos del corredor, quienes tengan un acercamiento a la estrategia comunicativa por su circular geográfico o por redes sociales.

Un potencial cliente al cual se le busca hacer llegar la estrategia comunicativa en un estado más evolucionado, serían los entes distritales encargados del tema de seguridad, siendo así la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia, de la mano con la Policía Metropolitana, entendiendo el funcionamiento de las propuestas que llevan a cabo internamente.

4.2.2 Propuesta de valor

La principal propuesta de valor que presenta el producto final es el de prever los desaciertos que estaban cometiendo algunos referentes respecto al manejo de la información. Al tener un acercamiento con un público universitario de Bogotá, manejar un eslogan como es “Avispado es que toca estar” utiliza lenguaje coloquial que genera confianza, también valiéndose de las fuentes de la información para verificar la credibilidad de los datos.

Cabe mencionar que la estrategia comunicativa se presenta como una opción, más no como un manual, dándole libertad al usuario de coincidir su razonamiento para actuar frente a una situación de hurto a personas sin empleo de armas.

4.2.3 Canales

Basándose en una estrategia Omnicanal u Omnichannel, se buscaba crear una comunicación en diferentes espacios dentro de las redes sociales seleccionadas (Instagram y Spotify) que pudiera valer al usuario de diferentes formatos e información según lo que

buscará, redirigiendo así a la siguiente red social siguiendo una interacción con el producto cíclica.

La elección de Instagram se debe a su versatilidad para producir formatos en imágenes estáticas complementarias (Carrusel) y la posibilidad de publicación de videos o Reels. La selección con Spotify nace de la necesidad de generar un espacio específicamente para el apartado auditivo, todas estas decisiones fueron tomadas según la entrevista realizada a usuarios y la preferencia que tenían para recibir información.

4.2.4 Relaciones con los clientes

Se buscaba generar un producto el cual contará con una comunicación bidireccional, es decir, generar una comunicación completa con los usuarios al brindar información que pueda aportar a su prevención, pero que si ellos conocían algún otro dato lo pueda suministrar al equipo de trabajo para su verificación y publicación.

La recepción de testimonios, interacciones de encuestas en Instagram y Spotify para conocer la opinión de los usuarios, son las principales formas en las que desde el proyecto se busca tener cercanía a los usuarios para aportar a generar la confianza que se ofrece desde la propuesta de valor.

4.2.5 Fuentes de ingresos

Los ingresos contemplados para la financiación del proyecto se contemplan de una posible alianza con los entes gubernamentales, quienes poseen la posibilidad de abarcar proyectos que aporten a la seguridad de Bogotá.

Así mismo, se conoce que al estar el producto enfocado en redes sociales se puede lograr una monetización por medio del sistema de recompensas que posee cada red social, además se propuso la idea de utilizar páginas de apoyo económico externo para aquellos usuarios que deseen colaborar con “Avíspese” ofreciéndoles a cambio contenido impreso o material exclusivo para colaboradores.

4.2.6 Actividades clave

Dentro de las actividades claves contempladas para cumplir con el objetivo del proyecto y del producto son:

- Generar recurrencia: La marca de Avíspese debe ser característica en el sentido de que las personas recuerden la parte gráfica y la información que se suministra.
- Creación de comunidad: Conociendo la importancia de los usuarios según la metodología planteada y lo que puede brindar para el desarrollo y comercialización del producto
- Procesamiento de la información: Recopilar datos, cifras y/o recomendaciones dadas desde los entes gubernamentales o

de confianza para la información que posteriormente será transmitida de una manera más clara y de fácil entendimiento, sin tecnicismos.

4.2.7 Recursos clave

Se evidencia la necesidad de talento humano para desempeñar tareas específicas dentro del proyecto, requiriendo conocimiento y creatividad para la realización de diferentes piezas en los formatos que se van a utilizar. Para el desarrollo de estas piezas es necesario poseer las herramientas tecnológicas necesarias, así como las licencias de suites de programas de pago como Adobe.

Entendiendo los requisitos que exige un sistema operativo para utilizar los diferentes programas licenciados, también se conoce el consumo en servicios públicos y la necesidad de tener computadores y aparatos para la ilustración digital para el desarrollo de cada una de las piezas, las cuales también se cuentan como uno de los principales recursos claves del producto.

4.2.8 Socios clave

Dentro de los principales socios claves dentro del desarrollo del producto se toman en cuenta la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia, la Policía Metropolitana de Bogotá y la alcaldía local de Santa Fé. Esto debido a su importancia en el suministro y validez de la información que se emplea para

comunicarle a los usuarios, además de ser un canal directo para una posible comercialización del producto a futuro.

4.2.9 Estructura de costes

Dentro de la estructura de costes se calculó el aproximado del valor de los recursos claves que son necesarios para que la estrategia comunicativa digital pueda funcionar a un año de operaciones, teniendo en cuenta que para minimizar gastos se plantea en un inicio la modalidad de trabajo remoto y la inversión que pueda dar la secretaría de seguridad, convivencia y justicia quienes serían a quienes se les puede vender la idea en un inicio. Para revisar la estructura completa, revisar el anexo L.

Figura 51. Estructura de costes

Flujo de efectivo	año 1
INGRESOS POR OPERACIONES	0
Ventas	0
TOTAL INGRESOS	0
GASTOS OPERATIVOS	21.000.000
Materias primas (Insumos)	5.000.000
Nomina operarios y prestaciones	0
Equipos y maquinaria para producción	16.000.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	86.627.200
Nómina y prestaciones	72.000.000
Gastos transporte y seguros	771.200
Gastos de promoción y publicidad	2.400.000
Servicios públicos (energía, teléfono, agua y alcantarillado, gas, otros) entendido como apoyo de sostenimiento en trabajo remoto.	10.320.000
Patentes y Licencias	1.136.000
Registros	0
Facturas	0
Impuestos	0
Cuotas préstamo	0
Otros	0
TOTAL EGRESOS	107.627.200
SALDO INICIAL	-107.627.200
INGRESOS - EGRESOS	-107.627.200
Aportes Socios (recursos propios)	3.000.000
Otros (inversionistas privados, etc.)	80.000.000
Préstamos (recursos a solicitar en el sistema financiero)	0
SALDO FINAL	-24.627.200

Nota. Tabla con coste de ingresos y egresos para la realización del proyecto (ver anexo L). Fuente: Elaboración propia (2023).

4.3 Consideraciones

Gracias al proyecto Avíspese se identificó que sí existe un interés por la ciudadanía de entender el complejo funcionamiento de las modalidades de hurto y que hacerlo de manera gráfica y entretenida facilita el proceso de aprendizaje. Los métodos usados en el producto digital abren la oportunidad a continuar con la exposición de las modalidades de hurto debido a que son una gran variedad y explicarlas se facilita a través del diseño.

A corto plazo se planea continuar con el proyecto de forma rigurosa con los horarios establecidos en cuanto a publicación, tratando la información de al menos 6 modalidades de hurto con la que ya se cuenta la información, esperando alcanzar un público más amplio y activo que nos brinde una retroalimentación satisfactoria.

A mediano plazo, se espera mantener el proyecto junto a la retroalimentación dada por los usuarios y así nutrir de más información sobre nuevas modalidades a la estrategia comunicativa digital en general, abriendo camino para poder implementar nuevas opciones de financiación como lo sería el merchandising o las colaboraciones con entes gubernamentales interesados.

Y por último, a largo plazo, se estima poder expandir la estrategia, para que funcione en distintos sectores de toda la ciudad de Bogotá, de la mano con entes informativos rigurosos que brinden información fiable, datos y cifras sobre nuevas modalidades de hurto o brindando la opción de poder retomar modalidades iniciales, para así generar una estrategia sólida y veraz que mejore la seguridad

íntegra de los ciudadanos de Bogotá.

Aunque se es consciente que sería interesante implementar la estrategia a nivel nacional, la complejidad aumenta dependiendo del sector a tratar y sus diferentes variables, es por ello que desde Avíspese se gustaría fungir como un exponente en caso tal de que diseñadores venideros quisieran implementar la estrategia en diferentes zonas del país.

Referencias

- Aguas, S. (2016). *¿Qué es el co-design? Algunas ideas sobre esta beneficiosa práctica*. Recuperado de: Unibarcelona.com.
<https://www.unibarcelona.com/int/actualidad/artes-graficas/co-design>
- Alcaldía de Medellín (s/f). *Un análisis institucional del hurto a personas: recuperar el derecho a la ciudad y vidas perdidas*. Gov.co. Recuperado de:
<https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2021/09/Analisis-institucional-del-hurto-a-personas.-recuperacion-de-espacios-comunicaciones-y-resocializacion-del-delito-menor.pdf>
- Alcaldía Local de Santa Fé (2020). *Diagnóstico local territorializado*. Recuperado de:
https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/diagnostico_santa_fé_2020_consolidado.pdf
- Arciniegas, M. et al, (2022). *Caracterización del hurto callejero: modalidades y técnicas. Modelo formativo para la Policía Nacional de Colombia*. Recuperado de:
<https://doi.org/10.18041/0124-0102/a.39.9760>
- Arciniegas Chávez, M. F. ., Vargas Puentes, G. B. ., Triana Palacios, C. C. ., & Bello Estrada, G. A. . (2022). *Caracterización del hurto callejero: modalidades y técnicas. Modelo formativo para la Policía Nacional de Colombia*. *Advocatus*, 19(39).

Recuperado de:

<https://doi.org/10.18041/0124-0102/a.39.9760>

Alejandro, D. (2023). *Las 10 formas como lo pueden robar y los días con más hurtos en Bogotá*. El Tiempo. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/bogota/las-10-modalidades-mas-comunes-de-robo-y-los-dias-con-mas-atracos-en-bogota-801870>

Barreto, L. (2021). *Distrito CUIDArte: la nueva forma de cultura ciudadana para la seguridad*. Bogota.gov.co; *Distrito CUIDArte: la nueva forma de cultura ciudadana para la seguridad*. Recuperado de:

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/seguridad/con-cuidarte-el-distrito-le-apuesta-nueva-estrategia-de-seguridad>

Cámara de Comercio de Bogotá.(2014). *Encuesta de Percepción y Victimización*. Ccb.org.co; Recuperado de:

<https://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Seguridad-y-Justicia/Encuesta-de-Percepcion-y-Victimizacion>

Cámara de Comercio de Bogotá (2022). *Encuesta de Percepción y Victimización de Bogotá*. Recuperado de:

https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/28178/Encuesta%20de%20Percepci%c3%b3n%20y%20Victimizaci%c3%b3n_vf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Campañas preventivas contra el hurto a personas realiza la Policía Nacional. (2023). Jesusmaria-Santander.gov.co. Recuperado de:<http://www.jesusmaria-santander.gov.co/noticias/campanas-preventivas-contra-el-hurto-a-personas-realiza>

Caracol Radio. (2022). *Policía realizó campañas para prevenir el hurto al comercio en Magangué*. Cartagena, C. Recuperado de:

https://caracol.com.co/emisora/2022/02/28/cartagena/1646019981_507745.htmlfernandez

CODIGO PENAL DE LA NACION ARGENTINA. (2017). Recuperado de:

[Infoleg.gob.ar.http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16546/texact.htm#7](http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16546/texact.htm#7)

Design Toolkit. (2021). *Arquitectura de la información*. Uoc.edu.

Recuperado de:

<http://design-toolkit.uoc.edu/es/arquitectura-de-la-informacion/>

El Tiempo, R. (2010). *Lanzan campaña contra el hurto a personas en Bogotá*. El Tiempo. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7820312>

Encuesta de Movilidad 2019. (2019). *Secretaría Distrital de Movilidad*. Recuperado de:

https://www.movilidadbogota.gov.co/web/encuesta_de_movilidad_2019

Estadísticas y Mapas. (2015). *Estadísticas y Mapas*. Gov.co.

Recuperado de:

<https://scj.gov.co/es/oficina-oaiee/estadisticas-mapas>

Fernández, A (2013). *La importancia de la difusión*. Revista Mexicana de Ortodoncia, 1(1), 6. Recuperado de:

[https://doi.org/10.1016/s2395-9215\(16\)30001-0](https://doi.org/10.1016/s2395-9215(16)30001-0)

- Futuros Urbanos – Ideas que transforman ciudades. (2023).
Futurosurbanos.com. <https://futurosurbanos.com/>
- García, S., et al (s/f). *Inseguridad / Seguridad Conceptualización*.
Recuperado de:
https://www.uncuyo.edu.ar/relaciones_institucionales/upload/documento-completoplan-de-seguridad1.pdf
- Garreta, M., & Mor, E. (s.f.). *Diseño Centrado en el Usuario*.
Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de:
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25870w/Interaccion_persona_ordenador_.pdf
- Garreta Domingo M. y Mor Pera E. (2011). *Diseño centrado en el usuario*. OpenLibra. Recuperado de:
<https://openlibra.com/es/book/disenio-centrado-en-el-usuario>
- Hernández (2013). *LOCALIDAD SANTA FE*. Recuperado de:
Gov.co.https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/archivos/santafe_1.pdf
- Design Toolkit. (2013). Observación contextual. Uoc.edu.
<http://design-toolkit.uoc.edu/es/observacion-contextual/#:~:text=La%20observaci%C3%B3n%20contextual%20forma%20parte,estructurada%2C%20utilizarlos%20para%20crear%20y>
- Idolfer, J. (2021). *Estrategias de prevención de delitos de alto impacto en la ciudad de Bogotá, el caso del cuadrante empresarial de Santa Bárbara*. Unimilitar.edu.co. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/37937>
- J R. (2022). *¿Y dónde están los ladrones?, la aplicación digital que surgió de una investigación académica en el ITM*. ITM.

Recuperado de:

<https://www.itm.edu.co/noticias-principales/y-donde-estan-los-ladrones-la-aplicacion-digital-que-surgio-de-una-investigacion-academica-en-el-itm/>

Lee, D. (2019). *¿Qué hacer en caso de asalto?* Manual de seguridad para la prevención de delitos. Recuperado de:
https://manualdeseguridad.com.mx/seguridad_newsletter/19/que_hacer_en_caso_de_asalto.asp

Leyes desde 1992 (2023) *Vigencia expresa y control de constitucionalidad [LEY_0599_2000_PR009]*. Secretariassenado.gov.co. Recuperado de:
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0599_2000_pr009.html#:~:text=ART%C3%8DCULO%20239.,ciento%20ocho%20\(108\)%20meses.](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0599_2000_pr009.html#:~:text=ART%C3%8DCULO%20239.,ciento%20ocho%20(108)%20meses.)

Leyes desde 1992 (2016). *Vigencia expresa y control de constitucionalidad [LEY_1801_2016]*. Secretariassenado.gov.co. Recuperado de:
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1801_2016.html

Parra, J. (2022). *Modalidades de hurto que debes conocer- Revista Compensar*. Guía de Bienestar, Actualidad, Finanzas, Salud | Revista Compensar. Recuperado de:
<https://www.revistacompensar.com/compartiendo/modalidades-de-hurto-a-personas-residencia-motocicletas/>

Pellicer Jordá, M. T. (2014). *La importancia de la tecnología para el ámbito de la comunicación*. Historia Y Comunicación Social,

- 18(0). Recuperado de:
https://doi.org/10.5209/rev_hics.2013.v18.43982
- Policía nacional (2013). *Cartilla guía de autoprotección*. Dirección de Protección y Servicios Especiales. Recuperado de:
<https://www.policia.gov.co/sites/default/files/cartilla-de-Autoproteccion.pdf>
- Policía nacional de Colombia (2019). *Campañas de prevención y acompañamiento en época de receso escolar*. Recuperado de:
<https://www.policia.gov.co/noticia/campanas-prevencion-y-acompanamiento-epoca-receso-escolar>
- Portafolio. (2019). *Estas son las ciudades más pobladas del país, según el censo del Dane*. Portafolio.co. Recuperado de:
<https://www.portafolio.co/economia/estas-son-las-ciudades-mas-pobladas-del-pais-segun-el-censo-del-dane-534662>
- Porto, P., & Gardey, A. (2019). *Sistematización - Qué es, definición y concepto*. Definicion.de. Recuperado de:
<https://definicion.de/sistematizacion/>
- Revista Digital - Pensar La Ciudad. (2021). *La verdad detrás de la inseguridad en Bogotá*. Recuperado de:
<https://pensarlaciudad.udistrital.edu.co/miradas-de-ciudad/la-verdad-detras-de-la-inseguridad-en-bogota>
- robertexto. (2023). *DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD*. Robertexto. Recuperado de:
[http://www.robertexto.com/archivo/delitos_c_propiedad.htm#:~:text=El%20hurto%20\(art.,mueble%2C%20total%20o%20parcialmente%20ajena.](http://www.robertexto.com/archivo/delitos_c_propiedad.htm#:~:text=El%20hurto%20(art.,mueble%2C%20total%20o%20parcialmente%20ajena.)

Rosgaby Medina, K. (2022). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022*. Branch Agencia. Recuperado de: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>

San victorino Bogotá [@fsanvictorinobog]. (2018). Todos contra el hurto [Tweet]. Recuperado de: <https://twitter.com/sanvictorinobog/status/1054877109171245056>

Diagnostico Integral de Participación Santa fe. (2019).INVENTARIO. Recuperado de: <https://inventariobogota.sdp.gov.co/estudios/diagnostico-integral-de-participaci%C3%B3n-santa-fe>

Secretaria de Integración Social de Bogotá (2021). *Lectura Integral de Realidades, Localidad Santa Fe*. Recuperado de: https://www.integracionsocial.gov.co/images/_docs/2021/transparencia/ETIS_Localidad_3.pdf

Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia. (2019). *Misión, Visión, Objetivos Estratégicos*. Scj.gov.co. Recuperado de: <https://scj.gov.co/es/secretaria/mision-vision-objetivos-estrategicos>

Secretaria Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia (2020) *Plan integral de seguridad ciudadana, convivencia y justicia (PISCCJ) de Bogotá*. Recuperado de: https://scj.gov.co/sites/default/files/planeacion/Documento%20PISCCJ%202020-2024_0.pdf

Secretariassenado.gov.co. (2023). *Leyes desde 1992 - Vigencia expresa y control de constitucionalidad*

[*LEY_0599_2000_PR009*]. Recuperado de:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0599_2000_pr009.html#:~:text=ART%C3%8DCULO%20239., ciento%20ocho%20\(108\)%20meses.](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0599_2000_pr009.html#:~:text=ART%C3%8DCULO%20239., ciento%20ocho%20(108)%20meses.)

Seguridad Superior. (2023). *Modalidades de robo: así funcionan los delincuentes hoy en día*. Seguridad Superior. Recuperado de:

<https://www.seguridadsuperior.com.co/modalidades-de-robo>

Sitio web oficial de turismo de Bogotá. (2021). *Sitio web oficial de turismo de Bogotá*. Recuperado de

<https://bogotadc.travel/es/zona/santa-fe/34>

Sordo, A. I. (2021). *La era del prosumidor: qué es un prosumer y cómo ayuda a tu marca*. Hubspot.es. Recuperado de:

<https://blog.hubspot.es/marketing/prosumidor>

TBI Unit (2023). *Estrategia e inteligencia competitiva*. Tbiunit.com. Recuperado de:

<https://tbiunit.com/la-importancia-de-informar-claramente-desde-los-medios-digitales-propios/>

M, C. C. (2023). *Estrategia Digital*. 21.Edu.ar. Recuperado de:

<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/12800>

UNODC (2011). *Manual sobre la aplicación eficaz de las Directrices para la prevención del delito de la Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito*. Recuperado de:

<https://www.unodc.org/documents/justice-and-prison-reform/cr>

imeprevention/Handbook_on_the_Crime_Prevention_Guidelines_Spanish.pdf

Vive UNIR. (2022). *Medios digitales: guía práctica para sacarles el mejor provecho*. UNIR. Recuperado de:

<https://www.unir.net/humanidades/revista/medios-digitales/>

Justinmid (2020). *Visual storytelling for UI-UX design with examples*.

User experience. Recuperado de:

<https://www.justinmind.com/blog/guide-to-visual-storytelling-for-ux/>

Anexos

Anexo A. Hojas de vida de los autores

Anexo B. Portafolio de los autores

**Anexo C. Entrevista a Expertos Secretaria de Seguridad,
Convivencia y Justicia**

**Anexo D. Entrevista a Expertos a Policía Metropolitana de
Bogotá**

Anexo E. Entrevista a Usuarios

Anexo F. Hipótesis de Producto

Anexo G. Tabla de Requerimientos y Determinantes

**Anexo H. Testeo con usuario #1 Dentro de este anexo se ponen
los insumos referentes a los productos gráficos realizados,
enumerados por los usuarios.**

**Anexo I. Testeo con usuario #2 Dentro de este anexo se ponen
los insumos referentes a los productos gráficos realizados,
enumerados por los usuarios.**

Anexo J. Testeo adicional con usuario Testeo final

Anexo K. Modelo Canva

Anexo L. Estructura de Costes

Anexo M. Pitch

Anexo N. Presentación

Link de anexos:

<https://drive.google.com/drive/folders/1AC3FAVt3ii6eTy6kcT3M-IYmFpipi1Sc?usp=sharing>