



Análisis de la gestión estratégica de la comunicación de TransMilenio y la Secretaría
Distrital de la Mujer en la prevención del acoso sexual en el transporte masivo de Bogotá

Presentado por:

Paula Andrea Tobaría Agüero

Yisel Suleyma Rivera Tocarruncho

Juan Esteban Ballesteros Bernal

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Bogotá Región (Bogotá)

Centro Universitario Noroccidente Bogotá (Engativá)

Programa Comunicación Social - Periodismo

noviembre de 2025

Análisis de la gestión estratégica de la comunicación de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer en la prevención del acoso sexual en el transporte masivo de Bogotá

Presentado por:

Paula Andrea Tobaría Agüero

Yisel Suleyma Rivera Tocarruncho

Juan Esteban Ballesteros Bernal

Monografía presentada como requisito para optar al título de Comunicador Social -
Periodista

Asesora

Andrea del Pilar Forero Hurtado

Magíster en Comunicación Educación en la Cultura

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Bogotá Región (Bogotá)

Centro Universitario Noroccidente Bogotá (Engativá)

Programa Comunicación Social - Periodismo

noviembre de 2025

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primeramente a Dios, por ser la fuente inagotable de nuestra fortaleza, por guiarnos en las decisiones cruciales y por darnos la sabiduría para superar los momentos de dificultad y debilidad.

A nuestras familias (padres, hermanos, abuelos, parejas y amigos cercanos), gracias por su apoyo incondicional y su infinita paciencia. Su amor, esfuerzo y la fe constante en nuestra capacidad académica fue el pilar emocional que nos sostuvo en las largas jornadas de trabajo. Con su respaldo, hemos logrado cumplir este importante sueño profesional.

A nuestra tutora del proyecto, la Maestra Andrea del Pilar Forero Hurtado, le extendemos un reconocimiento especial por su orientación, su visión crítica y la exigencia académica que elevó la calidad conceptual y metodológica de este trabajo.

Finalmente, nuestro agradecimiento a la Secretaría Distrital de la Mujer por la información brindada. Y de manera fundamental, a las mujeres usuarias que participaron con tanta generosidad y valentía en las entrevistas y encuestas, compartiendo sus experiencias. Su voz es la esencia y el propósito de esta investigación.

A todas las personas que, de manera directa o indirecta, contribuyeron a la realización de este proyecto, muchas gracias.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	6
ANEXOS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
2. CONTEXTO.....	13
2.1 CONTEXTO DE LA SITUACIÓN	13
2.2 MARCO NORMATIVO Y DE POLÍTICA PÚBLICA	14
3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	16
4. OBJETIVOS	17
4.1 OBJETIVO GENERAL	17
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
5. JUSTIFICACIÓN	17
6. ANTECEDENTES	19
7. MARCO TEÓRICO.....	23
7.1. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN	24
7.1.1 TIPO DE INICIATIVAS DE COMUNICACIÓN IDENTIFICADAS	25
7.2 ACOSO SEXUAL EN EL ESPACIO PÚBLICO	28

8. METODOLOGÍA.....	31
8.1. PARADIGMA INTERPRETATIVO.....	31
8.2. ENFOQUE CUALITATIVO.....	31
8.3 METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE CASO.....	32
8.4. FASES DE INVESTIGACIÓN.....	34
8.5 FUENTES.....	35
8.6 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	37
8.7 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.....	40
9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.....	43
9.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 1.....	43
9.2 OBJETIVO ESPECÍFICO 2.....	45
9.2.1 ‘ME MUEVO SEGURA’.....	46
9.2.2 ‘DATE CUENTA ES VIOLENCIA, PITA Y AVISA’.....	49
9.2.3 BOTÓN DE PÁNICO.....	51
9.2.4 LÍNEA PÚRPURA DISTRITAL.....	54
9.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 3.....	57
10. CONCLUSIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Herramientas de recolección de la información	37
Tabla 2 matriz categorial	40

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista Secretaría Distrital de la Mujer: [Secretaría Distrital de la Mujer](#)

Anexo 2. Entrevistas a Usuarias de TM: [Entrevistas a Usuarias de TM](#)

Anexo 3. Encuestas cualitativas: [Encuestas](#)

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo analizar las iniciativas de gestión de la comunicación sobre el acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá, implementadas por TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer. A partir de un enfoque cualitativo y bajo el paradigma interpretativo, con la aplicación de entrevistas, encuestas y el desarrollo de revisiones documentales, la investigación se plantea como un estudio de caso que aborda las iniciativas de comunicación: Me Muevo Segura, Date cuenta es violencia, pita y avisa, el Botón de Pánico y la Línea Púrpura Distrital; además, explora la perspectiva de funcionarias de la Secretaría Distrital de la Mujer y de usuarias del servicio. Los resultados evidencian que el acoso sexual en TransMilenio sigue siendo una problemática estructural y que, aunque estas iniciativas han logrado visibilizar el problema, su alcance en la prevención y en los cambios de conducta es limitado, pues no han sido planteadas de manera estratégica, es decir, articulada, participativa y sostenida. Se concluye que es fundamental fortalecer la gestión estratégica de la comunicación mediante una articulación institucional que permita que las iniciativas trasciendan la simple visibilización de la problemática, convirtiéndose en herramientas que contribuyan a transformar la cultura ciudadana con mensajes y procesos dirigidos tanto a víctimas como a agresores. Asimismo, se evidencia la necesidad de incluir un enfoque pedagógico y sólido de género que fortalezca la confianza institucional para motivar la denuncia, y así construir un transporte más seguro y equitativo para las mujeres.

PALABRAS CLAVES: gestión estratégica de la comunicación, Iniciativas de comunicación, acoso sexual, transporte público.

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the communication management initiatives addressing sexual harassment in Bogotá's mass transportation system, implemented by *TransMilenio* and the *District Secretariat for Women*. Using a qualitative approach under the interpretive paradigm, and through the application of interviews, surveys, and documentary reviews, this research is framed as a case study that examines the communication initiatives *Me Muevo Segura*, *Date Cuenta es Violencia*, *Pita y Avisá*, the *Panic Button*, and the *District Purple Line*. It also explores the perspectives of officials from the District Secretariat for Women and female users of the service. The findings reveal that sexual harassment in *TransMilenio* remains a structural problem and that, although these initiatives have succeeded in making the issue more visible, their impact on prevention and behavioral change is limited, as they have not been designed in a strategic—namely, articulated, participatory, and sustained—manner. It is concluded that strengthening the strategic management of communication is essential through institutional coordination that allows these initiatives to transcend mere visibility of the issue, turning them into tools that help transform civic culture through messages and processes aimed at both victims and aggressors. Likewise, the study highlights the need to incorporate a solid pedagogical and gender-based approach that strengthens institutional trust, encourages reporting, and contributes to building a safer and more equitable transportation system for women.

KEYWORDS: Strategic communication; gender-based violence; public transport; TransMilenio.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Bogotá, el transporte público masivo (TransMilenio S.A.) es un espacio donde las mujeres cotidianamente enfrentan diferentes formas de violencia sexual. En 2013, más de 680.000 mujeres se movilizaron diariamente en TransMilenio, de acuerdo con las cifras de la Secretaría de Movilidad de Bogotá de ese año. Las rutas en las que frecuentemente se presentaron conductas de acoso sexual en TransMilenio transportaron a usuarias a las localidades de Kennedy, Engativá y Rafael Uribe (RCN, 2013).

Diez años después, la situación parece no haber tenido cambios significativos. El concejal Rolando González¹ alertó sobre los resultados de la Encuesta Distrital de Movilidad 2023, señalando que el 36% de las mujeres se mueven en transporte público y que 419.524 de ellas declararon haber sufrido algún tipo de violencia sexual en ese espacio, de las cuales 130.000 de las víctimas eran madres cabeza de hogar (Concejo de Bogotá, 2024). Respecto al género de las víctimas, el Consejo de Bogotá (2024) resalta que “existe una marcada concentración de los actos de violencia sexual sobre las mujeres, las cuales reportan el 90% de los hechos sucedidos” (párrafo 3).

Por esta razón, entiéndase como TransMilenio S.A. o la Secretaria Distrital de la Mujer, entre otros, han lanzado diferentes proyectos comunicacionales e intervenciones. En primer lugar, se puede mencionar la campaña "Me Muevo Segura" entendida como el primer protocolo de prevención, atención y sanción para el acoso y la violencia en el transporte público y en el espacio urbano, la cual se trabajó con la CAF-Banco de Desarrollo de América Latina como

¹ González García, Rolando Alberto. Concejal de Bogotá por el partido Partido Cambio Radical, electo para el periodo 2024-2027. En su calidad de concejal, interviene en debates de control político y presenta alertas públicas a partir de datos oficiales. En la ocasión citada, alertó al Concejo de Bogotá sobre los resultados de la Encuesta Distrital de Movilidad 2023, que evidencian cifras de violencia sexual contra mujeres en el transporte público de Bogotá.

consultor externo (CAF, 2019). En segundo lugar, "Date cuenta es violencia, pita y avisa" propuesta en marzo de 2023 por la Alcaldía de Bogotá y el Concejo Distrital intenta promover la denuncia y la sensibilización social en el marco del acoso a través de una señal de alerta simbólico, a través del uso del silbato (Infobae, 2023).

Del mismo modo, en 2025, el sistema TransMilenio también implementó el "Botón de Pánico", un dispositivo que se evidenció en diferentes estaciones míticas y que permite a las mujeres usuarias dar la alerta a la violencia de género, articulando la respuesta institucional y la Policía y la Secretaría de la Mujer (El Tiempo, 2025). Por último, la "Línea Púrpura Distrital" se reforzó en el año 2025 y amplió su cobertura en cuanto a atención y acompañamiento psicosocial a las mujeres víctimas de violencia para más de 21 000 atenciones en el primer semestre del año (Infobae, 2025).

Por otro lado, independientemente de que se adopten tales iniciativas, las cifras que se conocen gracias a la Encuesta Distrital de Movilidad 2023 indican que el transporte público en Bogotá sigue siendo un contexto de violencia para las mujeres. La Encuesta establece que las mujeres realizan cerca de 8,7 millones de viajes al día, de los cuales el 72 % lo realizan caminando o usando el transporte público, lo que denota a las mujeres como uno de los grupos sociales de mayor exposición y de mayor riesgo (Secretaría Distrital de Movilidad, 2023). A esto se suma un número total de 419 524 mujeres que dijeron haber padecido cualquier tipo de violencia sexual en el transporte público, de las que 130 000 eran madres cabeza de familia, lo que pone de manifiesto que el problema se mantiene en el análisis de las cifras de violencia a pesar de que se hayan implementado iniciativas sociales (Infobae, 2024). En este contexto, se hace necesario analizar las acciones de comunicación puestas en marcha por TransMilenio S.A.

y Secretaría Distrital de la Mujer para comprenderlas y saber cómo son recibidas por las mujeres usuarias.

2. CONTEXTO

2.1 Contexto de la situación

Bogotá se ha convertido en un ejemplo en cuanto a la implementación de políticas públicas para la igualdad de género. La Política Pública de Mujeres y Equidad de Género (PPMYEG) ha impulsado acciones como el fortalecimiento de más de 1.300 emprendimientos femeninos, la atención en salud integral a más de 55.000 mujeres y la creación de 23 Manzanas del Cuidado, que han beneficiado cerca de 488.000 cuidadoras y sus familias (Secretaría Distrital de la Mujer, 2024).

Además, esta política busca que en las 15 áreas de la Administración Distrital se tenga siempre en cuenta la igualdad entre hombres y mujeres, trabajando para eliminar el machismo y el sexismo desde cambios profundos en la forma de trabajar y en la cultura. (Secretaría Distrital de la Mujer, 2024). En este sentido, la Secretaría Distrital de la Mujer, tiene la misión de liderar, orientar y coordinar la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género. Además, promueve la transversalización de los enfoques de derechos de las mujeres, de género y diferencial en los planes, programas, proyectos y políticas públicas distritales, con el fin de proteger, garantizar y materializar los derechos humanos de las mujeres en su diversidad, fomentando su autonomía y el ejercicio pleno de la ciudadanía en el Distrito Capital (Secretaría Distrital de la Mujer, s.f.).

Por otra parte, TransMilenio S.A. es la entidad encargada de gestionar, organizar y planear el sistema de transporte público masivo en Bogotá y su área de influencia, en las formas

de transporte terrestre automotor, cable aéreo y otros sistemas alternativos, bajo el marco normativo vigente. Esta empresa tiene la responsabilidad de asegurar un servicio de calidad, seguro y eficiente, centrado en las necesidades de los usuarios (TransMilenio S.A., 2013)

A pesar de los esfuerzos de la Secretaría Distrital de la Mujer y de TransMilenio S.A., el acoso sexual en el sistema de transporte público continúa siendo una de las principales manifestaciones de violencia que restringe el derecho de las mujeres a la circulación libre y segura por la ciudad, de acuerdo a los resultados de la Encuesta Distrital de Movilidad 2023, 419 524 mujeres afirmaban haber sufrido acoso sexual durante sus viajes en transporte público, de las cuales el 90 % eran mujeres, porcentaje que hace evidente la permanencia de la violencia estructural de género en el sistema (Concejo de Bogotá, 2024). Asimismo, un estudio reciente desarrollado desde la Veeduría Distrital, evidenció que el 67,2 % de las mujeres entrevistadas expresaron sentirse “muy inseguras” o “inseguras” al usar el sistema de transporte urbano, y que, de tal forma, se reafirma el sentimiento de vulnerabilidad en los espacios de movilidad urbana (Veeduría Distrital de Bogotá, 2025).

2.2 Marco normativo y de política pública

El marco normativo colombiano ha realizado un avance significativo, en cuanto al reconocimiento y la protección de los derechos de las mujeres en relación con las diferentes formas de violencia. En el plano nacional, la Ley 1257 de 2008 introdujo medidas para prevenir, sancionar y erradicar la violencia y la discriminación contra las mujeres. Esta norma refiere que la violencia puede manifestarse de diferentes formas -física, psicológica, sexual, económica o patrimonial- en espacios públicos o privados, y promueve la implementación de políticas públicas que garanticen el acceso efectivo a la justicia y el derecho a una vida libre de violencias (Función Pública, 2008). A su vez, la tipificación del delito de acceso sexual se logra mediante la

incorporación del artículo 210A al Código Penal producto de la Ley 1257, que condena con penas de uno a tres años de prisión al que estando en una posición de poder o autoridad y/o acose física o verbalmente con fines sexuales sin consentimiento (Corte Suprema de Justicia, 2018).

En el orden distrital, el Decreto 166 de 2010 adoptó la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en Bogotá, con la finalidad de garantizar la igualdad efectiva mediante acciones que permitan superar la desigualdad estructural que han padecido las mujeres a lo largo de la historia (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010). Dentro de sus lineamientos, esta política busca promover ambientes seguros y libres de violencias para las mujeres de la ciudad, alineando esfuerzos de diferentes entidades de carácter distrital en lo que respecta a la prevención, atención y sanción de las violencias de los géneros.

En el caso específico del transporte público masivo de Bogotá el marco normativo es más endeble, y ha faltado por muchos años una legislación específica en un caso como el acoso sexual en los sistemas de transporte como TransMilenio, propiciando así que muchos de los victimarios puedan quedar bajo el marco de la invisibilización y de subinformes de muchos de estos ataques (Infobae, 2024). La falta de tipificación de este tipo de entorno -de manera nacional- también ha sido nombrada una limitación de la protección de las usuarias, pues las acciones subsumibles al acoso callejero en buses o estaciones no se identificaban como un crimen en sí misma.

Por el contrario, un informe de la Secretaría Distrital de la Mujer (2024) señala que el 64% de las mujeres encuestadas afirman haber sido víctimas de acoso sexual en TransMilenio. En el caso de la realidad del acoso, las autoridades locales han sido efectivas en su toma de decisiones, esta vez a favor de la política pública en pro de la prevención del acoso sexual en el contexto del transporte masivo. Por ejemplo, en el año 2017, el Concejo de Bogotá se pronunció

a favor de la implementación de un uso preferente de las sillas rojas para mujeres en el horario de mayor tráfico en el día de los buses articulados para reducir el acoso (El Tiempo, 2017). Esto fue generador de controversias entre sus pros y contras, pero se hizo patente el reconocimiento institucional del problema y el intento a la búsqueda de la solución y su enfoque.

Más recientemente, el acuerdo distrital 998 de 2025, pues Bogotá adopta lineamientos de prevención, atención y disminución del acoso sexual en el espacio público y a su vez en el sistema de transporte público masivo de la ciudad (Concejo de Bogotá, 2025). Este acuerdo establece una estrategia bajo el concepto de estrategia integral; es decir, capacitación al personal de transporte, mecanismos de denuncia, campañas pedagógicas, etc. que tiene como objetivo garantizar los entornos que sean más seguros para las mujeres. En la ausencia de una ley nacional de acoso sexual en el transporte público, estos esfuerzos normativos y de política pública en los ámbitos distritales pueden considerarse un avance importante para la reducción de la brecha y del derecho de las mujeres a su movilidad libre de violencias.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo se ha desarrollado la gestión estratégica de la comunicación por parte de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer sobre el acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá?

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Analizar las iniciativas de comunicación que se han implementado por parte de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer sobre el acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá.

4.2 Objetivos Específicos

- Indagar sobre la problemática del acoso sexual que enfrentan las mujeres en el sistema de transporte masivo de Bogotá.

-Describir las iniciativas de comunicación desarrolladas TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer orientadas a la prevención y atención del acoso sexual

- Conocer la perspectiva de mujeres usuarias frente a las iniciativas de comunicación desarrolladas.

5. JUSTIFICACIÓN

El acoso sexual contra las mujeres en el sistema de transporte público de la ciudad de Bogotá, en especial en el sistema de la empresa TransMilenio, constituye una situación estructural que infringe los derechos de las mujeres a la movilidad en condiciones de seguridad, a la propia integridad de las personas y a la posibilidad de ciudadanía en su integralidad. Según los resultados de la Encuesta Distrital de Movilidad 2023, 419 524 mujeres informan que han sido víctimas de algún tipo de violencia sexual en el transporte público, aquí el 90 % de los casos son mujeres, de las que alrededor de 130 mil son cabezas de hogar (Concejo de Bogotá, 2024), lo cual es una cifra en la que se puede notar una persistencia notable de las violencias basadas en el

género que va más allá de un evento individual: miles de mujeres sufren cada día de agresiones verbales, insinuaciones, tocamientos no consensuados a bordo de los buses o en las estaciones, lo que conduce a que su calidad de vida se vea afectada, a que se restrinja su capacidad de desplazamiento y a que se violen sus derechos de ciudad (Veeduría distrital de Bogotá, 2025).

En este sentido y desde la perspectiva de la comunicación estratégica y social, resulta necesario examinar cómo las acciones de comunicación implementadas por TransMilenio S.A. y la Secretaría Distrital de la Mujer contribuyen a la prevención, la visualización y a la sanción del acoso sexual. La comunicación va más allá de informar: se convierte en una práctica social transformadora, capaz de transformar la percepción, reestructurar los imaginarios y empoderar a las mujeres para la denuncia y ejercicio de sus derechos (Freire, 1997; Gumucio Dagron, 2014). No obstante, los altos índices de acoso sexual muestran que las campañas institucionales pueden no estar alcanzando las máximas eficacias, o que, en el mejor de los casos, pueden presentar deficiencias en el diseño, articulación, seguimiento y/o evaluación en sus procesos.

El problema aumenta si se tiene en cuenta que, de acuerdo con la Encuesta de Acoso Sexual Callejero 2025 de la Veeduría Distrital, el 67,2 % de las mujeres dicen sentirse “muy inseguras” o “inseguras” a la hora de usar el transporte público. Un 73 % asegura haber presenciado o vivido alguna forma de acoso en sus recorridos (Veeduría Distrital de Bogotá, 2025). Estos datos, parecen reafirmar la necesidad urgente de revisar la gestión comunicacional de las instituciones responsables, yendo más allá de la emisión de mensajes, sino en la construcción de espacios de confianza, acompañamiento y denuncia de forma efectiva.

Así, al hablar de pertinencia de investigación con relación al tema, para el estudio que ahora se convoca, significa visibilizar el rol estratégico de la comunicación para la construcción

de entornos urbanos seguros, con equidad de género e inclusivos. Al mismo tiempo, aborda una brecha académica en donde, a pesar de la existencia de investigaciones que abordan la violencia sexual en el transporte público desde la perspectiva legal (Secretaría Distrital de Movilidad, 2023), urbana (ONU Mujeres, 2021) o de seguridad ciudadana, son escasos los trabajos que discuten la gestión comunicacional, los discursos institucionales y las percepciones de las mujeres usuarias de estas campañas, por lo que se desconoce el impacto real de las estrategias comunicativas propuestas y no se llega a conocer el alcance de aquellas como potenciales transformaciones sociales.

Por último, la investigación recogerá insumos para fortalecer la estrategia de comunicación de género que implementa TransMilenio S.A. y la Secretaría Distrital de la Mujer, para promover acciones más coherentes, sostenibles y efectivas. También aporta desde una perspectiva académica en el campo de la comunicación para el cambio social y en la línea de estudios de género, ya que une la comunicación estratégica con los derechos humanos, la equidad de género y el derecho de las mujeres a una movilidad libre de violencias.

6. ANTECEDENTES

El acoso sexual en el transporte público de Bogotá ha sido abordado mediante distintas investigaciones y reportajes que, además, han permitido confrontar las evidencias respecto a su impacto social, institucional y comunicativo. Estas investigaciones son un importante referente para poder establecer la magnitud del problema y las respuestas que desde la gestión pública y la comunicación institucional se han formulado. En entornos como el de TransMilenio S.A. o el de la Secretaría Distrital de la Mujer, el tratamiento de esta problemática no se queda en la difusión informativa. En este marco de los antecedentes que hemos recogido,

se evidenció obras como las de Rincón et al. (2023), Morris (2023), que entienden la violencia de género en el transporte bogotano desde un enfoque local, así como estudios internacionales de Hartini, et al. (2025), Mjelde y Tønnesen (2025) y Myronenko et al. (2023), que ofrecen una mirada comparativa sobre la gestión estratégica de la comunicación en sistemas de transporte público.

En escenarios institucionales como los de TransMilenio S.A. y la Secretaría Distrital de la Mujer, estas dimensiones son indispensables, dado que la comunicación sobre el acoso sexual en el transporte público no sólo informa sino que pretende establecer legitimidad, establecer cambios culturales y fomentar la confianza de la ciudadanía. Un antecedente importante de esta investigación es el trabajo de Rincón Perilla, Rico Romero y Lasso Mora (2023), que se refiere al fenómeno del acoso sexual en el transporte público en Bogotá. El objetivo general de esta propuesta fue hacer una retrospectiva del acoso y generar conciencia sobre la posibilidad de crear espacios seguros para las usuarias del transporte masivo. La metodología adoptada por los autores es la que se fundamenta en el método For-About-Through Design y las bases del Design Thinking orientadas a la comprensión de las necesidades, los sentidos y las experiencias de los individuos que son objeto de este tipo de violencia.

Se justificó el desarrollo de la investigación en la recopilación, en el análisis y en el establecimiento de datos estadísticos que permitiesen denominar el problema que afecta a la ciudad. Los resultados de la investigación mostraron, por una parte, que el 80% de las mujeres usuarias perciben el sistema como inseguro o muy inseguro, y que más del 70% de las mismas ha sido víctima o testigo del acoso sexual en TransMilenio. Esos resultados ratifican la alta

prevalencia del acoso sexual y la urgencia por diseño de estrategias institucionales sostenibles que garanticen entornos de movilidad fehacientes y equitativos.

El artículo elaborado por Morris (2023), el cual fue publicado en la revista RAYA con el título “Violencia de género en TransMilenio: la inseguridad invisible de la que son objeto las mujeres a diario”, de manera complementaria al anterior, analiza el transporte masivo de Bogotá como un escenario cotidiano de violencia de género en el que las mujeres tienen que desenvolverse; las problemáticas del transporte masivo que identifican como más graves son el acoso sexual y la violencia invisibilizada, las condiciones laborales del sistema de transporte masivo, una respuesta institucional floja, y la falta de un enfoque interseccional en las políticas públicas de movilidad y seguridad.

De esta forma, los hallazgos de Morris (2023) se consolidaron como pertinentes para el proceso investigativo porque situó el acoso sexual en los buses de TransMilenio en un marco más extenso de violencias de género normalizadas en el transporte público en Bogotá. Su aporte consistió en evidenciar que la sensación de inseguridad de las mujeres no se limita a los episodios reportados, sino que responde a fallas estructurales del sistema, a unas respuestas institucionales muy débiles, a la falta de un enfoque interseccional en las políticas, y a unas formas de violencia invisibilizadas que se reproducen en la experiencia cotidiana de la movilidad.

Desde el ámbito internacional, diversas investigaciones empíricas avalan esta visión sistémica de la comunicación estratégica en instituciones públicas. Hartini, Ramadhan y Haris (2025), en su estudio de la campaña BISKITA de la agencia de transporte de Bekasi (Indonesia), sostienen que la comunicación efectiva depende de la coherencia entre los canales digitales, la

comunicación cara a cara con los usuarios y las alianzas pares. Los autores concluyen que la eficacia de la comunicación estratégica requiere continuidad, planificación a largo plazo y mecanismos de retroalimentación que permitan ajustar los mensajes a las percepciones de los públicos; caso para mostrar cómo las entidades de transporte, como lo es TransMilenio, pueden poner en práctica la comunicación pública como herramienta de educación ciudadana y transformación cultural.

En la misma línea, Mjelde y Tønnesen (2025) examinaron cómo las administraciones públicas de tres ciudades noruegas hicieron uso de la comunicación estratégica para lograr la aceptación de los diferentes componentes de las políticas de transporte sostenible. La investigación evidenció que los mensajes institucionales generaron cambios en las visiones y redujeron las resistencias cuando se vincularon con valores sociales compartidos en el marco del transporte sostenible, como la sostenibilidad, la inclusión y la responsabilidad compartida. Lo que aportarían algunos de estos hallazgos al caso de Bogotá es que las estrategias comunicativas vinculadas al acoso sexual se tendrían que basar en principios de ética y de equidad de género para conectar emocionalmente con los ciudadanos y para movilizar comportamientos preventivos. Por otra parte, Myronenko et al. (2023), en su análisis del sistema de transporte público de Odesa (Ucrania), ponen de relieve la importancia de la comunicación en la construcción de la confianza entre usuarios/as e instituciones. La investigación también pone de manifiesto que las estrategias comunicativas vinculadas a la transparencia, la participación y la mejora del servicio cuentan con una percepción de seguridad y satisfacción de los/as pasajeros/as. De aquí se desprende que, en el caso bogotano, la comunicación institucional relacionada con el tema del acoso sexual debería ir más allá de la denuncia y alcanzar la restauración de la confianza de las mujeres usuarias del sistema de transporte masivo.

Esos estudios permitieron reafirmar que el diseño y desarrollo de la gestión estratégica de la comunicación en el sector público es un proceso estructurado y sistemático, no así una acción específica. Ésta supone la actividad de planificar, llevar a cabo el diagnóstico, poner el mundo en coherencia discursiva, evaluar y conversar con los públicos. En el marco de esta investigación, la importancia de la gestión estratégica de la comunicación se encontró en que la comunicación institucional de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer solo será efectiva si permite articular todos estos componentes a partir de un fin social: mantener una movilidad segura, equitativa y sin violencias para la mujer. De este modo, la gestión estratégica de la comunicación puede ser vista como una herramienta de cambio cultural o como un eje transversal en la elaboración de política pública en términos de equidad de género.

7. MARCO TEÓRICO

El marco teórico presenta los conceptos base que orientan esta investigación sobre la comunicación institucional en torno al acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá. Primero, se aborda la gestión estratégica de la comunicación, entendida como el proceso planificado y coherente que desarrollan, bien sea las organizaciones públicas (TransMilenio S.A., la Secretaría Distrital de la Mujer), bien sea las diferentes instancias públicas que en torno a determinadas políticas y prácticas de acción (mensajes, acciones y políticas públicas) con miras al fortalecimiento de la legitimidad de la institución y al cambio de los patrones culturales. El segundo eje teórico examina los tipos de iniciativas de comunicación identificadas, que son productos, campañas, estrategias y proyectos comunicativos. El tercer eje se desarrolla a partir del concepto de acoso sexual en el espacio público, el cual es entendido como una forma estructural y sistemática de violencia de género que cercena el derecho de las mujeres a la movilidad, que limita el derecho que tienen las mujeres a vivir sin violencias. Estos tres ejes

teóricos permitieron comprender cómo la comunicación estratégica puede generar transformaciones de los imaginarios sociales que busquen crear ambientes urbanos más equitativos y que respeten la vida y la integridad de las mujeres.

7.1. Gestión estratégica de la Comunicación

La gestión estratégica de la comunicación se entiende como un proceso global a través del cual las organizaciones planifican, llevan a cabo la ejecución y evalúan sus acciones comunicativas con la finalidad de cumplir sus objetivos institucionales y consolidar su legitimidad social. Desde esta óptica, la comunicación no se restringe a la elaboración de mensajes, ni a la puesta en marcha de campañas individualizadas, sino que engloba todas las relaciones antagonistas que modelan la identidad y la reputación de cara a la ciudadanía. Tal como señala Capriotti (2013), todo comunica en una organización; no solo los anuncios, no solo las notas de prensa, sino también los productos, los servicios y la conducta habitual de las personas que la forman. Tal afirmación conlleva que la gestión de la comunicación debe entenderse como una práctica transversal a la misma organización, que es capaz de crear la coherencia que debe de existir entre lo que la institución manifiesta, lo que hace y lo que representa.

Por otro lado, Forero y Gutiérrez (2021) comprenden la gestión estratégica de la comunicación desde una visión relacional, humana y profundamente social, pues las autoras argumentan que la comunicación estratégica se aleja de un enfoque instrumental centrado sobre la emisión de mensajes de forma unilateral y, por el contrario, se orienta a procesos de articulación, diálogo y de co-creación entre los actores de las organizaciones, donde la estrategia se entiende como una práctica emergente que se puede construir en la cotidianidad de la interacción y en la lectura permanente del contexto.

Bajo este enunciado, Van Riel (2007) propone que las aportaciones de la comunicación estratégica deben confirmar la identidad y la imagen y, también, la reputación institucional, de donde la comunicación configura el dominio del sistema estratégico social del sentido que muestran los mensajes emitidos con su propia forma de manifestación institucional en la inclusión y la exclusión. En esta línea de ideas, la comunicación resulta ser un recurso de gestión que configura la cultura institucional, los valores corporativos y las relaciones con los diferentes públicos.

Por su parte, Hoffjann (2024) señala una teoría de la comunicación de tipo integrador que integra la comunicación y la teoría organizacional, interpretando la comunicación estratégica como un sistema que se autoconfigura y que define la forma de tomar decisiones institucionales, las prioridades y la forma de relacionarse con los públicos. De este modo, se puede entender que la gestión estratégica de la comunicación no se puede limitar a ser sólo una herramienta, sino que es aceptada como una función de gobierno institucional. Del mismo modo, Apolo et al. (2017) afirman que la comunicación estratégica implica conectar una serie de componentes: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación (Etc.). Esto implica que su eficacia depende de la destreza de la organización para poder coordinar mensajes que sean eficaces, elegir públicos prioritarios y medir resultados.

7.1.1 Tipo de iniciativas de comunicación identificadas

En el ámbito de la comunicación institucional, las iniciativas de comunicación se refieren al conjunto de acciones de intervención « planificadas y sistemáticas, a partir de mensajes estratégicos, las cuales intentan generar transformaciones simbólicas, culturales y sociales, que buscan llegar a públicos específicos de los determinados temas» (espíritu, cultura organizacional,

identidad, competencias, etc.); las iniciativas de comunicación surgen de la necesidad de articular conductas, lenguajes, recursos que permitan comunicar con sentido, para lograr concretar, influir o afectar actitudes, percepciones y comportamientos colectivos.

En el caso de la prevención del acoso sexual en el sistema de transporte masivo de Bogotá, conocer la naturaleza de las iniciativas es importante para analizar las acciones comunicativas implementadas por parte de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer. Desde un nivel teórico-operativo, las iniciativas de comunicación en la práctica pueden clasificarse, en términos de niveles de planificación, en productos comunicativos, campañas, estrategias y proyectos estratégicos; cada uno de los cuales tendrá funciones específicas en el seno de la comunicación institucional, y, a su vez, requieren diferentes tipos de grado de complejidad, duración e impacto.

Igualmente, Forero y Gutiérrez (2021) enfatizan que las organizaciones funcionan como redes de conversaciones, donde los sentidos son negociados, disputados y reconfigurados de manera constante. Desde este punto de vista, la gestión estratégica de la comunicación supone mucho más que generar campañas: implica generar espacios de conversación, visibilizar los conflictos sociales que atraviesan a la institución y favorecer procesos de participación que permitan a los actores sociales constituirse como generadores de comprensiones compartidas.

De esta manera, la comunicación estratégica se entiende como un proceso que articula actores, prácticas y contextos con el objetivo de transformar las relaciones institucionales y sociales que sostienen los problemas de seguridad del transporte masivo (Forero & Gutiérrez, 2021). Por un lado, el producto comunicativo se configura de la siguiente forma: unidad básica del proceso comunicativo propio de la comunicación humana; los productos comunicativos son definiciones de Gavilondo (2016) señalando que “el producto comunicativo es la consecuencia

de operaciones socio semióticas de la producción” y que integran características técnicas y estrategias discursivas (p. 27) lo que es consecuencia que un producto puede ser considerado como pieza informativa pero también como construcción simbólica que transmiten sentidos y los valores que tenga una u otra institución determinada.

Ahora, un caso para comprender lo anterior, puede partir de un vídeo de animación de sensibilización sobre el acoso sexual en TransMilenio, todo un tanto crudo o aséptico así como la presentación de ilustraciones, narración y testimonios reales que explican qué significa el acoso, cómo se puede realizar una denuncia o qué rutas de atención pueden seguir las usuarias para el caso concreto; este producto no solo informa, si no también genera una transformación de la posible percepción social del problema y a su vez realiza un ejercicio de comunicación de acción ciudadana (Gavilondo, 2016).

Por otro lado, en el segundo nivel o nivel II como campañas de comunicación, lo cual vendría a corresponderse como un conjunto en red articulado de productos, medios y actuaciones para lograr un determinado objetivo en su conjunto; Marasso (1994) reitera las campañas como el gran contenedor de acciones comunicacionales cuyo objetivo es el de crear, mezclar o mantener la eficacia de una acción comunicacional que en la práctica posea un objetivo de influir sobre el público destinatario. Una campaña puede incluir todo tipo de acciones en redes sociales, piezas gráficas en estaciones, entrevistas de radio o activaciones en el espacio urbano. Un ejemplo de ello puede ser la campaña "Date cuenta, pita y avisa" que ha trabajado para concientizar sobre el acoso sexual en TransMilenio apela a la participación activa y la denuncia como mecanismo de prevención.

En un nivel de planificación más alto se encontró que la estrategia de comunicación discurre por un proceso de análisis, diagnóstico y orientar la acción. Según Ríos et al. (2020)

toda estrategia parte de un diagnóstico preciso de la situación comunicativa sobre la cual se establece una serie de objetivos, metas y acciones. Asimismo, lo concibe como la dirección inteligente y desde una amplia y global visión de la actividad a realizar para resolver los problemas que han sido detectados en un determinado segmento de la actividad humana. Bajo este principio, la estrategia de comunicación no se limita al hecho de emitir mensajes, sino que busca orientar del mismo modo decisiones y recursos para lograr un cambio cultural sostenido. Un gran ejemplo de ello sería la estrategia distrital "Me Muevo Segura" que articula campañas, capacitaciones y mecanismos de denuncia en una política de movilidad segura para las mujeres.

Por último, el proyecto estratégico de comunicación, a partir de la definición que se ha estado analizando, constituye el nivel más amplio y articulador de la acción comunicativa, dada su diversidad y complejidad. De hecho, Martín (2011) argumenta que el plan estratégico de comunicación en una institución o colegio es definido como “el patrón de decisiones que determina los objetivos, fines o metas, estableciendo los planes y políticas principales” para conseguirlos (p. 106). De esta manera, podemos pensar la comunicación no solo como un recurso de difusión, sino también como el eje central de la gestión institucional. Un programa plurianual para promover la igualdad de género en los espacios públicos, mediante campañas, materiales didácticos, acuerdos con medios, evaluaciones de impacto, podría ser un ejemplo de intervención comunicativa.

7.2 Acoso sexual en el espacio público

El acoso sexual en el espacio público es, posiblemente, una de las formas más presentes y naturalizadas de violencia de género. Distintos estudios afirman que estas prácticas, que van desde comentarios y miradas intimidatorias hasta tocamientos e incluso agresiones físicas; que

son la forma de ser de este tipo de violencia, son la expresión de las relaciones de desigualdad entre hombres y mujeres que han caracterizado nuestra historia y una forma de limitar la libertad de las mujeres para poder ocupar la ciudad. Así, Segovia Marín (2020) describió la violencia sexual en los espacios públicos, incluido el transporte público, como evidencia de una forma reiterada de dominación que afecta la integridad física y la autonomía, una forma de despojar de su derecho a las mujeres a desplazarse de forma segura.

En la perspectiva crítica, Hoyos et al. (2020) sostienen que el espacio urbano no es neutral y reproduce las jerarquías de poder que perpetúan las desigualdades de género. Esto es, los espacios urbanos reproducen las mismas asimetrías que rigen en la sociedad patriarcal y, por ende, son espacios de las mujeres que enfrentan diversas formas de violencia que impactan sus proyectos de vida con la experiencia de una futura participación igualitaria. Al ser aplicado a los entornos del sistema TransMilenio el anterior planteamiento pone de manifiesto que buses y estaciones no son sólo espacios de movilidad, sino espacios de las mujeres, en los que se expresan y reproducen relaciones de poder que se despliegan sobre sus cuerpos. Para el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2025) el acoso sexual en el transporte público puede explicarse como la expresión de una cultura machista profundamente arraigada en la cual las formas de dominación hacia las mujeres han sido naturalizadas y desnaturalizadas. Esta normalización complica la posibilidad de la política y origina la percepción social de la tolerancia hacia las agresiones.

De manera complementaria, Cabrera Lamas (2019), tras su investigación sobre jóvenes en Guadalajara, señala que las víctimas y testimoniales tienden a minimizar o justificar los episodios de acoso, situación que, por un lado, impide las denuncias y, por otro, justifica la

violencia cotidiana de la cual son víctimas. A nivel internacional, la ONU Mujeres (2021) manifiesta que el acoso de las mujeres en los espacios públicos afecta la exclusión urbana de las mismas, debido a que limita su acceso a la educación, el trabajo, el ocio, así como la movilidad. Proponiendo la idea de que el espacio público es la extensión de las estructuras patriarcales, Pérez (2020) concluye que las desigualdades producidas en el ámbito de la esfera privada se proyectan a la ciudad, limitando la circulación y la apropiación de ciertos lugares por parte de las mujeres. En la misma línea, Araúz-Reyes (2025) señala que el acoso sexual callejero, en ciertos territorios de América Latina, se define como una violencia estructural que impide a las mujeres la posibilidad de hacer uso de su derecho al espacio público y al mismo tiempo refuerza su sensación de vulnerabilidad.

Desde este punto de vista, debe considerarse al acoso sexual en el espacio público y en el sistema de transporte masivo como un fenómeno estructural: es capaz de reproducir la desigualdad de género y de perpetuar ciertos patrones culturales, sociales e institucionales. Para el estudio, la introducción de esta categoría es relevante porque ayuda a contextualizar el trabajo de la comunicación que llevan a cabo TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer frente a este problema. Para poder plantear alternativas en el ámbito de la comunicación no basta con la sensibilización, sino que esta debe materializarse en un cambio en las percepciones, comportamientos de los ciudadanos, en fortalecer la denuncia y en la construcción de espacios de seguridad y confianza.

8. METODOLOGÍA

8.1. Paradigma Interpretativo

El proyecto se desarrolla dentro del paradigma interpretativo, que deriva de la idea de que la realidad social es una construcción simbólica, intersubjetiva, que es posible comprenderla a partir de los significados que los actores ponen en sus experiencias. A partir de esta conceptualización, el conocimiento no se obtiene a través de la medición o verificación de hipótesis, sino a partir de una profunda interpretación de los fenómenos sociales en su contexto (Guba & Lincoln, 1994). En este sentido, el interés principal no es entender ni predecir, sino comprender los sentidos, percepciones y discursos que afloran en torno a las iniciativas comunicativas promovidas por TransMilenio S.A. y la Secretaría Distrital de la Mujer alrededor del acoso sexual en el sistema de transporte masivo de Bogotá.

En continuidad con esta línea, el paradigma interpretativo dirige el análisis hacia la comprensión cualitativa de los discursos institucionales y ciudadanos, reconociendo que dichos discursos son expresiones de construcciones sociales de la realidad. Según Denzin y Lincoln (2018), este paradigma responde a la búsqueda de indagar de qué manera las personas interpretan su mundo y construyen significados en función de sus experiencias, siendo que Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) afirman que el investigador cualitativo ha de situarse dentro del contexto del fenómeno estudiado con la finalidad de captar sus sentidos y particularidades.

8.2. Enfoque Cualitativo

La investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que se centra en el análisis de discursos, prácticas comunicativas y experiencias vividas. Este enfoque permite comprender tanto la lógica

de diseño e impulso de las iniciativas de comunicación, como las percepciones que estas generan en las usuarias. De esta forma, se busca analizar las iniciativas comunicativas en la construcción de un sistema de transporte más seguro y equitativo para las mujeres.

Por lo anterior, este estudio se encontró soportado por un enfoque cualitativo, idóneo para la comprensión de los fenómenos sociales desde los significados que los actores establecen en relación con sus propios acontecimientos. En este sentido, Hernández et al. (2014) expresan que el enfoque cualitativo tiene una orientación a comprender profundamente la realidad social, a partir del análisis interpretativo de discursos, contextos y comportamientos, privilegiando en todo momento la flexibilidad y la exploración sobre la medición. Esto mismo afirman Denzin y Lincoln (2018) ya que la investigación cualitativa se dirige al estudio de los fenómenos en su entorno natural, con el objetivo de entender cómo las personas construyen sentido a partir de sus interacciones. De esta manera, el estudio busca concretar la interpretación de los discursos institucionales, así como las percepciones de la ciudadanía en relación con las iniciativas de comunicación que TransMilenio S.A. y la Secretaría Distrital de la Mujer han puesto en marcha respecto del acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá.

8.3 Metodología de Estudio de Caso

Esta investigación se planteó como un estudio de caso, ya que se centra en el análisis de un fenómeno específico: las iniciativas de comunicación que se han implementado por parte de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer sobre el acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá, por lo cual, Jiménez et al. (2016) señaló que el estudio de caso es una estrategia empírica que se utiliza para investigar fenómenos contemporáneos dentro de su entorno real, sobre todo cuando las fronteras entre fenómeno y contexto no están claramente definidas.

Lo anterior se ajustaba a la problemática del acoso sexual en el transporte público. Esta perspectiva permite que sea más fácil abordar la problemática desde distintos ángulos y fuentes de información, evidenciando su complejidad. Además, Guzman & Alejo (2017) explican que los estudios de caso pueden ser exploratorios, descriptivos o explicativos, siendo particularmente valiosos en situaciones donde existen múltiples variables de interés. Este proyecto se ubicó principalmente en un nivel exploratorio–descriptivo, ya que busca comprender cómo se diseñan, impulsan y reciben las iniciativas comunicativas en TransMilenio, a partir de la mirada tanto institucional como ciudadana.

Por su parte, Jiménez et al. (2016) destaca que el estudio de caso es una forma de indagación intensiva y holística que permite comprender la particularidad y complejidad de un caso específico, lo que es esencial para captar las singularidades de este contexto social y las experiencias de los actores involucrados.

Asimismo, Hernández et al. (2014) subrayan la utilidad del estudio de caso para realizar un análisis profundo y detallado de fenómenos, instituciones o grupos particulares, permitiendo comprender las múltiples dimensiones que conforman el objeto de estudio. En línea con ello, Merriam (1998) afirma que esta metodología se centra en ejemplos concretos con el propósito de ilustrar, comprender o explicar fenómenos complejos que no pueden reducirse a variables estadísticas, enfatizando la riqueza del conocimiento cualitativo y contextual que se busca en esta investigación.

En conclusión, el estudio de caso resulta pertinente porque permite analizar en profundidad y dentro de su contexto real las iniciativas de comunicación que se han implementado por parte de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer sobre el acoso sexual en el sistema de transporte masivo en Bogotá.

8.4. Fases de investigación

La indagación se realizó en tres fases sucesivas y articuladas las cuales cubrieron el fenómeno desde una perspectiva absoluta y global, de acuerdo con lo que se propone con la investigación cualitativa, así como en el marco del paradigmático que dio sentido al estudio (Hernández, et al., 2014).

Fase 1: Preparatoria

En esa fase inicial se definió el diseño metodológico y se acotaron los ejes conceptuales y contextuales que consideramos necesarios para comprender el fenómeno del acoso sexual en el sistema de transporte masivo de la ciudad de Bogotá, D.C. Así se armó la planificación del trabajo de campo, la construcción de los instrumentos cualitativos y la elección de las entidades e informantes claves para la ejecución del estudio (Hernández, et al., 2014).

Fase 2: Trabajo de campo.

Este trabajo empírico incluye una revisión documental y bibliográfica que se realizó como una forma de estudiar la normatividad, los antecedentes institucionales y los estudios sobre el fenómeno del acoso sexual en los espacios públicos y, en específico, en los sistemas de transporte masivo. De este modo, se produjo una revisión de investigaciones académicas, documentos institucionales, normatividad legal y estudios sobre organizaciones de esa naturaleza, que ayudaron a mirar globalmente el fenómeno del acoso sexual en los sistemas de transporte masivo de la ciudad (Hernández, et al., 2014).

Conforme a lo anterior, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas a funcionarias de la Secretaría Distrital de la Mujer y a mujeres usuarias del sistema TransMilenio, así como

encuestas de tipo cualitativo dirigidas a un grupo de usuarias. Esta fase tuvo como objetivo recoger percepciones institucionales y ciudadanas frente a las iniciativas de comunicación, así como recoger necesidades y expectativas sobre las estrategias que se implementan, y facilitar una identificación de aspectos a mejorar en relación con el diseño, alcance y pertinencia sociocultural.

Fase 3: Analítica.

Se propició un análisis de las iniciativas comunicativas desarrolladas por TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer. Esta fase permitió contrastar la información recogida en el trabajo de campo con la revisión documental, lo cual facilitó la interpretación de la eficacia, la coherencia y la pertinencia social de las campañas institucionales, en un esfuerzo por entender de qué manera las iniciativas analizadas entran en conversación con la experiencia de las usuarias y se insertan dentro del contexto más general de la prevención y atención del acoso sexual en el Sistema de transporte masivo.

8.5 Fuentes

En función del desarrollo de la presente investigación, se valora útil la utilización de fuentes primarias y fuentes secundarias, por cuanto se obtiene una percepción más amplia y contrastada sobre el fenómeno. En este sentido, citando a Hernández (2014), la combinación de distintas fuentes y técnicas en los estudios cualitativos favorecen la triangulación de los datos -lo cual favorece la validez interpretativa- y permite un acercamiento más certero al reconocimiento de los fenómenos sociales. Por lo cual las fuentes fueron objeto de selección valorando su

pertinencia, fiabilidad y aportación al análisis del acoso sexual en el sistema de transporte masivo de Bogotá.

Las fuentes primarias están compuestas por la información consignada como resultado de la práctica de entrevistas institucionales a funcionarias de la Secretaría Distrital de la Mujer orientadas a conocer enfoques, criterios de diseño y objetivos referidos a las estrategias comunicativas. También se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas y encuestas cualitativas a mujeres usuarias del sistema, que traen a colación sus percepciones sobre la eficiencia y la eficacia de las campañas institucionales. Tal como afirman Taylor y Bogdan (1986), las entrevistas cualitativas permitieron acceder a los mundos subjetivos de las personas, a conocer sus significados y a reconstruir la realidad a partir de su propia experiencia. Lo anterior, se sintetiza de la siguiente manera:

Fuentes primarias:

- Entrevistas a funcionarias de la Secretaría Distrital de la Mujer.
- Encuestas aplicadas a mujeres usuarias del sistema.

Fuentes secundarias:

- Documentos institucionales
- Materiales de comunicación desarrollados por las entidades.
- Estudios académicos.
- Normativas en materia de género y transporte (Políticas públicas)

8.6 Herramientas de recolección de la información

Conforme al paradigma interpretativo y al enfoque cualitativo que guían esta investigación, fue preciso utilizar diversas herramientas para la recolección de información a efecto de apropiarse del fenómeno estudiado. Ello condujo a la posibilidad de analizar el caso de TransMilenio S.A. y de la Secretaría Distrital de la Mujer a partir de cuestiones institucionales, comunicativas y ciudadanas, y, por lo tanto, generó la posibilidad de realizar triangulaciones de datos y el mejoramiento de la validez interpretativa que proporciona el mismo proceso. Tal como expresan Hernández et al. (2014), la interrelación entre los instrumentos cualitativos permite profundizar analíticamente y hace que las interpretaciones generen contexto y significados sociales. Para ello, el estudio implementó tres principales herramientas: entrevistas semiestructuradas y la revisión documental, así como encuestas cualitativas, cuyos objetivos, fundamentos teóricos y usos se desarrollan en el siguiente cuadro:

Tabla 1
Herramientas de recolección de la información

Herramienta	Descripción	Sustento teórico	Aplicación	Población / Fuente	Propósito en la investigación
Entrevistas semiestructuradas	Técnica cualitativa que permite obtener información profunda a partir de la interacción directa con las personas, posibilitando explorar percepciones, experiencias y significados. Se realizaron entrevistas institucionales y a usuarias del sistema.	Según Taylor y Bogdan (1986), las entrevistas cualitativas permiten comprender el mundo interior de los participantes y reconstruir sus realidades desde la interpretación.	9 entrevistas en total: 1 institucional (Secretaría Distrital de la Mujer) y 8 a mujeres usuarias del sistema.	Funcionarias institucionales y usuarias del sistema de transporte masivo de Bogotá.	Comprender los sentidos, percepciones y valoraciones que las instituciones y las usuarias otorgan a las iniciativas de comunicación sobre acoso sexual.
Revisión documental y análisis de contenido	Técnica orientada a examinar documentos institucionales, piezas comunicativas, normativas y estudios académicos, para identificar discursos, enfoques y estrategias comunicativas.	Bardin (2002) plantea que el análisis de contenido permite interpretar los mensajes, los contextos y las intenciones comunicativas desde un enfoque sistemático y hermenéutico.	Se revisaron documentos institucionales (2020–2025), campañas, videos, comunicados, políticas de género y estudios académicos.	TransMilenio S.A., Secretaría Distrital de la Mujer, políticas distritales y nacionales sobre equidad de género.	Identificar los objetivos, discursos, públicos meta y métodos comunicativos presentes en las estrategias institucionales de prevención del acoso sexual.

Encuestas cualitativas	Instrumento de recolección de información que recoge opiniones y percepciones a través de preguntas abiertas, permitiendo analizar tendencias discursivas y valoraciones personales.	Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) afirman que las encuestas cualitativas ayudan a explorar significados colectivos, percepciones y patrones de sentido en contextos sociales determinados.	17 encuestas cualitativas aplicadas a mujeres usuarias del sistema de transporte masivo.	Mujeres usuarias del sistema TransMilenio de Bogotá.	Explorar percepciones, experiencias y niveles de conocimiento sobre las iniciativas comunicativas institucionales frente al acoso sexual.
------------------------	--	--	--	--	---

Nota. Elaboración propia.

En el contexto de la metodología cualitativa adoptada, las entrevistas fueron una de las principales técnicas de investigación, que nos permitieron acceder a la dimensión comunicativa del acoso sexual en el sistema de transporte masivo de Bogotá desde la institución y desde la ciudadanía. De acuerdo con Taylor y Bogdan (1986), la entrevista cualitativa permite acceder a las percepciones y significados que las personas construyen en torno de la realidad que les toca vivir, algo fundamental en la investigación interpretativa. En este sentido, se llevaron a cabo dos tipos de entrevistas: las institucionales, a las funcionarias encargadas de gestionar las iniciativas de la comunicación y las entrevistas a las usuarias, orientadas a conocer sus percepciones y su experiencia frente a dichas estrategias.

Las entrevistas institucionales, realizadas a la persona encargada de la Dirección de Eliminación de Violencias y Acceso a la Justicia, y a una integrante del equipo de comunicaciones de la Secretaría Distrital de la Mujer, tuvieron como finalidad conocer de primera mano las acciones de comunicación con que cuenta la Secretaría Distrital de la Mujer, su relación con TransMilenio S.A. y con otras entidades del distrito. La entrevista duró aproximadamente 30 minutos y fue grabada en audio y con autorización de las/os participantes. Las preguntas ponían la atención en aspectos como la existencia de las acciones comunicativas, su duración y sus objetivos, el vínculo entre los mensajes y las políticas públicas, los procesos de

planificación y de coordinaciones interinstitucionales, así como los mecanismos de evaluación del impacto. Dicha entrevista contribuyó a identificar la estructura institucional de las campañas, sus metodologías de diseño y los problemas que enfrentan en su implementación y recepción por parte de la ciudadanía y proporcionó una mirada estratégica acerca del papel de la comunicación pública en la prevención del acoso sexual.

Por su parte, dirigidas a las usuarias, las entrevistas semiestructuradas fueron realizadas con un grupo de ocho mujeres en diferentes paradas de la red de TransMilenio durante una media de 10-15 minutos. Las entrevistas estaban orientadas a explorar sus percepciones, experiencias y valoraciones sobre el acoso sexual en el sistema y sobre las estrategias de comunicación utilizadas por las instituciones, y tomaron en consideración varios aspectos: frecuencia en el uso del transporte, experiencias de seguridad, grado de conocimiento y recordación de las campañas, claridad y eficacia de estas, confianza en las rutas de denuncia, etc.

Complementariamente a la realización de estas entrevistas, se aplicaron encuestas cualitativas, dirigidas a un número más elevado de usuarias, con preguntas centradas en patrones de movilidad, percepción del riesgo, conocimiento de los canales de atención y recomendaciones para mejorar las intervenciones de comunicación. Finalmente, la revisión documental propició el análisis de normativas, informes institucionales y estudios previos, permitiendo obtener un marco contextual que facilitó en el posterior análisis de los discursos producidos por las participantes y favoreció la triangulación de los datos obtenidos con el trabajo de campo.

Por otra parte, se presenta a continuación la matriz categorial que permite organizar la estructura metodológica del proceso investigativo que se realizó:

Tabla 2
Matriz Categorical

Objetivo	Categoría	Metodología	Unidad de Análisis y Fuente Específica
1. Indagar sobre la problemática del acoso sexual que enfrentan las mujeres en el sistema de transporte masivo de Bogotá.	Gestión estratégica de la comunicación	Revisión documental	Fuentes Secundarias: Estudios académicos, encuestas oficiales (Encuesta Distrital de Movilidad 2023, Concejo de Bogotá, ONU Mujeres), y artículos periodísticos (Revista RAYA, 2023).
2. Describir las iniciativas de comunicación desarrolladas por TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer orientadas a la prevención y atención del acoso sexual.	Iniciativas de comunicación	Revisión Documental y Análisis de Contenido. Entrevistas institucionales	Unidad Documental: Documentos institucionales de TransMilenio y SDMujer (sitios web, informes, piezas comunicativas). Fuentes Primarias Institucionales: Rosa Isela Ortiz Villamizar (Dirección de Eliminación de Violencias y Acceso a la Justicia, SDMujer), Lady Viviana Zambrano Quintero (Equipo de comunicaciones, SDMujer).
3. Conocer la perspectiva de las mujeres usuarias frente a las iniciativas de comunicación desarrolladas.	Acoso sexual en el espacio público	Entrevistas semiestructuradas a usuarias - Encuestas cualitativas	Fuentes Primarias Ciudadanas: Mujeres usuarias de TransMilenio (8 entrevistas a profundidad y 15-20 encuestas cualitativas).

Nota. Elaboración propia.

8.7 Herramientas de análisis

El análisis realizado a partir de la investigación tuvo como base las herramientas de tipo cualitativo, pero éstas orientadas a la interpretación de discursos, significados y percepciones. En consonancia con el paradigma interpretativo y con el enfoque cualitativo elegido, el análisis no se refiere únicamente a la descripción de los datos, sino que intenta captar los sentidos que albergan las voces institucionales y ciudadanas. De acuerdo con lo definido por Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), el análisis cualitativo se refiere a un proceso inductivo y reflexivo en el que se organiza, codifica e interpreta la información para generar categorías de sentido que apunten a responder a la finalidad del estudio. Con ese horizonte, se tiene como base

dos herramientas de análisis más importantes; el análisis de contenido, realizado a los documentos, a las piezas comunicativas y a las normativas institucionales, y el análisis temático e interpretativo, realizado a las entrevistas y a las encuestas cualitativas, de acuerdo con los desarrollos realizados por Bardin (2002) y por Miles, Huberman y Saldaña (2014).

El análisis de las dos fuentes permitió resaltar un diálogo interpretativo y reflexivo entre la visión institucional y la práctica ciudadana, la cual es uno de los aspectos sustanciales en este estudio de caso. Desde una argumentación de contraste, esta contradicción expresa que las acciones de comunicación no solo tienen que propiciar mensajes de prevención, sino que también deben contribuir a la confianza pública, fomentar la participación y revertir los imaginarios sociales acerca del acoso sexual en el espacio público. En concordancia con lo propuesto por Guba y Lincoln (1994), la concepción cualitativa de la realidad social ya no se apoya en los significados, tensiones y en las dificultades que se confrontan en las acciones de comunicación institucional.

Finalmente, las herramientas de análisis que se usaron permitieron transversalizar la dimensión discursiva, institucional y del saber vivido del fenómeno en el contexto de la comprensión de cómo la comunicación pública es un espacio de producción simbólica y de transformación cultural. Este proceso hermenéutico no solo contribuyó al cumplimiento de los objetivos del proyecto de investigación, sino que además reafirmó el valor del análisis cualitativo como forma de acercarse a la comprensión de las relaciones entre comunicación, género y ciudad que, en esta investigación, está especialmente matizada por el contexto de la movilidad segura de las mujeres en Bogotá.

9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

9.1 Objetivo Específico 1. El acoso sexual que enfrentan las mujeres en el sistema de transporte masivo de Bogotá

El acoso sexual hacia las mujeres en el sistema de transporte masivo TransMilenio es una de las manifestaciones más tenaces de la violencia de género urbana. Esta investigación define el acoso sexual como toda manifestación o acción de acoso físico o verbal de carácter sexual y sin consentimiento, tal como lo sugieren la Ley 1257 de 2008 y la Corte Suprema de Justicia (2018). El acoso se desarrolla en la cotidianidad del espacio urbano, con el cual se contrasta las asimetrías de poder entre hombres y mujeres que advierten Hoyos, Gómez y Forero Villarreal (2020). El espacio público de TransMilenio caracterizado por la proximidad o aglomeración del ser humano y por un escaso control ciudadano— no se sostiene como un espacio neutral sino como una escena de dominación simbólica y física. En este sentido, el acoso sexual en términos de Segovia (2020)— es una práctica social normalizada de conductas desde comentarios sexuales no deseados hasta un acercamiento sexual físico o incluso agresiones sexuales; es decir, el acoso genera una cultura de la permisividad y, por tanto, de la impunidad.

Por lo anterior, este fenómeno se enmarca en el espacio público, donde, como plantean Hoyos et al. (2020) se hacen visibles las asimetrías de poder entre hombres y mujeres. En consecuencia, TransMilenio por su alta densidad poblacional y deficiente control— deja de ser un espacio neutro para convertirse en un escenario donde se reafirman jerarquías de género y se vulnera el derecho de las mujeres a una movilidad segura y digna. Desde un enfoque interpretativo, los relatos aportados por las encuestas cualitativas y las entrevistas permitieron identificar tendencias de inseguridad y acoso normalizado. La mayoría de las personas participantes se identifican como personas usuarias frecuentes del sistema, lo que incrementa su

nivel de exposición a los riesgos, sobre todo en las franjas horarias con mayor afluencia, que se sitúan entre las 6:00 y las 7:30 a.m. y entre las 5:30 y las 7:00 p.m. —horas en las que además las acumulaciones de personas favorecen la proximidad y el contacto físico no pedido—.

Ahora bien, las mujeres participantes narran que han experimentado o han sido testigos de experiencias de acoso que se perciben como parte del funcionamiento habitual del sistema de transporte público, entre ellas, las miradas insistentes, los roces intencionales, los comentarios sexuales, los tocamientos y los gestos lascivos. Este patrón se ajusta al que advierte ONU Mujeres (2022), quien señala que el transporte público es una de las principales situaciones donde se evidencia la violencia urbana de carácter sexual, y Segovia Marín (2020) hace referencia a que estas acciones son reflejo de la naturalización de la dominación masculina sobre el cuerpo de las mujeres.

Dichas manifestaciones constituyen lo que González (2019) y Castellanos et al. (2022), presenta como violencias simbólicas normalizadas: gestos cotidianos que se consideran "inevitables" o "insignificantes" debido a que las personas que estuvieron muy habituadas y toleran socialmente, y que reproducen las estructuras de desigualdad y/o de exclusión. En los relatos analizados, las mujeres dan cuenta de la necesidad de estar en un estado de autoprotección permanente, incautando la forma de vestir, el recorrido, los horarios, para evitar situaciones que puedan ser interpretadas como agresiones, lo que permitió describir la movilidad limitada por el miedo y la constreñida. A su vez, observamos un nivel muy elevado de desconfianza institucional, ya que la mayor parte de ellas expresan una falta de motivación para presentar denuncias de situaciones de acoso, debido a la sensación de ser revictimizadas o por la percepción de que tampoco existe respuesta sobre la denuncia. Este resultado coincide con respecto a lo que se informa del Concejo de Bogotá (2025) el cual describió que, en 2024 hubo

420.000 casos de violencia sexual en el transporte público, de los cuales sólo 1.225 fueron denunciados, marcando un índice de impunidad ampliamente elevado.

Los resultados también se correlacionan con el trabajo de otros autores que abordan este fenómeno desde otras ópticas. La investigación "Conmigo no: prevención del acoso sexual en el transporte público de Bogotá" de Morales Paipilla y Navarro Riveros (2022) propone una alternativa psicoeducativa a través de una aplicación móvil que acompaña y orienta a las mujeres que experimentan el acoso sexual. Esta alternativa muestra que tanto la educación digital como la autoeficacia ciudadana son formas que previene y denuncia el acoso. El estudio "Acercamiento al acoso sexual a universitarias en el transporte público en Bogotá" de Monsalve González et al. (2022) demuestra que las experiencias de este tipo tienen efecto sobre la salud mental y emocional de las mujeres, generando ansiedad, miedo y restricciones en su vida cotidiana, lo cual coincide con las narrativas recogidas en esta investigación.

9.2 Objetivo específico 2. Iniciativas de comunicación desarrolladas TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer orientadas a la prevención y atención del acoso sexual

La segunda finalidad concreta de la investigación se dirigió a describir las iniciativas de comunicación implementadas por TransMilenio y por la Secretaría Distrital de la Mujer para prevenir y atender el acoso sexual en el sistema de transporte público de la ciudad de Bogotá. Las iniciativas llevadas a cabo en diferentes momentos y desde diversas orientaciones institucionales constituyen un elemento central de la respuesta pública a una problemática estructural y persistente que afecta desproporcionadamente a las mujeres en su movilidad cotidiana. Describir las iniciativas de comunicación permite acceder no solo al diseño y a los fines manifestados, sino a los sentidos que construyen, a los dispositivos de sensibilización que generan y las tensiones comunicativas que aparecen en su vinculación con la ciudadanía. El

presente apartado ofrece una descripción detallada de las iniciativas: “Me Muevo Segura”, “Pita y Avisa”, “Date Cuenta es Violencia”, el “Botón de Pánico” y la “Línea Púrpura” a partir de la revisión del documento y del trabajo de campo para valorar sus adecuación, coherencia y alcance en el ámbito de la prevención y atención del acoso sexual en el transporte público.

9.2.1 ‘Me muevo segura’

El proyecto de comunicación "Me Muevo Segura" se inscribe en el enfoque teórico de las iniciativas de comunicación como un proyecto estratégico de comunicación, ya que articula acciones institucionales, pedagógicas y tecnológicas que propicien una transformación social y cultural. Los proyectos estratégicos de comunicación son, siguiendo a Martín (2011), un instrumento de planificación integral que permite orientar las decisiones organizacionales hacia la consecución de fines sociales y comunicativos, que son coherentes con la misión institucional. Así, esta iniciativa de la Secretaría Distrital de la Mujer, en articulación a la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ), y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) puede ser entendida como la forma en que se estructuran las acciones para prevenir las violencias y el acoso sexual contra las mujeres y niñas en los espacios públicos urbanos y que contribuyen a mejorar la percepción de seguridad en Bogotá (Secretaría Distrital de la Mujer, s.f.)

Este proyecto nace de la asociación establecida en el año 2015 con la organización ALS-Safetipin de la India, desarrolladora, entre otros, del aplicativo Safetipin, herramienta tecnológica que permite la primera medición de la seguridad urbana con una perspectiva de género en la ciudad de Bogotá y en toda la región de América Latina. Dicha colaboración marca un avance en la incorporación de la innovación digital y la visión de género con enfoque en la visión planteada por Ríos, Páez y Barbosa (2020), quienes dicen que una estrategia de comunicación efectiva parte de un diagnóstico estricto y se produce mediante el entrelazamiento entre diferentes

canales, actores y medios para alcanzar objetivos de transformación social. La nominación de Me Muevo Segura como una de las diez mejores iniciativas de todo el mundo en el marco del TUMI Global Urban Mobility Challenge afirma su impacto en el contexto internacional y su pertinencia como una forma de gestión comunicativa urbana (Secretaría Distrital de la Mujer, s.f.).

Con el fin de poner en práctica este proyecto, en el 2019, la Alcaldía Mayor de Bogotá mediante su secretaria de Mujer, Seguridad y TransMilenio inició la institucionalización de esta propuesta, materializándola con la elaboración del primer protocolo nacional de prevención, atención y sanción del acoso en el transporte público (TransMilenio, 2019). Desde un enfoque estratégico, esta acción traduce los postulados de la comunicación para el cambio social en políticas públicas concretas, reafirmando lo indicado por Capriotti (2013) para quien toda organización comunica a través de la realización de sus prácticas diarias y no solventando todo con mensajes publicitarios. Así, Me Muevo Segura se configura como una herramienta de comunicación institucional que conjuga información, sensibilización y acompañamiento ciudadano.

A lo largo del desarrollo de la campaña, se pusieron en marcha prácticas pedagógicas que tenían como objetivo el que las personas reconocieran las diferentes formas que puede adquirir la violencia y pensar sobre la corresponsabilidad que existe en la erradicación de dicha violencia. Para ello, se difundieron imágenes gráficas, piezas audiovisuales, cuñas de radio, vídeos institucionales y se promocionaron las rutas de atención —Línea 123 y Línea Púrpura (01 8000 112 137)— que existen para atender situaciones de acoso o violencia en el medio de transporte. Esta conjugación de la comunicación institucional, de la educación ciudadana y de la atención inmediata se encontró alineada con las ideas que defienden Fundora et al. (2015, citados en Ríos,

Páez y Barbosa, 2020) quienes definen la estrategia de comunicación como la capacidad inteligente de dar dirección a las acciones para encontrar solución a un determinado problema que se presenta en un segmento social.

La evaluación del proyecto en cuestión, en el año 2019, reveló mejoras evidentes de la percepción de la seguridad en las mujeres que se trasladan en el espacio público nocturno: si se compara con 2015, hemos llegado a 2019 con más zonas consideradas como seguras o muy seguras. Aunque en 2019 una parte reducida de las mujeres encuestadas dijo que evitaban recorrer el espacio público en horario nocturno y otra parte limitó la seguridad a ciertas zonas, demostrando de este modo que el miedo y la auto-limitación del derecho a la movilidad continúan existiendo (Secretaría Distrital de la Mujer, 2019). En palabras de González Velasco (2019), estas declaraciones constatan que, si bien existen algunas acciones institucionales que han conseguido visibilizar el problema e incluso cierta transformación de la percepción, la transformación es parcial, considerando que continúan reproduciéndose estructuras simbólicas que naturalizan la violencia de género en el espacio público.

Tales estructuras se expresan a través de imaginarios que responsabilizan a las mujeres de su propia protección, en la normalización del riesgo como parte de la vida urbana y en la asignación del espacio público nocturno como un territorio prohibido o riesgoso para ellas. Estas representaciones de los espacios y lugares no permiten que las estrategias comunicativas desarrolladas alcancen su máxima eficacia porque no permiten que la seguridad se entienda como un derecho colectivo, como un derecho de las mujeres a trasladarse y no como una carga individual, volviéndose así a reproducir desigualdades que las campañas intentan revertir.

9.2.2 'Date cuenta es violencia, pita y avisa'

En este apartado al analizar la propuesta de la comunicación en el sector teórico, "Date cuenta es violencia, Pita y Avisas", se considera una campaña de comunicación dado que se observa como una acción de carácter temporal, persuasivo y educativo, dirigido hacia la movilización del ciudadano y a la transformación de sus comportamientos. Las campañas de comunicación son conjuntos de acciones organizativas, con la finalidad de transformar percepciones, conocimientos o actitudes de un público determinado (Marasso 1994). Esta campaña explica la razón por la cual la campaña comunicativa, impulsada por la Secretaría Distrital de la Mujer y TransMilenio, desde la Ciudad de Bogotá en 2023, ha tenido la intención de hacer visibles prácticas de corresponsabilidad y acción colectiva ante la violencia de género del transporte público de Bogotá, combinando condiciones de seguridad y experiencia de viaje por las mujeres (Alcaldía de Bogotá, 2023).

La propuesta es el resultado de una respuesta simbólica y práctica a situaciones de violencia urbana que hicieron visibles la vulnerabilidad de las mujeres en el sistema. Uno de los detonantes fue el ataque con arma blanca que tuvo lugar en enero de 2022, cuando la compañera del concejal Javier Ospina fue atacada en un bus de TransMilenio en un intento de robo. El hecho en particular, la solidaridad espontánea de los pasajeros, hicieron que esta pronta acción ciudadana de alerta y cuidado colectivo se convirtiera en la idea central de la campaña: "Pita y Avisas". Este recurso —el uso del silbato como señal de alerta— es para activar la reacción inmediata de las autoridades, el personal del sistema o los mismos pasajeros ante una situación de violencia, acoso o robo (Alcaldía de Bogotá, 2023).

La administración distrital, en esta primera fase, ha distribuido 5.000 silbatos y 5.000 manillas en la búsqueda de una estrategia de sensibilización en medios, redes sociales y espacios

del sistema. Esta acción es un ejemplo que traduce el principio de la comunicación horizontal, tal y como plantea Freire (1997), quien concibe el acto comunicativo como un acto de comunicación dialógicamente —liberador— donde las personas que participan en este proceso se constituyen recíprocamente en agentes de transformación. La campaña, al dotar a los usuarios de esta herramienta de participación concreta —el silbato— se aleja del modelo de comunicación institucional de carácter unidireccional y se aproxima a un proceso de comunicación participativa, empoderadora.

La campaña atravesó también la incorporación de componentes pedagógicos y simbólicos, a través del reconocimiento del acoso como una forma de violencia, a través del aliento a las personas para no callar. Ese mensaje va en línea con la advertencia de González Velasco (2019) a partir de la cual sostiene que las violencias simbólicas y las violencias cotidianas están ancladas a partir de la pacificación de la gente y a partir de la naturalización de las acciones que pasan por triviales. La invitación a hacer denuncia y a actuar en forma colectiva “Date cuenta es violencia, Pita y Avisa” buscaba visibilizar ese silencio social y volverlo a un acto de solidaridad. La naturaleza interinstitucional de la misma es otro de sus rasgos distintivos. Contó con la Patrulla Púrpura (30 mujeres policías con formación para el trabajo de atención de violencias de género) y con los Puntos de Atención Básica (PAB) de las estaciones Marsella y Avenida Chile donde unas duplas psicojurídicas desarrollan acompañamiento y ayuda a las víctimas. Esa interrelación entre comunicación y atención y comunicación y seguridad responde a la lógica de la estrategia de comunicación integral de Ríos, Páez y Barbosa (2020), en el sentido de que la efectividad de una acción comunicacional radica en justamente articular el discurso institucional y la existencia de la respuesta real y sostenida.

Desde el punto de vista discursivo, el lema “Date cuenta es violencia” propone un giro semántico de gran importancia, en la medida que traslada la tarea de redirigir nuestra atención hacia la identificación y la denuncia de la violencia de las espaldas de la víctima a las espaldas de toda la comunidad. Este desplazamiento de sentido resulta determinante desde la óptica de la comunicación para el cambio social (Gumucio-Dagron, 2006), dado que esta ideología invita a la participación y a la co-responsabilidad ciudadanas en orden a transformar los imaginarios culturales. En este sentido, por consiguiente, la campaña va más allá de prevenir el acoso en el lugar público, sino que también pretende cambiar los imaginarios sociales en torno a la violencia y contribuir a los lazos en torno al cuidado en la ciudad.

Por último, a pesar de esta innovación simbólica, la fuerza de “Date cuenta es violencia, Pita y Avisa” queda condicionada al sostenimiento en el tiempo, así como también a la inclusión de mecanismos de evaluación y retroalimentación que vayan en la dirección de la medición del impacto real de esta estrategia en los ajustes de las personas. Como advierte Capriotti (2013), las estrategias de comunicación deben ser sostenibles a través de la coherencia institucional y la continuidad discursiva, dado que de lo contrario podrían desdibujarse entre acciones sueltas o, por lo contrario, reactivas.

9.2.3 Botón de Pánico

Desde la óptica de la teoría de la comunicación, el “Botón de Pánico” es un producto comunicativo dado que se trata de la realización de una forma tecnológica del mensaje institucional que tiene como finalidad promover la interacción, el feedback inmediato y el empoderamiento del ciudadano. Según Gavilondo (2016), los productos comunicativos son los rendimientos de la acción sociocomunicativa que articulan elementos técnicos y discursivos para afectar la experiencia de los sujetos. Desde esta perspectiva, el Botón de Pánico es una textura

física y simbólica que articula el mensaje de seguridad y respuesta colectiva ante el acoso sexual en un dispositivo comunicativo de acción directa. El proyecto se lanza en marzo de 2025 como una acción piloto de TransMilenio implementado inicialmente en la estación Universidades – City U, en una localización que resulta estratégica por la alta afluencia de mujeres jóvenes y población universitaria. La propuesta quiere promover la cultura de cuidado colectivo y potenciar la respuesta institucional ante emergencias asociado a violencia de género (Alcaldía de Bogotá, 2025).

Desde la mirada de la gestión de la comunicación estratégica esta acción significa un avance hacia un progreso tecnológico y simbólico de la seguridad ciudadana, en la medida en que no sólo se comunica un mensaje de tipo preventivo, sino que se da una herramienta para ejecutar la denuncia y para dar inicio al acompañamiento institucional. Una vez la persona utiliza la herramienta pulsando la opción, inmediatamente el sistema se enlaza con el Centro de Control de TransMilenio y el operador enciende los protocolos de emergencia y conoce la intervención de las Patrullas Púrpuras, las cuales reaccionan hasta el lugar de los hechos. Esa arquitectura proposicional también ratifica la afirmación de Ríos, Páez y Barbosa (2020), quienes indicaron que una estrategia de comunicación efectiva debe basarse en la sinergia entre el mensaje, la tecnología y la injerencia; en este caso, la comunicación no es sólo la emisión de un mensaje, sino que se convierte en un sistema de respuesta institucional que enlaza tecnología, seguridad y ciudadanía.

La gerente de TransMilenio, subrayó que el Botón de Pánico forma parte de una política de protección y de movilidad segura de las mujeres desde el mes de marzo del 2025, donde se halla la confianza en la relación entre usuarias e instituciones, inicialmente en la estación Universidades – City U. Así, la dimensión simbólica, la de la confianza, es clave para la

comunicación pública contemporánea, tal como apuntan Myronenko et al. (2023) cuando afirman que la legitimidad institucional depende de la percepción de cercanía, transparencia y efectividad del canal de comunicación. De este modo, el Botón de Pánico se inscribe como un intento de reconstruir la confianza en el sistema, reconectada históricamente por la impunidad de cara a la violencia y el acoso, que no recibe las respuestas adecuadas.

Por su parte, la teniente coronel jefa del Grupo de Atención a Violencias contra la Mujer, adujo en sus intervenciones que este tipo de patrullas permite reforzar el inicio del Botón de Pánico gracias a los patrullajes constantes y a la atención rápida –con el propósito de ser capaces de atender la respuesta judicial a estos casos informados (El Tiempo, 2025). El componente operativo del Botón de Pánico permite reforzar la arista multidimensional que presenta la comunicación estratégica, pues, tal como se expone en Capriotti (2013), toda acción institucional comunica: los actos de respuesta, la asistencia visible y la permanente presencia de personal de seguridad son tan comunicativos como los mensajes visuales o verbales que puedan aparecer.

El Botón de Pánico, desde una lectura hermenéutica, da cuenta de un símbolo de empoderamiento de reacción colectiva. El uso práctico, como herramienta, transforma el sentido de la denuncia: pasar de un acto burocrático a un acto inmediato y socialmente útil, tal como planteaba Freire (1997), al entender la comunicación como un acto de liberación, en cuanto permite la participación consciente de los sujetos en la transformación de su realidad. Presionar el botón en este contexto es una forma de tomar la palabra, de interrumpir los silencios históricos ante la violencia y de proyectar la reivindicación a tener una movilidad digna.

En contraste, la implementación continúa presenta dificultades en términos de cobertura, sostenibilidad y apropiación ciudadana. Que el primer piloto se limitara a una sola estación pone en evidencia que es necesario consolidar una estrategia de aceptación y acompañamiento

pedagógico. Como señalan Hartini, Ramadhan y Haris (2025), la eficacia de las estrategias comunicativas en el transporte depende de la continuidad, planificación de largo plazo, y evaluación sistemática: si no estamos en estos procesos, las acciones tienden a diluirse como gestos simbólicos y no como procesos estructurales de transformación.

A partir de lo expuesto, era posible concluir que el "Botón de Pánico" se relaciona con la idea de los productos comunicativos, pues tiene valor comunicativo estratégico, ya que se conjuga innovación tecnológica, acción inminente y simbolismo ciudadano, indicando un progreso en la intersección comunicación, seguridad y género, en la medida que convierte la prevención en un acto. Sin embargo, también es un componente de un conjunto de recursos interdependientes, un problema a largo plazo y que se expande mediante la conexión con otros canales de respuesta y la conexión con otras iniciativas que luchan por la sensibilización y la educación ciudadana. Es así que este producto comunicativo manifiesta la evolución de una comunicación únicamente informativa hacia una comunicación activa, orientada a la relación y activa desde la meta de transformación, en consonancia con la propuesta del paradigma interpretativo que orienta esta investigación.

9.2.4 Línea Púrpura Distrital

En este apartado, se busca abordar el tema de las iniciativas de comunicación en el plano teórico, la "Línea Púrpura Distrital" es una estrategia de comunicación. Una estrategia de comunicación es "la manera como se dirige inteligentemente las acciones que se orientan a dar respuestas a problemáticas sociales concretas a partir de la coherencia entre finalidades, públicos y medios" (Ríos, et al., 2020). En este sentido, la Línea Púrpura es una acción de comunicación institucional prolongada en el tiempo y proyectada para articular los diferentes canales de atención, orientación y acompañamiento a las mujeres que son víctimas de violencias basadas en

género en Bogotá. Como resultado de un trabajo interinstitucional entre la Secretaría Distrital de la Mujer y la Secretaría Distrital de Salud, la Línea Púrpura fue constituida en el 2015 con el objetivo de garantizar el derecho de las mujeres a vivir libres de violencia y de propiciar su bienestar integral y salud en plenitud (Secretaría Distrital de la Mujer, 2019). Desde su conformación, la estrategia se encontró enmarcada dentro del paradigma de la comunicación para la transformación social, pues considera que el acto comunicativo no consiste únicamente en una transmisión de información, sino que se trata de un proceso de escucha, acompañamiento y empoderamiento, tal como lo postula Freire (1997), quien caracteriza la comunicación como respuesta al diálogo, el diálogo liberador mediante el cual los sujetos se consideran a sí mismos como sujetos.

La Línea Púrpura ha consolidado un modelo de atención comunicativa integral, dirigido a mujeres de 18 años o más que presentan violencias psicológicas, físicas, sexuales, económicas o simbólicas. Además de constituir un número telefónico disponible las 24 horas, se orienta sobre derechos sexuales y reproductivos, rutas de denuncia, apoyo psicojurídico, servicios especializados, etc.; y articula todas estas dimensiones. Esta formulación multidimensional de la explicación de la estrategia permite que la atención asistencial quede en un plano predominante a la hora de dar sentido, superando las implicaciones meramente asistenciales y ayudando a la autonomía de las mujeres con información y con sensibilización (Secretaría Distrital de la Mujer, 2024).

Desde una mirada de la gestión estratégica de la comunicación, la Línea Púrpura puede ser entendida también como un ejemplo de institucionalización comunicativa, es decir, la organización transforma la misión y los valores de esta en prácticas discursivas y/o prácticas operativas concretas. Según Capriotti (2013), toda institución comunica a través de las acciones

o los servicios que pone en marcha, porque a través de estas se expresa la identidad pública e incluso el compromiso social, por lo que la Línea Púrpura no solamente comunica, sino que también contribuye a generar confianza y legitimidad institucional a partir de una coherencia entre la práctica institucional y el contenido de sus mensajes.

De hecho, su sustentación en el tiempo remite a un profundo conocimiento de lo que García Falcón (1987, p. 102, citado en Martín, 2011) tiene por “plan estratégico de comunicación” -o patrón de decisiones que establece los fines, políticas y contribuciones sociales de una organización- y la de la Línea Púrpura, donde el Distrito muestra su determinación y habilidad para mantener un canal de comunicación con perspectiva de género, revierte en un avance significativo respecto a la discontinuidad históricamente documentada por las campañas de violencia de género.

No obstante, a pesar de su elevación institucional, la Línea Púrpura se enfrenta a una serie de limitaciones respecto a la ampliación de la cobertura, la difusión y la accesibilidad digital. La revisión documental ha puesto de manifiesto uno de sus puntos débiles, que es el desconocimiento por parte de muchas mujeres de su existencia o, aún más, no asociar la Línea Púrpura con las campañas de prevención implementadas en el sistema TransMilenio. Este hallazgo coincide con las observaciones y conclusiones que se han puesto de manifiesto en el informe de ONU Mujeres (2022), que señala que la institucionalización de las políticas de comunicación de género presenta un efecto de corresponsabilidad que se evidenció con relación a la conjunción entre los canales institucionales y el contexto de las personas usuarias de las campañas de prevención. Así que, aunque la Línea Púrpura, por lo que hemos mostrado en este texto, puede ofrecer efectivamente un servicio especializado, su grado de expansión y su impacto

podría verse fortalecido gracias a una mayor articulación con otras iniciativas de comunicación como “Me Muevo Segura” y “Pita y Avisa”.

9.3 Objetivo específico 3. Perspectivas de las usuarias frente a las iniciativas de comunicación.

En este apartado se analiza desde una mirada interpretativa de las voces de las 17 encuestadas y 8 entrevistadas que permitió vislumbrar un engranaje de experiencias, de emociones y de significaciones que dan a conocer cómo las mujeres significan las campañas institucionales que tienen como propósito la prevención del acoso sexual en el sistema TransMilenio. Este análisis no se aproxima a los niveles de efectividad o recordación, sino que intenta desentrañar los sentidos culturales y simbólicos que las usuarias ofrecen a estas iniciativas en coherencia al paradigma interpretativo que transmite Guba y Lincoln (1994), donde se define la realidad a partir de la experiencia, y de la interacción social.

Las participantes de las entrevistas —ocho mujeres que fueron entrevistadas en estaciones como Calle 72 o Portal Américas, entre otras; sumadas a las 17 que respondieron a la encuesta cualitativa—, en sus relatos mencionaron que las campañas son visibles y poco relevantes. También mencionan elementos de la campaña (los colores morados, los logotipos, las frases recurrentes o siempre ver a la “Línea Púrpura” presente), sin embargo, aseguran que esa visibilidad no se traduce en comprensión o recuerdo del mensaje. Una de ellas apuntó: “Sí veo los afiches, pero no sé qué hacer si pasa algo”, otra refirió: “Recuerdo el color morado, pero no recuerdo el mensaje”. Estos testimonios coinciden con respuestas de las encuestas donde varias de las mujeres expresaron que no recordaban ninguna campaña o que eran “poco útiles”. Las entrevistas, a la luz de una mirada hermenéutica, esta desconexión visibiliza lo que Capriotti

(2013) denomina disonancia comunicativa, la brecha existente entre el discurso institucional y la apropiación ciudadana.

A pesar de que las piezas comunicativas están visibles en buses, estaciones, botes de humo rojo, redes sociales no se producen como procesos de orientación práctica. Pero resulta escaso dada que una campaña que queda en un acto de visibilidad periodista queda reducida a una acción simbólica de la presencia estatal que no genera comprensión, empoderamiento ni reconfigura la experiencia de la movilidad de esas mujeres, reproducía la lógica de la informativa pero no la pedagógica que demandaban las mujeres usuarias.

Del mismo modo, las usuarias de las iniciativas institucionales afirmaron que éstas “hacen visible el problema”, pero no logran modificar las prácticas sociales que permiten que el problema se mantenga. De forma intermitente recorre algunos relatos la idea de que las campañas “hablan de la violencia” pero no “hablan con las personas” que viven o reproducen la violencia. Una usuaria entrevistada indicó: “Yo sí veo los carteles, pero la gente sigue haciendo lo mismo; nadie cambia por ver un cartel”, mientras que en los informes, otra de las participantes declaró: “Las campañas hacen ver que existe el acoso, pero no hacen que los hombres dejen de hacerlo” y que por eso, se entiende que las estrategias comunicativas, por más que estén en el espacio público, no son capaces de generar procesos de transformación práctica ni interpelar a los sujetos implicados en lo que se viene haciendo, lo cual limita su campo de acción desde el punto de vista de la prevención y del cambio cultural..

Este tipo de comunicación, centrada en la difusión más que en la circulación, muestra una debilidad estructural: falta de participación y de feedback ciudadano, cuestión que Freire (1997) consideraba fundamental en todo proceso de comunicación liberadora. Las mujeres no aparecen

como interlocutoras del mensaje, sino como receptoras pasivas de instrucciones provenientes de una institución dada.

Otra de las conclusiones interpretativas importantes se hace visible en el desequilibrio de los públicos destinatarios de las campañas, tal como reconocen las participantes, que exponen que estas iniciativas están casi exclusivamente dirigidas a las mujeres, reforzando narrativas de autocuidado y autoprotección al tiempo que las personas agresoras y la comunidad quedan fuera del marco discursivo. Esta tendencia se hace clara en los testimonios de las participantes, como cuando una usuaria dijo: "Todo es para que tengamos cuidado, pero nunca veo nada para los hombres que acosan", o cuando en las encuestas otra participante escribió: "Las campañas siempre van dirigidas a nosotras, no les hablan a ellos". Con estos datos se confirma que las estrategias comunicativas pueden seguir basándose en la responsabilización de las mujeres, en un contexto en el que las personas que ejercen la violencia siguen sin ser interpeladas y la ciudadanía no es convocada a ser corresponsable en la prevención, limitando de esta forma el potencial transformador de las iniciativas.

Desde la perspectiva de González Velasco (2019), esta omisión reproduce las violencias simbólicas normalizadas que atribuyen a las mujeres las responsabilidades de su propia protección y seguridad. En lugar de fomentar una cultura de corresponsabilidad, el discurso institucional se encontraba alejado del mismo y carga sobre las mujeres la necesidad de aprender a "protegerse", esto es, desplaza el problema del agresor hacia la víctima.

La crisis institucional de confianza intensifica la gravedad de la situación. Los/as participantes muestran desconfianza hacia la capacidad de respuesta de las autoridades y del personal de TransMilenio. Por detrás de los porcentajes (solo tres de cada diez mujeres declaran confiar en las campañas) hay una experiencia compartida de desamparo y desengaño. Ahora, las

mujeres que participaron en las entrevistas manifestaron el temor de denunciar los casos de hostigamiento, considero que podrían llegar a revictimizarse o frente a la percepción de que las autoridades nos contestan. Esta inquietud aparece de un modo reiterado en sus testimonios: una de las participantes en la entrevista institucional nos dice, "Yo no denuncio porque siento que no va a pasar nada, porque una queda peor contando lo que le hicieron", y en las encuestas otra usuaria asegura " No confío en denunciar, porque nadie no ayuda y una termina sintiéndose culpable". Estos testimonios nos confirman que las barreras subjetivas y el no confiar en las rutas de atención son elementos que continúan siendo disuasivos para visibilizar los hechos, limitando la eficacia de las iniciativas orientadas hacia la denuncia y la protección. Esta desconfianza puede interpretarse en relación con lo que Myronenko et al. (2023) han señalado, como fractura simbolizadora entre el discurso de la seguridad y la vida cotidiana del riesgo: las instituciones comunican protección, pero las mujeres viven el riesgo en soledad.

Las recomendaciones de las participantes que comprendemos desde una hermenéutica crítica revelan una exigencia de cambio en la comunicación. No piden más afiches ni slogans, solicitan una presencia humana y acompañamiento y procesos pedagógicos prolongados. Las participantes arguyeron: una usuaria expresaba: No necesitamos más colores morados; necesitamos gente que nos acompañe cuando algo sucede, mientras que otra, en las encuestas, manifestaba: La seguridad no se logra con carteles, sino con personal que esté atento y nos crea. También insistieron en mejorar los mensajes en formatos digitales, en las estaciones y en los buses y en la importancia de que el personal del sistema esté preparado para reaccionar ante casos de acoso. También reclamaron que los mensajes debían llegar a toda la ciudadanía (a los hombres también), como argumentaba una de las participantes: Las campañas son solo para nosotras; tendrían que visibilizar a ellos, que son quienes acosan. Estos testimonios refuerzan

que las mujeres no reclaman de las instituciones solo información, sino otras prácticas comunicativas y organizativas que acompañen, orienten y cambien las conductas en el transporte público.

De la evidencia presentada en esta solicitud se deja escuchar el eco de la propuesta de Gumucio-Dagron (2006) de introducir la noción de comunicación para el cambio social: este concepto pone énfasis en los procesos de horizontalidad y en la participación activa de las comunidades en la elaboración del mensaje y en la definición de las soluciones. Por lo cual, las visiones de las usuarias denotan que las acciones comunicativas de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer cumplen más una función informativa que transformadora para el sujeto; su alcance simbólico es inferior como consecuencia de la fragmentación del mensaje, de la escasez de interacción y de la ausencia de confianza institucional. Desde la perspectiva interpretativa, estas voces dan cuenta de que la comunicación no solo tiene que proporcionar información acerca de los derechos, sino que también debe generar lazos, empatía y participación.

10. CONCLUSIONES

Las conclusiones del proceso investigativo revelaron que el acoso sexual en el sistema de transporte público masivo TransMilenio no es simplemente la descripción de una serie de hechos aislados, sino una manifestación estructural de violencia de género que se extiende por el espacio urbano. Las experiencias de las mujeres nos siguen mostrando que el acoso no es un hecho esporádico, sino que ha sido naturalizado en la vida cotidiana de las mujeres, soportado en relaciones de poder asimétricas que han comprometido el derecho a la movilidad. Comentarios, miradas, roces o tocamientos se convierten en acciones toleradas socialmente que a pesar de que pueden parecer corrientes, desnudan una cultura de dominación masculina, profundamente

extendida. Desde la mirada interpretativa, estos relatos nos cuentan una historia común cargada de miedo, desconfianza y resignación por la falta de respuestas institucionales. Es así como el transporte público no es un elemento que sirve únicamente para el desplazamiento, sino que se ha convertido en un espacio que materializa la desigualdad y limita la movilidad autónoma de las mujeres.

Las iniciativas comunicativas de TransMilenio y la Secretaría Distrital de la Mujer entregan muestras evidentes del compromiso por hacer visible esta problemática y fomentar un escenario de respeto y equidad de género en los espacios públicos. El conjunto de propuestas comunicativas, Me Muevo Segura, Date cuenta es violencia, Pita y Avisa, el Botón de Pánico y la Línea Púrpura Distrital dan cuenta de las transformaciones de esta práctica en la gestión comunicativa institucional, incorporando acciones pedagógicas, prácticas tecnológicas y la atención de las personas ciudadanas de forma explícita. No obstante, al mismo tiempo el análisis da cuenta de que los avances en la gestión comunicativa institucional siguen siendo fragmentados, presentaron debilidades en la continuidad, promoción del trabajo en conjunto con otras instituciones y debilidades en relación a la evaluación de impacto. Las distintas campañas que se proponen se consolidan como visibles en términos simbólicos, pero no necesariamente consiguen profundizar en el cambio de ideas o comportamientos. En el lenguaje de las propuestas, en gran medida queda centrado en la prevención individual y no en la transformación colectiva, lo que le resta potencial educativo y social.

Las mujeres aún tienen esa mirada ambigua respecto a estas iniciativas, que muestran un vínculo entre el reconocimiento de la comunicación institucional y la credibilidad a la que llegan las campañas. Las campañas se desprenden de su contenido a partir de los colores y los lemas con los que las mujeres las identifican, pero, a la vez, son vistas como lejanas respecto a la

realidad que viven. Aparecen críticas de forma recurrente a partir de sus voces: los mensajes apelan a las mujeres para que se cuiden, pero no incluyen mensajes referidos a la responsabilidad social de los hombres y la comunidad. Detrás de esas miradas hay una demanda ética de las mujeres en favor de una comunicación más inclusiva, participativa y empática. La falta de confianza hacia las instituciones y la falta de respuesta ante el acoso profundizan el posicionamiento de que la seguridad en el transporte público dependiendo de la autoprotección de las mujeres y no del pacto de institucionalidad entre estas y las instituciones. Las voces de las mujeres evidencian, al mismo tiempo, la distancia entre la comunicación institucional y la de las ciudadanas y, a la vez, nos dan pistas para cuestionar la comunicación pública desde la óptica del diálogo y la justicia simbólica.

En definitiva, los resultados de la investigación permitieron pensar que la comunicación institucional sobre el acoso sexual en el transporte nos acompaña hasta la visibilización del problema, pero no logra aparecer como una herramienta de transformaciones culturales. Las acciones de la comunicación cobran sentido cuando logran vincularse hasta el punto de poder reconocer confianza, de traducirse en participación y acompañamiento. En este sentido, las mujeres no se ven sólo como sujetos que quieren estar informados, sino como sujetos que buscan ser acompañadas por un Estado que reconozca sus experiencias y que busque integrarla en la construcción de salidas. En ese sentido, la comunicación no pasa sino a ser el proceso que necesita traducirse en conciencia crítica, empatía y acción colectiva. Por esta razón, estamos en condiciones de concluir que la comunicación con enfoque de género debe ser pensada como un proceso vivo, estratégico y transformador, que debe superar la lógica informativa para convertirse en un ejercicio de corresponsabilidad social. Una comunicación pública emancipadora será aquella que convoque a la ciudadanía —mujeres, hombres e instituciones— a

construir un espacio urbano exento de violencias, donde las mujeres puedan moverse de manera digna, segura y por qué no, de manera confiada.

Bibliografía

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2010, 4 de mayo). Decreto 166 de 2010: Por el cual se adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones. Secretaría Jurídica Distrital.

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=39454>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2023). Que el que se avergüence sea el acosador, no la mujer:

Alcaldesa. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/mujer/alcaldesa-lanzo-la-estrategia-date-cuenta-es-violencia-pita-y-avisa>

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2025). TransMilenio lanza piloto del Botón de Pánico violencia

basada en género. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/movilidad/bogota-piloto-boton-panico-transmilenio-violencia-contra-las-mujeres>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2010). *Decreto 166 de 2010: Por el cual se adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género para Bogotá D.C.*

<https://www.funcionpublica.gov.co>

Apolo, D., Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). *Corporate Communication Management:*

Considerations for its study and practice. Revista Latina de Comunicación Social, 72, 521-539. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27en.html>

Araúz-Reyes, E. (2025). *El acoso sexual callejero y el derecho al espacio público de las mujeres: un estudio desde Panamá.* Revista Ciencias Sociales, 8(2), 10-25.

<https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/RCCS/article/view/4983>

Cabrera Lamas, A. M. (2019). Acoso sexual en el transporte público: Representaciones Sociales en estudiantes de la Preparatoria 6 de la Universidad de Guadalajara [Tesis de Maestría,

Universidad de Guadalajara]. Repositorio Institucional de la Universidad de Guadalajara.

<https://riudg.udg.mx/handle/20.500.12104/81641>

CAF – Banco de Desarrollo de América Latina. (2019, 28 de noviembre). Colombia avanza hacia sistemas de transporte que garanticen la seguridad de las mujeres. *CAF Noticias*.

<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/colombia-avanza-hacia-sistemas-de-transporte-que-garanticen-la-seguridad-de-las-mujeres/> [caf.com](https://www.caf.com)

Capriotti, P. (2013, febrero). Planificación estratégica de la Imagen Corporativa. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).

<https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Imagen%20Corporativa.pdf>

Capriotti, P. (2013). *Fundamentos para la gestión estratégica de la comunicación*. Gedisa.

Castellanos Triviño, H. R., Contreras Castro, D. A., Láskar Acero, H. E., Araujo Medina, L. L., López Ortiz, L. A., Santacruz Ordoñez, Á. M., Morales Pacagüí, L. M., Botero Guzmán, J. A., & Aguirre Trejo, M. (2025). *Narrativas y matices: Relatos colectivos que resaltan el componente humano y comunitario de la proyección social*. Ediciones USTA

Castellanos-Triviño, H; Contreras Castro, D; Neira Henao, D; Rubio Pardo, D; Florián Delgadillo, H; Chávez Gutiérrez, Ó; Gutiérrez Ramírez, J; Rodríguez Vargas, Y; Soto Mancera, J; Hernández Viáfara, I. & Rodríguez Holaya, L. (2022). *Jugar a la paz. Experiencias de resiliencia en niños, niñas y jóvenes del departamento del Meta (Colombia)*. Ediciones USTA.

Colombia. Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Penal. (2018, 7 de febrero). Radicado N.º 49799: Casación sistema acusatorio (Sentencia SP107-2018).

<https://www.ramajudicial.gov.co/documents/157404071/157479870/SP107-201849799+Acoso+Sexual+Vs+Injuria+por+v%C3%ADa+de+hecho.pdf/0616a0aa-f8be-9dd6-c7d2-363b97f86837?t=1721096651981>

Concejo de Bogotá. (2024, 7 de junio). *Alarmantes cifras de actos de violencia sexual a mujeres en viajes en transporte público*. Concejo de Bogotá.

<https://concejodebogota.gov.co/alarmantes-cifras-de-actos-de-violencia-sexual-a-mujeres-en-viajes-en/cbogota/2024-06-07/172436.php>

Concejo de Bogotá. (2025, 7 de marzo). Mapa de La Inseguridad: Las mujeres en Bogotá enfrentan una crisis alarmante. Concejo de Bogotá. <https://concejodebogota.gov.co/mapa-de-la-inseguridad-las-mujeres-en-bogota-enfrentan-una-crisis/cbogota/2025-03-07/121458.php>

Concejo de Bogotá. (2025). *Acuerdo Distrital 998 de 2025: Por el cual se establecen lineamientos para prevenir el acoso sexual en el espacio público y el transporte masivo de Bogotá*. <https://concejodebogota.gov.co>

Corrales Araya, P. (1994). *Campañas comunicacionales: Un nuevo campo para el periodista* [Memoria para optar al título profesional de Periodista, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/201331/Tesis%20-%20campa%C3%B1as-comunicacionales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Penal. (2018). *Sentencia SP2205-2018, artículo 210A del Código Penal Colombiano*. <https://www.cortesuprema.gov.co>

- El Tiempo. (2017, 25 de noviembre). *Debate por sillas exclusivas para mujeres en TransMilenio*. <https://www.eltiempo.com>
- El Tiempo. (2025, 11 de marzo). TransMilenio activa piloto de botón de pánico para combatir acoso y violencia basada en género: así funciona. *El Tiempo*.
<https://www.eltiempo.com/bogota/transmilenio-activa-piloto-de-boton-de-panico-para-combatir-acoso-y-violencia-basa-en-genero-asi-funciona-3434266>
- Forero Hurtado, A. D. P., & Gutiérrez-Tobar, O. B. (2021). Organizaciones más Humanas. La Comunicación estratégica en las organizaciones, un diálogo entre la teoría y la práctica. *Razón Y Palabra.*, 25(110). <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1748>
- Freire, P. (1997). *Pedagogía de la autonomía: Saberes necesarios para la práctica educativa*. Siglo XXI Editores.
- Función Pública. (2008, 4 de diciembre). Ley 1257 de 2008.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34054>
- Función Pública. (2008). *Ley 1257 de 2008: Medidas para sensibilizar, prevenir y sancionar formas de violencia contra la mujer*. <https://www.funcionpublica.gov.co>
- Gavilondo Rodríguez, C. E., & Palacio Ospina, J. M. (2016). La creación de productos comunicativos audiovisuales. Una mirada al audiovisual ecuatoriano. *Innova research journal*, 1(9), 26-38. <https://www.redalyc.org/pdf/7378/737880612003.pdf>
- Gumucio Dagrón, A. (2014). *El desarrollo participativo y la comunicación para el cambio social*. Fundación Comunicarte.

- Guzmán Barquet, E. A., & Alejo Machado, O. J. (2017). El estudio de casos: una metodología efectiva para la investigación empresarial. *Revista Espacios*, 38(51).
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/a17v38n51p10.pdf>
- Hartini, T., Ramadhan, I. T., & Haris, A. (2025). *Public communication strategies in urban mass transit: A case study of the BISKITA campaign by the Bekasi Transportation Agency. Makna: Jurnal Kajian Komunikasi Bahasa dan Budaya*, 17(2).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2004). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana.
- Hoffjann, O. (2024). “Tear down this wall”: A theory of strategic communication that integrates both communication and organizational theory. *Journal of Communication Management*, 28(3). <https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2023-0103>
- Hoyos, C., Gómez, L. C., & Forero Villarreal, N. (2020). Alternativas para combatir el acoso sexual contra las mujeres en espacios públicos: Implementación de sanciones administrativas. *Revista Doctrina Distrital*.
<https://doctrinadistrital.com/ojs2/index.php/RevistaDoctrinaDistrital/article/view/102/113>
- Infobae. (2023, 15 de marzo). Con un pito, así es la particular estrategia para combatir el acoso callejero que anunció la Alcaldía de Bogotá: “Date cuenta es violencia, pita y avisa”. *Infobae Colombia*. <https://www.infobae.com/colombia/2023/03/15/con-un-pinto-asi-es-la-particular-estrategia-para-combatir-el-acoso-callejero/infobae>
- Infobae. (2024, 10 de junio). *Alerta en el transporte público: más de 400.000 mujeres han sido víctimas de violencia sexual en TransMilenio*. Infobae.

<https://www.infobae.com/colombia/2024/06/10/alerta-en-el-transporte-publico-mas-de-400000-mujeres-han-sido-victimas-de-violencia-sexual-en-transmilenio/> infobae

Infobae. (2025, 10 de marzo). Así funciona el botón de pánico para mujeres que se implementó en los buses de TransMilenio en Bogotá. *Infobae Colombia*.

<https://www.infobae.com/colombia/2025/03/10/asi-funciona-el-boton-de-panico-para-mujeres-que-se-implemento-en-los-buses-de-transmilenio-en-bogota/> infobae

Infobae. (2025, 4 de agosto). Bogotá amplió sus canales de atención para mujeres víctimas de violencia: esta será la nueva línea. *Infobae Colombia*.

<https://www.infobae.com/colombia/2025/08/04/bogota-amplio-sus-canales-de-atencion-para-mujeres-victimas-de-violencia-esta-sera-la-nueva-linea/> infobae

Jiménez Chaves, V. E., & Comet Weiler, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*.

Martín Martín, F. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. *Correspondencias & Análisis*, 1(1), 105–117.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2025, 21 de mayo). Brigadas Contra el Acoso Sexual en el Transporte Público.

<https://www.gob.pe/institucion/mimp/campa%C3%B1as/106683-brigadas-contra-el-acoso-sexual-en-el-transporte-publico>

Mjelde, H., & Tønnesen, A. (2025). *Mixing the green and the grey: How public officials use strategic communication to advance sustainable transport policies in Norwegian medium-sized cities*. *Frontiers in Communication*.

Monsalve, S. L., Ospina, S. M., Osorio, N. P., & Ramos, L. M. (2022). Acercamiento al acoso sexual a universitarias en el transporte público en Bogotá. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Pedagógica Nacional]. Repositorio Institucional.

<http://hdl.handle.net/10554/63273>

Morales Paipilla, Y. L., & Navarro Riveros, A. G. (2022). “Conmigo no” Prevención del acoso sexual en el transporte público de Bogotá [Trabajo de grado de especialización, Universidad Católica de Colombia]. Repositorio Institucional.

<https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/5af12b1d-e67a-4935-89b7-2340a8cc0746/content>

Morris, I. (2023, 14 de diciembre). Violencia de género en Transmilenio, la inseguridad invisible que viven a diario las mujeres. Revista RAYA. <https://revistaraya.com/violencia-de-genero-en-transmilenio-la-inseguridad-invisible-que-viven-a-diario-las-mujeres.html>

Myronenko, S., Oborskyi, H., Dmytryshyn, D., Shobik, V., Lauwers, D., & Witlox, F. (2023).

From traffic congestion to sustainable mobility: A case study of public transport in Odesa, Ukraine. Smart Cities, 6(3), 1398–1415.

<https://doi.org/10.3390/smartcities6030067>

Noticias RCN. (2013, 21 de agosto). Preocupantes cifras de acoso a mujeres en Transmilenio.

Noticias RCN. <https://www.noticiasrcn.com/colombia/preocupantes-cifras-de-acoso-a-mujeres-en-transmilenio-24731>

ONU Mujeres. (2021). *Prevención de la violencia contra las mujeres en el espacio público:*

Buenas prácticas en América Latina. ONU Mujeres.

<https://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2021/10/prevencion-violencia-espacio-publico>

ONU Mujeres. (2021). *Prevención de la violencia contra las mujeres en el espacio público: buenas prácticas en América Latina*. Naciones Unidas.

<https://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2021/10/prevencion-violencia-espacio-publico>

Pérez, M. (2020). *Género, ciudad y espacio público: reflexiones sobre la movilidad y la violencia simbólica*. *Revista de Estudios Urbanos*, 12(3), 45-61.

Rincón Perilla, A., Rico Romero, V., & Lasso Mora, A. (2023). Voces Unidas: Experiencia transmedia que busca visibilizar los protocolos en contra del acoso sexual a los usuarios de Transmilenio en la estación de Universidades y aguas en Bogotá [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca]. Repositorio.

https://redcol.minciencias.gov.co/Record/UCOLMAYOR2_d7e819a921ccdbc020aaee0353d2664e/Description#tabnav

Ríos, E. F., Páez, H. A., & Barbosa, J. F. (2020). Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento. Red Iberoamericana de Pedagogía (REDIPE). <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Secretaría Distrital de la Mujer. (2019). 4 años de Línea Púrpura Distrital.

<https://www.sdmujer.gov.co/4-anos-de-linea-purpura-distrital>

Secretaría Distrital de la Mujer. (2019). Resultados del programa “Me Muevo Segura”.

<https://sdmujer.gov.co/node/519>

Secretaría Distrital de la Mujer. (2024, 29 de septiembre). Avanza la Política de Mujeres y Equidad de Género en Bogotá. <https://www.sdmujer.gov.co/noticia/news/avanza-politica-publica-de-mujer-y-equidad-de-genero>

Secretaría Distrital de la Mujer. (2024). Así funciona la Línea Púrpura Distrital. <https://www.sdmujer.gov.co/noticias/news/asi-funciona-la-linea-purpura-bogota>

Secretaría Distrital de la Mujer. (2024). *Informe sobre percepción de seguridad de las mujeres en el sistema TransMilenio*. <https://www.sdmujer.gov.co>

Secretaría Distrital de la Mujer. (s.f.). Me muevo segura. Observatorio de Mujeres y Equidad de Género de Bogotá (OMEG). <https://omeg.sdmujer.gov.co/mms/index.html>

Secretaría Distrital de la Mujer. (s.f.). Misión y visión. <https://www.sdmujer.gov.co/node/2624>

Secretaría Distrital de Movilidad de Bogotá. (2023, 16 de agosto). *Protocolo de prevención, atención y sanción de las violencias contra las mujeres en el espacio y el transporte públicos en Bogotá*. <https://www.movilidadbogota.gov.co/web/sites/default/files/Paginas/14-06-2023/protoc1.pdf>

Segovia Marín, O. (2020, octubre). Programa Ciudades y Espacios Públicos Seguros para Mujeres y Niñas en América Latina: Informe de resultados. ONU Mujeres. <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2020/11/PROGRAMA%20CIUDADES%20Y%20ESPACIOS%20PUBLICOS%20SEGUROS%20PARA%20MUJERES%20Y%20NINAS%20EN%20AMERICA%20LATINA%20INFORME%20DE%20RESU.pdf>

TransMilenio S.A. (2013, 21 de agosto). Misión, Visión, funciones y deberes de

TRANSMILENIO. <https://www.transmilenio.gov.co/publicaciones/146031/mision-y-vision-de-transmilenio/>

TransMilenio S.A. (2019). ‘Me Muevo Segura’ la campaña para atender y sancionar el acoso que

sufren las mujeres. <https://www.transmilenio.gov.co/publicaciones/151493/me-muevo-segura-la-campana-para-atender-y-sancionar-el-acoso-que-sufren-las-mujeres/>

Van Riel, C. B. M. (2007). *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. Routledge.

Veeduría Distrital de Bogotá. (2025, 15 de enero). *Encuesta de acoso sexual callejero en Bogotá*

2025. Alcaldía Mayor de Bogotá. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/encuesta-de-acoso-sexual-callejero-en-bogota-2025-veeduria-distrital>