

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI  
FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT  
CARRERA DE DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL

# VIVIENDO SIN FILTROS

ESTUDIANTE

NICOLÁS PATIÑO GRANOBLES

ASESOR

CARLOS AMÉZQUITA

PROYECTO AVANZADO EN DISEÑO

2025-2

## Fase 1: TEMA

**Introducción al tema:** El impacto de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes se ha convertido en un tema de creciente preocupación, especialmente con el auge de plataformas como Instagram, TikTok y X (antes Twitter). En ciudades como Cali, donde la cultura digital tiene una fuerte presencia y las redes sociales forman parte fundamental de la vida cotidiana, se observa un uso intensivo de estas plataformas entre los jóvenes. Según el informe de "Consumo digital en jóvenes colombianos" del Ministerio TIC (2023), más del 85% de los jóvenes entre 14 y 24 años en Cali acceden diariamente a redes sociales, con un promedio de uso superior a las tres horas diarias. Esta exposición constante al contenido digital puede influir significativamente en su bienestar emocional, muchas veces sin que sean plenamente conscientes de sus efectos.

**Análisis del contexto actual:** Según un estudio publicado en JAMA Pediatrics (2023), el uso excesivo de redes sociales está vinculado a cambios en el desarrollo cerebral de los adolescentes, especialmente en regiones asociadas con la regulación emocional y la toma de decisiones. Esto puede explicar por qué la ansiedad y la depresión han aumentado en jóvenes que pasan más de tres horas al día en plataformas digitales.

El scroll infinito, la presión por verse bien en cada foto, la comparación constante con influencers y la búsqueda de validación a través de "likes" han generado ansiedad, baja autoestima y, en muchos casos, depresión. Un informe de la Royal Society for Public Health (2017) encontró que Instagram es la plataforma con mayor impacto negativo en la salud mental de los jóvenes, ya que fomenta la comparación social y la insatisfacción corporal.

En el contexto de Cali, donde gran parte de los adolescentes y jóvenes adultos utilizan redes sociales como parte esencial de su interacción social diaria, este fenómeno no es ajeno. Sin embargo, uno de los principales vacíos en torno a esta problemática es la **falta de educación digital crítica**: es decir, la ausencia de estrategias en instituciones educativas y entornos familiares para enseñar a los jóvenes a usar las redes de manera consciente y saludable. Un estudio de Common Sense Media (2022) reveló que el 64% de los adolescentes y jóvenes reconocen que el contenido que ven en redes les hace sentir inseguros sobre su apariencia o estilo de vida, pero pocos han recibido orientación formal sobre cómo manejar estos efectos.

Esto es especialmente relevante en contextos urbanos como Cali, donde, a pesar del acceso masivo a la tecnología, la formación en competencias digitales suele centrarse en el uso técnico (navegación, uso de herramientas), dejando de lado aspectos psicoemocionales y críticos. Además, según la Organización Mundial de la Salud (**OMS**), los problemas de salud mental han aumentado un 25% entre los jóvenes desde el auge de las redes sociales, lo que

resalta la urgencia de abordar esta situación desde una perspectiva integral y educativa.

**Oportunidades y motivaciones:** La oportunidad de investigar este problema es clave para entender cómo las redes sociales influyen en la estabilidad emocional de los jóvenes y qué demonizar el mundo digital, sino de encontrar un equilibrio que permita un uso responsable de estas plataformas.

Mi interés en este tema surge tanto de la preocupación por el bienestar de los jóvenes como de mi propia experiencia con la salud mental. Como alguien que ha vivido estos desafíos de primera mano, comprendo lo complejo que puede ser el impacto de las redes sociales en nuestro estado emocional. Es por esto por lo que deseo profundizar en este tema y aprovechar la oportunidad para producir conocimiento útil desde el campo del diseño socialmente responsable y desarrollar propuestas comunicativas que sensibilicen a los usuarios jóvenes en el entorno universitario sobre los riesgos emocionales del uso excesivo de redes sociales, al tiempo que promuevan prácticas digitales más saludables.

**Habilidades y destrezas.** Para abordar esta problemática, se requieren habilidades en diseño de comunicación visual, creación de estrategias experienciales, y conocimientos en psicología social y salud mental. También es fundamental manejar técnicas de análisis de datos y tener la capacidad de crear campañas visuales efectivas que fomenten el uso responsable de redes sociales en jóvenes de la Pontificia Universidad Javeriana.

## Párrafo 5: Análisis DOFA y conclusiones

### DOFA Positivas Negativas

<b>Internas</b> (Factores propios del tema)	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesibilidad y alcance masivo para campañas de concienciación.</li> <li>- El diseño de comunicación visual puede crear experiencias digitales más sanas.</li> <li>- Posibilidad de generar nuevas narrativas más inclusivas.</li> <li>- Las redes bien utilizadas pueden generar apoyo y comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de educación digital en jóvenes para un consumo consciente de redes.</li> <li>- Dificultad para medir el impacto real de las estrategias visuales.</li> <li>- Contenidos educativos suelen tener menor alcance frente a los de entretenimiento.</li> <li>- Algoritmos priorizan la retención y el engagement, no siempre el bienestar.</li> </ul>
<b>Externas</b> (Factores del entorno)	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creciente conciencia sobre salud mental en jóvenes y marcas.</li> <li>- Mayor regulación sobre contenido dañino en redes sociales.</li> <li>- Aumento del activismo digital en favor del bienestar.</li> <li>- Tendencia a valorar contenido auténtico y cercano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normalización de estándares irreales de belleza y éxito.</li> <li>- Sobrecarga de información que puede hacer que los mensajes positivos se pierdan.</li> <li>- Intereses comerciales que priorizan la viralidad y la adicción.</li> <li>- Resistencia al cambio por parte de las grandes plataformas y usuarios.</li> </ul>

Este análisis evidencia que, aunque existen retos como la baja educación digital y la priorización del entretenimiento sobre el bienestar, también hay una creciente apertura hacia el cuidado de la salud mental. En Cali, los jóvenes tienen un vínculo estrecho con lo digital, ya que las redes sociales forman parte esencial de su identidad y forma de socializar (Red PaPaz, 2023). Estas oportunidades pueden ser aprovechadas para promover mensajes visuales positivos y auténticos, con narrativas que conecten emocionalmente con las experiencias reales de los usuarios, especialmente en un contexto donde los jóvenes manifiestan mayor interés por el autocuidado y la salud emocional (OEI & Ministerio de Educación Nacional, 2022).

En definitiva, se puede ver una oportunidad con gran alcance para tratar una problemática creciente y fuerte en la juventud caleña, que puede ser abordada desde el diseño de

comunicación visual desde distintas perspectivas, como la educación, lo emocional y lo simbólico.

## 1 ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DEL ASUNTO DE ESTUDIO

Las redes sociales se han convertido en una parte esencial de la vida cotidiana de los jóvenes en Cali. **En particular, entre los estudiantes universitarios**, estas plataformas no solo funcionan como medios de entretenimiento, sino también como espacios de construcción de identidad, expresión emocional y socialización. Un estudio exploratorio realizado por estudiantes de la Universidad Javeriana de Cali (2022) reveló que más del 80% de los jóvenes universitarios usan redes sociales al menos tres horas al día, siendo Instagram, TikTok y X las más utilizadas. Esto refleja cómo lo digital atraviesa no solo la comunicación, sino también el bienestar emocional de esta población.

Sin embargo, su impacto en la salud mental no siempre es positivo. Según la Asociación Americana de Psicología (APA, 2023), el uso excesivo de redes sociales está relacionado con mayores niveles de ansiedad y depresión. Esto se vuelve aún más alarmante cuando se considera el tipo de contenido que se consume diariamente: cuerpos idealizados, vidas aparentemente perfectas, estándares inalcanzables. La Universidad de Stanford reportó que los adolescentes que pasan más de tres horas al día en redes tienen un 60% más de probabilidades de experimentar síntomas depresivos. A su vez, la Royal Society for Public Health (2017) identificó que Instagram y TikTok son las plataformas con mayor impacto negativo en la salud mental, debido a la presión social que generan y al alto nivel de comparación constante que promueven.

En definitiva, los jóvenes universitarios entre 16 y 25 años de la Pontificia Universidad Javeriana Cali presentan una relación emocionalmente dañina y poco crítica con el contenido que consumen en redes sociales, lo que afecta su salud mental y evidencia una baja conciencia sobre el impacto de sus hábitos digitales. A pesar del alto uso de redes, existe una carencia de estrategias educativas vivenciales que los inviten a reflexionar sobre su postura frente al contenido digital, la autoimagen, el criterio y los discursos de odio, lo que limita la formación de un uso consciente y responsable de las plataformas sociales. Es por eso que se encuentra una oportunidad de abordar la problemática desde el diseño de comunicación visual en alianza con el Centro de Bienestar de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Experto temático: Centro de Bienestar Javeriana Cali /Área de salud mental.

## JUSTIFICACIÓN

El uso intensivo de redes sociales entre jóvenes universitarios se ha consolidado como una práctica cotidiana que, de acuerdo con estudios recientes de JAMA Pediatrics (2023) y la Royal Society for Public Health (2017), se asocia con un aumento en síntomas de ansiedad, baja autoestima y depresión. En la Pontificia Universidad Javeriana Cali, los estudiantes entre 16 y 25 años utilizan plataformas como Instagram y TikTok no solo como medios de entretenimiento, sino también como espacios para proyectar su identidad y buscar validación social. Este comportamiento ha generado dinámicas de comparación constante con modelos de vida idealizados, afectando la autoimagen y el bienestar emocional.

Pese a la magnitud de esta problemática, la institución carece de estrategias de comunicación visual con enfoque experiencial que promuevan un uso consciente, emocionalmente saludable y críticamente reflexivo de las redes sociales. En este sentido, el proyecto “Viviendo sin Filtros” surge como una respuesta desde el diseño de comunicación visual, articulada con el Centro de Bienestar Universitario, para fomentar la reflexión sobre los efectos emocionales del consumo digital y promover prácticas de bienestar mental entre los estudiantes.

La propuesta resulta viable por tres razones fundamentales: primero, por el acceso directo a la población objetivo dentro del contexto universitario; segundo, por el acompañamiento del área de salud mental del Centro de Bienestar, que garantiza pertinencia y validez ética; y tercero, por las competencias técnicas, conceptuales y creativas desarrolladas durante la formación académica en diseño. Así, el proyecto plantea una intervención coherente con los valores javerianos de cuidado, responsabilidad social y transformación positiva del entorno.

Finalmente, investigaciones como la de Vargas Hoyos y Alvarado Acosta (2022) en la misma universidad confirman la relevancia del problema: los estudiantes manifiestan ansiedad, baja autoestima y presión social derivadas de la exposición a contenido idealizado. Estos hallazgos refuerzan la necesidad de abordar la relación entre redes sociales y salud mental desde el campo del diseño, entendido no sólo como medio estético, sino como herramienta de impacto social y emocional.

## **Fase 2: ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DEL ASUNTO DE ESTUDIO**

La escasez de marcas de moda masculina en Cali representa una oportunidad clave para una intervención desde el diseño de comunicación visual. Esta carencia en el mercado local se puede abordar estratégicamente desde el diseño de comunicación visual, buscando que marcas con potencial creciente de la ciudad conecten emocionalmente con los consumidores masculinos, quienes en gran medida no encuentran una oferta diversificada que se ajuste a sus necesidades y estilos de vida.

Según un estudio de Euromonitor International (2023), la moda masculina en Colombia ha sido un sector subatendido, especialmente en ciudades intermedias como Cali, donde el enfoque principal del mercado ha sido hacia la moda femenina y juvenil. Esta falta de atención ha dejado un vacío significativo en la oferta de moda para hombres, quienes buscan propuestas novedosas y auténticas.

Esta situación abre una ventana de oportunidad para intervenir desde el diseño de comunicación visual, generando experiencias que no solo comuniquen el valor de una marca, sino que también forjen una identidad sólida en un nicho con un gran potencial de crecimiento.

Por otro lado, Philip Kotler (2022) señala que los consumidores actuales valoran más que nunca la autenticidad y las experiencias personalizadas en su relación con las marcas, lo cual es fundamental en la moda. Intervenir en este campo desde el diseño de comunicación visual significa diseñar estos puntos de interacción y ofrecer una narrativa coherente y atractiva que hable directamente a este grupo demográfico.

En este contexto, Cali tiene una oportunidad única para innovar y diversificar su oferta en moda masculina. La intervención desde el diseño de comunicación visual permitirá, a través de una estrategia de marca bien construida, cerrar esta brecha en el mercado, y fortalecer el ecosistema de la moda local con propuestas que reflejen y amplifiquen la identidad de la ciudad y sus habitantes.

### **1.2 Delimitación del problema de diseño desde la caracterización del fenómeno:**

#### **¿QUÉ?**

Promoción del uso consciente, emocionalmente saludable y críticamente reflexivo de las redes sociales entre jóvenes de la Universidad Javeriana Cali (16 a 25 años), mediante una estrategia de diseño de comunicación visual con enfoque experiencial que permita generar conciencia sobre los efectos del contenido digital y transformar su relación con las plataformas sociales.

## ¿CÓMO?

¿Cómo impactan las redes sociales en la estabilidad emocional de los jóvenes en Cali?

¿Cómo influye el contenido visual en la percepción de la autoimagen?

¿Cómo contribuyen las estrategias visuales a disminuir los efectos negativos del uso de redes?

¿Cómo se diseñan herramientas digitales que fomentan un uso más saludable de las redes?

¿Cómo funcionan los programas de promoción del uso responsable de redes sociales en universidades como la Pontificia Universidad Javeriana?

¿Cómo se generan espacios de reflexión sobre el impacto de las redes en la salud mental?

## ¿QUIÉN?

**Actores directos:**

**Jóvenes de 16 a 25 años de la Pontificia Universidad Javeriana Cali**

**Plataformas digitales (redes sociales como Instagram, TikTok, Facebook)**

**Centro de Bienestar Pontificia Javeriana Cali:** Son quienes crean las campañas dirigidas a jóvenes y son aliados clave en la temática.

**Actores indirectos:**

**Comunidad**

**javeriana**

**Familias de los**

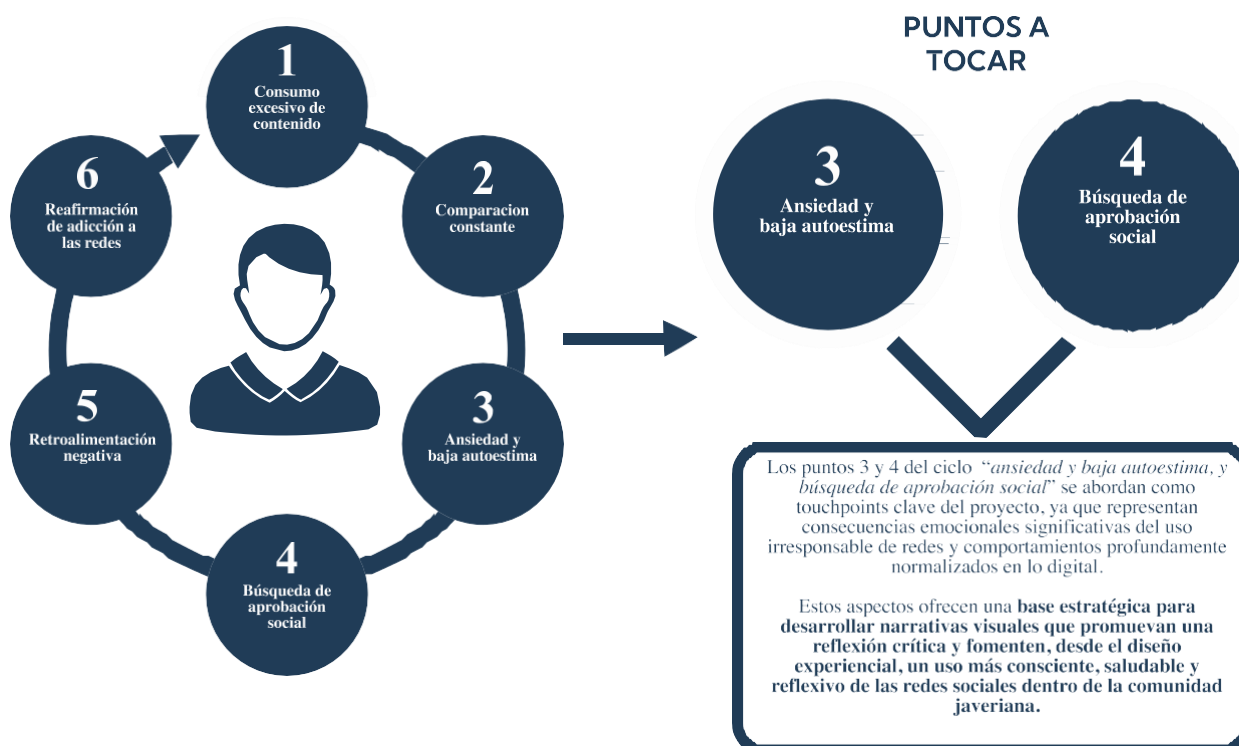
**jóvenes**

**Medios de comunicación digitales**

**¿DÓNDE?:** En la Pontificia Universidad Javeriana Cali, Valle del Cauca, Colombia

## CICLO DEL IMPACTO EMOCIONAL DEL USO EXCESIVO DE REDES SOCIALES EN JÓVENES

Este gráfico representa un ciclo de seis etapas que describen cómo el consumo excesivo de redes sociales afecta negativamente la salud mental de los jóvenes caleños. Cada etapa alimenta la siguiente, creando un patrón que puede derivar en dependencia digital, ansiedad y baja autoestima.



Este gráfico representa de forma cíclica cómo el uso excesivo de redes sociales genera una cadena de efectos emocionales y conductuales que pueden desembocar en adicción digital y problemas de salud mental.

Cada uno de los seis puntos representa lo siguiente:

1. **Consumo excesivo de contenido:** Los jóvenes expuestos a redes sociales durante varias horas al día (más de 3h según estudios como el de *JAMA Pediatrics*, 2023).
2. **Comparación constante:** Comparan sus vidas con las de influencers o amistades, lo que genera sentimientos de insuficiencia.
3. **Ansiedad y baja autoestima:** La exposición a estándares inalcanzables de belleza o éxito genera síntomas de ansiedad, inseguridad corporal o autoevaluación negativa (RSPH, 2017).
4. **Búsqueda de aprobación social:** Necesidad constante de validación mediante “likes”, comentarios o seguidores (Common Sense Media, 2022).
5. **Retroalimentación negativa:** No alcanzar la aprobación esperada provoca frustración, ansiedad y refuerza la inseguridad.
6. **Reafirmación de la adicción a redes:** El ciclo se repite, reforzando patrones adictivos sin una conciencia crítica ni educación digital.

## **OBJETIVOS, RUTA METODOLÓGICA Y CONSIDERACIONES**

### **ÉTICAS OBJETIVO GENERAL**

Proponer una estrategia bajo un enfoque experiencial para la promoción del uso consciente, emocionalmente saludable y críticamente reflexivo de las redes sociales entre jóvenes de la Universidad Javeriana Cali (16 a 25 años), que permita generar conciencia sobre los efectos del contenido digital y transformar su relación con las plataformas sociales.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. **Analizar** patrones de uso de redes en jóvenes javerianos (16–25 años) mediante entrevistas, grupos focales y observación digital, identificando tres comportamientos con impacto emocional negativo.
2. **Identificar** referentes visuales, narrativas y enfoques experienciales para definir lineamientos conceptuales y formales del diseño de la cartilla Viviendo sin Filtros.
3. **Diseñar** la cartilla experiencial Viviendo sin Filtros junto al Centro de Bienestar, validándola con 15 estudiantes para medir su efectividad en promover un uso consciente de redes y reducir comparación social, ansiedad digital y baja autoestima.







## MARCO REFERENCIAL

### ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Diversos estudios han abordado cómo las redes sociales impactan la salud mental de los jóvenes, especialmente en contextos urbanos y universitarios. En Cali, esta realidad se refleja en la vida cotidiana de estudiantes que pasan varias horas conectados a plataformas como Instagram, TikTok o X. Una de las investigaciones en este contexto es la tesis de grado de Vargas Hoyos y Alvarado Acosta (2022), realizada en la Universidad Javeriana Cali. Este estudio analizó cómo el uso frecuente de redes influye en las actitudes hacia la salud mental en jóvenes universitarios.

Los hallazgos muestran que muchos estudiantes experimentan ansiedad, baja autoestima y presión social asociada a la exposición constante a contenido idealizado.

Por otro lado, el informe *Status of Mind* de la Royal Society for Public Health (2017),

aunque realizado en el Reino Unido, ha sido citado en contextos similares ya que muestra cómo plataformas como Instagram afectan la percepción del cuerpo y la vida de los jóvenes. El informe revela que estas redes generan un entorno que favorece la comparación constante y la validación externa, lo que puede desencadenar problemas de salud mental.

En definitiva, los antecedentes presentados permiten entender que el problema no radica únicamente en el acceso a las redes sociales, sino en cómo se consume el contenido. Este proyecto parte de esta problemática para explorar cómo el diseño de comunicación visual puede ofrecer alternativas dentro de la experiencia digital.

## **MARCO TEÓRICO DEL PROYECTO**

Este proyecto se apoya en teorías que explican cómo los jóvenes interactúan emocionalmente con los contenidos digitales y cómo el diseño puede influir en esa experiencia. La teoría de la comparación social de Festinger de 1954 nos permite comprender el motivo por el cual los jóvenes evalúan su valor personal en función de lo que ven en redes. Esto genera sentimientos de frustración o ansiedad cuando no se cumple con expectativas impuestas.

Donald Norman (2004), con su concepto de diseño emocional, propone que el diseño debe conectar con el usuario desde lo afectivo, no solo desde lo funcional. Esta perspectiva es clave para pensar estrategias que no solo informen, sino que también ayuden a generar una relación más sana con el entorno digital. Es ahí, donde se presenta una oportunidad clara en una problemática vigente, que a pesar de que siempre ha existido, es más evidente con la globalización de las redes sociales, las cuales exponen las “realidades” de millones de personas a la vez, permitiendo así la comparación excesiva que lleva a una relación dañina con las redes sociales.

Por otro lado, el enfoque en diseño socialmente responsable nos invita a ser conscientes del impacto que tiene lo visual en el comportamiento y las emociones de las personas. Desde este marco, el diseño de comunicación visual se convierte en una herramienta poderosa para transformar las problemáticas que afectan la salud mental de los jóvenes. Por lo cual se abre un paso a la creación de estrategias visuales que puedan aportar a la problemática.

## MARCO CONCEPTUAL DEL PROYECTO

- **Bienestar digital OR *digital wellbeing***
- **Alfabetización algorítmica OR *algorithmic literacy***
- **Educación/alfabetización mediática OR *media literacy* AND (universitarios OR *college students*)**
- **Diseño conductual OR *behavioral design* AND (COM-B OR *nudge* OR “Fogg Behavior Model”)**
- **Autoimagen OR *body image* AND (Instagram OR TikTok)**

### COMPARACIÓN SOCIAL

- **bienestar digital, digital wellbeing, alfabetización algorítmica, *algorithmic literacy*, alfabetización mediática, *media literacy*, universitarios, college students, diseño conductual, *behavioral design*, COM-B, nudge, Fogg Behavior Model, autoimagen, *body image*, Instagram, TikTok, comparación social**

## MARCO CONTEXTUAL DEL PROYECTO

Cali es una ciudad donde las redes sociales están integradas en la rutina de los jóvenes. Estudiantes universitarios usan las redes sociales no solo como medio de entretenimiento, sino también como herramienta de validación y socialización. La Universidad Javeriana Cali, como institución que promueve el bienestar integral, es un contexto perfecto para reflexionar sobre este fenómeno y proponer soluciones desde lo académico.

El uso prolongado de redes ha generado nuevas formas de ansiedad y presión social entre los jóvenes, quienes muchas veces sienten que deben cumplir con estándares visuales difíciles de alcanzar. Esta situación afecta su bienestar emocional y su forma de relacionarse con los demás.

Sin embargo, este contexto también abre posibilidades, el diseño de comunicación visual en este caso, puede ser una herramienta estratégica para enfrentar esta situación. Desde campañas gráficas, narrativas visuales o experiencias digitales más humanas, es posible promover un uso más consciente de las redes sociales.

Este proyecto se inserta en un espacio real donde la problemática es evidente, pero también donde existen oportunidades para construir nuevas formas de comunicar visualmente.



## BENCHMARKING

### Benchmarking

#### sectorial

#### Criterios



1. **Enfoque:** Forma de tratar la problemática
2. **Fortalezas:** Puntos fuertes o relevantes
3. **Debilidades:** Puntos débiles

	PROYECTO	ENFOQUE	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Be Real (UK)	Diseño visual	Mensajes reales, participación juvenil	Falta de interacción directa
	Stop Comparing Yourself	Diseño gráfico emocional	Colores suaves, experiencias inmersivas	Poco adaptado a contextos latinos

### Benchmarking no sectorial

#### Criterios

1. **Institución:** Procedencia del proyecto
2. **Estrategia:** Forma de abordar el problema
3. **impacto:** Alcance logrado

	PROYECTO	INSTITUCIÓN	ESTRATEGIA	IMPACTO
	#SaludMentalDigital	MinSaludColombia	Contenido gráfico en redes sociales	Buena visibilidad pero poca interacción
	Real Talk	Instagram	Influencers hablando de salud mental	Alto engagement, baja profundidad crítica

## ANÁLISIS

El benchmarking evidencia que, si bien existen campañas visuales sobre salud mental, muchas carecen de profundidad narrativa o no están adaptadas al contexto local. Por eso, el proyecto busca llenar ese vacío, desarrollando una propuesta de diseño experiencial con enfoque en la comunidad javeriana caleña, que conecte emocionalmente con los jóvenes desde lo visual y lo simbólico.

## CONCLUSIONES

A lo largo de este proceso investigativo ha quedado claro que el uso constante de redes sociales, cotidiano entre los jóvenes, puede tener efectos silenciosos pero profundos en su salud mental. Las comparaciones con otros, la presión por verse bien o proyectar una vida perfecta afectan directamente la manera en que muchos estudiantes se perciben a sí mismos.

En el caso específico de Cali y de la comunidad javeriana, se observó una relación constante con lo digital, pero también cierta falta de conciencia frente a lo que se

consume. Esto no significa que el uso de redes deba verse como algo negativo en sí mismo, sino que hace falta acompañamiento, herramientas y espacios de reflexión que conecten con los jóvenes desde su propio lenguaje.

Las teorías estudiadas ayudan a entender que no basta con hacer diseño bonito o llamativo. Es necesario pensar en cómo se siente quien lo ve, cómo se interpreta y qué impacto puede tener en su forma de vivir lo digital. Desde esa mirada, el diseño tiene un papel mucho más activo.

En resumen, esta investigación confirma que el diseño de comunicación visual puede y debe tener un rol transformador. No se trata solo de comunicar mensajes, sino de crear una experiencia que permita abrir un espacio de reflexión.

## **REQUERIMIENTOS DE DISEÑO**

El proyecto requiere un sistema visual coherente y emocionalmente significativo que permita promover un uso consciente, emocionalmente saludable y reflexivo de

las redes sociales en estudiantes javerianos. Para lograrlo, el diseño debe:

### **Comunicar cercanía, autenticidad y sensibilidad emocional**

La estética debe alinearse al concepto central de Viviendo sin Filtros: transparencia, vulnerabilidad y autocuidado. Se requiere un lenguaje visual juvenil, cálido y accesible que evite discursos moralistas.

### **Construir un sistema gráfico flexible y reconocible**

La identidad debe funcionar tanto en entornos físicos (cartilla experiencial, stickers, personaje, señalética) como en medios digitales institucionales. Se solicita coherencia tipográfica, cromática y narrativa que facilite la recordación.

### **Priorizar legibilidad, accesibilidad y jerarquías claras**

El diseño debe ser comprensible para estudiantes entre 16 y 25 años, con mensajes cortos, contrastes suficientes, diagramación intuitiva y recursos visuales que guíen la experiencia paso a paso.

### **Facilitar experiencias inmersivas y reflexivas**

Se requieren piezas que activen emociones y pensamientos críticos: ejercicios guiados, visualizaciones metafóricas del impacto digital, frases detonantes y un personaje que funcione como mediador emocional.

### **Promover interacción y participación**

El sistema debe invitar al estudiante a escribir, intervenir, pegar stickers, reflexionar y compartir la experiencia de manera íntima o colectiva. El diseño no solo comunica: genera acción.

### **Representar diversidad emocional y corporal sin caer en estigmas**

Se debe evitar reforzar estándares irreales. La estética debe promover la imperfección, lo humano y lo real, alineado a los principios éticos del proyecto.

## **PROPUESTA DE DISEÑO**

La propuesta de diseño consiste en la creación de Viviendo sin Filtros, una estrategia experiencial centrada en una cartilla física interactiva, un sistema de stickers emocionales y un personaje ilustrado que acompaña al usuario en su proceso de autoexploración.

El eje del sistema es la Cartilla Experiencial, diseñada como un recorrido narrativo y visual que guía a los estudiantes a reconocer sus hábitos digitales, sus emociones frente a la comparación social y su relación con su autoimagen. Cada página integra ejercicios breves, detonadores visuales y cierres reflexivos desde un enfoque psicológico.

Los stickers funcionan como reforzadores emocionales y anclajes simbólicos. Se diseñan con frases breves y elementos visuales que representan autocuidado, realidad frente a filtros, validación interna y límites digitales.

El personaje oficial, coherente con la gráfica establecida, actúa como mediador emocional: aparece en momentos clave para guiar, acompañar y humanizar la experiencia. Su función es conectar con el estudiante desde una identidad amigable, empática y memorable.

Este sistema se articula con Bienestar Universitario para integrarse en actividades presenciales, campañas institucionales y contenidos digitales que amplifiquen el impacto de la propuesta.

## **CONCLUSIÓN**

Viviendo sin Filtros demuestra que el diseño de comunicación visual puede ser una herramienta poderosa para transformar la relación que los jóvenes tienen con las redes sociales. A partir de investigación cualitativa, análisis emocional y co-creación visual, el proyecto construye un sistema experiencial que promueve reflexión, autocuidado y conciencia digital. La cartilla, los stickers y el personaje funcionan como dispositivos pedagógicos accesibles y sensibles que invitan a los estudiantes a mirarse sin filtros, reconociendo sus emociones y recuperando el control sobre su bienestar en entornos digitales.

## REFERENCIAS

Asociación Americana de Psicología (APA). "Adolescentes y redes sociales: ¿una relación complicada?". [<https://www.apa.org/news/press/releases/2022/10/teens-socialmedia>](<https://www.apa.org/news/press/releases/2022/10/teens-social-media>)

Red PaPaz. (2023). *Informe nacional sobre hábitos digitales en adolescentes colombianos*. Red de Padres y Madres. <https://www.redpapaz.org/>

Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) & Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (2022). *La salud mental en jóvenes colombianos: percepciones y desafíos*. <https://oei.int/oficinas/colombia>

Salazar, V. (2024). Manejo de crisis y salud mental de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana : recomendaciones para el CAPS. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/68321>

Common Sense Media. "Redes sociales, cuerpo y mente: cómo los adolescentes se ven afectados". [<https://www.common sense media.org/research/social-media-body-andmind>](<https://www.common sense media.org/research/social-media-body-and-mind>)

Universidad de Stanford. "El impacto de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes". [<https://news.stanford.edu/2022/05/15/social-media-teen-mentalhealth/>](<https://news.stanford.edu/2022/05/15/social-media-teen-mental-health/>)

Royal Society for Public Health (RSPH). "Status of Mind: Social media and young people's mental health". [<https://www.rsph.org.uk/our-work/policy/social-media-and-young-peoples-mental-health.html>](<https://www.rsph.org.uk/our-work/policy/social-media-and-youngpeople-s-mental-health.html>)

Organización Mundial de la Salud (OMS). "Salud mental: fortalecer nuestra respuesta".  
[<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>](<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-healthstrengthening-our-response>)

Festinger, L. (1954). *A theory of social comparison processes*. Human Relations, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

Norman, D. A. (2004). *Diseño emocional: Por qué amamos (u odiamos) cosas diarias* Basic Books.

Vargas Hoyos, S., & Alvarado Acosta, G. (2022). *Relación entre uso de redes sociales y actitudes hacia la salud mental* (Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana Cali). Repositorio Institucional Javeriana. <https://repository.javerianacali.edu.co/handle/11522/14761>

## **ANEXOS**

### **PITCH: VIVIENDO SIN FILTROS**

<https://youtu.be/wj6Rl5qP9h8?si=Z8HkFzmvAi2Kc-hE>

### **MEMORIA DEL PROYECTO**

<https://heyzine.com/flip-book/7123a4c53b.html>

### **INFOGRAFÍA DEL PROYECTO**

[https://javerianacali.edu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nicolaspgranobles\\_javerianacali\\_edu\\_co/IgAumuV0occMT5qU27zu5evUAYuC0ViH0NrcZcq5-3TH-Sk?e=kL0Szw](https://javerianacali.edu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nicolaspgranobles_javerianacali_edu_co/IgAumuV0occMT5qU27zu5evUAYuC0ViH0NrcZcq5-3TH-Sk?e=kL0Szw)

### **CARTILLA PRODUCTO**

<https://heyzine.com/flip-book/c31a8fcae8.html>

### **ENCUESTAS**

[https://javerianacali.edu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nicolaspgranobles\\_javerianacali\\_edu\\_co/IgBym5UQJSOjRJSCbWdRu3ONARMZcWHfYS1uMGge0U0KRRM?e=lJA3PX](https://javerianacali.edu-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/nicolaspgranobles_javerianacali_edu_co/IgBym5UQJSOjRJSCbWdRu3ONARMZcWHfYS1uMGge0U0KRRM?e=lJA3PX)