



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

**ESTRATEGIA DE DISEÑO PARA FORTALECER LA SALUD MENTAL
Y EL SENTIDO DE PERTENENCIA DE JÓVENES LGBT
JAVERIANOS**

ANTEPROYECTO DE GRADO

ESTUDIANTE
CATALINA CRUZ BUENO

ANTEPROYECTO DE GRADO
2025-2

Introducción

La importancia de la representación inclusiva de la comunidad LGBTIQ y sus efectos en la salud mental en los jóvenes universitarios Javerianos de Cali

Introducción al tema.

La falta de representación inclusiva de la comunidad LGBTIQ en los medios digitales de Colombia afecta directamente la salud mental de los jóvenes universitarios, al reforzar estigmas y debilitar su autoestima. Aunque en la actualidad la sociedad tiene una mente más abierta al respecto y ya no es un tabú hablar del tema, las pocas representaciones que tiene la comunidad LGBT en la sociedad son esporádicas y poco constantes. Además, muchas de estas intenciones de representar a este grupo poblacional muchas veces están ligadas a estereotipos y a clichés, reforzando el estigma de cómo los ve la sociedad, sin ser realmente preciso o adecuado.

Según la investigación hecha por la Universidad Simón Bolívar, en el año 2019 "Estrés, salud y bienestar de las personas LGBT en Colombia. Resultados de una encuesta nacional", la representación inclusiva de la comunidad LGBTIQ en los medios y en los discursos sociales constituye un eje fundamental en la construcción de identidades y en el bienestar psicológico de las personas que integran este sector poblacional. En contextos como el colombiano, donde actualmente aún persisten prejuicios, discriminación y estigmatización, la forma en que se comunica visualmente y se narran las identidades de género y orientaciones sexuales diversas adquiere un rol determinante en la salud mental. El diseño de comunicación visual, entendido como una disciplina que organiza símbolos, mensajes e imágenes para transmitir significados, tiene la capacidad de transformar imaginarios colectivos y cuestionar narrativas excluyentes.

Este anteproyecto se propone analizar cómo las representaciones inclusivas en medios digitales pueden convertirse en herramientas estratégicas para contrarrestar efectos negativos como la ansiedad, el aislamiento social o la baja autoestima. En particular, se centrará en jóvenes universitarios de Cali, una población altamente conectada al entorno digital y en proceso de construcción de identidad.

Síntesis: El problema a abordar se define como la escasez de representaciones inclusivas en medios digitales y campañas gráficas, y su impacto en la salud mental de los jóvenes universitarios Javerianos LGBT en Cali.

Análisis del contexto actual.

En Colombia, las personas LGBTIQ enfrentan múltiples situaciones de discriminación que inciden directamente en su bienestar emocional y social. Según la investigación de Ariza-Sosa y colaboradores (2020), la población diversa en el país vive mayores niveles de estrés y vulnerabilidad en comparación con la población heterosexual, debido al rechazo familiar, la exclusión social y la falta de reconocimiento hacia su identidad. Estos factores generan un impacto significativo en la salud mental, manifestado en síntomas graves de ansiedad, depresión y estrés crónico.

A su vez, la encuesta nacional realizada por la Fundación Sentiido (2022) expone que el 87,2% de jóvenes LGBTIQ en Colombia recibió comentarios homofóbicos o transfóbicos por parte de sus familiares en el último año, y que el 85,6% reportó un deterioro en su salud mental durante la pandemia. Estos datos evidencian que los entornos más cercanos, como la familia, la escuela y los espacios religiosos, se convierten en focos de violencia hacia la comunidad. Frente a este problema, resulta importante explorar cómo la representación en los medios, la cultura visual y las campañas comunicacionales pueden convertirse en aliados estratégicos para contrarrestar la discriminación, sensibilizar a la sociedad y aportar a la construcción de identidades más seguras y saludables.

En este panorama, los medios digitales y las redes sociales se han convertido en espacios clave donde los jóvenes buscan referentes y validación de su identidad. No obstante, gran parte de las narrativas visuales disponibles aún reproducen estereotipos, caricaturizan a la comunidad o solo muestran inclusión en fechas conmemorativas como el Mes del Orgullo. El diseño de comunicación visual se posiciona entonces como un campo estratégico para proponer representaciones más empáticas, con potencial de mejorar la autoestima y fortalecer el sentido de pertenencia de los jóvenes.

Síntesis: El contexto colombiano evidencia altos niveles de discriminación y precariedad en las representaciones digitales, lo que justifica la necesidad de estrategias visuales inclusivas desde el diseño

Oportunidades y motivaciones.

El análisis de estas realidades muestra vacíos importantes en la forma en que se representan las identidades LGBTIQ en la comunicación visual en Colombia. A pesar de que en la última década se ha avanzado en visibilizar a esta población en algunas campañas publicitarias y en medios digitales, la mayoría de estas narrativas no se desarrollan o aplican de la mejor manera, pues aún refuerzan estereotipos, invisibilizan a ciertos grupos o ignoran los efectos emocionales que genera la exclusión simbólica o una representación poco fiel a la realidad de estas personas.

La encuesta de Sentiido (2022) revela que la victimización escolar y el rechazo familiar aumentan significativamente el riesgo de ausentismo académico y pensamientos suicidas entre los jóvenes LGBT. Por lo tanto, la pertinencia de este anteproyecto está en diseñar estrategias visuales que presenten identidades diversas de manera respetuosa, empática e inclusiva, contribuyendo a la disminución del estigma social y al fortalecimiento de la salud mental. Este proceso tendría la intención de fomentar en los jóvenes la idea de que tienen derecho a pertenecer, a ser como son y que su identidad es respetable y tan valiosa como la de todos.

A nivel de diseño visual, ya se han desarrollado con anterioridad de forma exitosa experiencias similares con este propósito que muestran cómo las campañas gráficas inclusivas pueden transformar la perspectiva de la sociedad hacia la comunidad LGBT. Esto con el objetivo de que dichos jóvenes se sintieran tan cómodos, integrados y sobre todo vistos con respeto como cualquier otro ser humano. En Colombia, el Ministerio de Salud lanzó en 2023 la campaña "#ConOrgullo", que integró ilustración, fotografía y recursos gráficos para promover mensajes positivos hacia la comunidad LGBT. Internacionalmente, marcas como Absolut y Netflix también han liderado campañas visuales inclusivas que visibilizan diversidad con creatividad y alcance masivo.

Con todo esto en mente, a nivel personal y profesional, el tema de este proyecto conecta con el rol del diseñador como agente de cambio, capaz de utilizar las herramientas visuales para crear y comunicar mensajes transformadores y positivos que inciden en la vida de poblaciones históricamente marginadas o rechazadas por ser diferentes.

Habilidades y destrezas.

Para abordar este proyecto, se requieren habilidades en diseño de comunicación visual, narrativa transmedia e investigación cualitativa, orientadas a la comprensión y representación responsable de la diversidad. Asimismo, es fundamental el manejo de herramientas digitales de diseño gráfico y audiovisual, como Adobe Creative Suite, Figma y entornos interactivos, que permitan la creación de piezas inclusivas y coherentes con la estrategia visual propuesta. El proceso también demanda competencias en pensamiento crítico, empatía social y comunicación asertiva, esenciales para interactuar con la comunidad LGBT y comprender sus experiencias de identidad y pertenencia. Finalmente, resulta clave la capacidad de trabajo colaborativo e interdisciplinar, articulando saberes y destrezas del diseño potenciadas con áreas como la psicología, la sociología y la educación para garantizar un abordaje ético, sensible y transformador del tema.

Análisis DOFA y conclusiones.

El análisis DOFA de este proyecto de investigación revela una serie de fortalezas fundamentales, como la relevancia social del tema, la capacidad de crear narrativas visuales creativas y la motivación personal y ética de la investigadora. Sin embargo, también existen debilidades que deben gestionarse, como la necesidad de delimitar con precisión el enfoque para evitar que sea demasiado amplio, y la ansiedad en el trabajo en equipo que podría afectar la gestión de proyectos colectivos. Aprovechando las oportunidades, como la alta penetración digital entre los jóvenes actuales y la necesidad de ser visto, reconocido y aprobado por los demás, nos lleva a una creciente demanda global de inclusión. En este caso, para este proyecto es muy beneficioso utilizar plataformas digitales como un canal de intervención efectivo, ya que en nuestra sociedad actual que está tan influenciada por el internet y que el entretenimiento y la comunicación giran alrededor de las redes sociales. A pesar de las amenazas, como la resistencia sociocultural y las dificultades para acceder a datos locales específicos de la población LGBT, este trabajo de investigación tiene el potencial de generar un impacto positivo al crear y analizar mensajes visuales que promuevan la inclusión y contribuyan a una mayor conciencia social en el contexto colombiano. En conclusión, el anteproyecto es pertinente y viable en nuestro contexto y sociedad actual, ya que responde a un problema social urgente: la falta de representación inclusiva en medios digitales y su impacto en la salud mental de los jóvenes universitarios LGBT de Cali. La evidencia confirma que la discriminación simbólica deteriora la autoestima, la percepción de la propia identidad y aumenta los riesgos emocionales de esta población.

El diseño de comunicación visual, con su capacidad de estructurar narrativas gráficas empáticas, se presenta como la herramienta estratégica más adecuada para transformar imaginarios, ofrecer referentes positivos y construir campañas digitales que aporten directamente en el bienestar juvenil en nuestro campus universitario.

Fortalezas

- Tema actual, socialmente relevante y con impacto positivo.
- Habilidad para crear narrativas visuales creativas y sensibles.
- Motivación personal y compromiso ético con el tema.
- Conocimiento en investigación visual y análisis crítico de mensajes.
- Posibilidad de alianzas interdisciplinarias (psicología, fundaciones, colectivos LGBT).

Debilidades

- Riesgo de llegar a ser demasiado amplio si no se delimita con precisión.
- Requiere acceso y validación de datos locales actualizados.
- Ansiedad al trabajar en equipos grandes, lo que puede dificultar la gestión de proyectos colectivos.
- Limitaciones en el acceso directo a bases de datos locales en Cali.

Oportunidades

- Alta penetración digital entre jóvenes colombianos.
- Tendencia global hacia mayor consciencia y demanda de inclusión.
- Disponibilidad de plataformas digitales como canal de intervención.

Amenazas

- Resistencia sociocultural en ciertos contextos.
- Dificultades para acceder a fuentes de data específicas de población LGBT en Colombia.

Justificación

1.1 Justificación (¿Por qué se hace?, hechos y datos)

Al investigar y analizar proyectos con estudios realizados sobre la población LGBT de Colombia, la evidencia cuantitativa y cualitativa confirma la relación entre representación e impacto en salud mental. Ya que Rivera-Osorio y Arias-Gómez (2020) mencionan que encontraron que el 54,6% de estudiantes LGBT en Colombia se siente inseguro en su colegio, el 92% escucha comentarios homofóbicos de compañeros y el 65,5% de docentes. Estos datos evidencian entornos hostiles que afectan la autoestima y el bienestar emocional, además de afectar directamente la seguridad y la integridad física de los jóvenes pertenecientes a la comunidad. Esta falta de un ambiente seguro y la falta de validación positiva, puede llegar a generar grandes cantidades de estrés y ansiedad, además de que la persona que lo sufre incluso puede llegar a sentir rechazo por sí mismo (es decir la homofobia interiorizada) y considerar que su identidad no es adecuada o incluso verla como algo indecoroso de lo cual debería avergonzarse.

Por otra parte, el 97% de jóvenes universitarios colombianos usa diariamente redes sociales (DataReportal, 2024), lo que confirma que los medios digitales son el escenario principal donde se construyen identidades juveniles. Pues en las redes sociales, los jóvenes interactúan constantemente con sus amigos personales y consumen contenido en el cual por medio de fotografías o videos pueden observar el estilo de vida y forma de ser de otras personas. De esta forma, aumenta mucho la probabilidad de que los jóvenes LGBT encuentren en redes sociales a personas que son como ellos, provocando que no se sientan tan solos o diferentes. En este contexto, el diseño de comunicación visual se convierte en una herramienta concreta para intervenir, ya que permite crear narrativas gráficas que visibilicen, dignifiquen y validen las experiencias diversas que cada una de estas personas pertenecientes a la comunidad tiene.

En la Pontificia Universidad Javeriana Cali, los estudiantes LGBT de primer semestre enfrentan una etapa de adaptación que coincide con la búsqueda de reconocimiento y pertenencia dentro del entorno universitario. Son Jóvenes que se están preparando para entrar al mundo laboral y sobre todo en la búsqueda de lo que quieren hacer con su vida y encontrar su lugar en la sociedad. Si bien la institución promueve espacios de inclusión y sobre el respeto con el prójimo, la representación visual en medios digitales sobre la comunidad LGBT aún es intermitente,

concentrándose principalmente en fechas conmemorativas como el Mes del Orgullo o el Día contra la Homofobia. Esta presencia temporal genera vacíos en la comunicación visual institucional y limita la consolidación de un sentido de pertenencia constante durante el año académico.

Desde la perspectiva del diseño de comunicación visual, la problemática resulta significativa porque involucra los campos de la percepción, la narrativa visual y la ética del diseño. En este caso, la falta de representaciones inclusivas sostenidas no solo es relevante, sino que puede mitigarse mediante estrategias visuales transmedia que visibilicen la diversidad, generen identificación y promuevan la salud mental positiva de estos jóvenes. Con el objetivo de que cuando llegue el momento de su graduación y salgan para adentrarse en la sociedad como adultos con grandes capacidades académicas y profesionales, también lleguen con el autoestima y valor suficiente para sentirse seguros de ocupar su lugar.

Por lo tanto, la investigación de este proyecto busca comprender cómo el diseño puede contribuir al fortalecimiento del bienestar emocional y el sentido de validación y pertenencia entre los jóvenes LGBT universitarios, a través de la creación de una estrategia transmedia inclusiva, participativa y empática. La pertinencia del tema está en su impacto social y educativo, pero también en su valor comunicativo y estético, al posicionar el diseño como herramienta de cambio cultural y agente de representación ética en la era digital en la que vivimos actualmente.

Metodología

Tipo de proyecto y enfoque metodológico

El presente proyecto se enmarca en un enfoque de investigación-creación con metodología cualitativa de carácter exploratorio y participativo. Se articula desde el campo del diseño de comunicación visual y adopta principios de diseño centrado en el usuario y co-creación, entendiendo que la construcción de soluciones visuales inclusivas requiere la participación activa de la población implicada. El componente participativo se integra a través de espacios de diálogo y retroalimentación con los jóvenes involucrados y con expertos temáticos, permitiendo que la propuesta de diseño no sea impuesta externamente, sino construida con base en las necesidades reales del colectivo.

La investigación-creación permite no solo analizar un fenómeno social —en este caso, la representación inclusiva y su relación con el sentido de pertenencia y la salud mental en jóvenes LGBT universitarios— sino también generar una propuesta de diseño como resultado tangible del proceso investigativo. El enfoque cualitativo es pertinente debido a que el proyecto busca comprender percepciones, experiencias, significados y dinámicas simbólicas, más que medir variables cuantificables de manera estadística.

Población, muestra y proceso de selección

La población objetivo está constituida por estudiantes de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali que se identifiquen como parte de la comunidad LGBT y que sean mayores de edad.

La elección de esta población responde a que el primer semestre universitario representa una etapa de transición significativa en la vida académica y personal, en la cual los procesos de adaptación, construcción de identidad y búsqueda de pertenencia adquieren especial relevancia. En este periodo pueden intensificarse experiencias de vulnerabilidad emocional, particularmente en poblaciones históricamente marginadas.

Se trabajará con una muestra estimada de entre 10 y 15 participantes, seleccionados mediante un muestreo intencional no probabilístico. Este tipo de selección es adecuado cuando se requiere la participación de personas que cumplan criterios específicos relacionados con el fenómeno de estudio, privilegiando profundidad sobre representatividad estadística.

Criterios de inclusión:

- Ser estudiante activo de primer semestre en la institución.
- Identificarse como parte de la comunidad LGBT.
- Ser mayor de 18 años.
- Aceptar voluntariamente participar mediante firma de consentimiento informado.

Criterios de exclusión:

- Ser menor de edad.
- No pertenecer a la población objetivo.
- No aceptar las condiciones de participación voluntaria.

El proceso de reclutamiento se realizará a través de difusión institucional, colectivos estudiantiles y posibles apoyos del Centro de Bienestar Universitario. Se garantizará que la invitación sea clara, voluntaria y sin ningún tipo de presión académica o social.

Descripción del procedimiento

El desarrollo metodológico se organiza en fases sucesivas que permiten articular investigación y creación de manera coherente.

Fase 1: Consolidación del marco de apoyo teórico y conceptual

En esta fase se profundiza en el estado del arte y en los marcos teóricos, conceptuales y éticos que sustentan el proyecto. Se revisan estudios sobre representación inclusiva, sentido de pertenencia en entornos universitarios, salud mental en población LGBT y diseño de comunicación visual con enfoque social.

El objetivo de esta etapa es establecer fundamentos científicos que orienten tanto la recolección de información como las decisiones de diseño posteriores.

Fase 2: Diagnóstico cualitativo del fenómeno

Se aplicará un instrumento de recolección de información consistente en entrevistas semiestructuradas con preguntas mixtas (cerradas, de opción múltiple y algunas abiertas). Este formato permite equilibrar profundidad interpretativa con claridad y comodidad para el participante. Las entrevistas tendrán una duración aproximada de 30 a 45 minutos y se realizarán en espacios privados dentro de la universidad. Las entrevistas serán registradas mediante notas escritas o grabación (previa autorización), para su posterior transcripción y análisis. Versidad o mediante modalidad virtual segura, garantizando confidencialidad.

En esta fase se busca:

- Identificar percepciones sobre representación institucional.
- Reconocer experiencias relacionadas con aceptación o exclusión.
- Analizar dinámicas que inciden en el sentido de pertenencia.
- Explorar la relación percibida entre visibilidad simbólica y bienestar emocional.

Fase 3: Análisis cualitativo de la información

La información recolectada será organizada en matrices de análisis y sometida a un proceso de codificación temática. Este procedimiento implica identificar patrones recurrentes, categorías emergentes y relaciones conceptuales entre representación, identidad y bienestar. Se trabajará con categorías previamente definidas desde el marco conceptual (por ejemplo: representación simbólica, validación social, identidad, pertenencia, seguridad emocional) y categorías emergentes surgidas del discurso de los participantes. Este análisis permitirá establecer hallazgos interpretativos que orienten los lineamientos del diseño.

Fase 4: Desarrollo de la propuesta de diseño transmedia

Con base en los hallazgos obtenidos, se diseñará una propuesta de comunicación transmedia inclusiva orientada a fortalecer el sentido de pertenencia y la autoestima de la población objetivo. La propuesta podrá incluir piezas digitales, gráficas o narrativas distribuidas en diferentes canales institucionales, buscando coherencia conceptual y accesibilidad. Durante esta fase se aplicarán principios de diseño inclusivo, claridad comunicativa y representación respetuosa, evitando estereotipos o enfoques tokenistas.

Fase 5: Validación y retroalimentación

La propuesta desarrollada será presentada a un grupo reducido de participantes y a expertos temáticos del Centro de Bienestar Universitario para recibir retroalimentación cualitativa. La retroalimentación será analizada y, de ser necesario, se realizarán ajustes a la propuesta final.

Se evaluará:

- Claridad del mensaje.
- Pertinencia simbólica.
- Identificación emocional.
- Potencial impacto en el sentido de pertenencia.

Análisis y manejo de datos

El análisis de la información recolectada se desarrollará mediante un proceso sistemático de organización, codificación e interpretación cualitativa. Una vez realizadas las entrevistas, estas serán transcritas de manera textual cuando exista autorización de grabación, o sistematizadas a partir de notas detalladas en caso contrario. Posteriormente, se construirá una matriz de análisis que permita clasificar la información según categorías previamente definidas desde el marco conceptual —como representación inclusiva, identidad, sentido de pertenencia, validación social y bienestar emocional— y categorías emergentes que surjan directamente del discurso de los participantes. El proceso de codificación se realizará en dos momentos. En una primera etapa, se llevará a cabo una codificación abierta, identificando patrones recurrentes, palabras clave y experiencias significativas. En una segunda etapa, se procederá a una codificación axial, en la cual se establecerán relaciones entre categorías para comprender cómo las dinámicas de representación influyen en la construcción identitaria y en la percepción de bienestar emocional dentro del entorno universitario.

El análisis no buscará establecer generalizaciones estadísticas, sino interpretaciones fundamentadas que permitan orientar decisiones de diseño coherentes con la experiencia real de la población. En cuanto al manejo de datos, se garantizarán principios de confidencialidad, anonimato y protección de la información personal. Cada participante será identificado mediante un código alfanumérico, evitando el uso de nombres propios o cualquier dato que permita su identificación. Los archivos digitales serán almacenados en dispositivos protegidos con contraseña y acceso restringido exclusivamente a la investigadora. No se compartirán grabaciones ni transcripciones con terceros.

La información será utilizada únicamente con fines académicos dentro del proyecto de grado. Finalizado el proceso evaluativo institucional, los datos serán eliminados de manera segura. En caso de que se requiera conservar información para fines de validación académica, esta permanecerá de manera anónima y bajo custodia responsable. Este procedimiento asegura confiabilidad en el análisis y respeto por los derechos de los participantes.

Nivel de riesgo y medidas de mitigación

El proyecto se clasifica como de riesgo mínimo, dado que no implica intervención clínica, manipulación experimental ni exposición a situaciones que excedan las dinámicas cotidianas de conversación académica. Sin embargo, se reconoce que el abordaje de temas relacionados con identidad sexual, experiencias de representación y sentido de pertenencia puede evocar recuerdos o emociones sensibles en algunos participantes. El posible riesgo identificado corresponde a incomodidad emocional leve o momentánea al reflexionar sobre experiencias personales vinculadas a discriminación, invisibilización o procesos identitarios. Para mitigar este riesgo, se implementarán las siguientes medidas:

- La participación será completamente voluntaria y podrá interrumpirse en cualquier momento sin necesidad de justificación.
- El participante podrá abstenerse de responder cualquier pregunta que le genere incomodidad.
- Las entrevistas se realizarán en espacios privados que garanticen seguridad y confianza.
- Se informará previamente el contenido temático de la entrevista para evitar sorpresas o presión.
- En caso de que durante la entrevista se evidencie malestar significativo, se suspenderá la sesión y se brindará información de contacto del Centro de Bienestar Universitario para apoyo psicológico profesional.

Desde el principio bioético de no maleficencia, se busca evitar cualquier daño físico o psicológico. Desde la beneficencia, el proyecto pretende aportar a la visibilización positiva y fortalecimiento simbólico de la comunidad.

Desde la autonomía, se respeta la decisión libre e informada de cada participante. Y desde la justicia, se garantiza un trato equitativo, sin discriminación ni instrumentalización de la población. El riesgo, por tanto, es controlado, previsible y adecuadamente mitigado.

Viabilidad del proyecto

La viabilidad del proyecto se sustenta en dimensiones académicas, metodológicas, institucionales y temporales.

En el plano metodológico, la muestra es intencional y de tamaño reducido, lo que permite un abordaje profundo y manejable dentro de los tiempos académicos establecidos. Las técnicas empleadas —entrevistas semiestructuradas y análisis cualitativo— no requieren infraestructura especializada ni recursos económicos elevados, lo que garantiza factibilidad operativa.

En el plano institucional, el proyecto se desarrolla dentro de la misma universidad a la que pertenece la investigadora, lo que facilita el acceso a la población objetivo, la articulación con colectivos estudiantiles y el posible acompañamiento del Centro de Bienestar Universitario como experto temático.

En el plano temporal, el cronograma está organizado en fases progresivas que permiten cumplir cada objetivo específico dentro del calendario académico. La secuencia investigación–análisis–diseño–validación asegura coherencia y control del proceso.

Desde la perspectiva disciplinar, la investigadora cuenta con formación en Diseño de Comunicación Visual, lo que le permite abordar con competencia tanto la fase analítica como la fase creativa del proyecto. Además, el enfoque transmedia no exige desarrollos tecnológicos complejos, sino articulación estratégica de piezas comunicativas.

Finalmente, la pertinencia social del tema —la salud mental y el sentido de pertenencia en población LGBT universitaria— refuerza la viabilidad ética y académica, al responder a una necesidad real y contextualizada dentro de la institución.

Resultados esperados y productos derivados

El proyecto espera generar resultados en tres niveles: investigativo, proyectual y social.

En primer lugar, a nivel investigativo, se espera obtener una comprensión profunda de los patrones de representación inclusiva presentes en los medios digitales universitarios y su relación con la construcción de identidad, autoestima y sentido de pertenencia en jóvenes LGBT de primer semestre. El análisis cualitativo permitirá identificar vacíos simbólicos, tensiones discursivas, percepciones de invisibilización o reconocimiento, así como necesidades comunicativas no atendidas dentro del entorno institucional. Estos hallazgos constituirán una base conceptual y empírica sólida para la toma de decisiones de diseño fundamentadas y no intuitivas.

En segundo lugar, a nivel proyectual, se espera consolidar una estrategia de diseño de comunicación visual bajo un enfoque transmedia que articule diferentes plataformas y formatos digitales institucionales. Esta estrategia deberá integrar lineamientos claros de representación inclusiva, criterios de coherencia narrativa, pautas de lenguaje visual respetuoso y mecanismos de participación estudiantil. El producto no será únicamente un conjunto de piezas gráficas aisladas, sino un sistema estratégico estructurado que pueda implementarse progresivamente dentro del ecosistema comunicativo universitario.

Entre los productos derivados se contemplan:

- Documento de lineamientos de representación inclusiva aplicables a medios digitales universitarios.
- Prototipos de piezas gráficas y digitales (publicaciones para redes, cápsulas audiovisuales, recursos interactivos o narrativas digitales).
- Guía de implementación y recomendaciones estratégicas para la institución.
- Informe final de investigación con análisis de datos y validación del impacto percibido.

En tercer lugar, a nivel social e institucional, se espera que la propuesta contribuya a fortalecer el sentido de pertenencia y reconocimiento simbólico de los jóvenes LGBT dentro del campus, promoviendo entornos comunicativos más empáticos y responsables. Si bien el proyecto no constituye una intervención clínica, se proyecta que una representación más consciente y sostenida pueda incidir positivamente en la percepción de bienestar emocional y visibilidad identitaria.

En términos de evaluación, los resultados serán analizados mediante retroalimentación cualitativa de participantes y expertos temáticos, valorando pertinencia, claridad del mensaje, identificación emocional y percepción de impacto. En síntesis, el proyecto busca trascender la producción estética para consolidar un aporte estratégico, ético y aplicable al contexto universitario, articulando investigación rigurosa con diseño responsable.

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

¿Qué?

El fenómeno central corresponde a la representación inclusiva (o su ausencia) de las identidades LGBT en los medios digitales de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y su relación con la salud mental y el sentido de pertenencia de los estudiantes de primer semestre. Esta situación revela una necesidad de comunicación visual continua, diversa y empática, más allá de las campañas temporales o de conmemoración.

¿Cómo?

El análisis se centra en comprender cómo las narrativas visuales presentes en redes institucionales y medios digitales universitarios influyen en la percepción que los estudiantes LGBT tienen de sí mismos; cómo los elementos visuales (colores, símbolos, lenguaje gráfico y tono comunicativo) pueden reforzar o debilitar su sentido de pertenencia; cómo las prácticas de diseño actuales reproducen o transforman estereotipos; y cómo las estrategias de comunicación pueden integrar lenguajes transmedia para mantener una representación sostenida a lo largo del año académico. Además, se analiza cómo la interacción digital y los picos de visibilidad en fechas conmemorativas (junio, mayo y noviembre) determinan los momentos de mayor o menor exposición de la comunidad en los espacios virtuales institucionales.

¿Quiénes?

Los actores directos son los estudiantes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, quienes viven el proceso de inserción universitaria y construcción de identidad dentro del campus. También participan colectivos de diversidad e inclusión universitaria, y aliados externos como Aguacatal y Colombia Diversa. Los actores indirectos incluyen a docentes, diseñadores, profesionales de bienestar universitario, psicólogos institucionales y la comunidad académica general, quienes inciden en las dinámicas de representación y acompañamiento.

¿Cuándo?

El fenómeno ocurre de forma continua, pero se intensifica en fechas conmemorativas como el Mes del Orgullo (junio) y el Día Internacional contra la Homofobia (17 de mayo).

Gráfico 1. Ciclos anuales de representación LGBT en medios digitales universitarios.

El presente gráfico representa los niveles de visibilidad y frecuencia de publicaciones con contenido LGBT en los medios digitales universitarios a lo largo de un año académico. Para su elaboración se consideraron las fechas conmemorativas más relevantes en torno a la diversidad sexual y de género. Este análisis busca identificar los momentos del año en los que la comunidad LGBT tiene mayor representación visual, y aquellos en los que su presencia disminuye significativamente.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg

Ciclo Anual

Noviembre

Día
Internacional
de la Memoria
Trans.

Octubre

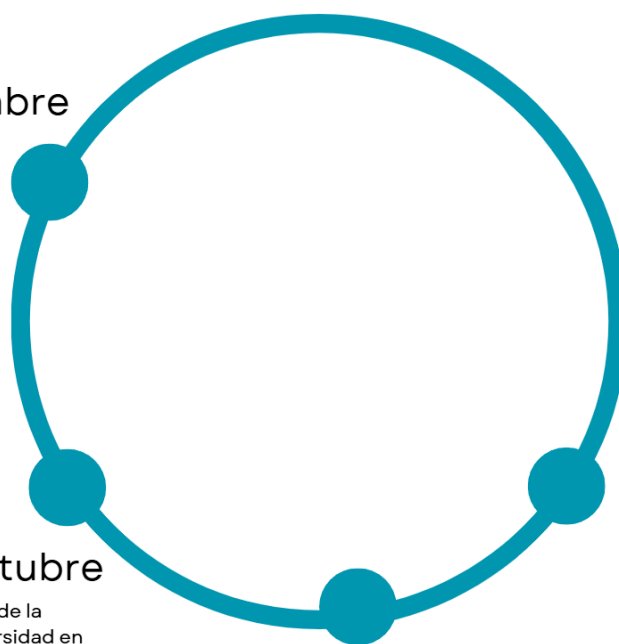
Mes de la
Diversidad en
Colombia

Junio

Mes del Orgullo
LGBT

Mayo

Día
Internacional
contra la
Homofobia,
Transfobia y
Bifobia.



Los datos muestran que la mayor concentración de contenidos inclusivos se da durante los meses de mayo, junio y noviembre, coincidiendo con el Día Internacional contra la Homofobia, el Mes del Orgullo LGBT y el Día de la Memoria Trans, respectivamente. En contraste, durante los meses restantes la representación de la comunidad LGBT es mínima o inexistente. Este patrón evidencia que las acciones de comunicación visual relacionadas con la diversidad son esporádicas y dependientes de fechas simbólicas, más que resultado de una estrategia continua de inclusión institucional.

Hallazgos clave:

El análisis revela que la representación LGBT en medios universitarios carece de sostenibilidad temporal. Su concentración en momentos puntuales crea una narrativa fragmentada y efímera que no logra consolidar en su totalidad un sentido de pertenencia duradero entre los estudiantes LGBT. Esto plantea un reto para el diseño de comunicación visual: con este proyecto se busca desarrollar estrategias transmedia que mantengan la visibilidad, la empatía y la identificación durante todo el año académico, evitando que la inclusión sea tratada como un tema temporal o estacional. Además de que es importante evitar los estereotipos y no dejarse llevar por los clichés que suelen repetirse.

Gráfico 2. Ciclos diarios de interacción digital entre jóvenes LGBT universitarios.

El segundo gráfico presenta una estimación de los momentos del día en los que los jóvenes LGBT universitarios muestran mayor actividad e interacción digital, tomando como referencia el comportamiento observado en redes sociales de uso frecuente (Instagram, TikTok, X/Twitter y plataformas internas universitarias). Este análisis busca determinar las horas con mayor consumo de contenido y participación en línea, con el fin de comprender cuándo los mensajes de comunicación visual inclusiva pueden tener mayor alcance e impacto emocional.



Ciclo Diario



La gráfica muestra tres momentos de interacción significativos: mañana (8:00–10:00 a.m.), tarde (3:00–6:00 p.m.) y noche (8:00–11:00 p.m.), siendo los dos últimos los más activos. En la tarde se evidencia un aumento en la participación tras las jornadas académicas, mientras que en la noche se intensifica el consumo pasivo de contenido audiovisual y reflexivo. Estas dinámicas reflejan los espacios de mayor apertura emocional y conexión social en entornos digitales, especialmente en los momentos donde las personas pertenecientes a la comunidad encuentran a creadores de contenido que son como ellos y comparten pensamientos y gustos similares. Es un espacio valioso donde la identidad y la expresión personal son temas sensibles y profundamente significativos para estos jóvenes.

Hallazgos clave:

El estudio del comportamiento digital permite concluir que las horas de la tarde y la noche representan las franjas óptimas para difundir mensajes de diseño inclusivo. Estos periodos de mayor interacción favorecen la recepción empática de contenidos relacionados con bienestar y salud mental. Por tanto, las estrategias transmedia del proyecto deben contemplar la programación de publicaciones y narrativas visuales que se alineen con los hábitos digitales del público objetivo, optimizando así la efectividad comunicativa y emocional del diseño.

¿Dónde?

El fenómeno se sitúa en el campus de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, específicamente en sus entornos digitales institucionales, redes sociales y medios internos de comunicación visual.

Delimitación final del problema de diseño

En la Pontificia Universidad Javeriana Cali, la falta de representaciones inclusivas sostenidas en los medios digitales universitarios limita el sentido de pertenencia y afecta el bienestar emocional de los estudiantes LGBT de primer semestre. Este fenómeno evidencia la necesidad de estrategias de comunicación visual que trasciendan lo conmemorativo y construyan vínculos permanentes. El diseño transmedia, desde una mirada ética y participativa, se plantea como una oportunidad para crear representaciones visuales empáticas, sostenidas y responsables que contribuyan al fortalecimiento de la salud mental y la identidad colectiva dentro del entorno universitario.

OBJETIVOS

1.3 Objetivo general

- Proponer una estrategia de diseño, bajo un enfoque transmedia, para contribuir al fortalecimiento de la salud mental y el sentido de pertenencia de jóvenes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

1.4 Objetivos específicos.

1. Analizar los patrones de representación inclusiva de la comunidad LGBT mediante herramientas de revisión documental, cualitativas y cuantitativas, para identificar su relación con la construcción de identidad y la salud mental juvenil.
2. Diseñar una propuesta de diseño transmedia inclusiva, mediante procesos participativos con el colectivo, para fortalecer el sentido de pertenencia y autoestima de jóvenes universitarios de la comunidad.
3. Evaluar la pertinencia y el impacto de la propuesta de diseño, a través de retroalimentación con colectivos LGBT y expertos temáticos, para medir su efectividad en el fortalecimiento de la salud mental y el sentido de pertenencia.

1.5 Ruta metodológica:

Objetivo específico 1. Analizar los patrones de representación inclusiva de la comunidad LGBT mediante herramientas de revisión documental, para identificar su relación con la construcción de identidad y la salud mental juvenil.

Este primer objetivo busca comprender cómo la representación de la comunidad LGBT ha sido abordada en los medios y entornos digitales, con el fin de identificar los vacíos, sesgos y estereotipos que pueden afectar la salud mental y el sentido de identidad de los jóvenes universitarios. Para lograrlo, se plantean actividades de análisis documental y visual, incluyendo la revisión de bibliografía académica, campañas gráficas y proyectos transmedia nacionales y latinoamericanos. Todo esto con el fin de informarse y recoger información de trabajos similares, observar qué cosas han funcionado y cuáles no. También se realizarán entrevistas exploratorias a estudiantes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, con el fin de recoger percepciones directas sobre su representación y bienestar emocional. Finalmente, los hallazgos serán sistematizados mediante matrices conceptuales, mapas de afinidad y análisis temático, que permitirán construir un diagnóstico sólido del fenómeno. De esta forma, se puede aprender y tener un poco de perspectiva de cómo son realmente las vidas y cómo se sienten los jóvenes LGBT.

Objetivo específico 2. Diseñar una propuesta de diseño transmedia inclusiva, mediante procesos participativos con el colectivo, para fortalecer el sentido de pertenencia y autoestima de jóvenes universitarios de la comunidad. Este segundo objetivo busca traducir y darle una forma a los hallazgos encontrados del análisis de datos previo, para como resultado obtener una propuesta de diseño transmedia coherente, empática e inclusiva que satisfaga las necesidades encontradas en los jóvenes LGBT. Para conseguirlo, se formularán lineamientos conceptuales basados en herramientas del diseño estratégico —como el brief de diseño, el canvas de proyecto, el benchmark de campañas y el mapa de empatía— que orienten y establezcan unos límites y metas en el proceso creativo. Posteriormente, se identificarán los recursos narrativos y las plataformas digitales más adecuadas (Instagram, podcasts, microvideos, etc.) para construir una narrativa transmedia que dialogue con los jóvenes. Este proceso se desarrollará de forma participativa, mediante talleres y focus groups con estudiantes LGBT, promoviendo la co-creación visual y narrativa. La integración de las piezas y prototipos digitales permitirá construir una estrategia comunicativa capaz de reforzar la identidad y el sentido de pertenencia del público objetivo.

Objetivo específico 3. Evaluar la pertinencia y el impacto de la propuesta de diseño, a través de retroalimentación con colectivos LGBT y expertos temáticos, para medir su efectividad en el fortalecimiento de la salud mental y el sentido de pertenencia.

El tercer objetivo se enfoca en validar la efectividad de la estrategia transmedia diseñada. Se realizarán pruebas de concepto y testeos con estudiantes LGBT de primer semestre para evaluar la funcionalidad, usabilidad y pertinencia del mensaje. Además, se aplicarán encuestas de percepción, escalas Likert y entrevistas de retroalimentación para medir el impacto emocional y simbólico de las piezas. Con base en esta información, se ajustará la propuesta a través de una matriz de mejoras, incorporando las observaciones de los participantes y expertos. Finalmente, se elaborará una presentación formal del proyecto en formato transmedia, que sintetice el proceso, los resultados y el potencial de la estrategia como herramienta de comunicación visual para el fortalecimiento de la salud mental y la inclusión.

Cronograma de ejecución del proyecto

El proyecto se desarrollará a lo largo de dieciséis (16) semanas académicas, organizadas en tres fases principales que corresponden a los objetivos específicos planteados: fase de análisis e investigación, fase de diseño participativo y fase de evaluación y validación. Cada etapa contempla actividades secuenciales que garantizan coherencia metodológica, rigurosidad científica y cumplimiento de los principios éticos.

Fase I. Investigación y análisis diagnóstico

Semanas 1 a 6

Durante las primeras seis semanas se desarrollará la fase investigativa orientada al cumplimiento del primer objetivo específico: analizar los patrones de representación inclusiva de la comunidad LGBT y su relación con la construcción de identidad y la salud mental juvenil.

En las semanas 1 y 2 se realizará la revisión documental sistemática de bibliografía académica, informes institucionales y estudios previos relacionados con salud mental, sentido de pertenencia y representación LGBT. Se elaborarán fichas bibliográficas y matrices de análisis de contenido que permitirán organizar la información de manera estructurada.

En la semana 3 se llevará a cabo el análisis comparativo de campañas gráficas y estrategias transmedia inclusivas desarrolladas en Colombia y Latinoamérica, mediante fichas de observación y cuadros de análisis visual (color, tono, mensaje, narrativa, plataformas).

Entre las semanas 4 y 5 se desarrollarán entrevistas semiestructuradas a jóvenes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. En esta etapa se aplicará el consentimiento informado previamente aprobado y se garantizará confidencialidad y anonimato.

En la semana 6 se realizará la sistematización de hallazgos a través de matrices categoriales, mapas conceptuales y análisis temático, permitiendo consolidar insumos teóricos y empíricos para la fase de diseño.

Fase II. Diseño de la propuesta transmedia

Semanas 7 a 12

Esta fase responde al segundo objetivo específico: diseñar una propuesta transmedia inclusiva mediante procesos participativos.

En la semana 7 se formularán los lineamientos conceptuales del proyecto en un brief de diseño que integrará hallazgos investigativos, mapa de empatía y referentes analizados.

Entre las semanas 8 y 9 se definirán los recursos narrativos y plataformas digitales pertinentes, desarrollando moodboards, wireframes y estructuras narrativas preliminares.

Durante las semanas 9 a 11 se implementarán espacios de co-creación con estudiantes y colectivos universitarios, mediante talleres participativos y dinámicas guiadas con herramientas visuales. Esta etapa permitirá incorporar la voz activa de la población objetivo en el diseño.

En la semana 12 se realizará la integración de piezas en una estrategia transmedia coherente, desarrollando prototipos digitales y diagramas de flujo narrativo.

Fase III. Evaluación, validación y ajustes

Semanas 13 a 16

Esta fase corresponde al tercer objetivo específico: evaluar la pertinencia e impacto de la propuesta. En la semana 13 se realizarán pruebas de concepto y test de usabilidad visual con participantes voluntarios.

En la semana 14 se aplicarán instrumentos de validación (encuestas de percepción y escalas tipo Likert) para medir claridad, identificación y sensación de pertenencia generada.

En la semana 15 se analizarán los resultados obtenidos y se realizarán ajustes al prototipo con base en la retroalimentación recibida.

Marcos de Apoyo

1.6 Antecedentes del proyecto

En nuestra actualidad que está tan globalizada y conectada de forma internacional a través de internet y las redes sociales (rebasando incluso la barrera del idioma), ayuda muchísimo en educar y llegar a la mayor cantidad de personas posible acerca de la representación y la inclusión de la diversidad sexual y de género.

Lograr ser vistos sin estereotipos ni estigmas es muy importante para mejorar la calidad de vida de las personas LGBT. Las universidades, en este caso, representan y aportan de forma beneficiosa a este proyecto, ya que son entidades académicas y formadoras no solo de buenos profesionales, si no formadoras de la siguiente generación de adultos que se van a integrar y a participar en la sociedad.

Tomando en cuenta que las universidades, además de brindar conocimiento y formación académica, también son una fuente importante de generación de vínculos entre personas y en la formación de valores y respeto entre ellos, podemos concluir que para este proyecto este ambiente es rico en oportunidades para generar cambios positivos en la perspectiva que se tiene sobre la comunidad LGBT y lograr que estos jóvenes se sientan cómodos consigo mismo y que una vez graduados, se sientan capaces de enfrentar al mundo, siendo fieles consigo mismos.

Analizando proyectos con estos objetivos y metas similares, se encontró que la Universidad de los Andes (2021) vió también una buena oportunidad con este tema y desarrolló en su momento proyectos de investigación e intervención sobre la representación e inclusión LGBT como un componente importante y merecedor de atención y visibilidad en la vida del campus universitario. Con su trabajo "Diversxs", llevaron a cabo estrategias de inclusión y visibilidad en la comunidad LGBT universitaria. Su proyecto buscaba demostrar cómo las narrativas visuales pueden contribuir a la creación de comunidades empáticas dentro del entorno académico y cambiar los estigmas y la mirada con la que se ve a las personas que hacen parte de la comunidad LGBT.

Los resultados de esta investigación revelan que la ausencia de representaciones positivas en los medios institucionales no solo perpetúa la invisibilidad, sino que además repercute en la autoestima, la salud mental y el sentido de pertenencia de los jóvenes LGBT.

Por su parte, el proyecto de la Universidad del Azuay (2022), mediante su programa

Diseño y Diversidad, desarrolló una profunda investigación que utilizó el diseño de comunicación visual como una herramienta educativa y capaz de generar cambios en la actitud de las personas. A través de talleres participativos, proyectos gráficos y narrativas inclusivas con sus estudiantes, esta universidad ha demostrado que el diseño puede ser un instrumento valioso capaz de generar discursos visuales que representen las identidades diversas desde el respeto, la dignidad y la autenticidad. Este enfoque parte de la creencia de que, en nuestro entorno digital actual, dónde compartimos nuestras vidas y somos vistos todo el tiempo, la representación visual adecuada influye directamente en la manera como las personas se perciben a sí mismas y en cómo son percibidas por los demás. Esto aporta muchísimo a disminuir el sentimiento de soledad y ayuda a los jóvenes LGBT a percibir que no está mal ser como son ya que hay otros que son como ellos que pasan por experiencias de vida muy similares a las tuyas. Este proyecto, dió la oportunidad de que estos jóvenes interactúen más y sean validados, vistos y reconocidos de forma respetuosa, mejorando la relación de aceptación que tienen consigo mismos.

Ambas investigaciones de estas universidades llegan a la conclusión de que es posible y es viable cambiar la perspectiva de las personas hacia el colectivo LGBT a través de propuestas y estrategias de diseño y por medio de representaciones inclusivas asertivas en el campus universitario. En el caso colombiano, las diferentes representaciones visuales que existen sobre la comunidad LGBT aún se ven afectadas y ensombrecidas por estereotipos o clichés repetitivos que reducen y no dan una perspectiva de la imagen completa de la complejidad de la vida y las identidades LGBT. Por eso, resulta necesario y pertinente crear estrategias comunicativas que logren llevar la inclusión mucho más allá de lo típico y más allá de que la comunidad solo sea vista en las ya conocidas fechas conmemorativas.

Así, el proyecto de grado propuesto busca proponer y desarrollar estrategias de diseño y comunicación en el entorno universitario para de esta forma mejorar la realidad y la calidad de vida de los jóvenes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, con el propósito de que esta generación de profesionales pueda llegar al mundo laboral y a la sociedad sintiéndose aceptado y mucho más cómodo consigo mismo.

1.7 Marco conceptual del proyecto

El presente marco conceptual desarrolla los conceptos clave que fundamentan el proyecto y orientan el enfoque de diseño propuesto. Cada concepto o término mencionado se explica desde cómo se vincula directamente con la problemática de representación y salud mental que aborda el proyecto.

Comunidad LGBT

La comunidad LGBT (acrónimo de lesbianas, gais, bisexuales y personas transgénero) representa un conjunto diverso de identidades, orientaciones sexuales y expresiones de género que históricamente han enfrentado discriminación y exclusión. Según la Universidad de los Andes (2021), la comunidad LGBT no debe entenderse como un grupo homogéneo, sino como una red plural de experiencias y subjetividades, ya que como cualquier ser humano, las personas LGBT tienen una personalidad, situaciones de vida, necesidades, metas y añoranzas completamente diferentes entre sí. En el contexto universitario, la visibilidad de esta comunidad es fundamental para generar ambientes de respeto, seguridad emocional y equidad. Comprender su complejidad es esencial para el diseño de mensajes visuales que eviten generalizaciones o representaciones estereotipadas.

Representación inclusiva

La representación inclusiva se refiere a la creación de imágenes, mensajes y narrativas visuales que reconocen y validan la diversidad humana. La Universidad de los Andes (2021) señala que este tipo de representación no consiste únicamente en mostrar personas diversas, sino en hacerlo desde un enfoque ético, participativo y coherente con su realidad social. La inclusión visual implica cuestionar las formas tradicionales de comunicación que excluyen o distorsionan ciertas identidades, y reemplazarlas por expresiones simbólicas que generen empatía y sentido de pertenencia. Para el diseño, esto significa construir visualidades que reflejen el verdadero respeto, la equidad y la autenticidad de las diferentes experiencias de las personas que hacen parte de la comunidad LGBT.

Sentido de pertenencia

El sentido de pertenencia es el sentimiento de conexión y aceptación que una persona desarrolla hacia un grupo o entorno determinado. En el contexto universitario, se asocia con la identificación emocional y simbólica que los estudiantes establecen con su comunidad académica. Según estudios recientes de la Universidad del Azuay (2022), el sentido de pertenencia se fortalece cuando los individuos se sienten representados, escuchados y valorados. En consecuencia, la comunicación visual desempeña un papel vital al ofrecer referentes positivos que fortalezcan la identidad personal y colectiva, promoviendo así el bienestar emocional y la integración universitaria. Con esto, puede llegar a reducirse de forma significativa en estos jóvenes la probabilidad de baja autoestima o la homofobia internalizada.

Diseño de comunicación visual

El diseño de comunicación visual (DCV) es una disciplina que organiza elementos gráficos, tipográficos, fotográficos y audiovisuales para construir mensajes con sentido y coherencia. Desde la perspectiva del programa Diseño y Diversidad de la Universidad del Azuay (2022), el DCV es una herramienta de mediación social que puede cuestionar imaginarios, fomentar la reflexión crítica y contribuir al cambio cultural. En el contexto del proyecto, el diseño visual no se concibe como un fin decorativo, sino como un lenguaje que traduce valores de inclusión, respeto y empatía. A través de estrategias transmedia, que articulan múltiples plataformas como redes sociales, video, ilustración y narrativa digital, el DCV puede amplificar y dar más visibilidad a las voces LGBT y generar impacto positivo en la salud mental juvenil.

Estrategia transmedia

La estrategia transmedia consiste en la creación de una narrativa expandida que se desarrolla de manera coherente a través de diferentes medios y plataformas de comunicación. Este concepto, adaptado al campo del diseño, permite conectar diversas piezas visuales bajo una misma línea narrativa. Siguiendo la visión del Azuay (2022), la transmedia favorece la participación y el diálogo entre las diversas audiencias, permitiendo que los usuarios se conviertan en co-creadores del mensaje y aumentar la probabilidad de que llegue a la mayor cantidad de personas posible,

dependiendo de sus necesidades y de su comodidad. En este proyecto, la estrategia transmedia es la vía metodológica para integrar las representaciones visuales inclusivas con la experiencia emocional y comunicativa de los jóvenes LGBT universitarios.

Salud mental juvenil

La salud mental juvenil se entiende como el equilibrio emocional y psicológico que permite a los jóvenes enfrentar las exigencias de su entorno social y académico. La Universidad de los Andes (2021) reconoce que la falta de aceptación o visibilidad puede deteriorar este equilibrio, especialmente en poblaciones LGBT que enfrentan discriminación o estigmatización. La comunicación visual inclusiva, cuando se diseña con ética y sensibilidad, puede convertirse en un factor protector de la salud mental, al ofrecer referentes positivos y mensajes que promuevan la autoaceptación y el orgullo de identidad.

Conclusión del marco conceptual

La articulación de estos seis conceptos —comunidad LGBT, representación inclusiva, sentido de pertenencia, diseño de comunicación visual, estrategia transmedia y salud mental juvenil— constituye la base teórica y metodológica del proyecto. Cada uno de ellos contribuye a comprender cómo el diseño puede operar como un lenguaje de transformación social que vincula identidad, bienestar y comunicación. Este marco conceptual permite orientar la investigación hacia la creación de una propuesta visual inclusiva, coherente y emocionalmente significativa para los jóvenes LGBT de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

1.8 Benchmarking

Para contextualizar la propuesta de diseño y tomar referentes conceptuales y metodológicos, se analizaron dos experiencias académicas destacadas que han abordado la diversidad sexual desde la comunicación visual.

Definición de criterios de evaluación

Calidad de Representación: Se refiere a la fidelidad y el respeto con el que se hizo la visibilización de la comunidad en los medios o plataformas empleados para difundir el proyecto y generar interacción con la audiencia. Incluye medios físicos, digitales, redes sociales, audiovisuales o presenciales, y se evalúa su pertinencia respecto a si los jóvenes LGBT realmente se sentían correctamente representados.

Impacto en la perspectiva : Mide el nivel de respuesta, aceptación y participación del público objetivo frente al proyecto. Considera indicadores como alcance, empatía, retroalimentación y grado de involucramiento de la comunidad en el proceso. Evaluando así el verdadero nivel de cambio en la actitud o perspectiva de los jóvenes involucrados.

Enganche del espectador: Analiza la capacidad de obtener y retener la atención del observador y la coherencia estética, claridad comunicativa y funcionalidad del diseño respecto al mensaje que quiere brindar. Evalúa si los recursos visuales facilitan la comprensión y si las decisiones gráficas aportan al propósito inclusivo del proyecto.

Evita el Cliché: Valora la originalidad conceptual y la capacidad de innovación del proyecto en su contexto y en su forma de comunicar y representar a la comunidad LGBT. Se mide si se introducen nuevas perspectivas, herramientas o metodologías de comunicación inclusiva, que no sean los mismos estereotipos que se repiten y fomentan la desinformación.

Cada proyecto fue evaluado en una escala de 1 a 5, donde 1 representa un desempeño bajo y 5 un desempeño sobresaliente.



Proyecto	Institución	Calidad de Representación	Impacto en la Perspectiva	Enganche del Espectador	Evita el Cliché	Descripción	Total
“Representaciones sociales de la inclusión de la población LGBT en educación superior” – Barreto & Villalobos (2020)	Universidad El Bosque	3	4	3	3	Investigación académica sobre percepciones y prejuicios hacia la comunidad LGBT en facultades de salud. Utiliza entrevistas y análisis documental.	13/20
“Luces, cámara, diversidad: la representación mediática del colectivo LGBTQ+” – Lara Díaz Martínez (2024)	Universitat Oberta de Catalunya	5	5	4	4	Reportaje digital interactivo sobre la representación mediática del colectivo LGBTQ+. Combina periodismo, entrevistas y visualizaciones de datos.	18/20
“Diseño de servicios inclusivos para la comunidad LGBT+ (CODII)” – Galeana, Gómez & Torres (2023)	ITESO, México	4	5	4	4	Proyecto colaborativo para fortalecer un colectivo LGBT universitario mediante herramientas de diseño de servicios y comunicación inclusiva.	17/20
“Es un tema de colores y publicidad”: Narrativa publicitaria para la comunidad LGBT.” - Cama, N. (2023)	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	4	3	5	4	Instalación artística y comunicacional centrada en la empatía hacia identidades diversas, abordando la representación simbólica de lo íntimo y lo diverso.	16/20
Total		16/20	18/20	16/20	15/20		

Análisis y hallazgos

El benchmarking analiza y toma como referencia diferentes proyectos relacionados con la inclusión y representación adecuada de la comunidad LGBT en entornos académicos, específicamente entornos universitarios. Todos los proyectos de investigación o estrategias que se observan en este análisis, tienen en común el objetivo de mejorar la visibilidad de la comunidad LGBT y cómo esto puede mejorar en gran medida su sentido de valía.

El proyecto de Barreto y Villalobos (2020) desarrolló un análisis bastante pertinente sobre las distintas formas de opinión y actitudes que se tenía frente a los jóvenes LGBT en el entorno universitario. El trabajo de recopilación de datos de este proyecto aporta mucho para tener una mejor perspectiva a lo que realmente los

jóvenes LGBT se están enfrentando día a día cada vez que entran a su institución educativa para formarse como futuros profesionales. El hallazgo más relevante y su mayor aporte, es dar contexto y un panorama más claro de qué tipo de percepciones o pensamientos previamente aprendidos tienen los jóvenes universitarios acerca de la comunidad LGBT. Acerca de esto, los investigadores de este trabajo llegaron a la conclusión de que en el ambiente universitario dónde se hizo el estudio, la mayoría veía el tema de la inclusión como algo positivo y como un derecho importante. También hallaron que para la mayoría, la condición sexual no fue vista o percibida como un impedimento para el desempeño académico y que las personas que fueron encuestadas tenían una actitud solidaria frente a la comunidad. En su investigación, mencionan que las pocas personas que opinaban de manera negativa hacia la inclusión de la comunidad LGBT, era en general por razones de creencias religiosas.

Al analizar esta investigación, es fácil concluir y confirmar que el rechazo a la comunidad LGBT es previamente aprendido, pero que todavía existen una buena y considerable cantidad de personas empáticas y solidarias que tienen una actitud dispuesta y receptiva con el tema.

Lara Díaz Martínez (2024) Hace un análisis y una recopilación de entrevistas para recoger datos sobre la opinión directa de las personas LGBT acerca de su propia representación en los medios audiovisuales. Este trabajo investigativo es extremadamente relevante para comprender mejor y ver la opinión sincera y perspectiva personal que tienen las personas LGBT al verse a sí mismos siendo interpretados en algún filme por un personaje que hace parte de aquella historia. Con su retroalimentación valiosa, podemos tener un panorama más claro de las necesidades o fallas que pueden suceder al momento de generar contenido audiovisual donde aparezca o sea representada una persona parte del colectivo. Un hallazgo bastante notorio en una de las entrevistas, es que el entrevistado afirmó realmente no haber visto en internet mucho contenido o producciones audiovisuales LGBT y que el poco que ha podido ver no le generó emoción o sentimiento significativo. Un segundo hallazgo extremadamente relevante que surgió a partir de las entrevistas realizadas en esta investigación, es que las personas LGBT esperan y desean que cuando son representados en un producto audiovisual, el personaje realmente sea complejo y profundo, es decir lo más humano posible. Incluyendo así sus miedos, sus deseos y aspiraciones o metas personales.

El proyecto CODII (Galeana, Gómez & Torres, 2023) del ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, se encontró con el desafío de darle visibilidad a la comunidad LGBT. Buscaron que CODII (Colectivo de Diversidad Igualitaria de ITESO) tuviera más apoyo por parte de la comunidad universitaria. Para ello investigaron recursos y metodologías para el diseño de servicios, ya que querían lograr consolidar un servicio que promoviera la diversidad y la inclusión de la comunidad LGBT. Para difundir el mensaje, desarrollaron un Podcast para educar a la gente sobre la importancia de la inclusión y así brindar un espacio seguro y más cómodo para la comunidad LGBT dentro del campus. En conclusión, su proyecto tenía como objetivo difundir y comunicar información sobre la comunidad LGBT a los estudiantes del campus universitario. Los hallazgos más relevantes que encontraron a lo largo de este proceso, fue por medio de sus entrevistas realizadas, que ayudaron a comprender las necesidades y motivaciones de los alumnos, para que estos fueran voluntarios de CODII. Con las encuestas realizadas, hallaron que las personas LGBT que no se unían como voluntarios a CODII era por temas de privacidad, vergüenza, falta de identificación o desinterés. Esta investigación académica también aportó a desarrollar herramientas para mejorar o incluso crear nuevos sistemas de servicios que favorezcan y aporten positivamente a la comunidad LGBT.

Finalmente, Cama HN (2023) realizó un análisis de la percepción que tenían los jóvenes universitarios acerca de la publicidad relacionada a la inclusión de la comunidad LGBT. Esto nos ayuda a tener una perspectiva de la opinión que se tiene cuando las marcas abordan este tema de la representación LGBT en su contenido publicitario. Realizando entrevistas, se observó que los jóvenes veían de forma mucho más positiva las representaciones que fueran auténticas y fieles a las realidades y retos de las personas pertenecientes a la comunidad. Además, los encuestados valoraban cuando las empresas capacitaban y fomentaban a sus empleados para ser respetuosos y solidarios sobre la inclusión en el ámbito laboral. Además, las personas argumentaron que consideraban importante que el mensaje transmitido por la marca sea coherente con sus acciones. En conclusión, este estudio observó que para los jóvenes era fundamental la aplicación de una inclusión auténtica y digna, para atraer y retener a su personal empleado.

Conclusión del benchmarking sectorial

El análisis profundo de estos proyectos, nos permite confirmar que la representación inclusiva no solo es posible y viable, es además deseable en los entornos académicos y laborales. Se puede observar la importancia de la retroalimentación, que ayudó a estos proyectos a desarrollarse de forma efectiva y a prosperar para cumplir con sus objetivos. Se halló que la perspectiva de las personas hacía la comunidad LGBT en su mayoría no eran negativas, y eso da una buena señal para la viabilidad de este proyecto. Se nos confirma que las representaciones LGBT en los medios son en realidad pocas y no cumplen con las expectativas de la comunidad, las cuales esperan representaciones fieles a la complejidad de la vida de un ser humano. Se concluye que para lograr conectar de forma significativamente emocional al momento de generar una representación, lo que más se valora es el tema de la autenticidad y que para ello se deben superar las barreras de la vergüenza y los estigmas de rechazo de algunos, que son previamente aprendidos. Con ayuda del diseño de comunicación visual, es posible generar todos estos cambios positivos, y de esta forma generar empatía y solidaridad en los jóvenes, ayudando a que los que hacen parte de la comunidad no se sientan rechazados por sus compañeros. Se puede entender el ambiente universitario como un espacio viable para hacerlo, ya que todos estos proyectos lograron sus investigaciones y aportes a la comunidad LGTB de forma exitosa.

Proyecto	Institución	Calidad de Representación	Impacto en la Perspectiva	Enganche del Espectador	Evita el Cliché	Descripción	Total
“Retos de salud mental en población joven de Alicante: Prototipo de Intervención” – Merlos Ais, D. (2022)”	Universidad de Alicante	4	5	4	4	Propone una intervención psicoeducativa digital para mejorar la salud mental en jóvenes universitarios, con un enfoque preventivo y participativo.	17/20
“La cultura y pertenencia por y para la comunidad desde la experiencia desarrollada por Pro Santa Marta Vital en el municipio de Santa Marta, Magdalena ” – Gutiérrez, C. M. (2023)	Universidad Nacional Abierta y a Distancia	3	4	3	3	Proyecto de desarrollo comunitario enfocado en fortalecer la identidad cultural y la pertenencia social mediante talleres y acciones locales colaborativas.	16/20
“Proyecto para disminuir el deterioro de la salud mental en jóvenes de la Ciudad de Montería, Activa-Mente Joven. ” – Gómez & Vergara (2021)	Universidad de Córdoba	5	5	4	4	Campaña universitaria integral que utiliza recursos digitales y presenciales para visibilizar la salud mental como un eje social y educativo.	18/20
“Factores que determinan el sentido de pertenencia de los estudiantes de la PUCMM-CSTA” – Brea, L. (2016)	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra	3	3	4	4	Estudio académico que analiza variables emocionales y sociales que inciden en el sentido de pertenencia universitario.	14/20
Total		16/20	17/20	15/20	15/20		

Análisis y hallazgos

Los siguientes cuatro proyectos seleccionados comparten un enfoque común: fortalecer el bienestar integral y la salud mental entre jóvenes universitarios a través de estrategias participativas y comunicativas. Aunque no se centran en la diversidad sexual o de género, su impacto en la construcción de ambientes seguros, empáticos y emocionalmente saludables resulta fundamental para comprender los factores externos que influyen en la experiencia de los estudiantes LGBT.

El proyecto “Retos de salud mental en población joven de Alicante” (Merlos Ais, 2022) hizo un proceso de investigación para encontrar e identificar las diferentes posibles causas o razones por las cuales un alumno universitario podría llegar a tener dificultades con su salud mental. Este proceso es extremadamente importante, ya que nos aporta datos bastante cercanos y personales sobre los aspectos de la vida estudiantil y su nivel de satisfacción personal.

En este proceso, se entrevistaron a diversos alumnos y uno de los hallazgos principales fue que la mitad de los jóvenes encuestados, afirmaba sentirse incapaz de controlar los aspectos más importantes de su vida, cosa que puede llegar a afectar bastante el autoestima, el sentimiento de valía y de identidad personal. Otra observación relevante, es que casi la mitad de los encuestados respondió que no estaba contento y querría cambiar muchos aspectos de su vida; y este es un dato clave que nos confirma la importancia y la gran necesidad de intervenir en el campus universitario para crear espacios seguros para los estudiantes, y así aportar a mejorar su calidad de vida. En conclusión, este proyecto destaca la investigación y el uso del diseño como una herramienta para crear prototipos que tengan el objetivo de eliminar los estigmas que se tiene frente a la salud mental y en la creación de espacios y actividades que ayuden a mejorar este aspecto en la comunidad de estudiantes.

Por su parte, el proyecto "Pro Santa Marta Vital" (Gutiérrez, 2023) tiene como objetivo promover la identidad y el sentido de pertenencia en la comunidad de Santa Marta. Buscando además fomentar los derechos humanos y el bienestar integral de dicha comunidad. Para llevar a cabo esta investigación se llevaron a cabo diversas entrevistas, además de revisión bibliográfica para ver el avance que ha tenido el proyecto durante los años anteriores. En su investigación, se encontraron con los retos a los que se enfrentaba la comunidad de Santa Marta, que incluía la discriminación, la marginación, el conflicto y la violencia además de la falta de oportunidades y la baja calidad de vida de sus habitantes. Para abordar el tema, iniciaron con un proceso de investigación para luego realizar iniciativas de estrategias enfocadas en fomentar la participación colectiva. En este desarrollo, se implementaron temas tales como el deporte, la cultura, el cuidado ambiental, la gastronomía y las tradiciones, con el fin de conectar emocionalmente a las personas que hacían parte de la comunidad de Santa Marta y aumentar su sentido de satisfacción y pertenencia. Con el análisis de este proyecto, es posible concluir que es posible unir significativa y emocionalmente a las personas de una comunidad, encontrando sus puntos fuertes y las cosas positivas que tienen en común.

En el caso de "Activa-Mente Joven" (Gómez & Vergara, 2021), aborda como problema central el deterioro de la salud mental en los jóvenes habitantes de la ciudad de Montería, Colombia. Uno de sus hallazgos más relevantes, fue que aproximadamente un 48% de la población joven (14 a 28 años) de Montería manifiesta este deterioro. En su investigación observaron que las principales causas que generaba esta dificultad en la población, fue el confinamiento por la pandemia de COVID-19, problemas económicos o dificultades interpersonales en sus hogares. Para responder a la evidente problemática, el proyecto propuso implementar un servicio que fortaleciera la salud mental de la comunidad. Este proceso incluía actividades tales como talleres grupales para el aumento de la valía personal y el manejo del estrés; implementación de jornadas de capacitación para la identificación y control de riesgos en torno a la salud mental en colegios, universidades y otras comunidades; por último, llevaron a cabo ferias de salud mental con charlas y talleres para educar sobre el tema y aumentar la socialización. De este proyecto se puede concluir y confirmar la importancia de la salud mental y su relación directa en la calidad de vida de las personas afectadas. Podemos observar y destacar las diferentes herramientas exitosas de actividades educativas y colaborativas que se utilizaron durante su desarrollo para lograr el objetivo planteado.

Finalmente, en el estudio "Factores que determinan el sentido de pertenencia" (Brea, 2016), se investigó y encuestó a un público estudiantil y universitario, con el fin de conocer qué variables o aspectos de su vida, les brindaba mayor sentido de pertenencia. El análisis de estos datos se dividió en categorías de factores físicos, factores afectivos, factores académicos y factores sociales. Entre sus hallazgos más importantes, se encontró que más del 60% de los encuestados consideraba fundamental y eje de gran contribución al sentido de pertenencia, la seguridad en sí mismo, el espíritu de grupo y el trabajo en equipo, así como la promoción de la interacción social. Además, más de la mitad de los estudiantes afirmaba que el dinamismo de las actividades propuestas en el aula también influía bastante en su sentido de pertenencia con la carrera y la institución educativa. Por último, la mayoría estuvo de acuerdo en considerar que hacer amigos con facilidad ayudaba e influía positivamente en el desempeño académico. Con estos hallazgos se puede concluir la relevancia y gran peso que tienen el autoestima y las relaciones sociales positivas en las personas, y que incentivar un sentido de pertenencia puede darles una mejor calidad de vida, tanto en su ámbito profesional como personal.

Conclusiones del benchmarking no sectorial

El benchmarking no sectorial permitió hallar datos que nos confirmaron que influir y fomentar el sentido de pertenencia entre los jóvenes es una meta alcanzable y viable, y que de ser llevada a cabo con éxito puede tener como resultado bastantes beneficios positivos en su autoestima y en su sentido de pertenencia. La mayoría de los jóvenes encuestados en las investigaciones tenían la tendencia a sentir que no estaban satisfechos consigo mismos y con su vida, lo que puede generar un sentimiento de aislamiento, rechazo y soledad. Para trabajar en esto se necesita un proceso de desarrollo de estrategias y actividades colaborativas y de socialización, generando un espacio donde las personas puedan encontrar cosas en común y establecer vínculos emocionales positivos, que los hagan sentir valiosos y aceptados por un grupo. Todos estos datos son extremadamente relevantes para entender el contexto psicológico y emocional por el que atraviesan los jóvenes de la sociedad actual. En estos proyectos se investigaron las mayores dificultades de los jóvenes universitarios, y se desarrollaron propuestas para mejorar su situación. El analizar las rutas realizadas en estos procesos, es un aprendizaje extremadamente rico para el proyecto, ya que nos da una perspectiva cercana a las necesidades reales de los estudiantes y qué estrategias fueron efectivas para llegar de forma emocionalmente significativa a ellos.

1.9 Conclusiones

Los análisis de ambos Benchmarking aportan grandes perspectivas de los actores involucrados en este proyecto. Se identificaron las necesidades específicas y las expectativas de las personas LGBT en torno a la poca representación que tienen en el mundo digital. Con esto podemos entender, que este proyecto es bastante viable y deseable, ya que la necesidad de que las personas LGBT sean vistas y representadas adecuadamente y fielmente aún sigue presente en el contexto actual. A pesar de la globalización y el uso internacional del internet para compartir contenido, quedó claro que la representación que existe en estos medios no solo es poca, si no que además, no está generando conexión emocional verdadera o significativa con los jóvenes LGBT. Esta situación problemática puede llegar a generar en los jóvenes, unos vacíos emocionales, tales como la falta de valía, el sentimiento de estar siendo excluido o no ser visto y el difícil sentimiento de vergüenza por la propia identidad. Se encontró que las inclusiones que si consiguen con éxito conectar con la comunidad, es porque son representaciones que muestran y toman en cuenta las características más importantes y complejas que componen a

un ser humano. Se nos ofreció también un panorama positivo sobre cómo son percibidas las personas LGBT, ya que la mayoría de las personas presentó una actitud empática y solidaria por ellos, lo que significa que aún existe una gran oportunidad y esperanza de que usar el diseño como herramienta de influencias positiva y de brindar más visibilidad a la comunidad LGBT, esta dinámica sea aceptada y recibida de buena manera por el público estudiantil universitario. En síntesis, se evidencia que el problema que se aborda en este proyecto es completamente real y tiene un peso real en las vidas y salud mental, afectando el bienestar de estos jóvenes; pero al mismo tiempo se observa los casos de estrategias exitosas, que nos indican que es posible hacer un cambio positivo a través del diseño y estrategias de representación e inclusión.



ANEXOS

1.10 Infografía

De lo Invisible a lo Invencible

Estrategia para la Salud Mental LGBT.

Objetivo General

Proponer una estrategia de diseño, bajo un enfoque transmedia para contribuir al fortalecimiento de la salud mental y el sentido de pertenencia de jóvenes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Objetivos Específicos

1. Analizar los patrones de representación inclusiva de la comunidad LGBT mediante herramientas de análisis documental, cuantitativos y cualitativos, para identificar su relación con la construcción de identidad y la salud mental juvenil.
2. Diseñar una propuesta de diseño transmedia inclusiva, mediante procesos participativos con el colectivo, para fortalecer el sentido de pertenencia y bienestar de jóvenes universitarios de la comunidad.
3. Evaluar la pertinencia y el impacto de la propuesta de diseño, a través de retroalimentación con colectivos LGBT y espacios temáticos, para medir su efectividad en el fortalecimiento de la salud mental y el sentido de pertenencia.

Marco Referencial

La Universidad de los Andes (2021) ha desarrollado proyectos de investigación e intervención que abordan la representación LGBT como un componente estructural de la inclusión universitaria. Los resultados de esta investigación revelan que la ausencia de representaciones positivas en sus medios institucionales no solo perpetúa la invisibilidad, sino que incide directamente en la autonomía, la salud mental y el sentido de pertenencia de los jóvenes LGBT.

Por su parte, la Universidad del Azuay (2022), mediante su programa Diseño y Diversidad, ha desarrollado una línea de investigación que entiende el diseño de comunicación visual como un medio pedagógico y transformador. A través de talleres participativos, proyectos gráficos y narrativos inclusivos, la universidad ha demostrado que el diseño puede ser un instrumento de cambio social capaz de generar discursos visuales que representen las identidades diversas desde el respeto, la dignidad y la autenticidad.

Núñez-Osorio y Arias-Gómez (2020) encuentran que el 84.6% de estudiantes LGBT en Colombia se siente inseguro en su colegio.

¿Qué?

Para contribuir al fortalecimiento de la salud mental y el sentido de pertenencia de jóvenes LGBT de primer semestre de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

¿Quién?

Directos: Jóvenes universitarios LGBT en la Pontificia Universidad Javeriana Cali (población objetivo).
Indirectos: Familiares y amigos. Docentes y profesionales. Profesorado.

¿Cómo?

¿Cómo se representan actualmente las identidades LGBT en medios digitales consumidos por jóvenes universitarios en Cali?

¿Cómo influyen estas representaciones en la percepción que los jóvenes LGBT tienen de sí mismos?

¿Cómo impactan los discursos visuales (colores, símbolos, tipografías, narrativas gráficas) en el bienestar mental de esta población?

¿Cómo perciben los jóvenes LGBT la diferencia entre representaciones inclusivas y aquellas basadas en estereotipos?

¿Cómo pueden los actores locales (fundaciones, colectivos universitarios), contribuir a mejorar la representación digital desde lo cultural y comunitario?

¿Dónde?

Local: Cali, Valle del Cauca. La Pontificia Universidad Javeriana como espacio principal de estudio y observación de la población universitaria.

Regional/nacional: Disponibilidad de conexión con dinámicas de representación en Colombia, desde las tendencias comunes en medios digitales y redes sociales.

Digital/global: El fenómeno tiene una fuerte dimensión global, ya que los jóvenes consumen tanto contenidos locales como internacionales.

Benchmarking

Sectorial
Los hallazgos revelan una carencia crítica de falta de sostenibilidad e integración institucional que obstaculiza, entre otros, sueldos por intervenciones puntuales en lugar de estrategias permanentes dentro de los entornos universitarios. Esta limitación realimenta la pertinencia de implementar una estrategia transversal inclusiva y sostenida que promueva de manera continua el sentido de pertenencia y el bienestar emocional de los jóvenes LGBT.

No Sectorial
Los datos analizados confirman que la resiliencia y la vinculación emocional de los estudiantes son fortalecidas por la intervención temprana, el uso equilibrado de canales (presenciales y digitales), y el reconocimiento de factores psicosociales y académicos. En última instancia, estos hallazgos subrayan que los pilares de bienestar son condiciones indirectas decisivas que influyen en la integración, la autonomía y la salud mental de los jóvenes.

Justificación

En la Pontificia Universidad Javeriana Cali, los estudiantes LGBT de primer semestre enfrentan una etapa de adaptación que coincide con la búsqueda de reconocimiento y pertenencia dentro del entorno universitario. Si bien la institución promueve espacios de inclusión, la representación visual en medios digitales aún es intermitente, concentrándose principalmente en fechas conmemorativas como el Mes del Orgullo o el Día contra la Homofobia. Esta presencia temporal genera vacíos en la comunicación visual institucional y limita la consolidación de un sentido de pertenencia constante durante el año académico.

Desde la perspectiva del diseño de comunicación visual, la problemática resulta significativa porque involucra los campos de la percepción, la narrativa visual y la ética del diseño.

En este caso, la falta de representaciones inclusivas sostenidas no solo es relevante, sino que puede mitigarse mediante estrategias visuales transmedia que visibilicen la diversidad, generen identificación y promuevan la salud mental positiva.

Por lo tanto, esta investigación busca comprender cómo el diseño puede contribuir al fortalecimiento del bienestar emocional y el sentido de comunidad entre jóvenes LGBT universitarios, a través de la creación de una estrategia transmedia inclusiva, participativa y empática.

La pertinencia del tema radica en su impacto social y educativo, pero también en su valor comunicativo y estético, al posicionar el diseño como herramienta de cambio cultural y agente de representación ética en la era digital.

Conceptos Clave

- Representación inclusiva:** Uso de lenguaje, imágenes y narrativas que reflejan la diversidad de la comunidad LGBT.
- Comunidad LGBT:** Grupo de personas que se identifican con la orientación sexual, identidad de género o expresión de género.
- Sentido de Pertenencia:** Sentimiento de conexión y conexión con un grupo o comunidad.
- Estrategia Transmedia:** Estrategia de comunicación que utiliza múltiples plataformas y canales para contar una historia o mensaje.
- Diseño de la Comunicación Visual:** Uso de elementos visuales como color, tipografía, imágenes y layout para comunicar un mensaje.
- Salud Mental Juvenil:** Bienestar emocional y psicológico de los jóvenes.

Referencias

- "Diseño de servicios inclusivos para la comunidad LGBT (COBOD) - Fundación Gómez & Borja (2021). Proyecto colaborativo para fortalecer un colectivo LGBT+ universitario mediante la remediación de diseño de servicios y comunicación inclusiva.
- "Luces, cinesca, diversidad: la representación mediática del colectivo LGBTIQ+." - Leo Del Marcano (2014). Reportaje digital interactivo sobre la representación mediática del colectivo LGBTIQ+. Con la participación de los lectores y visualización de datos.
- "Es un tema de colores y publicidad": Narrativas publicitarias para la comunidad LGBT+ - Camila M. (2023). Investigación de percepción y comunicación centrada en la amplia gama de identidades diversas, discutiendo la representación simbólica de la intersección de género.
- "Representaciones sociales de la inclusión de la población LGBT en educación superior" - Barreto & Villalobos (2020). Investigación académica sobre percepciones y prácticas hacia la comunidad LGBT en facultades de visualización empresarial y análisis documental.

92% de los estudiantes LGBT en Colombia escuchan comentarios homofóbicos de compañeros.

Y el **65.5%** de docentes.

97% de jóvenes universitarios colombianos usa diariamente redes sociales (DataReportal, 2024).

Catalina Cruz Bueno
Quinto Semestre
Anteproyecto de Grado
2025

1.11 Experto temático

En el marco de este anteproyecto, el experto temático seleccionado corresponde al Centro de Bienestar Universitario de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, específicamente a los profesionales del área de salud mental (psicólogos y orientadores) que allí trabajan. Su rol es pertinente porque estos especialistas poseen un conocimiento profundo y actualizado sobre los factores psicológicos que afectan a los estudiantes universitarios durante los procesos de adaptación académico-social, especialmente en primer semestre, así como sobre las dinámicas de vulnerabilidad emocional de las poblaciones diversas. Además, cuentan con experiencia directa en la atención, acompañamiento y seguimiento de jóvenes LGBT dentro del campus, lo que les permite aportar información situada y validada desde la práctica profesional. La participación del Centro de Bienestar y de sus profesionales permitirá sustentar decisiones metodológicas, validar el enfoque conceptual sobre salud mental, contrastar hipótesis, y garantizar que las estrategias visuales del proyecto no solo sean comunicativamente efectivas, sino emocionalmente responsables. Por lo anterior, este aliado constituye una fuente confiable de guía experta que fortalecerá el rigor, la pertinencia y la ética del proceso investigativo.

1.12 Proceso de producción de la Propuesta de Diseño

El propósito de la presente sección es documentar de forma sistemática y cronológica la transición operativa entre la planificación teórica establecida en la fase de anteproyecto y la ejecución material, conceptualización y validación del sistema de diseño transmedia desarrollado en el presente periodo académico. Tras consolidar y definir los objetivos estratégicos orientados a mitigar el impacto emocional derivado de la escasez de representaciones inclusivas en los entornos universitarios, se dio inicio a una ruta metodológica de investigación-creación que priorizó la participación activa de los actores involucrados. De este modo, este apartado delimita el cierre de la etapa de fundamentación e introduce de manera rigurosa las acciones prácticas y decisiones proyectuales que transformaron los hallazgos cualitativos en un ecosistema de herramientas tangibles y efectivas diseñadas para el campus.

El presente apartado desglosa el recorrido metodológico y creativo que guió la toma de decisiones del diseño. Este recorrido comprende desde la selección de la metodología de investigación-creación y la revisión minuciosa de proyectos con temas y propuestas similares, hasta los espacios de co-creación y validación sostenidos de manera directa con los miembros de la comunidad y el experto aliado. Asimismo, se detallan las fases críticas de conceptualización narrativa, los requerimientos formales, la bocetación, y la definición de la identidad cromática y tipográfica que configuran cada pieza del sistema.

Esta sección se constituye como el eje operativo y metodológico del proyecto de grado. Este proceso de desarrollo y consolidación creativa fue realizado bajo el continuo acompañamiento y asesoría académica del director asignado del proyecto, el profesor Fernando Arboleda Aparicio, cuya orientación y guía metodológica resultaron fundamentales para conducir con éxito cada etapa técnica, asegurando la viabilidad y la pertinencia de las decisiones de diseño dentro del contexto institucional.

1.13 Metodología de Diseño Centrado en el Usuario

El Diseño Centrado en el Usuario (DCU) es un enfoque metodológico e iterativo de creación que sitúa las necesidades, expectativas, entornos y realidades de las personas en el eje principal de cada una de las fases del proceso de desarrollo. A diferencia de los métodos de diseño tradicionales, donde los creadores suelen tomar decisiones basados únicamente en su intuición o en criterios puramente estéticos, el DCU exige que el equipo de diseño involucre activamente a la comunidad o público objetivo desde el primer día. El término comenzó a ganar una enorme relevancia global en la década de 1970 y se consolidó gracias al trabajo de expertos en ciencia cognitiva y experiencia de usuario. Demostró la importancia de entender la psicología humana y el contexto real en el que las personas interactúan con los objetos, sistemas y mensajes.

En la práctica, esta metodología funciona como un ciclo continuo de aprendizaje, ideación, creación y evaluación. Los diseñadores emplean una combinación de herramientas de investigación cualitativa (como entrevistas en profundidad o mapeos culturales) y métodos generativos (como laboratorios de co-creación y lluvia de ideas) para comprender de forma explícita las vivencias de los usuarios. Al hacer esto, el diseño deja de ser un acto unidireccional y se convierte en un diálogo empático. Esto no solo incrementa drásticamente la usabilidad y accesibilidad de las propuestas finales, sino que asegura un diseño ético y seguro. Al conectar de forma directa con los seres humanos, se reduce la probabilidad de cometer errores de comunicación y se construyen soluciones sostenibles que respetan la diversidad de culturas, valores y realidades de la comunidad participante.

Para el desarrollo de este proyecto, se escogió esta metodología de trabajo debido a que se consideró extremadamente relevante hablar y conectar directamente con miembros de la Comunidad LGBTQ. Estos momentos de encuentros tendrían el objetivo de reconocer y entender sus realidades, necesidades, deseos y motivaciones, y así lograr plantear una solución de diseño en torno a estas.



Fases de la Metodología

- **Fase 1: Explorar**

La primera fase constituyó la base investigativa y el diagnóstico fundamental del proyecto, cuyo propósito principal fue mapear el panorama actual de la representación de la comunidad LGBT tanto en el contexto social y digital general como en el ámbito universitario. Para lograr esto de manera rigurosa, se llevó a cabo un exhaustivo ejercicio de revisión documental y recolección de antecedentes teóricos y estadísticos sobre la salud mental juvenil y el impacto de la discriminación simbólica. Asimismo, se ejecutó una investigación de proyectos e intervenciones similares desarrolladas por otras instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional, evaluando qué estrategias habían resultado efectivas y qué vacíos visuales persistían.

- **Fase 2: Escuchar**

Una vez establecido el panorama general del contexto, la metodología avanzó hacia una etapa de escucha atenta y cualitativa orientada a validar las primeras hipótesis teóricas con especialistas en el campo del comportamiento y el entorno social. El propósito central de esta fase fue nutrir el proyecto de grado con una perspectiva rigurosa, ética y científicamente responsable. Para cumplir con esto, se desarrollaron espacios de diálogo y entrevistas en profundidad con un aliado experto, seleccionando específicamente a profesionales del área de la salud mental y la psicología de la salud en el contexto universitario.

- **Fase 3: Conectar**

La tercera fase constituyó el núcleo humano y participativo de la metodología, donde la investigación-creación se conectó de manera directa y horizontal con el público objetivo. En lugar de tratar a los estudiantes LGBT como meros sujetos de estudio pasivos, se abrieron espacios de encuentro virtuales y presenciales seguros basados en la empatía y la confianza mutua. La intención fue generar un ambiente de convivencia cómodo y libre de presiones académicas o sociales, facilitando que cada participante pudiera compartir sus historias individuales, memorias de adaptación universitaria y percepciones sobre la representación actual sin temor a ser juzgado.

- **Fase 4: Crear**

La última fase de la ruta metodológica consistió en la traducción de todos los hallazgos cualitativos, las recomendaciones del psicólogo experto y las expresiones visuales recolectadas en los talleres participativos en una propuesta de diseño formal y estructurada. El objetivo en este punto fue consolidar un sistema de comunicación bajo un enfoque transmedia, lo que significa que la narrativa no se concentra en un único objeto, sino que se expande de manera coordinada e interconectada a través de múltiples soportes físicos y digitales.

1.14 Revisión e investigación de Proyectos

1. El bienestar psicológico en el entorno universitario y la justificación del proyecto

El punto de partida metodológico y empírico para dimensionar la urgencia social de este proyecto se halla en la investigación titulada "Bienestar psicológico en estudiantes de la población LGTBIQ+ de la Universidad Cooperativa de Colombia". Este estudio cuantitativo, que aplicó la Escala de Ryff a una muestra de estudiantes en Villavicencio, arrojó un resultado alarmante: el 100% de los sujetos participantes reflejó un bajo nivel de bienestar psicológico, manifestando afectaciones críticas en su salud mental debido a dinámicas de exclusión y rechazo institucional o social. De este proyecto se aprende que el espacio académico, lejos de ser un entorno seguro, suele replicar estigmas que merman la autoaceptación y el propósito de vida de los estudiantes sexualmente diversos. Para la consolidación de mi propuesta, este antecedente funciona como un diagnóstico de base indispensable; valida estadísticamente que los malestares psicosociales en jóvenes adultos pertenecientes a la comunidad LGBTQ+ no son casos aislados, sino un problema sistémico. Así, mi proyecto encuentra su justificación ética y funcional en la necesidad de intervenir directamente sobre estas carencias a través de herramientas accesibles y empáticas.

2. La vulnerabilidad en las adolescencias y el enfoque preventivo

Al profundizar en las etapas previas del desarrollo, el análisis del texto "Salud y Adolescencias LGBTI" permite comprender que las barreras socioculturales e institucionales se configuran desde la temprana juventud. La literatura revisada en este campo, que incluye análisis sobre los factores de riesgo de suicidio, ansiedad y depresión en jóvenes de minorías sexuales en rangos de edad escolar, evidencia que la falta de protocolos de inclusión y la victimización en las aulas minan la autoestima de forma severa. El aprendizaje clave derivado de este enfoque radica en la importancia de la prevención y la intervención temprana; no basta con tratar el malestar psicológico en la adultez, sino que se deben proponer plataformas que eduquen y acompañen desde las primeras manifestaciones de la identidad de género u orientación sexual. Para mi proyecto, este documento aporta una base conceptual sólida respecto al ciclo de vida de la discriminación, guiándome a diseñar componentes que dialoguen de manera clara y didáctica con un público joven, disipando los tabús en torno a la salud mental antes de que se consoliden patologías más graves en el entorno social.

3. La memoria histórica y el valor del testimonio comunitario

El examen del proyecto "Valientas, Nuestra Historia" introduce una dimensión cualitativa y narrativa fundamental para el diseño de estrategias comunitarias. A diferencia de los enfoques rígidamente métricos, este tipo de iniciativas se centra en la recuperación de la memoria histórica y la visibilización de las trayectorias de resistencia y resiliencia dentro del colectivo LGBTQ+. Lo que se aprende de esta experiencia es que el autoreconocimiento y el empoderamiento no se logran únicamente mediante la asistencia clínica, sino a través del espejo que ofrece la historia compartida de la comunidad. Escuchar, recopilar y poner en valor las voces de quienes han transitado caminos de exclusión humaniza las estadísticas y genera un lazo de solidaridad intergeneracional. En la arquitectura de mi propio proyecto, este referente es la pieza clave que justifica la inclusión de contenidos editoriales y de carácter testimonial; me inspira a no limitar la propuesta a una mera catalogación de problemas, sino a transformarla en una plataforma viva de narración donde los usuarios encuentren referentes válidos que validen sus vivencias e impulsen su propia voz en el espacio público.

4. La introspección, el viaje identitario y el diseño de la bitácora

El libro "Mi viaje" aporta un enfoque íntimo y fenomenológico sobre el proceso de transición, aceptación y consolidación de la identidad personal en sujetos de orientaciones sexuales e identidades de género diversas. La lectura de este tipo de textos revela las complejidades emocionales y los nudos críticos a los que se enfrenta un individuo durante su propio "viaje" interior, marcados por el miedo al rechazo familiar, la confusión normativa y la búsqueda de espacios de libertad. De este texto aprendí que el autodescubrimiento es un proceso no lineal que requiere de herramientas de introspección y desahogo creativo. Esta comprensión ha sido definitiva para estructurar y consolidar los componentes interactivos de mi proyecto, específicamente el codiseño de diarios de campo, bitácoras o guías de acompañamiento personal. Al entender que el usuario necesita procesar de forma autónoma y privada sus emociones, mi propuesta se nutre de este enfoque literario y testimonial para ofrecer un espacio de interacción seguro, donde el diseño visual y editorial actúe como un facilitador del diálogo interno y de la reconstrucción afectiva del sujeto.

5. El núcleo familiar como red de apoyo y factor de protección

El análisis de la investigación "Apoyo social familiar para el bienestar de hijos gay e hijas lesbianas" pone el foco sobre una de las variables determinantes en la salud mental de la población LGBTQ+: el entorno primario. Los estudios empíricos demuestran de manera consistente que el rechazo familiar actúa como el principal disparador de conductas autolesivas, deserción escolar e ideación suicida, mientras que la aceptación del núcleo del hogar se constituye como el factor de protección más potente para el bienestar psicológico individual. De este documento se aprende que las intervenciones dirigidas a la comunidad sexualmente diversa no deben aislar al sujeto, sino que idealmente deben tender puentes hacia sus redes de apoyo inmediatas. Para la consolidación de mi proyecto, este texto me obliga a diseñar dinámicas que trasciendan la individualidad del usuario; fundamenta la necesidad de crear canales de sensibilización que puedan ser compartidos con los padres y familiares, dotándolos de un lenguaje común libre de prejuicios religiosos o tradicionales, transformando el entorno doméstico en un espacio de validación y cuidado mutuo.

6. Universos transmedia y el branding con propósito social

El marco metodológico estructural y de comunicación de mi propuesta se consolida a partir del análisis del texto "Narrativa Transmedia Y branding: Diseñando Universos". De este documento se aprende que las problemáticas sociales contemporáneas ya no pueden ser abordadas mediante canales únicos o mensajes estáticos; por el contrario, requieren el diseño de ecosistemas complejos donde la información se expanda de forma orgánica a través de múltiples plataformas y soportes interactivos, permitiendo que el usuario asuma un rol proactivo y participativo en el relato. El branding con propósito social, según este enfoque, no busca comercializar una identidad, sino generar una comunidad cohesionada alrededor de valores de empatía, justicia y diversidad. Este aprendizaje es el núcleo operacional de mi proyecto de grado, pues justifica técnicamente la creación de un sistema de productos transmedia (que enlaza elementos físicos impresos con extensiones y prototipos digitales) bajo una identidad visual unificada. Diseñar un universo expandido garantiza que el mensaje de apoyo y visibilización de la población LGBTQ+ no solo sea consumido, sino habitado y cocreado por los propios estudiantes y colectivos sociales.

7. Síntesis e integración de las fuentes en la consolidación del proyecto

La integración de las seis fuentes analizadas devela un panorama holístico que robustece y articula cada arista de mi proyecto de grado. Mientras que las investigaciones cuantitativas universitarias y de adolescencia me proveen un diagnóstico riguroso de la alarmante realidad del bajo bienestar psicológico y la urgencia de su atención médica y psicosocial, los textos testimoniales, narrativos y de apoyo familiar humanizan el problema y me señalan la ruta de la empatía, el cuidado y el valor de la memoria comunitaria. Finalmente, las metodologías transmedia y de branding aportan el vehículo técnico y el lenguaje objetual contemporáneo indispensable para materializar estas urgencias en un sistema de diseño funcional, atractivo y escalable. Gracias a este bagaje de investigación y análisis de proyectos similares, mi propuesta deja de ser una respuesta intuitiva para consolidarse como un proyecto con rigor metodológico, teóricamente fundamentado en el modelo biopsicosocial y técnicamente viable, diseñado por y para salvaguardar la salud mental y la dignidad de la población LGBTQ+

1.15 Interacción con el Experto Aliado

Se configuró como el espacio de validación y diálogo con voces especializadas, buscando dotar al proyecto de un respaldo científico y ético, como la psicología de la salud y el análisis social. El objetivo central de esta etapa fue contrastar las hipótesis iniciales recolectadas en el diagnóstico con la experiencia práctica de profesionales que atienden directamente las realidades del campus. Para ello, se contó con la colaboración del experto aliado José Luis Montenegro Céspedes, psicólogo, magíster en Psicología de la Salud y docente investigador de la universidad, especializado en temas de género, salud mental y diversidades sexuales. Céspedes enfatizó que el proceso de escuchar no debía limitarse a la recolección de datos, sino que debía ser un ejercicio de construcción de confianza mutua, recomendando la implementación de técnicas de entrevista y conversación horizontal que prioricen la seguridad emocional de los participantes.

Sus recomendaciones permitieron estructurar un acercamiento libre de prejuicios, donde la prioridad fue validar las experiencias individuales y garantizar que la voz de cada miembro de la comunidad fuera el insumo principal para la creación de las piezas comunicativas y el sistema de juego que integra este proyecto.

Además de los lineamientos metodológicos para el trato con la comunidad, Céspedes contribuyó significativamente a ampliar el horizonte bibliográfico y referencial del proyecto. Proporcionó una serie de estudios de caso y trabajos académicos previos enfocados en el diseño social y la visibilización de memorias disidentes, los cuales funcionaron como un «mapa de ruta» para identificar errores comunes y buenas prácticas en proyectos similares. Este intercambio no solo enriqueció el estado del arte de la investigación, sino que permitió al proyecto distanciarse de abordajes tradicionales que a menudo exotizan a las poblaciones vulnerables, permitiendo, en cambio, la adopción de una postura autocrítica y profesional desde la etapa de diseño de conceptos.

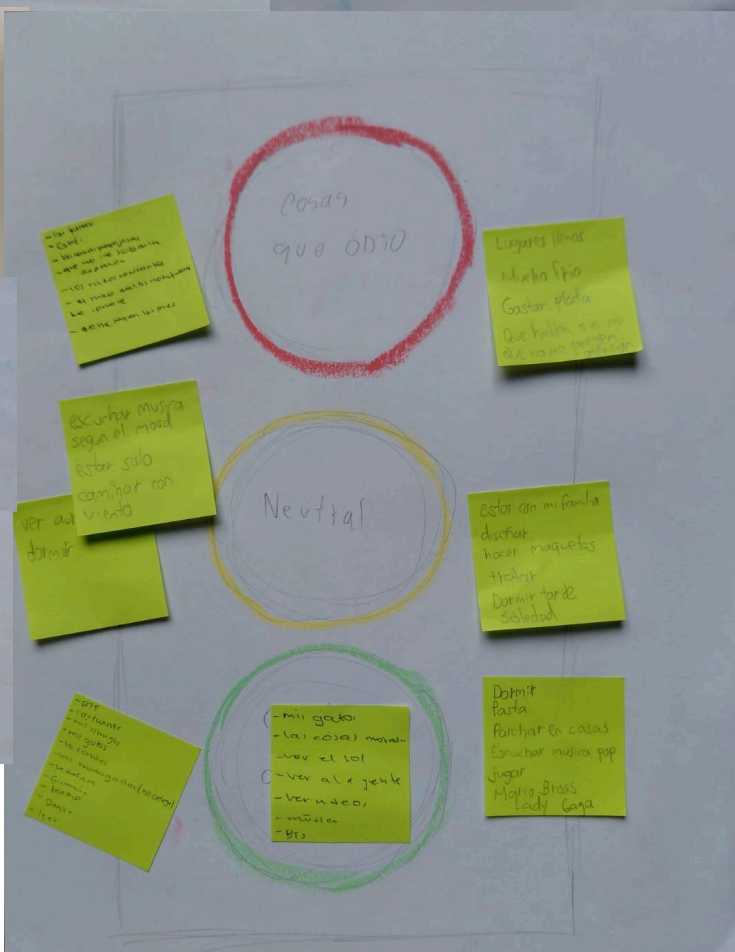
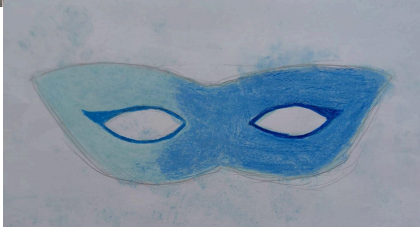
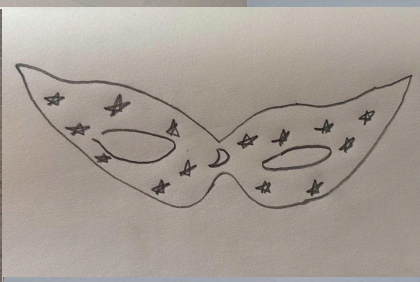
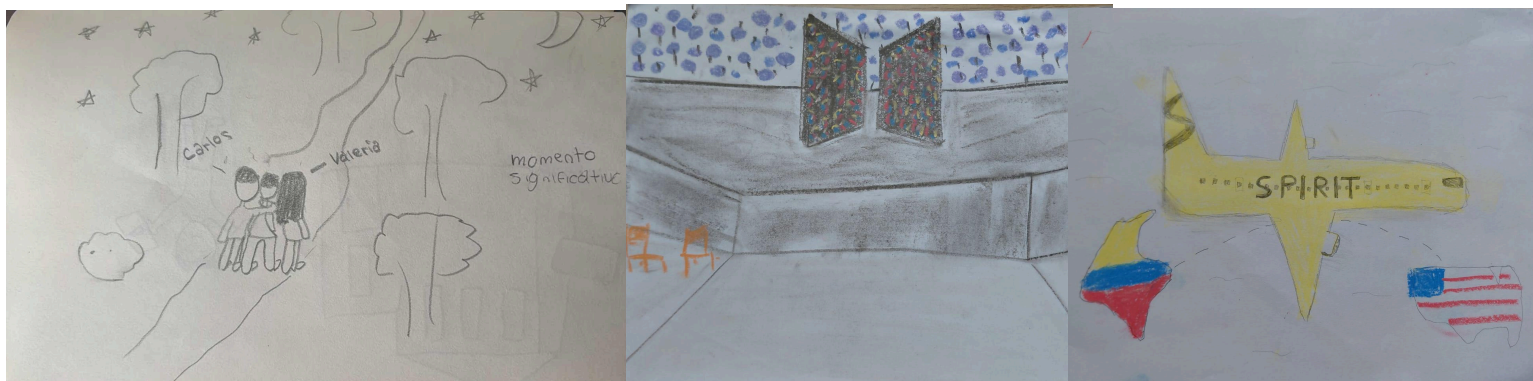
1.16 Reunión con Miembros de la Comunidad

Se estableció un espacio de co-creación presencial diseñado específicamente para fomentar un vínculo de confianza horizontal entre la investigadora y los miembros de la comunidad LGBTQ+ de la universidad. Este encuentro se configuró como un laboratorio de expresión donde, a través de diversas dinámicas creativas, los participantes pudieron volcar sus vivencias y subjetividades. La actividad central consistió en la redacción de cartas dirigidas a su «yo del pasado», un ejercicio de introspección que permitió identificar hitos personales, así como las preferencias, aversiones y los momentos más significativos que han moldeado sus identidades actuales. La conversación constante durante todo el proceso no solo sirvió para recolectar información, sino que fue la herramienta fundamental para fortalecer la empatía y asegurar que el entorno de trabajo fuera un espacio seguro, validante y libre de juicios para todos los presentes. En paralelo a la narrativa escrita, se llevó a cabo un ejercicio de ilustración colaborativa donde los participantes plasmaron visualmente sus experiencias. Estas piezas gráficas funcionaron como un dispositivo de interpretación, permitiendo traducir sentimientos complejos y recuerdos abstractos en un lenguaje visual tangible.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg



1.17 Requisitos de Diseño

Requerimiento	Tipo	D/O	Necesidad
Sistema educativo basado en fases (Informarme, Discutir, Crear)	E-C	O	Estructurar una experiencia progresiva que combine aprendizaje, interacción y apropiación personal.
Narrativa visual inclusiva y no estereotipada	E-C	O	Garantizar una representación respetuosa y diversa de la comunidad LGBT.
Sistema gráfico unificado	F-O	O	Mantener coherencia visual entre fanzine, cartas y herramienta creativa.
Experiencia participativa e interactiva	F-O	D	Fomentar el diálogo, la reflexión y la conexión emocional entre los usuarios.
Integración de contenido educativo y lúdico	T-P	O	Facilitar el aprendizaje a través de dinámicas accesibles, atractivas y significativas.

1.19 Bocetación y Selección de Personajes

Para asegurar que los miembros de la comunidad universitaria se sintieran auténticamente identificados, valorados y reconocidos dentro de la experiencia lúdica, resultó vital e indispensable incluir en el proyecto a personas abiertamente pertenecientes al colectivo LGBTQ+. Lejos de apelar a representaciones ambiguas o sutiles, la propuesta se fundamenta en visibilizar de forma directa a figuras cuya identidad y expresión de género u orientación sexual se reconocen y reivindican de manera explícita en el espacio público. Esta decisión de diseño responde a la necesidad de combatir la falta de referentes positivos en los entornos educativos, transformando cada carta del mazo en un espejo de validación, orgullo y dignificación para los estudiantes.

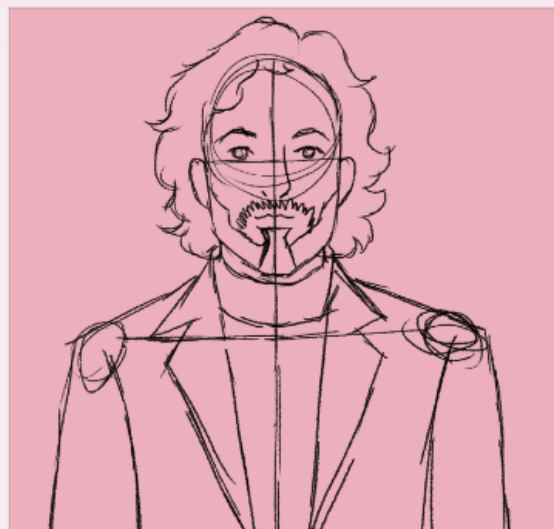
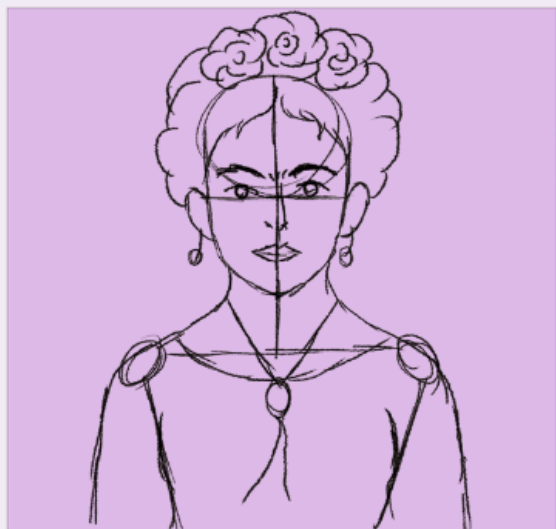
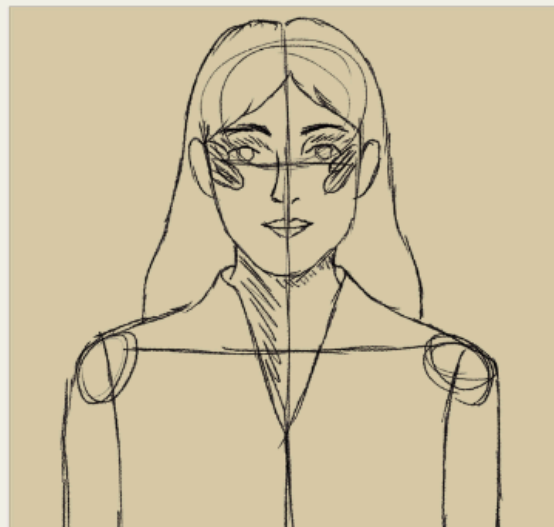
Con el objetivo de garantizar una representación genuinamente inclusiva y diversa, se planteó de manera estratégica que la baraja de cartas integrara figuras que abarcaran el espectro completo de las disidencias sexuales y de género, contemplando perfiles de personas Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans y Queer. Asimismo, para enriquecer el trasfondo cultural y narrativo del sistema, la selección incluyó tanto a referentes de origen nacional como internacional, priorizando a aquellos individuos que han sido ampliamente reconocidos por sus logros, activismo, legados artísticos o hechos históricos altamente significativos. De este modo, los personajes no solo actúan como elementos de juego, sino como hitos de memoria histórica que conectan a los usuarios con trayectorias globales y locales de resiliencia y éxito.

El proceso de traducción visual de estos referentes se materializó en una primera etapa de ilustración digital desarrollada en Adobe Photoshop, donde se definieron los bocetos de cada personaje. Para alinearse con la atmósfera empática y protectora del kit, se optó por un estilo de dibujo caricaturesco, de trazos amables, formas redondeadas y un enfoque minimalista. Esta estética visual fue seleccionada deliberadamente para suavizar las tensiones asociadas a las temáticas de salud mental, evitando caer en la solemnidad o la rigidez institucional. Al utilizar líneas curvas y geometrías amigables, se logra una estética cercana y accesible que invita a la interacción, permitiendo que la corporalidad y los rasgos identitarios de cada personaje se expresen con dignidad, frescura y un alto atractivo visual.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg



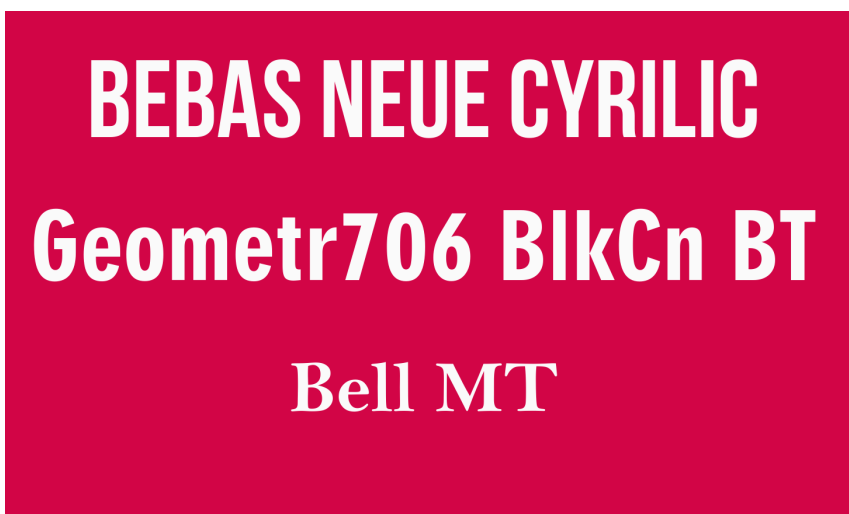
1.20 Selección de Paleta de Color y Tipografías

La identidad visual del sistema transmedia encuentra su sustento cromático en una selección rigurosa de matices que responde directamente a la atmósfera dramática, teatral y performativa definida en el planteamiento conceptual. La paleta de color está integrada por cinco tonos principales: Alabama Crimson, Rosewood, French Plum, Cetacean Blue y Rich Black. La combinación de estas tonalidades profundas y saturadas evoca el misticismo del escenario teatral, simulando el juego de luces y sombras que caracteriza a la puesta en escena y al uso de las máscaras. Lejos de apelar a las paletas brillantes o estereotipadas asociadas comúnmente con las representaciones genéricas de la diversidad, este esquema cromático abraza una madurez visual y una carga dramática que sintoniza con la complejidad de los procesos de introspección, las tensiones de la salud mental y la fuerza de la resistencia comunitaria en la población LGBTQ+.

Cada color del sistema cumple una función narrativa y psicológica específica que dota de significado a los diferentes componentes del kit. El Alabama Crimson y el Rosewood aportan una vibración intensa y pasional vinculada al arte, la corporalidad de la danza y la urgencia de la visibilización; operan como acentos visuales de gran impacto que capturan la atención en las piezas editoriales y lúdicas. Por su parte, el French Plum actúa como un puente transicional que suaviza las composiciones, conectando la calidez de los rojos con la frialdad introspectiva y nocturna del Cetacean Blue y la profundidad absoluta del Rich Black. Estos dos últimos tonos configuran el telón de fondo ideal del sistema, proporcionando el contraste necesario para simular la iluminación de un proyector escénico sobre la oscuridad del teatro. Esta dualidad cromática simboliza visualmente el tránsito de los usuarios: desde las zonas de sombra e invisibilidad que produce el malestar psicológico individual, hacia la luz que emana del encuentro colectivo, el diálogo abierto y el empoderamiento artístico.

Acorde con la propuesta cromática, las decisiones tipográficas articulan un sistema de jerarquías textuales claro, potente y versátil, compuesto por las fuentes Bebas Neue Cyrillic, Geometr706 BlkCn BT y Bell MT.

Para los títulos principales y los elementos de mayor jerarquía en el fanzine y el juego de cartas, se seleccionó el uso combinado de las fuentes sans-serif compactas y condensadas Bebas Neue Cyrillic y Geomet r706 BlkCn BT; su estructura geométrica, de trazos limpios, gruesos e impactantes, evoca la contundencia de los carteles de teatro clásicos y la tipografía de las vanguardias artísticas, asegurando una óptima legibilidad a gran distancia. Como contraparte tipográfica que aporta equilibrio y legibilidad en textos corridos o narrativos, se incorporó la fuente tipográfica con serifas Bell MT. Su morfología clásica, elegante y de proporciones tradicionales introduce una voz editorial literaria y reflexiva que invita al lector a detenerse en la lectura de los testimonios y los datos teóricos, consolidando una estética híbrida que fusiona la fuerza expresiva de la performance con la formalidad y el rigor que exige un proyecto enfocado en el bienestar y la dignidad comunitaria.



1.21 Planteamiento del Sistema

Una vez consolidada la atmósfera estética y la narrativa performativa, la experiencia del usuario dentro del sistema se estructuró de manera metodológica a través de tres fases secuenciales e interconectadas: "Informarme", "Discutir" y "Crear". La primera fase, "Informarme", está materializada en el diseño de un Fanzine de carácter editorial, concebido como una pieza introductoria que dota a los usuarios de herramientas conceptuales, datos contextuales y relatos que sensibilizan sobre la salud mental y la diversidad. La segunda fase, "Discutir", cobra vida a través de un Juego de Cartas diseñado estratégicamente para propiciar la interacción colectiva, rompiendo el hielo mediante dinámicas lúdicas que abren espacios de debate seguro, empatía y escucha activa en torno a las vivencias comunitarias. Finalmente, la fase de empoderamiento y expresión se consolida en la etapa de "Crear", la cual se compone de piezas personalizables como máscaras y cartas en blanco. Estas herramientas de co-creación permiten a los participantes proyectar su propia voz, diseñar sus propios roles y asimilar la narrativa teatral desde una dimensión lúdica, plástica e introspectiva.

La integración de cada uno de estos componentes permite que el proyecto se condense formalmente como un Kit Transmedia. Al concebirse bajo este enfoque, el sistema no fragmenta la información, sino que expande la experiencia a través de diferentes formatos físicos y extensiones interactivas, donde cada pieza (el fanzine, el juego de mesa y los elementos personalizables) cumple un rol narrativo y funcional único pero complementario. Este kit se convierte, de este modo, en un dispositivo portátil y versátil diseñado para habitar el espacio universitario; una caja de herramientas integral que estimula el tránsito orgánico del usuario desde la recepción pasiva de información hacia la participación activa y la creación colectiva, consolidando un universo objetual sólido al servicio del bienestar psicológico y la conexión comunitaria.

Fanzine "Out Loud"

El fanzine, titulado "Out Loud" (que se traduce en español como En voz alta), es una revista corta, independiente y de formato dinámico que funciona como la puerta de entrada a todo el proyecto. Esta pieza impresa ha sido diseñada con un estilo visual muy artístico y llamativo para capturar de inmediato el interés del usuario. Su objetivo principal es abordar temas complejos que a menudo se consideran tabú en los entornos educativos, actuando como un puente de comunicación directo y amigable con el lector. Se trata de una publicación dinámica y visual que combina memoria histórica, cultura y representación LGBTQ+ en un formato cercano y relajado. A través de secciones sobre arte drag, literatura queer e hitos históricos, busca introducir al usuario en las temáticas de diversidad sin utilizar un lenguaje pesado o excesivamente académico.

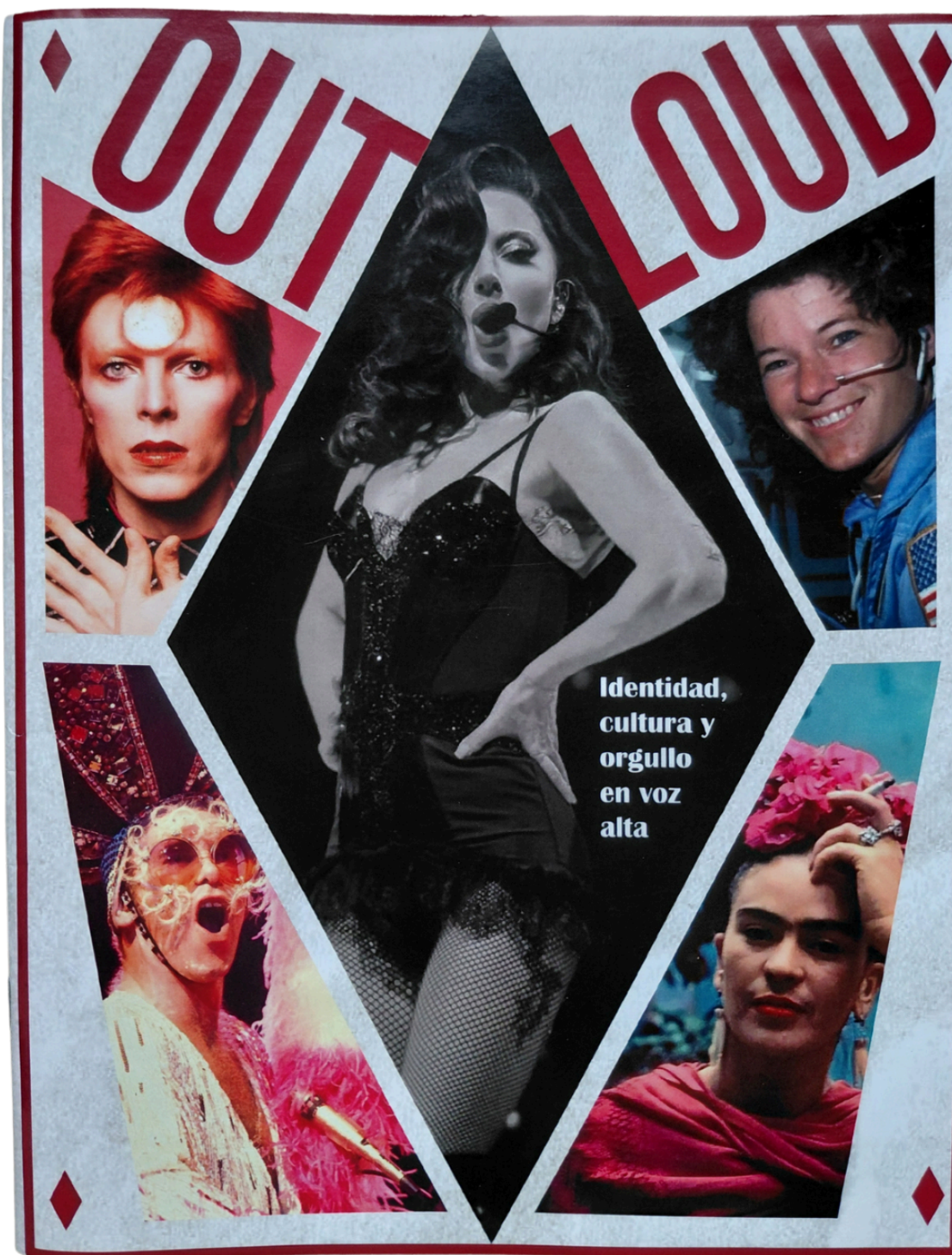
Su funcionamiento se basa en la interactividad y la exploración progresiva de contenidos. Además de la lectura tradicional, integra elementos transmedia como códigos escaneables que permiten al usuario acceder a contenidos digitales externos, como una "Watchlist de orgullo" con recomendaciones cinematográficas o bibliotecas virtuales de novelas gráficas.

Esta conexión entre lo físico y lo digital expande la experiencia informativa y la vuelve mucho más participativa. El propósito principal de esta pieza es "Informar", preparando al usuario emocional y cognitivamente antes de interactuar con el resto del kit. Al ofrecer referentes positivos y datos sobre la comunidad de forma estética y accesible, el fanzine ayuda a validar la identidad de los estudiantes y a combatir la invisibilidad en el campus. Es la herramienta encargada de romper el hielo y despertar la curiosidad a través del conocimiento compartido.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg



**Identidad,
cultura y
orgullo
en voz
alta**

Juego de Cartas "Clash"

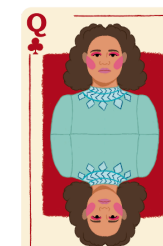
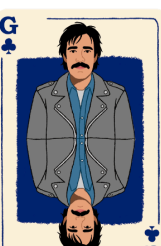
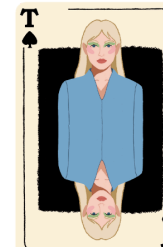
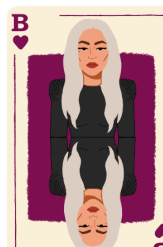
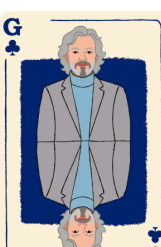
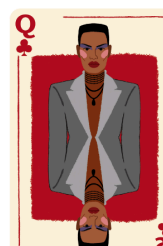
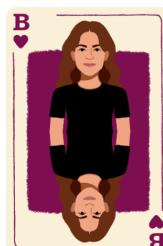
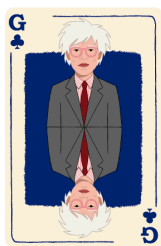
"Clash" es una baraja de cartas diseñada como una experiencia lúdica y competitiva que fomenta la interacción directa entre los jugadores. La pieza está compuesta por un sistema de cartas que incluyen preguntas, datos curiosos y situaciones estratégicas relacionadas con la vivencia LGBTQ+. Visualmente, utiliza un diseño gráfico potente y coherente con el resto del sistema para representar diversos personajes y realidades de la comunidad. La mecánica del juego consiste en avanzar estratégicamente para ser el primero en completar el acrónimo "LGBTQ+". Durante la partida, los usuarios se enfrentan a cartas de interferencia como "El Closet", que presentan bloqueos o retos que deben superar utilizando sus recursos disponibles. Este funcionamiento permite que el aprendizaje sobre la diversidad se dé de forma orgánica, competitiva y muy entretenida. El propósito de este juego es la fase de "Discutir": generar un espacio seguro de diálogo, reflexión y reconocimiento mutuo entre los estudiantes.

A través del juego, se busca fortalecer el sentido de pertenencia y la empatía, permitiendo que los participantes compartan historias y se sientan acompañados. En resumen, esta pieza convierte el diálogo en una experiencia divertida y participativa. Los personajes incluidos en la baraja (que representan a identidades lesbianas, gays, bisexuales, trans y queer) actúan como detonantes de conversación, permitiendo que los jugadores conecten entre sí y su propia realidad. "Clash" es, en esencia, la herramienta del kit encargada de transformar el bienestar individual en una fuerza colectiva a través del encuentro cara a cara. Es la herramienta clave para transformar la información en una conexión humana real y significativa.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg



¿QUÉN FUE EL PRIMER
POLÍTICO ABIERTAMENTE
GAY ELEGIDO PARA UN
CARGO PÚBLICO?

1993: Carlos Menem (Lebanón)

¿QUÉ ES LA DIFERENCIA
ENTRE "ORIENTACIÓN
SEXUAL" E "IDENTIDAD
DE GÉNERO"?

La orientación sexual se refiere a la atracción física y emocional por personas de un género u otro. La identidad de género se refiere a cómo una persona se percibe a sí misma.

¿QUÉ SIGNIFICA QUE UNA
PERSONA ESTÁ "HACIENDO
OUTING" A OTRA?

Revelar la orientación sexual o identidad de género de otra persona sin su consentimiento.

¿QUÉ ES EL "PINKWASHING"?

Intento de manipular la percepción pública sobre un tema socialmente controvertido, como la orientación sexual, para promover intereses políticos o comerciales.

INTERCAMBIO DE PERSPECTIVA
Todos los jugadores
pasan su mano
completa al
compañero de la
izquierda.

¿QUÉ POETA ESPAÑOL, AUTOR
DE "BODAS DE SANGRE", FUE
ASESINADO DURANTE LA
GUERRA CIVIL ESPAÑOLA Y ES
UN REFERENTE DE LA
LITERATURA GAY?

Federico García Lorca

¿QUÉ SIGNIFICA EL TÉRMINO
"DRAG KING"?

Persona que se expresa de manera masculina en el mundo del drag.

¿QUÉ PAÍS DE AMÉRICA
LATINA FUE PIONERO EN
LEGALIZAR EL
MATRIMONIO ENTRE
PERSONAS DEL MISMO
SEXO EN EL AÑO 2010?

Argentina

¿CÓMO SE LLAMA EL ARTE DE
VESTIRSE DE MANERA
EXAGERADA Y ARTÍSTICA
PARA DAR UN SHOW DE
ENTRETENIMIENTO?

Drag (Drag es un verbo de la raíz drag)

¿QUÉ CIUDAD DE
LATINOAMÉRICA ES
FAMOSA POR TENER UNA
DE LAS MARCHAS DEL
ORGULLO MÁS GRANDES
DEL MUNDO?

San Francisco de los Rios

Piezas Personalizables (Máscaras y Cartas)

Estas piezas representan la fase de expresión personal del kit y están compuestas por máscaras ilustrables y cartas en blanco listas para ser intervenidas. Son superficies creativas diseñadas para que cada usuario pueda dibujar, colorear o escribir sobre ellas con total libertad, adaptándolas a su propia estética y visión personal. Se alejan de lo preestablecido para abrir un campo de juego basado en la creación individual. Su funcionamiento invita al usuario a pasar de ser un espectador a convertirse en un autor activo del sistema. Los participantes pueden inventar nuevos personajes o preguntas en las cartas en blanco para integrarlos al juego "Clash", o decorar sus máscaras utilizando símbolos, maquillaje y colores que representen su identidad.

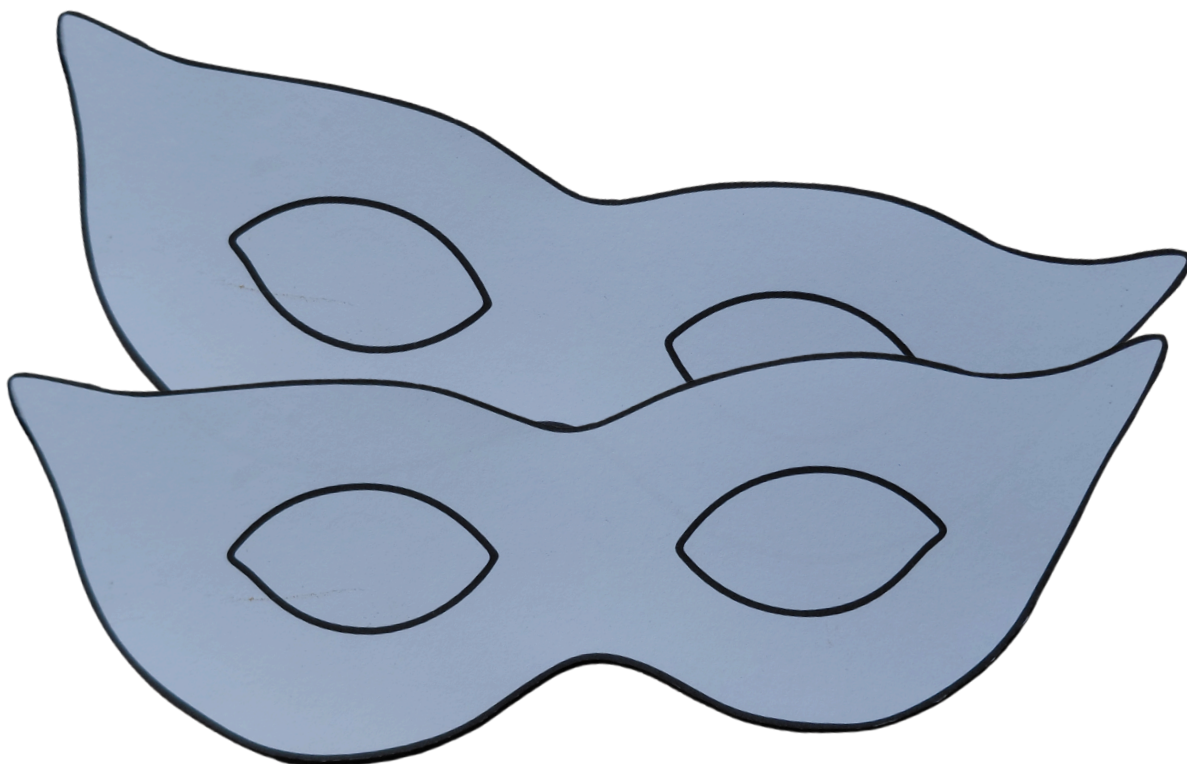
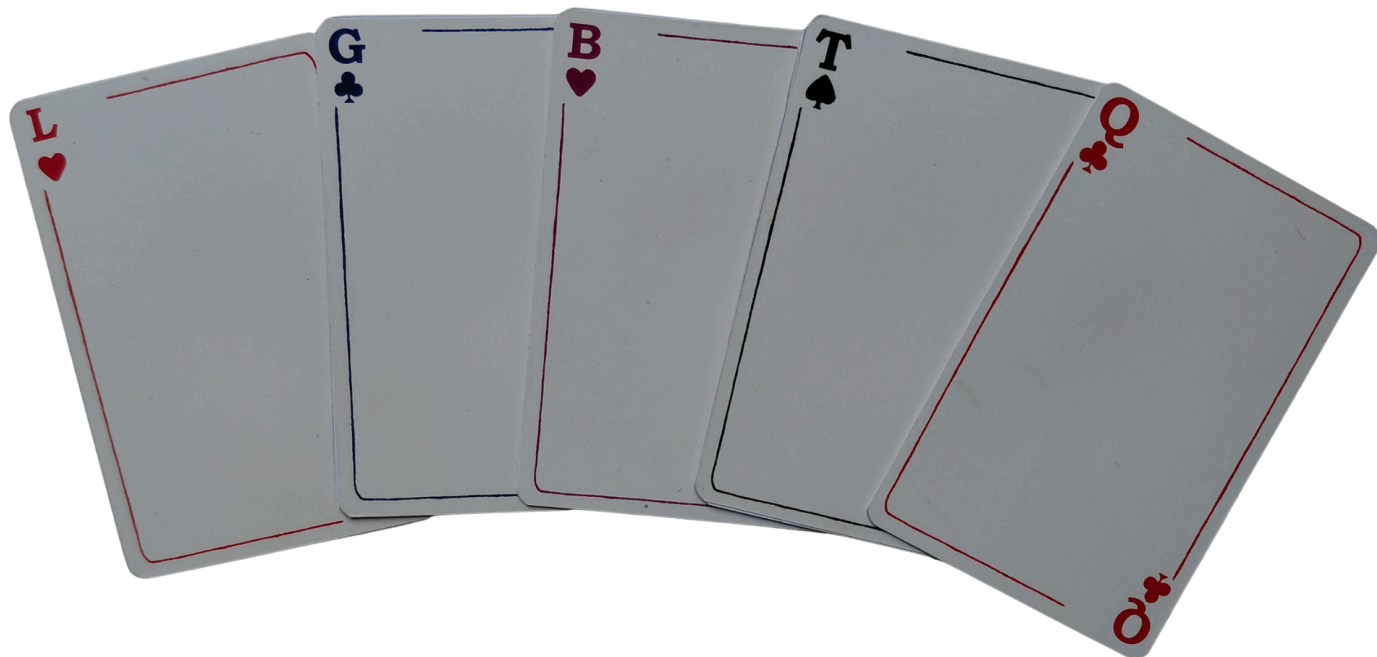
De esta manera, el sistema crece y se transforma con cada nueva intervención de los estudiantes. El propósito central es "Crear" y fomentar la apropiación del proyecto. Al intervenir las piezas, el usuario explora su identidad de forma simbólica, entendiendo que su historia tiene un valor único dentro de la comunidad. Las máscaras, en particular, pierden su sentido de ocultamiento para convertirse en herramientas de creación y amplificación de la personalidad, celebrando la diferencia desde la libertad artística.

Al final del ejercicio, estas piezas personalizables se integran a la dinámica comunitaria del kit. Los usuarios pueden usar sus máscaras en representaciones simbólicas o añadir sus cartas creadas a la baraja general de "Clash", enriqueciendo el juego con nuevas preguntas o situaciones reales. Estas herramientas demuestran que el diseño es un proceso vivo y participativo, donde cada estudiante tiene el poder de moldear el sistema para dejar plasmada su propia voz.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

apg

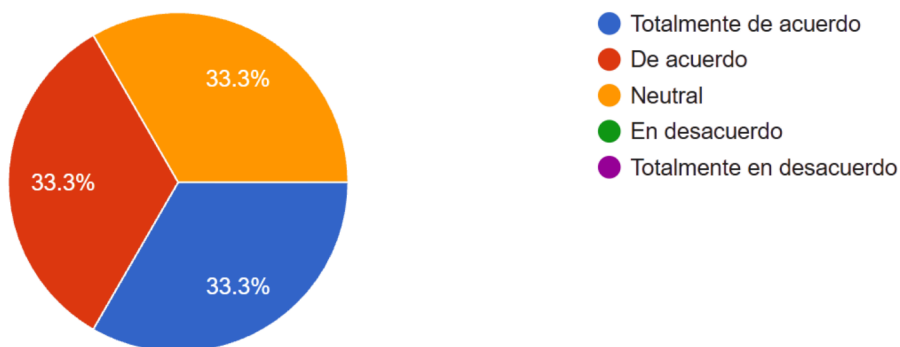


1.22 Validación

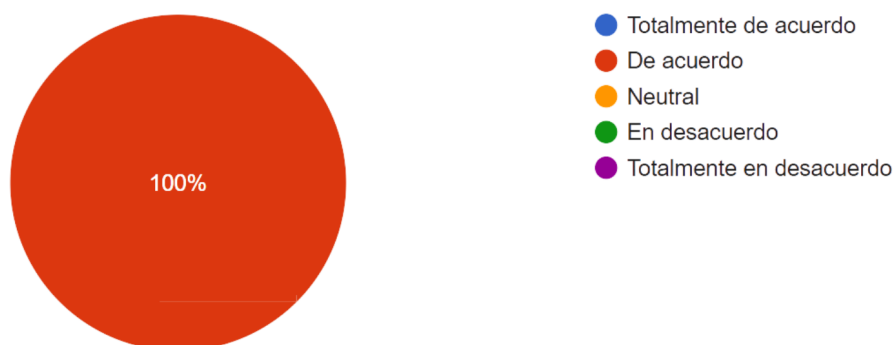
La fase de validación con el público objetivo demostró de forma contundente que el sistema transmedia cumple con su propósito de visibilizar, concientizar y propiciar una inclusión real dentro de la universidad. El 100% de los estudiantes encuestados manifestó sentirse plenamente identificado, acompañado y comprendido por los personajes, situaciones y mensajes del proyecto. En el apartado gráfico, el diseño del fanzine y las cartas fue calificado unánimemente como atractivo e interesante, despertando en los jóvenes emociones profundas como la felicidad y un fuerte sentimiento de orgullo al ver representadas sus identidades en el ámbito artístico institucional de manera digna y cercana. Por su parte, la evaluación con el experto aliado, el psicólogo José Luis Montenegro, respaldó con fuerza la estructura metodológica y conceptual de la propuesta. El especialista resaltó el alto valor de su enfoque participativo, destacando que el kit no se limita a transmitir información pasiva, sino que involucra activamente al estudiante en dinámicas de diálogo y reconocimiento mutuo. Asimismo, validó la integración de múltiples voces en el proceso de co-creación, señalando que el diseño adquiere mayor legitimidad, profundidad y fuerza social cuando nace de las experiencias reales y de los puntos de vista de la propia comunidad.

El análisis cruzado de las evidencias confirma que el proyecto funciona como un soporte emocional indispensable en el campus. La totalidad de la muestra estuvo de acuerdo en que los contenidos generan empatía hacia las vivencias colectivas, demostrando que la comunicación visual trasciende lo puramente decorativo para romper barreras de aislamiento. El experto llevó este hallazgo más allá al validar el potencial conceptual de la máscara; lejos de ser un objeto de ocultamiento, fue aprobada como un dispositivo artístico performativo ideal para la construcción, exploración y libre expresión de la identidad personal del usuario. Finalmente, los resultados ratifican que la estrategia transmedia consolida de forma exitosa el sentido de pertenencia y la apropiación institucional. El 100% de los participantes confirmó que recomendaría abiertamente el kit a otros jóvenes universitarios y que este tipo de proyectos fortalece de manera real el arraigo dentro de la universidad. El respaldo de los estudiantes y la aprobación del experto hacia la combinación de formatos físicos y digitales demuestran que este ecosistema interactivo posee un valor real fuera del aula de clases, consolidándose como una herramienta validada y lista para transformar el entorno universitario en un territorio más seguro, empático e integrador.

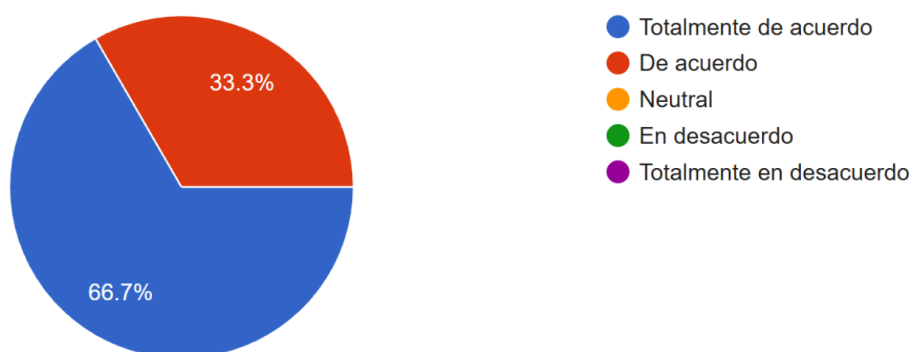
4. ¿Crees que este tipo de propuestas pueden ayudar al bienestar emocional de estudiantes LGBTQ+?



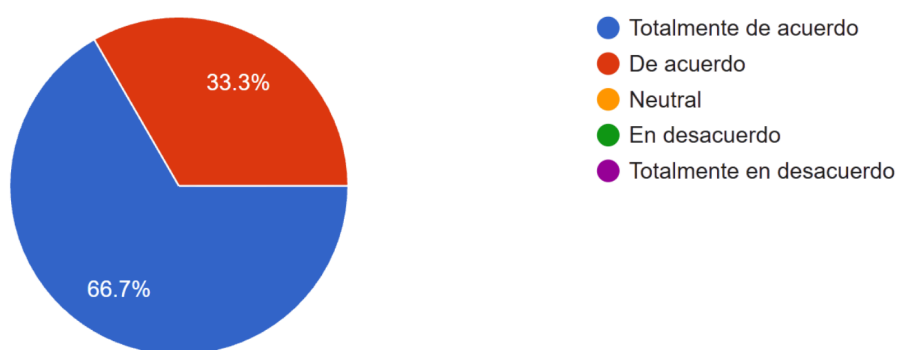
6. ¿Crees que el contenido genera empatía hacia las experiencias de personas LGBTQ+?



8. ¿Recomendarías esta propuesta a otros jóvenes LGBTQ+ universitarios?



9. ¿Consideras que la propuesta cumple un propósito social o emocional relevante?



1.23 Conclusiones

El primer gran hallazgo de este proyecto es que la falta de imágenes y mensajes constantes que representen de forma positiva y respetuosa a la comunidad LGBT genera un vacío emocional real en los estudiantes de primer semestre. Al investigar la situación actual, nos dimos cuenta de que la inclusión visual suele concentrarse únicamente en fechas especiales o meses conmemorativos, lo que hace que los jóvenes se sientan vistos solo de forma pasajera. Esta falta de referentes estables durante todo el año académico impacta directamente en su salud mental, debilitando su autoestima y haciéndolos sentir aislados o inseguros en una etapa de sus vidas donde están buscando su lugar y su identidad dentro del campus.

Para solucionar este problema de raíz, comprendimos que las mejores ideas no se imponen desde afuera, sino que se construyen escuchando a quienes viven esa realidad día a día. Gracias a la guía de profesionales en psicología y a la participación activa de los propios estudiantes, logramos crear espacios seguros y horizontales de diálogo. En estos encuentros de co-creación, los jóvenes compartieron sus historias y plasmaron sus emociones a través de cartas y dibujos, recordándonos que detrás de cada dato estadístico hay un ser humano que desea que su identidad sea validada, respetada y tratada con total dignidad.

La respuesta creativa a esta necesidad fue el diseño de un kit educativo y lúdico llamado "Out Loud" (En voz alta), el cual utiliza el arte, el teatro y las máscaras como un lenguaje amigable para hablar de diversidad y salud mental sin caer en estereotipos ni clichés.

Este sistema funciona en tres pasos sencillos: primero, un fanzine impreso y digital se encarga de conectar al lector con historias positivas y datos clave para romper el hielo; segundo, un juego de cartas abre el espacio para charlar y debatir de forma segura entre amigos; y tercero, se invita a los usuarios a crear sus propias cartas y expresiones visuales. Así, el diseño deja de ser algo puramente decorativo y se transforma en una herramienta viva que acompaña al estudiante en su bienestar emocional.



apg

En conclusión, este proyecto demuestra que el diseño de comunicación visual tiene un poder enorme como motor de cambio social y cultural dentro de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Al ofrecer canales donde los jóvenes LGBT de primer semestre pueden verse reflejados con orgullo y autenticidad, no solo estamos combatiendo la discriminación y cuidando su salud mental, sino que también estamos construyendo una comunidad universitaria mucho más empática y solidaria. Esta iniciativa siembra una base sólida para que las futuras generaciones de profesionales entren al mundo laboral sintiéndose completamente seguras de quiénes son y con la certeza de que su voz merece ser escuchada con respeto.

1.24 Referencias

Universidad de los Andes. (2021). Línea de investigación: Diversidad e inclusión y narrativas visuales. Facultad de Artes y Humanidades.

Espinoza, K. (2022). Diseño y Diversidad: Comunicación visual aplicada a la representación identitaria [Tesis de maestría, Universidad del Azuay].

Brea, L. (2016). Factores que determinan el sentido de pertenencia de los estudiantes de la PUCMM-CSTA [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra].

Gómez, J., & Vergara, N. (2021). Activa-Mente Joven: Proyecto para disminuir el deterioro de la salud mental en jóvenes de Montería [Tesis de pregrado, Universidad de Córdoba].

Gutiérrez, C. M. (2023). La cultura y pertenencia desde la experiencia de Pro Santa Marta Vital [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia].

Merlos Ais, D. (2022). Retos de salud mental en población joven de Alicante: Prototipo de intervención [Tesis de maestría, Universidad de Alicante].

Barreto, J., & Villalobos, V. (2020). Representaciones sociales de la inclusión de la población lgbt en educación superior. Análisis. Revista Colombiana de Humanidades, 52(97).

Choi, S. K., [Seis coautores más]. (2019). Estrés, salud y bienestar de las personas LGBT en Colombia. Resultados de una encuesta nacional. Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Mestanza, O. (2022). Estereotipos en los elementos gráficos publicitarios a modo de

representación de la comunidad LGBTIQ+. Casos: Publicidad de los Bancos BCP, Scotiabank y BBVA [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

Riviera, J., & Arias, M. (2020). Acoso escolar contra jóvenes LGBT e implicaciones desde una perspectiva de salud. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 52(2).

Ibarra, M., & Grajales, M. (2012). Propuesta de comunicación para promover la visibilización e inclusión de la comunidad lgbt en Bogotá [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente].

La Vanguardia. (2022). El 87,2% de la juventud Lgbt+ en Colombia recibió comentarios homofóbicos o transfóbicos de sus familiares durante el último año. *La Vanguardia*.

<https://www.vanguardia.com/entretenimiento/jovenes/2022/09/29/el-872-de-la-juventud-lgbt-en-colombia-recibio-comentarios-homofobicos-o-transfobicos-de-sus-familiares-durante-el-ultimo-ano/>

Orcasita, L. T., Sevilla, T. M., Acevedo-Velasco, V. E., Montenegro, J. L., Tamayo, M. C., & Rueda-Toro, J. S. (2020). Apoyo social familiar para el bienestar de hijos gays e hijas lesbianas. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 18(2), 1-23.

Chavita Pérez, C. J., Cardenas Vaca, G. C., & Morales Varela, C. D. (2022). Bienestar psicológico en estudiantes de la población LGTBIQ+ de la Universidad Cooperativa de Colombia [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC.

Montoya-Bermúdez, D. F., & Hoyos-Hernández, P. A. (Eds.). (2022). *Valientas: Nuestra historia. Álbum fotográfico expandido*. Sello Editorial Javeriano; Pontificia Universidad Javeriana, Cali.

Ministerio de Salud de la Nación (Argentina) & UNICEF. (2021). *Salud y*

adolescencias LGBTI: Herramientas de abordaje integral para equipos de salud (2.^a ed.). Ministerio de Salud de la Nación.

Fernández, P. (2025, 28 de mayo). *Narrativa transmedia y branding: diseñando universos*. Blog de Waka.

<https://www.somoswaka.com/blog/2025/05/narrativa-transmedia-y-branding-disenando-universos/>

Ferren, J. (2025, 28 de mayo). *Empoderando a la juventud LGBTQ+: Recursos esenciales de salud mental*. Revista Focus LGBTQ+.

<https://www.focuslgbt.com/es/blog/2025/05/28/>

OUTMemphis. (2026). *OUTMemphis: The LGBTQ+ Community Center of the Mid-South*. <https://www.outmemphis.org>

Tamayo Isaza, M. C., Orcasita, L. T., Sevilla, T. M., Acevedo-Velasco, V. E., Montenegro, J. L., & Rueda-Toro, J. S. (2025). *Mi viaje. Familias que enseñan, familias que aprenden. Guía de apoyo a madres y padres con hijos gays e hijas lesbianas*. Sello Editorial Javeriano; Pontificia Universidad Javeriana Cali.