

**Diseño de un proyecto gráfico para la prevención
del desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal en
los estudiantes del colegio Santa María Eufrasia,
Quito, 2023**

Daisy Daniela Lincango Córdor

Lincango, C. Daniela, D. (2023).
Diseño de un proyecto gráfico para la prevención del
desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal en los
estudiantes del colegio "Santa María Eufrasia", Quito.

Universidad Tecnológica Indoamérica - Quito



**Universidad
Indoamérica**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**Diseño de un proyecto gráfico para la prevención del desarrollo
del Trastorno Dismórfico Corporal en los estudiantes del colegio
“Santa María Eufrasia”, Quito, 2023.**

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Licenciada en Diseño Gráfico

Autor(a)

Lincango Cóndor Daisy Daniela

Tutor(a)

Ing. Andrés David Caicedo López, MSc.

**QUITO - ECUADOR
2023**

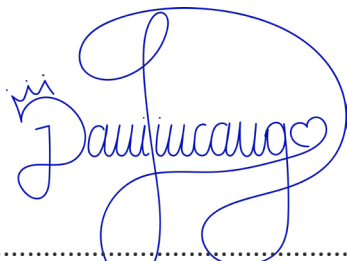
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN

Yo, LINCANGO CÓNDROR DAISY DANIELA, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “DISEÑO DE UN PROYECTO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL DESARROLLO DEL TRASTORNO DISMÓRFICO CORPORAL EN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “SANTA MARÍA EUFRASIA”, QUITO, 2023” como requisito para optar al grado de Licenciada en Diseño Gráfico y autorizo al sistema de Biblioteca de la Universidad Tecnológica Indoamerica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deba firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Quito, a los 10 días del mes de Agosto de 2023, firmo conforme:




.....
LINCANGO CÓNDROR DAISY DANIELA
C.I. 1756142491

Dirección: El Morlán N48-124 y capitán Rafael Ramos
Correo: deydaniela2573@gmail.com

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 10 de Agosto de 2023



.....
LINCANGO CÓNDOR DAISY DANIELA
C.I. 1756142491

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular “DISEÑO DE UN PROYECTO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL DESARROLLO DEL TRASTORNO DISMÓRFICO CORPORAL EN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “SANTA MARÍA EUFRASIA”, QUITO, 2023” presentado por LINCANGO CÓNDOR DAISY DANIELA para optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico, CERTIFICO Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 10 de Agosto de 2023

.....
Ing. Andrés David Caicedo López, MSc.
C.I. 1717178808

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado sobre el Tema: DISEÑO DE UN PROYECTO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL DESARROLLO DEL TRASTORNO DISMÓRFICO CORPORAL EN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “SANTA MARÍA EUFRASIA”, QUITO, 2023, previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico, reúne los requisitos de fondo y forma para que la estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de integración curricular.

Quito, 10 de Agosto de 2023

.....
ZAMBRANO HUNDA HECTOR MARCELO
C.I. 1708974439

.....
CISNEROS TORRES KARLA VANESSA
C.I. 1715457436

DEDICATORIA

Con todo mi corazón, dedico este trabajo en honor a la memoria de Juan Lincango, tu partida dejó un vacío imborrable en mi vida. Aunque te fuiste mucho antes de que estuviera lista para despedirme, reconozco que no estaba en tus manos quedarte.

Recuerdo los momentos compartidos, las alegrías y lecciones de vida que me brindaste y encuentro consuelo en saber que tu influencia perdura siempre en mi ser. En mi infancia, tu figura fue un faro de cariño y apoyo infinito, y aunque no estés aquí para ver mi futuro, llevaré conmigo los recuerdos y enseñanzas que compartimos.

Tú sigues siendo parte de mi vida, guiándome en momentos de duda y celebrando conmigo mis logros.

Así que, este trabajo es un tributo a la luz que trajiste a mi vida y a todo tu amor que me diste; en este logro que celebro hoy, quiero que sepas que todo es para ti, en gratitud por lo que fuiste y por el impacto eterno que dejaste en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi madre por su esfuerzo y dedicación, que han permitido que el día de hoy pueda llevar a cabo este trabajo. Quiero expresarle mi gratitud eterna por ser la mejor madre que podría desear. Gracias por tu amor incondicional y por ser mi apoyo constante. Te amo más de lo que las palabras pueden expresar. A mi familia que siempre me ha acompañado de la mano y nunca me han soltado, brindanándome todo su amor, cariño y apoyo incondicional en los momentos más difíciles a lo largo de este viaje académico.

A Génesis y Matias gracias por la paciencia, agradezco por tenerlos a mi lado. A mi querida mascota, Nube, por acompañarme todas las noches de desvelo. A mis amigas y amigos por su apoyo inquebrantable, por siempre escucharme y darme palabras de aliento cuando más lo necesitaba, asegurándose de nunca dejarme sola. Reconozco y agradezco a cada fuente de conocimiento y a todos aquellos que han iluminado este camino de aprendizaje. Finalmente, quiero agradecer a mis mentores, cuya guía y sabiduría resultaron fundamentales en el desarrollo de este trabajo. A todos ustedes, les expreso mi más sincero agradecimiento, porque este logro no hubiera sido posible sin su contribución y apoyo.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto gráfico tiene como objetivo la prevención del Trastorno Dismórfico Corporal (TDC) en adolescentes, a través de la sensibilización y la promoción de una imagen corporal saludable. Con el fin de alcanzar este propósito, se plantea la creación de una campaña social que se difunda en plataformas de redes sociales.

Para llevar a cabo esta iniciativa, se realizó una investigación que aborda la falta de información y visibilidad en relación a los prejuicios físicos y emocionales derivados de los estándares de belleza promovidos en las redes sociales, los cuales contribuyen al desarrollo del TDC. La elaboración de esta propuesta se llevó a cabo mediante la metodología de Diseño de Bruce Archer cuyo enfoque riguroso y estructurado busca garantizar la validez y confiabilidad de los resultados. El resultado es el desarrollo de piezas gráficas que transmiten mensajes claros y persuasivos, fomentando la aceptación corporal y autoestima positiva, previniendo así el desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal en adolescentes.

DESCRIPTORES: Adolescentes, Campaña social, Redes sociales, Trastorno Dismórfico Corporal.

ABSTRACT

The aim of this graphic project is to prevent Body Dysmorphic Disorder (BDD) in adolescents by raising awareness and promoting a healthy body image. In order to achieve this purpose, the creation of a social campaign to be disseminated on social media platforms is proposed.

To carry out this initiative, research was conducted to address the lack of information and visibility in relation to the physical and emotional damage derived from the beauty standards promoted on social media, which contribute to the development of BDD. The development of this proposal was carried out using Bruce Archer's Design methodology, whose rigorous and structured approach seeks to ensure the validity and reliability of the results. The result is the development of graphic pieces that transmit clear and persuasive messages, promoting body acceptance and positive self-esteem, thus preventing the development of Body Dysmorphic Disorder in adolescents.

KEYWORDS: Adolescents, Body Dysmorphic Disorder, Social Campaign, Social Media.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1 • Introducción

1.1. Introducción.....	16
1.2. Antecedentes.....	17
1.3. Planteamiento del problema.....	19
1.4. Justificación.....	20
1.5. Objetivos	
-Objetivo general.....	21
-Objetivos específicos.....	21

CAPÍTULO 2 • Marco referencial

2.1 Trastorno Dismórfico Corporal.....	24
2.2 Diseño Gráfico y psicología.....	25
2.3 Campañas sociales.....	26
2.4 La comunicación visual.....	26
2.5 El diseñador en el campo audiovisual.....	27

CAPÍTULO 3 • Metodología

3.1 Metodología de diseño.....	30
--------------------------------	----

CAPÍTULO 4 • Desarrollo de la propuesta

4.1 Fase 1: Fase Analítica.....	34
-Enfoque de la investigación.....	34
-Resultados.....	34
-Análisis de los resultados.....	34

-Definición del problema.....	35
-Definición del público objetivo	36
4.2 Fase 2: Fase Creativa.....	36
-Diseño de la campaña social.....	36
-Diseño del identificador marcario.....	38
-Diseño de piezas gráficas.....	41
-Diseño de estrategia de comunicación.....	51
4.3 Fase 3: Fase Ejecutiva.....	54
-Producción de piezas gráficas.....	54

CAPÍTULO 5 • Cierre

5.1 Validación.....	60
5.2 Conclusiones.....	61
5.3 Recomendaciones.....	61
5.4 Referencias.....	62
5.5 Anexos.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 (Tabla de comparación de conceptos).....	37
Tabla No. 2 (Guion).....	41
Tabla No. 3 (Storyboard).....	42
Tabla No.4 (Cronograma publicaciones).....	53
Tabla No.5 (Tabla de validación).....	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 (Proceso de diseño de Bruce Archer).....	30
Gráfico No. 2 (Lluvia de ideas).....	36
Gráfico No. 3 (Idea final).....	37
Gráfico No. 4 (Bocetos).....	38
Gráfico No. 5 (Testeo tipográfico).....	38
Gráfico No. 6 (Fuente tipográfica implementada en el logotipo).....	39
Gráfico No. 7 (Retícula).....	39
Gráfico No. 8 (Logotipo final).....	39
Gráfico No. 9 (Cromática).....	40
Gráfico No.10 (Marca final con sus respectivas versiones).....	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 (Diseño del Flyer).....	43
Figura No. 2 (Talonario con frases motivacionales).....	44
Figura No. 3 (Carrusel #1).....	44
Figura No. 4 (Carrusel #2).....	46
Figura No. 5 (Frase de Gwyneth Paltrow).....	48
Figura No. 6 (Frase de Sophia Bush).....	48
Figura No. 7 (Frase motivadora #1).....	49
Figura No. 8 (Frase motivadora #2).....	49
Figura No. 9 (Dato informativo).....	50
Figura No. 10 (Diseño #1).....	51

Figura No. 11 (Diseño #2).....	51
Figura No. 12 (Mockup flyer).....	54
Figura No. 13 (Implementación del flyer en los pasillos del colegio).....	54
Figura No. 14 (Implementación del flyer en la biblioteca del colegio).....	54
Figura No. 15 (Implementación de diseños en Merchandising).....	55
Figura No. 16 (Código QR Instagram).....	55
Figura No. 17 (Vista preliminar de las publicaciones de la red social)	56
Figura No. 18 (Mockup Carrusel #1 Instagram).....	56
Figura No. 19 (Mockup Carrusel #2 Instagram).....	57
Figura No. 20 (Mockup Interfaz de Instagram en celular).....	57
Figura No. 21 (Mockup interfaz de Instagram en dispositivos digitales).....	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1 (Matriz preguntas psicólogos).....	64
Anexo No. 2 (Matriz preguntas estudiantes).....	64
Anexo No. 3 (Buyer persona 1).....	65
Anexo No. 4 (Buyer persona 2).....	66

CAPÍTULO 1

Introducción

Introducción

El Trastorno Dismórfico Corporal (TDC) es una enfermedad psicológica, en la cual las personas principalmente los adolescentes, sienten una preocupación excesiva por defectos percibidos en su apariencia física. A pesar de que estos defectos no son reales o son mínimos, esta obsesión genera un impacto negativo en su bienestar emocional y afecta también seriamente su vida cotidiana.

La obsesión por la apariencia física y los problemas relacionados con la imagen corporal están aumentando en la sociedad como resultado del impacto de los medios de comunicación y las redes sociales en la vida de los adolescentes.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental en la vida de los jóvenes, ya que les permiten mantenerse conectados, compartir experiencias y mostrar su vida a los demás. Sin embargo, este constante acceso a información y la posibilidad de compararse con otros puede tener un impacto negativo en la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos.

El objetivo principal de este proyecto gráfico es la prevención del desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal en adolescentes a través de la concienciación y el fomento de una imagen corporal saludable. Para lograrlo, se propone la creación de una campaña social que sea visualmente atractiva y que se difunda a través de las redes sociales.

La campaña buscará inspirar a las personas para que va-

loren y aprecien su belleza única, liberándose de la presión de los estándares sociales y desarrollar relaciones positivas consigo mismos. Buscará transmitir un mensaje positivo, resaltando que la verdadera belleza reside en la diversidad y que cada persona es única y especial. Con el fin de alcanzar una audiencia amplia e influir significativamente en la forma en que se percibe la imagen corporal, se utilizarán diferentes medios de comunicación, incluidos anuncios impresos, videos y mensajes en las redes sociales.

Para ello, se realizó una investigación adecuada en psicología y diseño gráfico, que será utilizada en el desarrollo del proyecto.

Una vez realizada la investigación se procedió a la elaboración de cada uno de los capítulos y aspectos que la campaña contiene para difundir la información de forma clara y precisa usando las herramientas necesarias para generar un contenido que pueda ser utilizado en las redes sociales.

Antecedentes

Nuestra imagen corporal comienza a formarse desde el momento en que nacemos; evoluciona y se moldea a lo largo de la vida. Sin embargo, es crucial durante la adolescencia porque es cuando se forma nuestro sentido de identidad y se exploran los roles sexuales (Salazar-Rocha & Acuña, 2016). Lo que provoca que el aspecto corporal cobre mayor relevancia y que la apariencia e imagen física sean motivo de preocupación.

Actualmente, la vida social de los adolescentes está evolucionando entre el ámbito offline o físico y el ámbito online o virtual. Las redes sociales permiten a los jóvenes entrar y salir continuamente del mundo virtual y real sin límites claramente definidos (Morduchowicz, 2021, p. 6).

De esta manera, mediante la edición de publicaciones, las redes sociales influyen en la tendencia de compararse con los demás y en la idealización de estándares de belleza inalcanzables (Brea, 2019), estos ideales pueden ser peligrosos porque los adolescentes al compararse, pueden asumir que sus cuerpos difieren de los demás, lo que afecta negativamente su autoestima y conduce al desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal (TDC).

En la actual era digital, la exposición constante a imágenes retocadas, cuerpos idealizados y estándares de belleza poco realistas que abundan en las redes sociales ha desencadenado el desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal (TDC), uno de los trastornos que está estrechamente relacionado con esta influencia negativa. Este impacto ha sido objeto de un creciente interés en el

ámbito de la investigación a nivel internacional, regional y nacional.

En el ámbito de la investigación a nivel internacional, regional y nacional, este impacto ha sido objeto de un creciente interés. A continuación, se proporciona una descripción detallada de cada uno de estos niveles.

Internacional

En el ámbito internacional, Arabia Saudita se destaca como el país líder en el uso de las redes sociales y se considera que estas podrían afectar negativamente la satisfacción con la imagen corporal. En este país se realizó un estudio en el que se examinó los impactos del Trastorno Dismórfico Corporal entre una muestra comunitaria de usuarios de redes sociales. Además, examinar la asociación entre el TDC y el uso de diferentes aplicaciones de redes sociales (Alsaidan, M, 2020).

En 2013, en la ciudad de Toledo, España se realizó una investigación con adolescentes con el fin de conocer las diferencias de género en la imagen corporal y la percepción de la influencia de los medios de comunicación. Se organizaron grupos de discusión, para abordar la preocupación e insatisfacción corporal de las chicas, quienes expresaban un deseo por adelgazar, mientras que en los chicos, el deseo estaba enfocado en aumentar su peso y desarrollar musculatura. Estos deseos están vinculados a modelos corporales influenciados por los medios de comunicación que promueven ideales de mujeres delgadas

y hombres atléticos (Oliveira Gonçalves & Parra Martínez, 2014).

En la misma línea en 2017, un estudio llevado a cabo en Madrid tuvo como objetivo investigar la epidemiología y las complicaciones del Trastorno Dismórfico Corporal. Los hallazgos de este estudio demostraron que se trata de un trastorno grave pero poco reconocido e infradiagnosticado, en parte debido a que los pacientes tienden a ocultar sus síntomas. Así mismo, enfatizaron la importancia de identificar a estos pacientes de manera temprana, ya que esto es crucial para el desarrollo y para la eficacia del tratamiento (Giraldo-O'Meara & Belloch, 2017).

En relación con el Trastorno Dismórfico Corporal, en 2018, se realizó en España una revisión que tuvo como objetivo abordar la falta de atención que este trastorno recibe en los tratados de psiquiatría infanto-juvenil. La revisión se realizó mediante la búsqueda de artículos relacionados con el trastorno en los manuales de referencia y las bases de datos más importantes. Los resultados de esta revisión confirmaron que el trastorno ocurre en la adolescencia y que un diagnóstico preciso puede mejorar los resultados de las personas que lo padecen (Salavert Jiménez et al., 2019).

Regional

En el ámbito regional en relación con la temática de las redes sociales, en México, en 2019, se destaca un estu-

dio que se enfoca en analizar como Instagram afecta negativamente en la forma en que los adolescentes perciben su imagen corporal. El estudio mostró que las redes sociales, especialmente Instagram, tienen una fuerte influencia en sus usuarios, ya que los influencers comparten fotografías y videos de sus actividades diarias y estilo de vida. Esto hace que los adolescentes se comparen constantemente y deseen ser algo que no son, lo que los hace más vulnerables y, con el tiempo, va afectándoles la autoestima (Perez & Quispe, 2019).

En México, cada año se registran aproximadamente 20 mil nuevos casos de anorexia y bulimia, siendo precisamente la dismorfia corporal el principal detonante de estas alteraciones. Debido a esto se crea "Habitera", un proyecto que plantea nuevas posibilidades de diálogo enfocado hacia la autoaceptación, que propone estrategias de intervención para la búsqueda de soluciones mediante la presentación de nuevos enfoques en la imagen corporal y la alimentación, así como la promoción de actividades y desafíos para lograr cambios positivos (Hernández, 2021, p. 18).

Finalmente, en 2022, en República Dominicana se efectuó un estudio que incluyó a mujeres de entre 18 y 24 años, en el que se buscó identificar la relación entre el uso de filtros en las fotografías de redes sociales y la presencia de rasgos de dismorfia corporal. Los resultados mostraron que la mayoría de las participantes manifestaban tener imperfecciones en su aspecto y expresaban su preocupación por ciertos defectos físicos que parecían

insignificantes para otros, lo que provocaba que eviten hablar en detalle sobre este tema (Ortiz & Peláez, 2022).

Nacional

En Ecuador, en la ciudad de Loja, Alvarez (2022), produjo un photobook de fotografía artística enfocado en contrarrestar el Trastorno Dismórfico Corporal provocado por el uso de filtros de distorsión en las redes sociales, las cuales son utilizadas por la juventud. El propósito consiste en impactar y sensibilizar a los jóvenes sobre la valoración personal y la aceptación, a través del uso de ejemplos que demuestren la posibilidad de lograr fotografías de alta calidad sin alterar las características faciales para ajustarse a los estereotipos establecidos por la sociedad (p. 22).

Por otro lado, en la ciudad de Cuenca, se ha lanzado una campaña de educación sobre el trastorno dismórfico corporal para proporcionar información y apoyo a las personas que se enfrentan a este problema creciente en la sociedad. La campaña, va dirigida especialmente a los adolescentes y utiliza el diseño gráfico como medio para la creación de contenidos multimedia. Decidió utilizar la red social Instagram como principal medio de difusión de su información. El objetivo del método es aumentar el número de seguidores y difundir información sobre la enfermedad a través de la red social. El objetivo es promover la conciencia de estas condiciones y crear un entorno propicio (Villavicencio, 2021, pp. 13, 57).

Planteamiento del problema

El Trastorno Dismórfico Corporal (TDC) es un trastorno de salud mental que afecta a un número creciente de adolescentes, y las redes sociales desempeñan un papel significativo en su desarrollo. Este trastorno corresponde a una alteración visual que una persona tiene sobre su propio cuerpo, siendo un detonante pasivo al desarrollo de otras problemáticas mayores de salud, como los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), que limitan una correcta ingesta de alimentos. Los trastornos alimentarios son cambios emocionales y psicológicos complejos que afectan no solo la dieta y la salud física, sino también las interacciones sociales e interfieren con el progreso físico completo y el desarrollo emocional de las personas que los padecen (Guerrero, p. 11).

A medida que el uso de las redes sociales se ha vuelto cada vez más prominente en la vida diaria de los adolescentes, es crucial comprender el impacto negativo que estas plataformas pueden tener en su bienestar emocional. La búsqueda de validación social, comparación constante con otros y la presión para cumplir con los estándares de belleza irrealistas pueden provocar una disminución de la autoestima, ansiedad y depresión.

El poder de los medios de comunicación también puede provocar insatisfacción corporal en hombres, aunque las mujeres son particularmente más susceptibles a su influencia social potencialmente dañina. Es a través de las plataformas de redes sociales que se propagan estereotipos e ideales de belleza que afectan especialmente a los adolescentes; esto provoca preocupación y descontento

Justificación

con su imagen corporal, lo que aumenta el riesgo de desarrollar problemas relacionados con la percepción de su apariencia y autoestima.

Los adolescentes son vulnerables debido a la fase de transición entre la niñez y la adultez, lidiando con los cambios fisiológicos y psicológicos y buscando la aceptación de los demás. Los adolescentes adoptan estas imágenes para sentirse parte de un grupo social debido a la presión de encajar en los estereotipos promovidos por la publicidad, los medios de comunicación y las redes sociales. La preocupación por el peso persiste incluso dentro de los límites normales, como reflejo del impacto de los mensajes publicitarios y la presión social ejercida por la publicidad y los medios de comunicación

El Trastorno Dismórfico Corporal (TDC) es un trastorno de salud mental que afecta especialmente a los adolescentes, quienes están expuestos constantemente a las imágenes y estándares de belleza idealizados que circulan en las redes sociales. Al ser esta una enfermedad silenciosa relacionada con la autoestima; su desestimación y falta de información sobre los daños físicos, fisiológicos y psicológicos que pueden llegar a causar, ha emergido como un problema que requiere atención y tratamiento.

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en una poderosa herramienta de comunicación y socialización para los adolescentes. Pero también han contribuido a los problemas de imagen corporal al estar constantemente expuestos a imágenes modificadas y cuerpos idealizados. Comprender el impacto de las redes sociales en el desarrollo del trastorno dismórfico corporal es importante porque las redes sociales ahora son una parte importante de su vida diaria. Los jóvenes pasan mucho tiempo navegando por estas plataformas y suelen ser bombardeados con idealizaciones y estereotipos sobre el cuerpo ideal, que parece inalcanzable.

Como medio de comunicación visual, el diseño gráfico puede desempeñar un papel relevante en la prevención de Trastornos Dismórficos Corporales y en la comunicación de una imagen corporal saludable. Porque brinda la oportunidad de crear mensajes visuales impresionantes y persuasivos que pueden generar un cambio positivo en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes. Mediante la utilización de técnicas de diseño efectivas,

es posible transmitir mensajes de aceptación, autoestima y diversidad corporal.

La presente investigación está enfocada en evidenciar el problema de la invisibilización y poca información expuesta acerca del daño físico y emocional producido por estándares de belleza posicionados en redes sociales, conllevando a la aparición del trastorno dismórfico corporal. En Ecuador hasta ahora, existe una falta de enfoque específico en el diseño de campañas y herramientas dirigidas a abordar este trastorno en el contexto de las redes sociales.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un proyecto gráfico orientado a la prevención del desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal en los estudiantes de la “Unidad Educativa Santa María Eufrasia” en la ciudad de Quito, 2023.

Objetivos específicos:

Realizar un breve análisis e investigación sobre los efectos físicos y emocionales que producen el Trastorno Dismórfico Corporal en los adolescentes debido al uso de las redes sociales.

Establecer estrategias gráficas para las publicaciones dirigidas a los adolescentes que fomenten la aceptación corporal, la diversidad y la autoestima.

Desarrollar un proyecto gráfico que transmita mensajes claros y persuasivos, previniendo así el desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal en adolescentes.

CAPÍTULO 2

Marco Referencial

Trastorno Dismórfico Corporal

El Trastorno Dismórfico Corporal es un trastorno mental en el que una persona se obsesiona con uno o varios defectos en su apariencia, incluso si estos defectos son apenas notorios o no son visibles para los demás. Aunque parezca insignificante, la persona puede experimentar una gran vergüenza, ansiedad e intimidación, lo que la hace evitar muchas situaciones sociales.

Con el desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal, las personas se enfocan en su apariencia e imagen corporal, revisando constantemente su reflejo en el espejo. Estos defectos y comportamientos percibidos pueden causar mucho dolor emocional y además tienen un impacto negativo en la capacidad de llevar una vida cotidiana normal.

1.1 Trastorno dismórfico corporal en la adolescencia

El trastorno dismórfico corporal (TDC), ocupa una gran parte del tiempo y la energía del adolescente afectado, debido a que se preocupa por defectos físicos corporales que no existen. La persona que lo padece nunca se siente satisfecha con su apariencia física, a pesar de los comentarios que reciba de los demás. Como resultado de este trastorno, se niegan a socializar con sus amigos, asistir a su centro de estudios, trabajar o realizar las actividades cotidianas normales.

De esta manera, la imposición de modelos estéticos conduce inevitablemente a comparaciones y diferencias entre el cuerpo ideal impuesto por la sociedad y el cuerpo percibido o autoimagen, lo que conduce al surgimiento de la insatisfacción corporal. Esta insatisfacción

ocurre especialmente durante la adolescencia debido a la presión sociocultural sobre la imagen del cuerpo en la familia, en el círculo de amigos o en los medios de comunicación lo que hace que los adolescentes se preocupen de que todo lo relacionado con sus cuerpos (Fernández-Bustos et al., 2014).

1.2 La adolescencia y redes sociales

Urresti (2008), define las culturas digitales juveniles como “espacios virtuales de encuentro entre jóvenes que, a pesar de la distancia geográfica, intercambian información sobre temas de su interés, fortalecen relaciones y se comunican diariamente”. Con esta idea el autor afirma que, los jóvenes moldean su identidad e imagen personal, a partir de la interacción virtual diaria, de los grupos a los que pertenecen, teniendo en cuenta de la generación a la que pertenecen y su entorno (Correa & Vitaliti, 2018).

Como se mencionó anteriormente, dado que la mayor parte de los usuarios de estas plataformas son adolescentes, la virtualidad se vuelve una parte importante en la formación de su identidad y sentido de pertenencia a grupos de pares (Correa & Vitaliti, 2018), ya que experimentan la vida “en la red” sin importar su lugar de origen o su posición social (Del Barrio Fernández & Ruiz Fernández, 2014).

Como sostiene Gavilanes, es por esta razón que esta población es particularmente vulnerable al mundo online, debido a que se encuentran en pleno proceso de desarrollo de su personalidad adulta y perciben la reali-

Diseño gráfico y psicología

dad a través de las conexiones y experiencias virtuales de manera similar a las interacciones con en el mundo real. Como resultado, su involucramiento con estas redes sociales aumenta constantemente (Gavilanes, 2015, p.33).

1.3 Redes sociales con relación al trastorno dismórfico corporal

La revalorización de la imagen corporal es el resultado de una construcción social compartida de la imagen corporal, como resultado del uso de dispositivos digitales y redes sociales que permiten nuevas formas de comunicación y relaciones interpersonales. Esto hace que las personas cambien de comportamiento para obtener la aprobación y evitar ser excluidas de su grupo (Rincón Barreto, 2019).

Es relevante señalar que las redes sociales tienen un mayor alcance que los medios tradicionales, ya que permiten a los usuarios subir imágenes editadas, filtradas o retocadas de sí mismos y visualizar las imágenes de los demás con la misma posibilidad de edición. En este contexto, pretenden propagar una imagen ideal de atractivo que muestre un físico musculoso o delgado como sinónimo de belleza (Lucciarini et al., 2021, p.37-40).

Esto sugiere que las imágenes que se publican en estas plataformas ayudan a la difusión de un ideal de belleza, que muchas veces provoca insatisfacción por parte de un grupo de personas, las mismas que al encontrarse con un pequeño defecto físico se sienten acomplejados hasta el punto de afectar su tranquilidad mental.

El diseño gráfico y la psicología están estrechamente relacionadas. Para transmitir el mensaje de manera más efectiva, es fundamental comprender cómo funciona nuestra mente en diferentes situaciones y así transmitir el mensaje de manera más efectiva. Ya sea al crear un flyer, cartel, sitio web u otro medio publicitario, la presencia de la psicología es esencial en cada decisión para generar la sensación adecuada en el público objetivo.

Es esencial comunicar el mensaje de manera clara y luego expresarlo gráficamente, ya que el enfoque va más allá de la simple estética. Aquí es donde la psicología juega un papel crucial al proporcionar las pautas y técnicas necesarias para conectarse con el subconsciente de las personas y generar una respuesta emocional y cognitiva que los lleve a interactuar.

Para comprender mejor a las personas, los diseñadores gráficos y los psicólogos deben interactuar. Al crear piezas gráficas, es fundamental considerar que cada persona es única, para que el mensaje sea más relevante y significativo para ellos; se debe resaltar las características genuinas de cada persona, lo que aumenta la probabilidad de una respuesta positiva y una conexión más profunda.

La combinación de la psicología y el diseño gráfico es una herramienta poderosa para llegar al corazón y la mente del público, lo que permite mensajes y campañas publicitarias más efectivas que impactan significativamente a la audiencia. El éxito en el mundo del diseño y la publicidad depende de comprender cómo funcionan los procesos mentales y emocionales de las personas.

Campañas sociales

Una campaña social es una estrategia de comunicación que tiene como objetivo principal influir en la conducta de las personas en relación con un problema social en particular. A través de diversas herramientas y medios de comunicación, busca sensibilizar y concienciar a la población sobre temas relevantes que afectan a la sociedad.

Estas campañas van más allá de simplemente informar sobre la existencia de problemas; también buscan alternativas y soluciones concretas para abordar de manera efectiva las situaciones. De esta manera, no solo se busca difundir la problemática, sino también motivar a las personas a cambiar su comportamiento y actitudes para contribuir positivamente al bienestar de la comunidad.

3.1 Diseño gráfico dentro de las campañas sociales

El diseño gráfico juega un papel fundamental en las campañas sociales, ya que es una herramienta que permite comunicar de manera efectiva y persuasiva los mensajes que se quieren transmitir. El diseñador gráfico puede utilizar su conocimiento en comunicación visual para crear elementos gráficos que ayuden a transmitir el mensaje de manera clara y concisa, utilizando elementos como la tipografía, el color, la composición, la imagen, planificación en los medios de difusión, entre otros, para crear mensajes visuales que sean efectivos y persuasivos.

Además, el diseñador gráfico debe tener en cuenta la ética y la responsabilidad social al transmitir un mensaje que persiga el bienestar de la comunidad. El diseño gráfico es una herramienta clave en la creación de campañas sociales, ya que permite comunicar de manera efectiva y

persuasiva los mensajes que se quieren transmitir (Gutiérrez, 2012).

La comunicación visual

La comunicación a través de elementos visuales se refiere al procedimiento mediante el cual se transmiten conceptos y datos haciendo uso de recursos visuales. Puede plasmar un mensaje con fines educativos, de motivación, de captación de atención, de incitación al cambio o de evocación de emociones a través de elementos como los colores, las formas, las imágenes y las ilustraciones, entre otros símbolos.

4.1 El lenguaje y mensaje visual

Toda la comunicación que transmitimos mediante los sentidos del oído y de la vista se conoce como lenguaje audiovisual y puede manifestarse a través de imágenes estáticas, dinámicas o sonidos. El lenguaje audiovisual nos brinda una poderosa herramienta que facilita la comunicación a través de mensajes para expresar ideas y conectar con las audiencias de manera efectiva.

La eficacia de este medio radica en su capacidad para estimular múltiples sentidos. Las imágenes visuales pueden despertar sentimientos, atraer la atención y transmitir información de manera efectiva y rápida. Las imágenes se complementan con contenidos sonoros, como música, efectos de sonido o voces en off, lo que mejora la

experiencia del espectador y les permite conectarse más con el mensaje transmitido.

Además, el lenguaje audiovisual es capaz de aproximar a las personas a la realidad, a través de situaciones, mostrar diferentes puntos de vista y dar vida a conceptos abstractos utilizando imágenes y sonidos. Este enfoque sensorial permite que las personas se involucren y se identifiquen con el contenido presentado, lo que simplifica la comprensión y absorción de la información.

4.2 La imagen como recurso de comunicación

En las sociedades globalizadas, la imagen como recurso se ha vuelto esencial en el proceso de comunicación y transmisión de información. Los signos, mensajes y lenguajes visuales que transmiten crean una cultura visual.



El diseñador gráfico en el campo audiovisual

El campo del diseño audiovisual ha cambiado mucho. El diseñador se adentra en el mundo de las animaciones y efectos visuales que forman parte de los productos audiovisuales y ya no se limita a crear figuras estáticas. Con esta habilidad, puede crear anuncios, aplicaciones gráficas, videoclips, películas, personajes, escenarios y una variedad de elementos que mejoran la narrativa y la publicidad con mayor creatividad y atractivo. De esta manera, el diseñador es esencial para hacer que una historia o una publicidad sea más realista y cautivadora.

El diseñador se convierte en un aliado valioso para hacer

que las historias y las publicidades sean más creíbles y atractivas, fortalecer la identidad de la marca y crear conexiones efectivas con la audiencia. Crear experiencias visuales inmersivas es posible gracias a su conocimiento de tecnologías y software especializados, que le permiten dar vida a mundos imaginarios y sorprendentes efectos especiales. El diseñador se ha convertido en un actor crucial en el campo audiovisual contemporáneo, explorando nuevas fronteras creativas y dejando una huella invaluable en la percepción y comprensión de los mensajes visuales.

5.1 Guion

El guion es un documento esencial en el campo audiovisual que proporciona una descripción detallada y exhaustiva del contenido y desarrollo de una película, programa de radio o televisión, anuncio publicitario, cómic o videojuego. Es un escrito que incluye diálogos e indicaciones técnicas importantes, como planos, decorados, iluminación y otros elementos fundamentales, y detalla minuciosamente cada aspecto necesario para llevar a cabo la producción.

Este documento es fundamental para el proceso audiovisual en términos de creatividad y narrativa, lo que permite a los creadores expresar su visión de manera coherente y comprensible para el equipo de producción. Su capacidad para dirigir y coordinar a todo el equipo de producción, asegurando que cada elemento esté planificado y ejecutado cuidadosamente para alcanzar el impacto deseado en la audiencia es lo que lo hace importante.

CAPÍTULO 3

Metodología

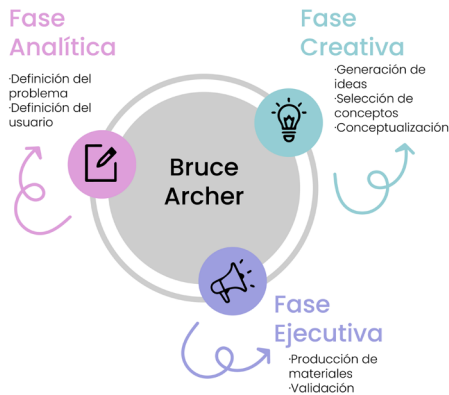
Metodología

El planteamiento y el enfoque de investigación desarrollados por Bruce Archer, un destacado teórico y académico en el campo del diseño y la investigación, sirven como base para la metodología de investigación utilizada en este proyecto. Su metodología ha sido ampliamente reconocida y utilizada en una variedad de áreas de estudio, incluido el diseño gráfico.

El desarrollo de este proyecto ha dependido de la elección de una metodología de investigación basada en el enfoque de Bruce Archer. Debido a que este se distingue por su enfoque riguroso y estructurado que busca garantizar la validez y confiabilidad de los resultados.

Gráfico 1

Proceso de diseño propuesto por Bruce Archer



Elaborado por: Daniela Lincango

La propuesta de diseño de Bruce Archer se basa en la selección rigurosa de materiales y en la creación de formas que cumplan tanto con las funciones requeridas como con los aspectos estéticos, todo esto dentro de los límites de los medios de producción. Esta metodología se divide en las siguientes fases: analítica, creativa y de ejecución.

Fase analítica

La fase de análisis en la metodología de diseño de Bruce Archer es una etapa crucial en el proceso de diseño, ya que sienta las bases para comprender completamente el problema y las necesidades del diseño antes de pasar a la generación de soluciones. En esta fase, se realiza una investigación y se recopila información relevante sobre el problema o el contexto de diseño. El objetivo es comprender completamente las necesidades, objetivos y restricciones del diseño.

Durante esta se toman en cuentas los siguientes puntos:

- **Definición del problema:** Una vez que se ha recopilado la información, se trabaja para definir claramente el problema de diseño. La definición precisa del problema es esencial para enfocar adecuadamente el diseño y evitar soluciones inadecuadas.
- **Definición del público objetivo:** En esta etapa, se definió al público objetivo al que se dirigió la campaña. Se comprendió sus necesidades, deseos, motivaciones y comportamientos. La empatía es fundamental

aquí para ponerse en el lugar de los usuarios y comprender sus perspectivas.

Fase creativa

En esta etapa, se utilizan los datos y la información recopilada en la fase de análisis para la generación de ideas y la materialización de conceptos en el desarrollo de un proyecto orientado a la prevención del desarrollo del trastorno dismórfico corporal en adolescentes. El diseñador define los objetivos y el enfoque de la campaña, así como los mensajes clave que se transmitirán a los adolescentes.

Durante la fase creativa, se llevan a cabo varias actividades clave:

- **Ideación:** Se generó ideas y conceptos con el objetivo de buscar nuevas perspectivas y enfoques para abordar el problema. La generación de ideas se las realizó, mediante sesiones de lluvia de ideas y mapas mentales.
- **Selección:** De todas las ideas generadas, se seleccionan aquellas que mejor se alineen con los objetivos de la campaña y que sean más prometedoras en términos de su impacto potencial.
- **Conceptualización:** Las ideas seleccionadas se desarrollan en conceptos más sólidos y definidos. Se definen los mensajes clave, la estética visual y el tono de la campaña. Es importante mantener la coherencia en el diseño para que los elementos visuales traba-

jen en conjunto para transmitir el mensaje deseado.

Fase ejecutiva

La fase ejecutiva del proyecto se enfoca en llevar a cabo el diseño y construcción de la campaña social orientada en la prevención del trastorno dismórfico corporal en adolescentes. Durante esta etapa, se llevó a cabo las siguientes acciones:

Producción de materiales gráficos: Se produjeron los materiales gráficos diseñados en la fase creativa, como, flyers, banners digitales, publicaciones en redes sociales, entre otros. Se aseguró que los diseños estén en línea con la identidad visual establecida y transmitan el mensaje de manera efectiva.

CAPÍTULO 4

Desarrollo de la propuesta

Desarrollo de la propuesta

Fase 1: Fase analítica

Enfoque de la investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se aplica la investigación descriptiva con enfoque cualitativo, este proceso implicó la recopilación de información a través de técnicas como la entrevista; las mismas que se realizaron a distintos profesionales, quienes tratan el tema, con el fin de validar la investigación. Por otro lado, también se realizó entrevistas a estudiantes adolescentes, con el objetivo de conectar directamente con los adolescentes sobre cómo utilizan las redes sociales y cómo afectan su imagen corporal.

Este método permitió sumergirse en la realidad de los adolescentes, explorar sus percepciones sobre su apariencia física, las presiones sociales a las que se enfrentan y los factores que contribuyen al desarrollo del Trastorno Dismórfico corporal.

Investigación documental

La investigación bibliográfica se llevó a cabo con el fin de proporcionar una base sólida para el desarrollo de la propuesta. La investigación bibliográfica permitió acceder a fuentes académicas y científicas relevantes sobre el tema, proporcionando una comprensión profunda del trastorno dismórfico corporal en adolescentes y su relación con las redes sociales.

Resultados

Esta fase de investigación se desarrolló en la “Unidad Educativa Santa María Eufrasia” en donde se realizaron entrevistas a partir de una matriz de preguntas (Anexo 1) a distintos profesionales, quienes aportaron su experiencia y conocimientos en el tema de estudio.

Entre los entrevistados se encuentran la Dra. Mónica López, coordinadora del Departamento de Consejería Estudiantil (DCE), la Psic. Natalia Vásquez, especializada en psicología infantil y encargada de los estudiantes de octavo a décimo año de educación básica y la Psic. Alexandra Aslalema, experta en psicología y psico rehabilitación, quien trabaja con los estudiantes de bachillerato en el colegio Santa María Eufrasia. A través de las entrevistas realizadas, los resultados proporcionaron información y percepciones sobre cómo las redes sociales afectan la imagen corporal y la autoestima de los adolescentes. Estos hallazgos fueron esenciales para comprender cómo el uso de plataformas digitales contribuye al desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal.

También usando una matriz de interrogantes (Anexo 2), se realizó entrevistas a los estudiantes adolescentes; en el que se adquirió una perspectiva directa de los jóvenes sobre el impacto de las redes sociales en su imagen corporal.

Análisis de los resultados

Tomando en cuenta la información recopilada de las entrevistas con los adolescentes, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se detectó que la mayoría de los estudiantes no estaban familiarizados con el término “Trastorno Dismórfico Corporal”. Esto sugiere una falta de conciencia y conocimiento sobre este trastorno y la ne-

- cesidad de educación y divulgación sobre el tema.
- Los estudiantes revelaron que utilizan las redes sociales de manera regular, visitando estas plataformas diariamente. Esto destaca la importancia de considerar las redes sociales como un medio de comunicación relevante para abordar el impacto en su bienestar emocional y percepción corporal.
 - Se identificó que los estudiantes están expuestos a imágenes de cuerpos “perfectos” y productos de belleza en las redes sociales. Esto indica que el contenido de las redes sociales puede tener un impacto significativo en su percepción corporal, aumentando la presión y las comparaciones con los estándares de belleza promovidos.
 - Algunos estudiantes admitieron haber tomado medidas para ajustarse a los estándares de belleza promovidos en las redes sociales, como modificar su apariencia física o utilizar filtros. Esta respuesta revela la influencia negativa que los ideales de belleza en línea pueden tener en la autoestima y la imagen corporal de los adolescentes.

Basándome en las respuestas de los psicólogos entrevistados, pude extraer las siguientes conclusiones:

- Los psicólogos han observado un aumento en los casos de Trastorno Dismórfico Corporal entre adolescentes en los últimos años. Este aumento se ha relacionado con la influencia de las redes sociales, que promueven estándares de belleza inalcanzables y generan una constante comparación entre los jóvenes.
- Los principales efectos negativos de las redes sociales en la imagen corporal y el bienestar emocional de los adolescentes incluyen la baja autoestima, la ansiedad, la depresión y el agravamiento de los síntomas del Trastorno Dismórfico Corporal. La exposición a imágenes retocadas y perfiles idealizados, así

como la presión para cumplir con los estándares de belleza, contribuyen a estos efectos negativos.

- Se identifica la importancia de un enfoque gráfico enfocado en la promoción de una imagen corporal positiva, realista y diversa. Los diseñadores gráficos pueden contribuir al desarrollo de productos que fomenten la aceptación de uno mismo, la valoración de las cualidades internas y el uso de habilidades de afrontamiento saludables.

Definición del problema

Se llevó a cabo una investigación que incluye tanto una revisión bibliográfica como un estudio de campo previo. Por otro lado, el estudio de campo ha involucrado la recopilación directa de datos a través de entrevistas, lo que ha enriquecido la investigación con información y perspectivas de primera mano.

A partir de lo expuesto anteriormente, podemos concluir que la investigación se centra en abordar el problema de la invisibilización y la escasa información proporcionada sobre el impacto físico y emocional de los estándares de belleza promovidos en las redes sociales. Estos estándares, a menudo inalcanzables y poco realistas, pueden tener consecuencias devastadoras para la salud mental de los adolescentes, dando lugar a la aparición del Trastorno Dismórfico Corporal.

Es fundamental reconocer que las redes sociales desempeñan un papel crucial en la construcción de la percepción de la belleza y la imagen corporal de los adolescentes. Sin embargo, en muchos casos, estos medios no brindan una visión equilibrada y realista de la diversidad corporal. En cambio, suelen perpetuar ideales inalcanzables y establecer normas de belleza basadas en la apariencia física. Esto puede generar una presión constante para ajustarse a estos estándares, lo que a su vez puede

llevar a sentimientos de insatisfacción, baja autoestima, ansiedad y depresión.

Por lo tanto, la investigación propuesta busca llenar este vacío de información y contribuir a la sensibilización sobre el daño que pueden causar los estándares de belleza en las redes sociales. A través de un enfoque gráfico orientado a la prevención, pretende desarrollar una campaña social como una herramienta de comunicación y concienciación que brinde a los adolescentes herramientas visuales y mensajes claros que promuevan la aceptación corporal, la valoración de sí mismos y una mentalidad positiva. De esta manera, se espera informar y empoderar a los adolescentes para lograr contrarrestar los efectos negativos de los estándares de belleza inalcanzables y fomentar una cultura de aceptación y amor propio.

Definición del público objetivo

Para el desarrollo de este proyecto, fue necesario conocer a los usuarios para diseñar una propuesta en relación sus motivaciones, necesidades y problemas. De esta manera, la construcción se fundamenta en un estudio concreto enfocado en identificar el perfil de los usuarios, evitando así cualquier suposición. Es por ello que se elaboraron fichas de usuario para definir los arquetipos del proyecto. (Anexo 3 y 4)

El público objetivo de la propuesta de campaña social es principalmente los adolescentes en riesgo de desarrollar el trastorno dismórfico corporal. Se dirige a jóvenes en edades comprendidas entre los 13 y los 19 años, tanto hombres como mujeres, que estén expuestos a los efectos negativos de las redes sociales en relación al desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal.

La campaña se dirigiría a adolescentes de diferentes contextos socioeconómicos y culturales, con el objetivo

de brindarles información, recursos visuales y mensajes claros que promuevan la aceptación de su cuerpo, la valoración personal y el bienestar emocional. La campaña estaría diseñada para ser accesible y relevante para este grupo de edad, utilizando un lenguaje y enfoque visual atractivo y adaptado a sus intereses.

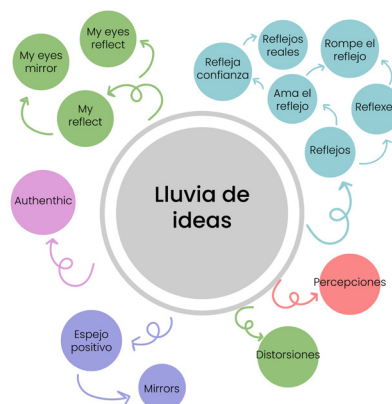
Fase 2: Fase creativa

Diseño de la campaña social

- Ideación:
Para la definición del nombre de la campaña, se realizó un proceso que involucró diversas técnicas creativas, con el objetivo de encontrar un identificador impactante y significativo que reflejará de manera clara el mensaje que se buscaba transmitir. Entre las técnicas utilizadas, se destacó la lluvia de ideas para crear posibles nombres relacionados con el tema de la campaña.

Gráfico 2

Lluvia de ideas



Elaborado por: Daniela Lincango

- Selección de conceptos:

Una vez que se recopilaban todas las ideas, se analizaron a través de una tabla para evaluar su originalidad y determinar si se adecuaban a lo que se quería transmitir. Además, se realizaron comparaciones y se descartaron los nombres duplicados o inadecuados. Se consideraron aspectos como la capacidad de impacto visual, la claridad del mensaje y la relevancia para el público adolescente, seleccionando aquellos que mejor se ajustaron a los objetivos de la campaña.

Tabla 1

Tabla de comparación de conceptos

NOMBRE	Reflejos	Espejo positivo	Ama el reflejo	Percepciones
ORIGINALIDAD	3	2	3	4
CLARIDAD DEL MENSAJE	2	1	3	4
ATRACTIVO	2	2	1	3
RELEVANCIA	2	2	2	3
MEMORABLE	2	1	2	4
Puntuación final	11	8	14	18

Elaborado por: Daniela Lincango

El resultado final fue un nombre llamativo y poderoso que se ajustó perfectamente a la esencia de la campaña, transmitiendo el mensaje de manera clara y persuasiva. Este nombre se convirtió en la identidad de la campaña que sirvió como punto de referencia que guiaría cada aspecto de su desarrollo y comunicación.

Gráfico 3

Idea Final



Elaborado por: Daniela Lincango

- Conceptualización:

Objetivo

Crear conciencia y fomentar una imagen corporal saludable en los adolescentes, contrarrestando los efectos negativos de los estándares de belleza promovidos en las redes sociales y previniendo el desarrollo del Trastorno Dismórfico Corporal.

Tono y estilo creativo

El tono se definió como: inspirador, auténtico, positivo y empoderador.

Se optó por un estilo que fuera fácil de entender para los adolescentes, evitando tecnicismos y expresiones complicadas. Los mensajes eran claros, directos y positivos, con un enfoque en promover la aceptación personal y la confianza en sí mismos.

Se buscó transmitir un mensaje que se conectara profundamente con los adolescentes y los inspirara a valorar su belleza única. Para lograr este propósito, se optó por utilizar imágenes visuales impactantes que capturarán la atención del público y transmitan el mensaje de manera efectiva.

Concepto creativo

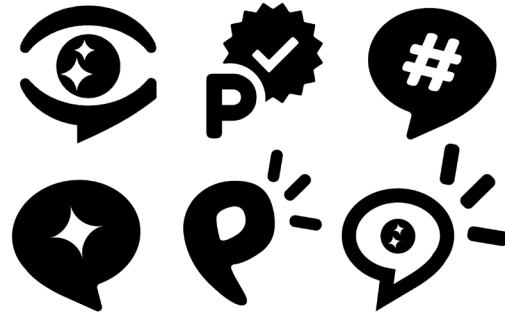
Las percepciones se refieren a las impresiones, opiniones o creencias que tienen los adolescentes sobre su propio cuerpo y su imagen corporal.

La campaña “Percepciones” busca desafiar las distorsiones de belleza que se encuentran en las redes sociales y fomentar una imagen corporal saludable y positiva. Utilizando imágenes impactantes y mensajes poderosos, se pretendía mostrar a los adolescentes que la verdadera belleza radica en la aceptación de sí mismos y en la apreciación de su singularidad. Se tenía como objetivo inspirar a los jóvenes a redefinir los estándares de belleza, valorar la autenticidad y construir una autoestima sólida y resistente a los factores externos.

Diseño del identificador marcario

- Bocetaje de las propuestas de marca
Después de examinar todos los elementos de la campaña, se tomó la decisión de iniciar con la creación de varios bocetos para un logotipo que proporcionó una identidad clara y que fuera fácilmente reconocible. Finalmente se seleccionó un logotipo que servirá como identificador distintivo.

Gráfico 4
Bocetos



Elaborado por: Daniela Lincango

- Vectorización

Para iniciar el proceso de diseño de la marca gráfica, se realizó una prueba tipográfica para determinar la familia de fuentes que se utilizaría. Para elegir la mejor opción, esta prueba consistió en probar diferentes aspectos tipográficos, usando caracteres en mayúsculas y minúsculas.

Gráfico 5
Testeo tipográfico

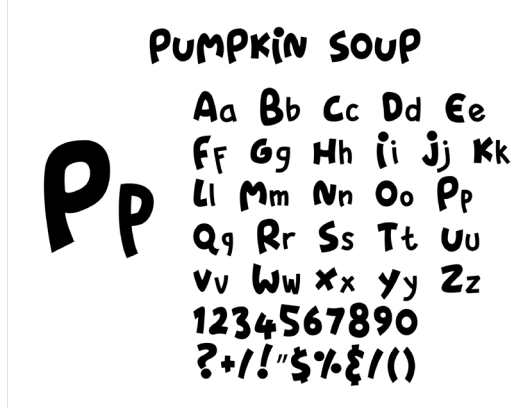


Elaborado por: Daniela Lincango

La elección de la tipografía se basó con lo que se quiere transmitir; una imagen relacionada con la alegría, el entusiasmo y la juventud. El logotipo de la marca de construyó mediante la familia tipográfica Pumpkin Soup.

Gráfico 6

Fuente tipográfica implementada en el logotipo



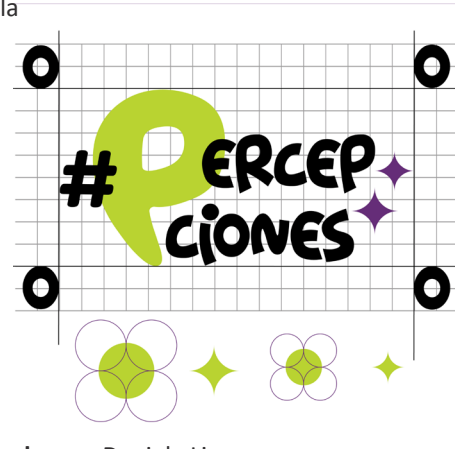
Elaborado por: Daniela Lincango

El diseño del logotipo se desarrolló siguiendo una retícula de módulos repetidos estratégicamente dispuestos a lo largo de la composición. Se tomó especial cuidado al inscribir el nombre de la marca dentro de esta retícula, buscando alcanzar una armonía visual y un equilibrio estético.

La elección de esta técnica permitió crear un logotipo que resaltara la identidad de la marca. La meticulosa colocación de cada elemento en la retícula contribuyó a obtener un resultado visualmente coherente y atractivo que refleja con precisión los valores y la esencia de la marca.

Gráfico 7

Retícula



Elaborado por: Daniela Lincango

Para mejorar una mejor visualización de la marca y los valores que representa, se decidió inclinar el identificador marcario 10 grados.

Gráfico 8

Logotipo final



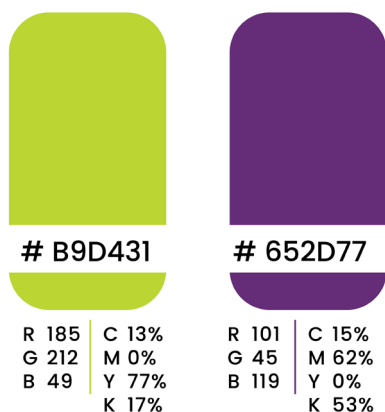
Elaborado por: Daniela Lincango

- Cromática

La paleta cromática que se utilizó depende del público objetivo al que se dirige este producto; al tratarse de adolescentes, se utilizó una paleta cromática de colores complementarios entre morado y verde.

Gráfico 9

Cromática



Elaborado por: Daniela Lincango

La combinación de estos dos colores es armoniosa y atractiva para un público adolescente. Ambos colores son fríos, lo que transmite una sensación de calma y tranquilidad. Además, combinar el verde con el morado muestra un equilibrio entre la juventud y la individualidad. Además se realizaron pruebas de color para poder verificar los contrastes que se producen al momento de combinar estos colores, para garantizar que el diseño sea legible y agradable a la vista.

- Marca final

Después de completar el proceso de desarrollo, se obtuvo la propuesta final, que se aplicó a cada uno de los componentes del proyecto. De esta manera, la marca quedó completamente definida y preparada para su uso. Además, se crearon varias versiones del identificador para garantizar que se pueda usar adecuadamente.

Gráfico 10

Marca final con sus respectivas versiones



Elaborado por: Daniela Lincango

Diseño de las piezas gráficas

Para desarrollar una campaña social efectiva, se optó por utilizar una variedad de piezas gráficas. Cada pieza tiene la capacidad de captar la atención del público y transmitir el mensaje de la campaña de una manera más amplia y diversa.

A continuación, se presentan cada una de las piezas seleccionadas para presentar el mensaje de manera creativa y lograr un mayor impacto en las emociones y percepciones de los adolescentes.

1. Guion y storyboard

Se creó el guion y storyboard respectivos al video de la campaña social “Percepciones”, el cual está diseñado para captar la atención del espectador, establecer el tema central de la campaña y generar una conexión emocional desde el principio. Esto sienta las bases para que el espectador se interese en conocer más sobre la campaña y cómo puede ser parte del movimiento por la prevención del desarrollo dismórfico corporal.

Dimensiones



Debido a que el video estará publicado en la red social de Instagram se considera las dimensiones de la plataforma. La dimensión del video es de 1080 x 1920 píxeles.

Tabla 2
Guion

# DE ESCENA	DESCRIPCIÓN	TEXTO	MÚSICA
Escena 1:1	Intro: saludo	¡HOLA!	Suave y reflexiva
Escena 2:1	Adolescente usando su celular.	¿Te has sentido atrapado/a en la búsqueda de una belleza irreal?	Suave y reflexiva
Escena 3:1	Se presenta un texto	Es hora de cambiar las percepciones y abrazar tu belleza única	Suave y reflexiva
Escena 4:1	Aparece la palabra Únete	Únete	Emotiva y esperanzadora
Escena 4:2	Se muestra el identificador de la campaña	Logotipo de la campaña	Emotiva y esperanzadora
Escena 4:3	Se presenta un texto	Únete a la campaña percepciones y se parte del movimiento por el amor propio	Emotiva y esperanzadora
Escena 5:1	Adolescentes felices	Tú percepción es la que importa	Emotiva y esperanzadora
Escena 6:1	Cierre	Logotipo de la campaña	Emotiva y esperanzadora

Elaborado por: Daniela Lincango

Tabla 3
Storyboard

Video campaña "Percepciones"		duración 00:01:00
<p>¡HOLA!</p> <p>Escena 1:1 Se presenta un saludo para la Intro del video Plano Normal</p>	 <p>Escena 2:1 Afuera-día Se presenta a la adolescente revisando su celular Plano Normal Paneo</p>	<p>Es hora de cambiar las percepciones y abrazar tu belleza única</p> <p>Escena 3:1 Se presenta un texto Plano Normal</p>
<p>Únete</p> <p>Escena 4:1 Se presenta la palabra Únete Plano Normal</p>	 <p>Escena 4:2 Se presenta el identificador de la campaña Plano Normal</p>	<p>Únete a la campaña percepciones y se parte del movimiento por el amor propio</p> <p>Escena 4:3 Se presenta un texto Plano Normal</p>
 <p>Escena 5:1 Afuera-día Se presenta adolescentes felices Plano Nadir</p>	 <p>Escena 6:1 Se presenta el cierre del video con el identificador de la campaña Plano Normal</p>	

Elaborado por: Daniela Lincango

2. Flyer

Se optó por el uso de un flyer “toma uno” con cumplidos, como estrategia para promover el amor propio y aumentar la autoestima de las personas en la campaña social. Los flyers “toma uno” permiten que las personas elijan un cumplido que resuene con ellas. Esto crea una experiencia personalizada e inclusiva, ya que cada persona puede encontrar un mensaje que se adapte a sus necesidades y circunstancias particulares.

Dimensiones

Las medidas para el diseño del flyer es de 21cm x 29.7cm. Estas dimensiones son de las más utilizadas ya que corresponden al tamaño estándar de una hoja de papel, son fáciles de imprimir y están ampliamente disponibles. Para evitar que el contenido importante se corte al imprimir se consideró el uso de márgenes de 0,6 cm en cada lado.

Selección de materiales

Se optó por utilizar materiales de alta calidad para asegurar la durabilidad y la legibilidad del contenido impreso. Para este propósito, se optó por utilizar vinil adhesivo sobre sintra.

El vinil adhesivo se eligió por su versatilidad y capacidad de destacar los detalles y colores de manera nítida. Su superficie lisa permite una impresión precisa y de alta resolución, lo que resulta esencial para transmitir el contenido de manera efectiva. Además, el vinil adhesivo es duradero y resistente a condiciones adversas, lo que garantiza que el flyer conserve su calidad a lo largo del tiempo, incluso en entornos exteriores.

La elección de sintra como base refuerza la solidez del flyer. El sintra, un material de PVC rígido, proporciona una

base estable que mantiene la integridad estructural del flyer y evita deformaciones.

Figura 1

Diseño del Flyer



Elaborado por: Daniela Lincango

Talonario: este flyer incluyó también un talonario, el cual contaba con una variedad de frases motivacionales, las dimensiones para este talonario son de 21 x 9,5 cm y el material es de papel bond de 75 g/ m². A continuación se presenta una pequeña selección de las frases que se utilizaron en el talonario.

Figura 2

Talonnario con frases motivacionales

¡Eres fuerte y resiliente!	¡Mereces amor y respeto!	¡Eres un ejemplo de autoaceptación!
¡Transmites seguridad y tranquilidad!	¡Te ves maravillos@!	¡Aprecias la belleza de la diversidad!
¡Eres una persona auténtica y genuina!	¡Tú corazón está lleno de amor!	¡Transmites calma y serenidad!
¡Te ves radiante con esa sonrisa!	¡Qué bonit@ te ves siendo feliz!	Tienes un corazón bondadoso
¡Tus logros son impresionantes!	¡Tú perseverancia es admirable!	¡Eres capaz de superar cualquier desafío!
¡Irradias confianza en ti mism@!	¡Tienes una mente brillante!	Tu determinación es admirable
¡Tú amor propio es inspirador!	¡Tú cuerpo es fuerte!	¡Te ves feliz!
¡Tienes una voz única!	¡Eres talentos@ en lo que haces!	¡Eres valios@!
¡Tienes una mente creativa!	Irradias felicidad	¡Te ves radiante!
¡Eres inteligente!	Eres una persona encantadora	¡Tú confianza brilla!
Eres una persona amigable	Eres admirable	¡Tú bondad es inigualable!
Contagias alegría	¡Te ves increíble!	¡Tú determinación es inspiradora!
¡Eres fuerte!	Eres auténtic@	¡Eres un ser humano hermoso!
¡Eres una persona única!	¡Eres una fuente de inspiración!	¡Tienes un corazón compasivo!

Elaborado por: Daniela Lincango

3. Contenido para redes sociales

El uso de publicaciones para la prevención de la dismorfia corporal es una estrategia valiosa para abordar este tema y promover una imagen corporal saludable en las redes sociales. Las publicaciones son predominantemente visuales, lo que permite combinar imágenes atractivas y texto informativo de manera creativa. Esto facilita la transmisión de mensajes importantes de manera concisa y atractiva.

Dimensiones:

Publicaciones en el Feed: las medidas utilizadas en el diseño de contenido para las publicaciones son 1080 x 1080 píxeles.

Carruseles: las medidas que se usarán en el formato panorámico son de 16:9, con una resolución de 1080 x 1080 píxeles.

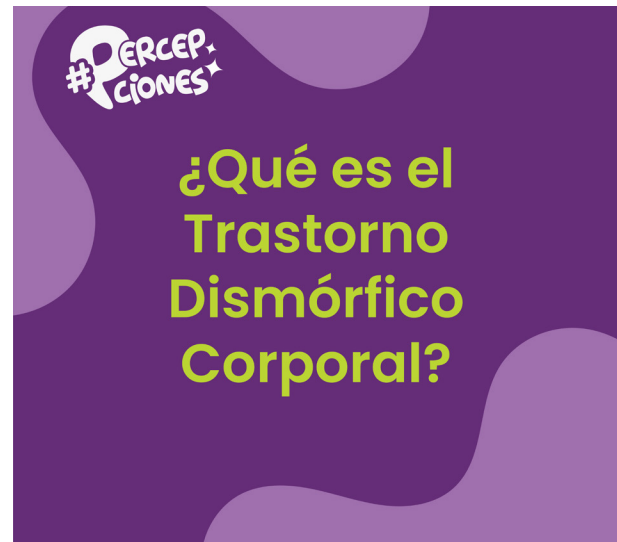
Descripción del primer carrusel para Instagram


En este carrusel presenta información sobre qué es el Trastorno Dismórfico Corporal. Sigue una secuencia que proporciona detalles que describen al trastorno. La secuencia continúa con información acerca de lo que ocurre. Posteriormente, se presenta la figura que muestra los síntomas que se presentan.

Finalmente, termina con un texto en el que invita a solicitar ayuda.


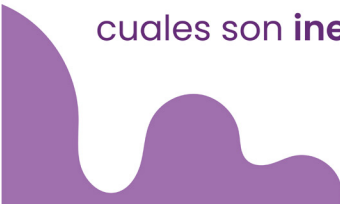
Figura 3

Carrusel #1





El **Trastorno Dismórfico Corporal (TDC)** es una afección mental que te hace creer que posees “**defectos**” en tu físico, los cuales son **inexistentes**.



¿Qué ocurre?

El **TDC** dirige la atención hacia varios **aspectos** del cuerpo, lo que provoca una **distorsión** en la percepción de la **aparición física** de la persona afectada.



Síntomas que se presentan

Preocupación
excesiva

Aislamiento
social


Ansiedad

Baja
autoestima

Comparaciones
constantes



Si presentas alguno de estos síntomas, no dudes en pedir ayuda





Elaborado por: Daniela Lincango

Descripción del segundo carrusel para Instagram

Este carrusel contiene una secuencia en donde se muestra 4 estrategias para fortalecer la confianza del público al que va dirigido.

Las figuras muestran consejos junto con imágenes que acompañan el mensaje que se quiere transmitir. El uso de este carrusel permitió compartir un mensaje más completo al combinar una serie de elementos visuales.

Figura 4
Carrusel #2



Práctica la **gratitud** por la fuerza, funcionalidad y atributos únicos de tu cuerpo, tratándote con **amabilidad** y **comprensión**



Rodéate de influencias **positivas** y amigos que te **apoyen**



Participa en **actividades** y pasatiempos que te brinden **alegría** y aumenten tu **confianza**



#PERCEPCIONES*

Para leer más sobre cómo superar la **Dismorfia Corporal** y abrazar tu verdadera belleza, **visita nuestro perfil**

- ♥ Dale "Me gusta"
- 💬 Comenta
- 🔖 Guarda el post
- ➔ Comparte

Elaborado por: Daniela Lincango

Descripción de las publicaciones:

Frases inspiradoras

Para crear el contenido de Instagram se seleccionó diferentes frases motivadoras, así como la inclusión de citas de personajes famosos. El objetivo de estas publicaciones fue fortalecer el mensaje de campaña y conectar con el público objetivo.

Figura 5

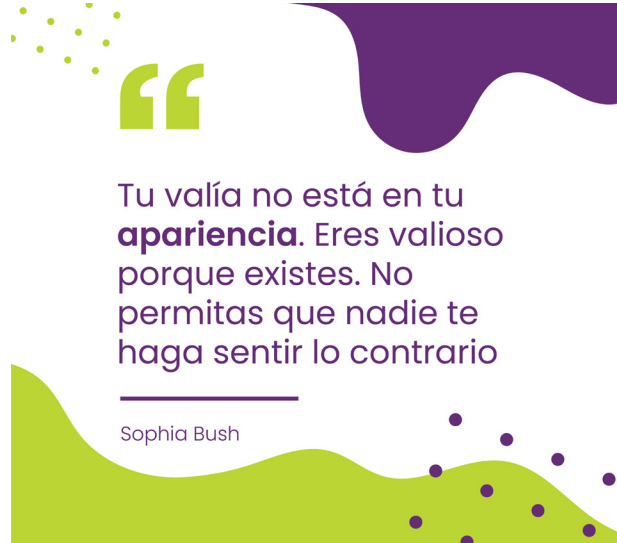
Frase de Gwyneth Paltrow



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 6

Frase de Sophia Bush



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 7

Frase motivadora #1

Ámate a ti mismo,
inspira a los demás



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 8

Frase motivadora #2



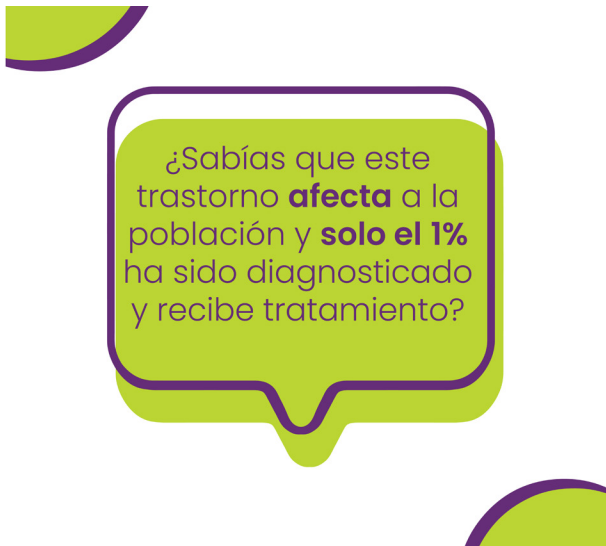
¡Celebra tu **amor propio** y lleva contigo **la confianza** en cada paso que des!



Elaborado por: Daniela Lincango

La inclusión de datos informativos es esencial para proporcionar al público información importante y verificable. Es por esto que dentro de las publicaciones se incluyó un dato informativo relevante para agregar confianza y credibilidad de la audiencia.

Figura 9
Dato informativo



Elaborado por: Daniela Lincango

4. Merchandising

Se optó por crear merchandising con frases inspiradoras relacionadas con el objetivo de la campaña. El merchandising es una forma poderosa de conectarse con el público objetivo, demostrando que la campaña comprende sus problemas y busca brindar apoyo y transmitir mensajes motivadores y positivos.

Las personas están más propensas a mantener presente el propósito de la campaña y sus mensajes clave al ver o usar estos objetos en su vida diaria, lo que aumenta la efectividad de la difusión y visualización del mensaje de prevención del Trastorno Dismórfico Corporal.

Selección de materiales

Durante el proceso de selección de materiales, se eligieron artículos relevantes para el público objetivo, como sudaderas y camisetas, que contengan frases inspiradoras para reforzar el mensaje principal de la campaña.

Se llevaron a cabo diversos diseños que incorporaron una distintas tipografías. Los colores característicos de la marca fueron usados de manera estratégica para realzar la estética de los diseños. Uno de los aspectos más destacados en estos diseños fue la forma en la que se resaltaron frases inspiradoras, ya que se buscó que estas no solo fueran elementos secundarios en el diseño, sino que se conviertan en el impulso central de la comunicación.

Figura 10
Diseño #1



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 11
Diseño #2



Elaborado por: Daniela Lincango

Diseño de estrategia de comunicación

Definición de los medios

En la estrategia de desarrollo de la campaña, se decidió utilizar Instagram como el medio principal para difundir y promover la campaña. Instagram es un medio adecuado para alcanzar nuestro público objetivo porque es una red social ampliamente utilizada por los adolescentes.

Se seleccionó a Instagram como medio principal debido a su enfoque en las imágenes y el contenido visual. Esta plataforma facilitó compartir imágenes y videos, de forma rápida y atractiva, lo que permitió transmitir mensajes impactantes y creativos que se ajustaron a la temática de la campaña.

Además, Instagram cuenta con una variedad de herramientas y características que permitió llegar a un público más amplio. El uso de hashtags relevantes y la posibilidad de compartir contenido a través de historias y publicaciones destacadas permitió aumentar la visibilidad de la campaña.

La naturaleza interactiva y participativa de Instagram es otra característica importante. Los usuarios pueden comentar, dar “me gusta” y compartir el contenido, lo que permite conectar con la audiencia más cercana y aumentar la difusión de los mensajes.

Cronograma

En este cronograma se establecen las diferentes etapas de lanzamiento de las piezas graficas de la campaña a lo largo del semestre del periodo A23.

La campaña inició con el lanzamiento del flyer, el cual tuvo la finalidad de generar expectativa y atraer la aten-

ción del público.

Este material se distribuyó en lugares estratégicos dentro del colegio, con el propósito de que los adolescentes puedan tomarlo, escaneen el código que contiene y accedan a más información sobre la campaña. El flyer estuvo en curso durante 4 semanas.

Al mismo tiempo se llevó a cabo la producción y distribución del merchandising con frases inspiradoras, que tuvo una duración de 4 semanas. Al ser distribuido, su propósito fue brindar visibilidad a la campaña y crear una identidad visual reconocible y distintiva.

Tras el lanzamiento del flyer y merchandising, se consideró que era el momento adecuado para publicar el video de la campaña. Este tenía como objetivo dar a conocer el tema central de la campaña, además de generar interacción y alcance entre el público objetivo. Una vez que el video se publicó en la plataforma de Instagram, se dio inicio a la fase activa de la campaña en las plataformas digitales.

Para concluir la campaña, la estrategia en redes sociales consistió en emplear publicaciones periódicas durante 8 semanas, con el propósito de transmitir mensajes positivos para la prevención del TDC.

Las publicaciones contendrán los siguientes textos acompañados de hashtags.

Carrusel #1: ¿Sabías que el trastorno dismórfico corporal afecta a muchos adolescentes? Juntos marcamos la diferencia, promoviendo una mentalidad sana sobre la imagen corporal.

Si tú o alguien que conoces lucha con el TDC o baja autoestima, busca apoyo. ¡Eres únic@ y hermos@ tal como eres! #MentalidadSana #ImagenPositiva #ApoyoJoven #EresÚnico #AmorPropio

Carrusel #2: ¡Aumenta tu confianza corporal hoy! Aquí tienes estrategias para ayudarte a amar y apreciar tu cuerpo tal como es. #AceptaciónDelCuerpo #LaAutoestimaImporta #ÁmateATiMismo

Frase de Gwyneth Paltrow: Palabras que inspiran, frases que perduran. #InspiraciónDiaria #FrasesFamosas #PalabrasQueInspiran

Frase de Sophia Bush: ¡Abrazamos la verdadera belleza que reside en nuestro ser! #VerdaderaBelleza #ValíaInterior #Autoaceptación

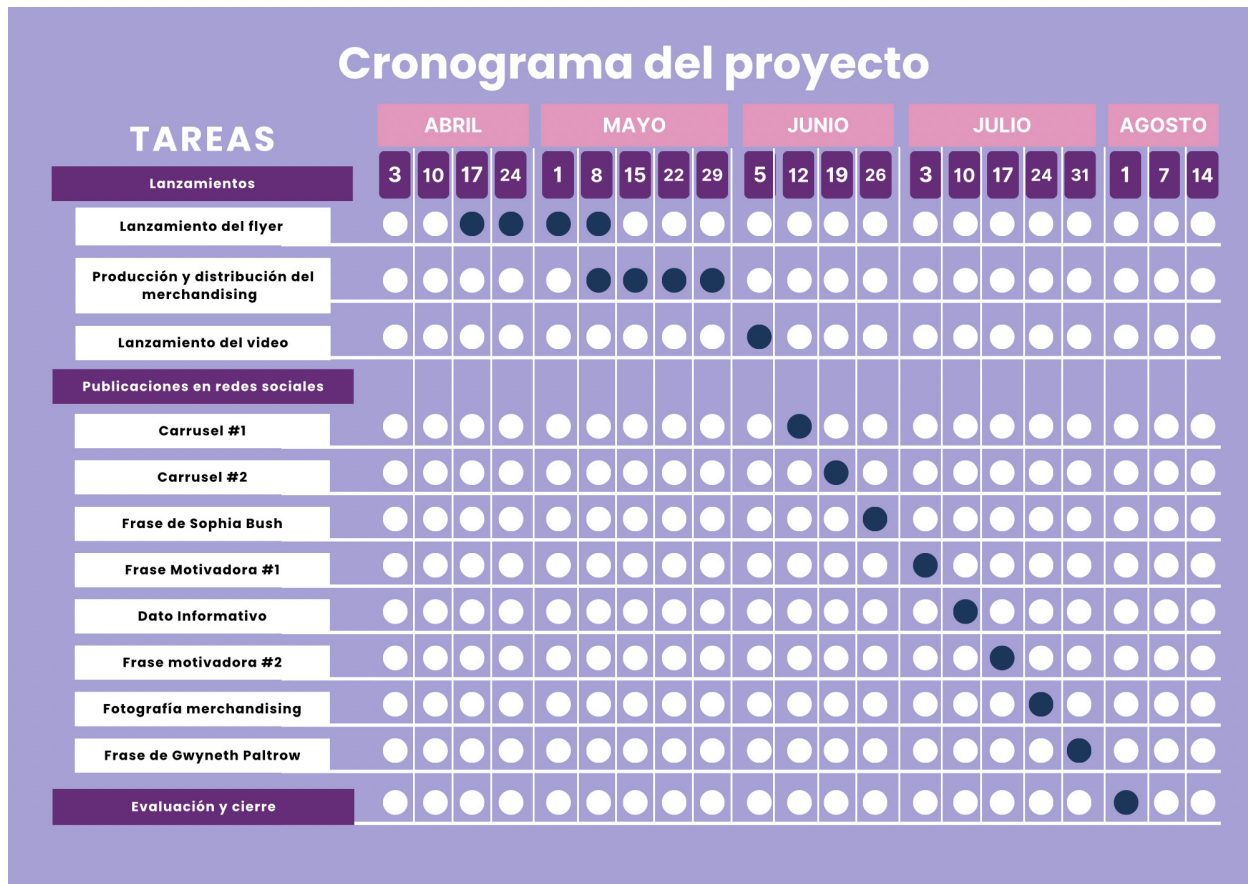
Frase motivadora #1: ¡Acepta tu singularidad y promueve la autoaceptación! #AmorPropio #CuerpoPositivo

Frase motivadora #2: Empieza tu día celebrando quien eres y caminando con confianza en cada paso. #AmorPropio #Confianza #PasosSeguros #Autoaceptación #EmpoderamientoPersonal

Dato informativo: Con conciencia y apoyo, podemos cambiar esta realidad. Eduquémonos juntos. #TDC #ConcienciaMental #ApoyoParaTodos #SaludMental

Merchandising: Lleva contigo un impulso de positividad. ¡Viste tus días con inspiración! #PositividadDiaria #MerchandisingInspirador #VisteConInspiración

Tabla 4
Cronograma de publicaciones



Elaborado por: Daniela Lincango

Fase 3: Fase ejecutiva

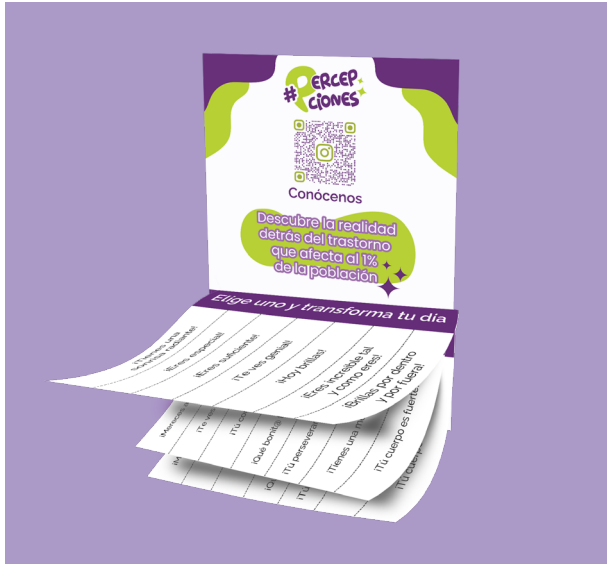
Producción de piezas gráficas

1. Flyer

El flyer se diseñó utilizando colores llamativos con cumplidos positivos que reforzaron el concepto principal de la campaña. Se incluyó también el identificador marcario. Además, se cuidó que la información sea clara y concisa, destacando el código QR de la red social donde los jóvenes pueden conocer más sobre la campaña.

Figura 12

Mockup flyer



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 13

Implementación del flyer en los pasillos del colegio



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 14

Implementación del flyer en la biblioteca del colegio



Elaborado por: Daniela Lincango

2. Merchandising

El diseño del merchandising fue un proceso creativo en el cual se seleccionaron las frases inspiradoras, las cuales se adaptaron de forma creativa a cada artículo, garantizando que el mensaje se destacara y se transmitiera de manera efectiva. Cada artículo se complementó con un diseño de colores vibrantes y diseños atractivos.

Figura 15
Implementación diseños en Merchandising

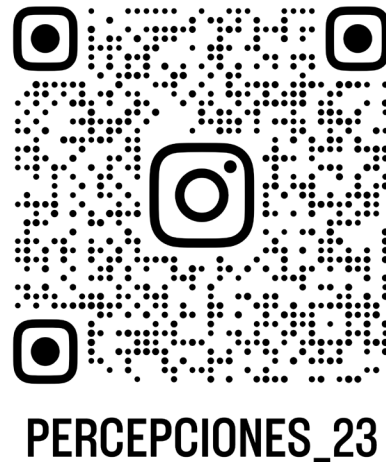


Elaborado por: Daniela Lincango

3. Video

Se desarrolló el video incorporando elementos visuales que complementaron la narrativa y facilitaron la comprensión del mensaje. Una vez finalizado, el video se publicó en la red social de “percepciones”; la plataforma elegida para llegar al público objetivo adolescente. El video se encuentra publicado en la plataforma de Instagram. Para poder visualizarlo se debe escanear el código QR.

Figura 16
Código QR Instagram



Elaborado por: Daniela Lincango

4. Post redes sociales

En el proceso de desarrollo de la campaña, se crearon varias publicaciones para distribuirlas en la red social seleccionada. Se utilizó una variedad de elementos visuales para atraer la atención del público objetivo, complementando la narrativa y facilitando la comprensión del mensaje. Las imágenes fueron acompañadas de mensajes inspiradores y datos educativos con el objetivo de inspirar a los jóvenes y promover una imagen corporal saludable. Cada publicación fue cuidadosamente planificada y diseñada para conectarse con el público objetivo y transmitir el mensaje de manera persuasiva y efectiva.

Figura 17

Vista preliminar de las publicaciones de la red social



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 18

Mockup carrusel #1 Instagram



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 19
Mockup carrusel #2 Instagram



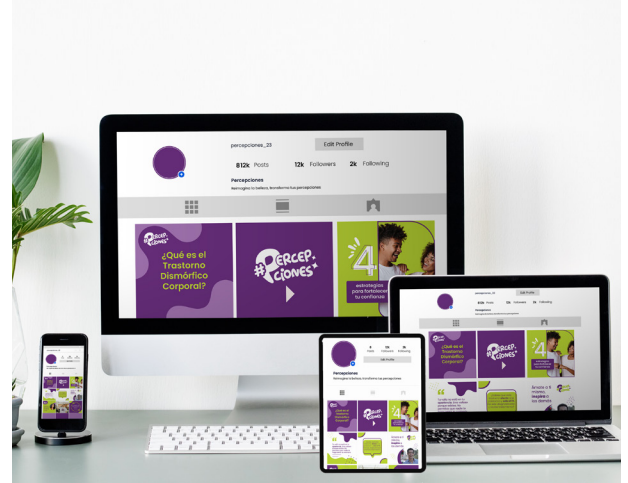
Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 20
Mockup Interfaz de Instagram en celular



Elaborado por: Daniela Lincango

Figura 21
Mockup Interfaz de Instagram en dispositivos digitales



Elaborado por: Daniela Lincango

CAPÍTULO 5

Cierre

Validación de la propuesta

La validación del proyecto fue esencial para asegurarse de que cumplió con su propósito y objetivos de manera efectiva. En el contexto de la prevención del Trastorno Dismórfico Corporal (TDC) a través de una campaña social, la validación por parte de una psicóloga experta en el trastorno fue de gran importancia.

El Trastorno Dismórfico Corporal es una condición de salud mental compleja que involucra la distorsión de la percepción de la apariencia física. La validación por un profesional de la psicología especializada en este trastorno permitió asegurar que el contenido y las estrategias de la campaña sean coherentes con la comprensión profunda de los aspectos emocionales y cognitivos relacionados con el TDC.

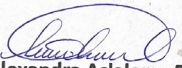
La psicóloga brindó una perspectiva fundamental al evaluar la precisión y la sensibilidad de los mensajes transmitidos en la campaña. Esta validación del proyecto no solo garantizó la calidad y la relevancia del contenido, sino que también contribuyó a establecer un enfoque ético y responsable en la promoción de la salud mental y el bienestar de los adolescentes.

A continuación se presenta la tabla de validación, la cual abarca una variedad de criterios de evaluación con el fin de garantizar que cada aspecto crítico del proyecto sea considerado y calificado de manera efectiva.

Tabla 5
Validación

Parámetro de validación	Criterios de evaluación	Cumple	
		SI	NO
Objetivos	Claridad y pertinencia de los objetivos del proyecto	✓	
Contenido	Calidad y claridad del contenido presentado	✓	
Mensajes persuasivos	Efectividad y persuasión de los mensajes	✓	
Impacto	Potencial de impacto en la prevención del TDC	✓	
Originalidad	Originalidad en el enfoque y propuesta del proyecto	✓	

Elaborado por: Daniela Lincango
Validado por:


Psic. Alexandra Aslalema Fraga
C.I.: 1720115839

Conclusiones

Tras la investigación realizada se dedujo que no hay conocimiento sobre los efectos físicos y emocionales; y las consecuencias que el Trastorno Dismórfico Corporal produce en las personas especialmente en los adolescentes.

Estableciendo estrategias gráficas específicas, se ha buscado promover la aceptación corporal, la diversidad y la autoestima en los adolescentes. El enfoque ha sido desafiar los ideales de belleza poco realistas y fomentar una imagen corporal positiva.

Desarrollando el proyecto gráfico se ha permitido transmitir mensajes que han buscado contrarrestar la influencia negativa de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal.

Recomendaciones

Planificar capacitaciones constantes para los estudiantes con el objetivo de evitar efectos negativos por la utilización de las redes sociales.

Es esencial realizar un seguimiento y evaluación del proyecto gráfico para determinar su eficacia en la prevención del Trastorno Dismórfico Corporal.

El proyecto gráfico debe adaptarse a diferentes plataformas digitales, ya que puede ampliar el alcance de la iniciativa y generar mayor participación.

Referencias

- Alvarez, E. (2022). Producción fotográfica artística enfocada en contrarrestar los estándares de belleza establecidos por los filtros de distorsión en redes sociales en la ciudad de Loja. [Tesis de Pregrado, Instituto Superior Tecnológico Sudamericano]. Repositorio Digital ISTS. <http://dspace.tecnologicosudamericano.edu.ec/jspui/handle/123456789/585>
- Brea, A. (2019). Corporalidad online-offline. Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes. [Tesis de Maestría, Universitat Autònoma de Barcelona]. Dipòsit Digital de Documents de la UAB. <https://ddd.uab.cat/record/203288>
- Correa, M. S., & Vitaliti, J. M. (2018). ¿ Online vs. offline? Estudio sobre las redes sociales personales y las redes sociales virtuales en la cibercultura adolescente actual. *Summa psicológica UST*, 15(2), 134-144.
- Del Barrio Fernández, A. & Ruiz Fernández, I. (2014) Los adolescentes y el uso de las redes sociales. [Versión electrónica]. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*.
- Gavilanes, G.M. (2015). Adicción a las redes sociales y su relación con la adaptación conductual en los adolescentes. Disertación para la obtención del título de Psicología Clínica. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ambato.
- Giraldo-O'Meara, M. & Belloch, A. (2017). El trastorno dismórfico corporal: Un problema infradiagnosticado. [Versión electrónica]. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 22 (1), 69-84.
- González-Martí, I., Fernández-Bustos, J. G., Contreras Jordan, O. R., & Sokolova, M. (2018). Muscle dysmorphia: detection of the use-abuse of anabolic androgenic steroids in a Spanish sample. *Adicciones*, 30(4).
- Guerrero, V. (2011) "Relaciones peligrosas con la comida". *Revista ¿Cómo ves? UNAM*.
- Hernández León, A. (2021). Habitera. [Tesis de Pregrado, Universidad Iberoamericana Puebla]. Repositorio Institucional IBERO de Puebla. <https://hdl.handle.net/20.500.11777/5176>
- Lucciarini, F., Losada, A.V. & Moscardi, R. (2021). Anorexia y uso de redes sociales en adolescentes. [Versión electrónica]. *Avances en Psicología*, 29 (1), 33-45.

Morduchowicz, R. (2021). Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en internet. 1. Fondo de Cultura Económica Argentina. <https://elibro.net/es/lc/utiec/titulos/219388>

Oliveira Gonçalves, V. & Parra Martínez, J. (2014). Imagen corporal y percepción de la influencia de los medios de comunicación: diferencias de género en una muestra de adolescentes. [Versión electrónica]. *Revista Inter Açao*, 39 (3), 461-478.

Ortiz, L.M. & Font Peláez, L.M. (2022). Asociación del uso de filtros en fotografías en redes sociales con rasgos de dismorfia corporal, estudiantes de psicología del sexo femenino entre 18-24 años de edad, Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, período septiembre 2021-enero 2022, Santo Domingo, República Dominicana. Tesis de grado en Psicología Clínica. Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. Santo Domingo.

Parillo Perez, P., & Troncoso Quispe, M. G. (2019). Influencia de la red social Instagram en la percepción de la imagen corporal en adolescentes. [Trabajo de investigación]. Universidad Católica San Pablo.

Rincón Barreto, D.M. (2019). In the hegemonic era of the body, a pause to understand corporal dysmorphic disorder. [Versión electrónica]. *Drugs and Addictive Behavior*, 4 (2), 209212.

Salazar-Rocha, K., & Acuña, J. (2016). Presión sociocultural hacia la imagen corporal de la mujer y cómo afecta en el desempeño académico. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades SOCIOTAM*, 26(2), 11-45.

Salavert Jiménez, J., Clarabuch Vicent, A., & Trillo Garrigues, M. (2019). Trastorno Dismórfico Corporal: revisión sistemática de un trastorno propio de la adolescencia. *Revista De Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 36(1), 4–19. <https://doi.org/10.31766/revpsij.v36n1a1>

Urresti, M. (2008). *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas, y sus representaciones en la era del internet*. Buenos Aires: La Crujia.





Villavicencio, M. (2021). Creación de una campaña social, orientada a la difusión de material informativo del trastorno dismórfico corporal, usando el diseño gráfico como herramienta creación de contenido. [Tesis de Pregrado, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional DSPACE. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11006>

Anexos

Anexo 1

Matriz preguntas psicólogas

PREGUNTAS PSICÓLOGAS





-  ¿En su experiencia como psicóloga, ha observado un aumento en los casos de Trastorno Dismórfico Corporal entre adolescentes en los últimos años? ¿Cree que las redes sociales pueden ser un factor influyente en este aumento?
-  ¿Cuáles son, desde su perspectiva, los principales efectos negativos de las redes sociales en la imagen corporal y el bienestar emocional de los adolescentes?
-  ¿Qué estrategias terapéuticas o de prevención considera más efectivas para poder tratar el TDC en los adolescentes?
-  ¿Qué recomendaciones o consejos tendrías para diseñadores gráficos que deseen crear productos relacionados con la prevención del TDC y el bienestar emocional de los adolescentes en el contexto de las redes sociales?


Elaborado por: Daniela Lincango

Anexo 2

Matriz preguntas estudiantes

PREGUNTAS ESTUDIANTES

-  ¿Has oído hablar alguna vez del Trastorno Dismórfico Corporal?
-  ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?
-  ¿Qué tipo de contenido sueles encontrar en las redes sociales que puede influir en tu percepción corporal?
-  ¿Has tomado medidas, como modificar tu apariencia física o usar filtros, para ajustarte a los estándares de belleza promovidos en las redes sociales?


Elaborado por: Daniela Lincango

Anexo 3

Buyer persona 1



Datos demográficos

Edad: 16 años
Género: Femenino
Ubicación: Quito
Ocupación: Estudiante de bachillerato
Nivel socioeconómico: Pertenecer a una familia de clase media

Objetivos

Encontrar una perspectiva más positiva sobre su cuerpo y aprender a valorarse tal como es. Quiere superar la presión social y los estándares poco realistas promovidos en las redes sociales.

Desafíos

Construir una imagen corporal saludable y positiva en un entorno digital lleno de imágenes idealizadas y mensajes contradictorios sobre la belleza.

Valeria López



Valeria es una adolescente activa en redes sociales, especialmente en Instagram y YouTube, donde sigue a influencers y celebridades. Aunque se siente atraída por las tendencias de belleza y moda que ve en línea, también se siente insegura respecto a su propia apariencia física.

Motivaciones

- Desea encontrar una perspectiva más positiva sobre su cuerpo y aceptarse tal como es.
- Quiere superar la presión social y los estándares de belleza promovidos en las redes sociales.
- Quiere sentirse confiada y valorada, sin compararse constantemente con las imágenes idealizadas.
- Aspira a fomentar una imagen corporal saludable y positiva en su vida diaria y en sus interacciones en redes sociales.

Frustraciones

- Se siente insegura y afectada por los estándares de belleza.
- Tiene dificultades para aceptarse a sí misma.
- Le preocupa el impacto emocional de los estándares de belleza en su bienestar y salud mental.
- Siente que la invisibilización y la falta de información sobre los efectos negativos de las redes sociales pueden agravar su inseguridad y preocupación.

Elaborado por: Daniela Lincango

Anexo 4

Buyer persona 2



Datos demográficos

Edad: 17 años
Género: Masculino
Ubicación: Sur de Quito
Ocupación: Estudiante de bachillerato
Nivel socioeconómico: Pertenece a una familia de clase media

Objetivos

Desarrollar una mentalidad positiva y empoderada respecto a su imagen corporal. Quiere superar la presión social y los estereotipos de belleza poco realistas presentes en las redes sociales.

Desafíos

El desafío es mantener una autoestima saludable en un entorno digital donde se expone constantemente a imágenes idealizadas de cuerpos "perfectos".

Sebastián Zambrano



Santiago es un adolescente que disfruta de estar en redes sociales, especialmente en TikTok y Twitter. Le gusta seguir a deportistas y celebridades, pero a veces se siente presionado por los estándares de cuerpo que ve. Experimenta inseguridad y preocupación por su apariencia física debido a las imágenes idealizadas que encuentra en las redes sociales.

Motivaciones

- Quiere desarrollar una mentalidad positiva respecto a su imagen corporal.
- Aspira a superar la presión social y los estereotipos de belleza.
- Busca herramientas visuales impactantes que lo motiven a valorar su cuerpo tal como es.

Frustraciones

- Se siente presionado por los estándares poco realistas presentados en las redes sociales.
- Experimentar inseguridad y preocupación por su apariencia.
- Encuentra mensajes contradictorios sobre la belleza en redes sociales, lo que afecta su autoestima.
- Le preocupa el impacto emocional de los estándares de belleza en su bienestar y autoconfianza.

Elaborado por: Daniela Lincango





Universidad
Indoamérica

Diseño Gráfico

2023