

Working Paper

Título: Estrategia visual para promover el uso consciente de redes sociales en adolescentes (Brou).

Autores:

Santiago Henao Ortiz

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2566-2037>

CvLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002428839

Google scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=en&authuser=1&user=UTF4hbUAAAAJ>

María Paula Vargas Forero

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3651-4429>

CvLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002428835

5

Google scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=slHoJvEAAAAJ>

Xiomy Natalia Sanabria Lemus

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5264-1936>

CvLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002429139

Google scholar: https://scholar.google.com/citations?user=Y_ZKc7UAAAAJ&hl=en

Resumen

El proyecto propone una campaña visual para adolescentes de 12 a 15 años que promueva el uso consciente de las redes sociales, fomentando un entorno digital más sano y un desarrollo equilibrado. Surge ante la exposición a contenidos inapropiados, la pérdida de privacidad y los efectos emocionales de la comparación social y el mal uso del tiempo en línea.

La campaña combina animaciones educativas y un juego de mesa como recursos visuales y lúdicos que invitan a la reflexión y la toma de decisiones. Las animaciones muestran situaciones cotidianas relacionadas con las redes sociales y formas adecuadas de afrontarlas, mientras que el juego refuerza el aprendizaje mediante la interacción.

Palabras clave Adolescencia, Responsabilidad, Educación, Animación, redes sociales.

Abstract: The project proposes a visual campaign for adolescents aged 12 to 15 that promotes conscious use of social media, encouraging a healthier digital environment and balanced development. It addresses issues such as exposure to inappropriate content, loss of privacy, and the emotional effects of social comparison and poor time management online.

The campaign combines educational animations and a board game as visual and playful tools that encourage reflection and decision-making. The animations depict everyday situations related to social media and appropriate ways to handle them, while the game reinforces learning through interaction.

Keywords: Adolescence, Responsibility, Education, Animation, Social media.

Introducción: el uso intensivo de las redes sociales en adolescentes de 12 a 15 años ha generado preocupación por los efectos adversos en su desarrollo social y cognitivo, problema el cual en Colombia ha sido poco abordado, la exposición a contenidos inapropiados, la pérdida de privacidad y la comparación social han causado daños en la autoestima y en las relaciones interpersonales de los adolescentes. Ante esta problemática, el proyecto propone una campaña visual compuesta por animaciones educativas y un juego de mesa orientados a fomentar el uso consciente de las redes sociales buscamos que la propuesta se convierta en una experiencia visual y lúdica que promueva la reflexión en los adolescentes

Estado del arte: Diversas iniciativas han abordado el uso responsable de redes sociales en adolescentes. UNICEF España (2021) desarrolló la campaña **#NoSeasEstrella**, con videos que advierten sobre la privacidad y el ciberacoso. Arias Soria (2021) diseñó una **novela gráfica** para prevenir trastornos emocionales derivados de la comparación social en Instagram y TikTok. Por su parte, Rodado, Jurado y Giraldo (2021) evidenciaron en Colombia que el uso excesivo de redes afecta la concentración, el bienestar y la comunicación familiar. Finalmente, estudios como **BeReal: Authentic Social Media Design for Adolescents** (2024) y **Trust-Enabled Privacy for Teens** (2022) muestran cómo el diseño digital puede fomentar autenticidad y control de privacidad.

Objetivo General

Realizar una estrategia visual enfocada en redes sociales que combine las animaciones y un juego de mesa con el fin de promover el uso consciente de redes sociales

Objetivos específicos

1. Diseñar los elementos interactivos de la campaña que sean adecuados al lenguaje adolescente (12 a 15 años) que transmitan mensajes sobre el uso consciente de las redes sociales orientada a plataformas como Instagram, tik tok y YouTube.
2. Investigar las experiencias de adolescentes para identificar los principales riesgos, motivaciones y patrones de uso de redes sociales que influyen en su desarrollo personal, emocional y social, así como en la construcción de su identidad digital.
3. Analizar los datos obtenidos en la investigación para definir el contenido de la estrategia visual, asegurando que transmita el mensaje adecuado y sea relevante para los adolescentes.

Metodología:

Se aplicó la metodología del Doble Diamante, que comprende cuatro fases:

1. Descubrir: investigación documental y análisis de campañas y estudios sobre redes sociales en adolescentes.
2. Definir: síntesis de hallazgos y formulación de los ejes temáticos: privacidad y huella digital, bienestar y manejo del tiempo, y lectura crítica de contenidos.
3. Desarrollar: creación de las animaciones educativas y el juego de mesa con coherencia estética y comunicativa.
4. Entregar: consolidación y evaluación teórica de la campaña, proyectando indicadores de comprensión, reflexión y participación.

Resultados

El resultado esperado del proyecto es una campaña visual y educativa que combina la animación y un juego de mesa, promoviendo el pensamiento crítico frente al uso de redes sociales. Se logró construir una identidad visual coherente, un lenguaje accesible y una herramienta adaptable a contextos escolares. Se concluye que el diseño puede ser una vía efectiva para fortalecer la alfabetización digital y la conciencia social en los adolescentes.

Referencias Bibliográficas

Arias Soria, S. M. (2021). Diseño de novela gráfica como medio de prevención de trastornos emocionales en adolescentes de 11 a 14 años por la construcción de identidades idealizadas en Instagram y TikTok [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL.

Child Mind Institute. (2022). Social media and teens. Child Mind Institute. <https://childmind.org>

Design Council. (2005). The double diamond: A universally accepted depiction of the design process. Design Council. <https://www.designcouncil.org.uk>

Hernandez Contreras, J. (2024). Social and emotional learning through color. Universidad Santo Tomás <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/56969>

Hernandez Contreras, J y Torres Ruiz, D. (2024). Datos cualitativos y aprendizaje social: Percepción Social de Alicia en el País de las Maravillas. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/56974>

Moreira de Freitas, L., Souza, G., & Oliveira, P. (2021). Impacto del uso de redes sociales en la salud mental de adolescentes: Comparación entre TikTok e Instagram. Revista de Psicología y Tecnología, 15(2), 45–60.

Rodado, Z., Jurado, L., & Giraldo, S. (2021). Uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 10 a 14 años: Un riesgo latente de la nueva era [Tesis de grado, Universidad de Cundinamarca]. Repositorio Institucional UDEC.

Trust-Enabled Privacy for Teens on Social Platforms. (2022). Trust-enabled privacy for teens on social platforms: Design strategies for safer digital environments. *Journal of Youth Digital Behavior*, 12(3), 112–128.

UNICEF España. (2021). #NoSeasEstrella: Piensa antes de publicar [Campaña educativa]. UNICEF España. <https://www.unicef.es>