

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO DE UN KIT TERAPÉUTICO PARA FORTALECER EL BIENESTAR EMOCIONAL EN JÓVENES CON ANSIEDAD SOCIAL



TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORA:

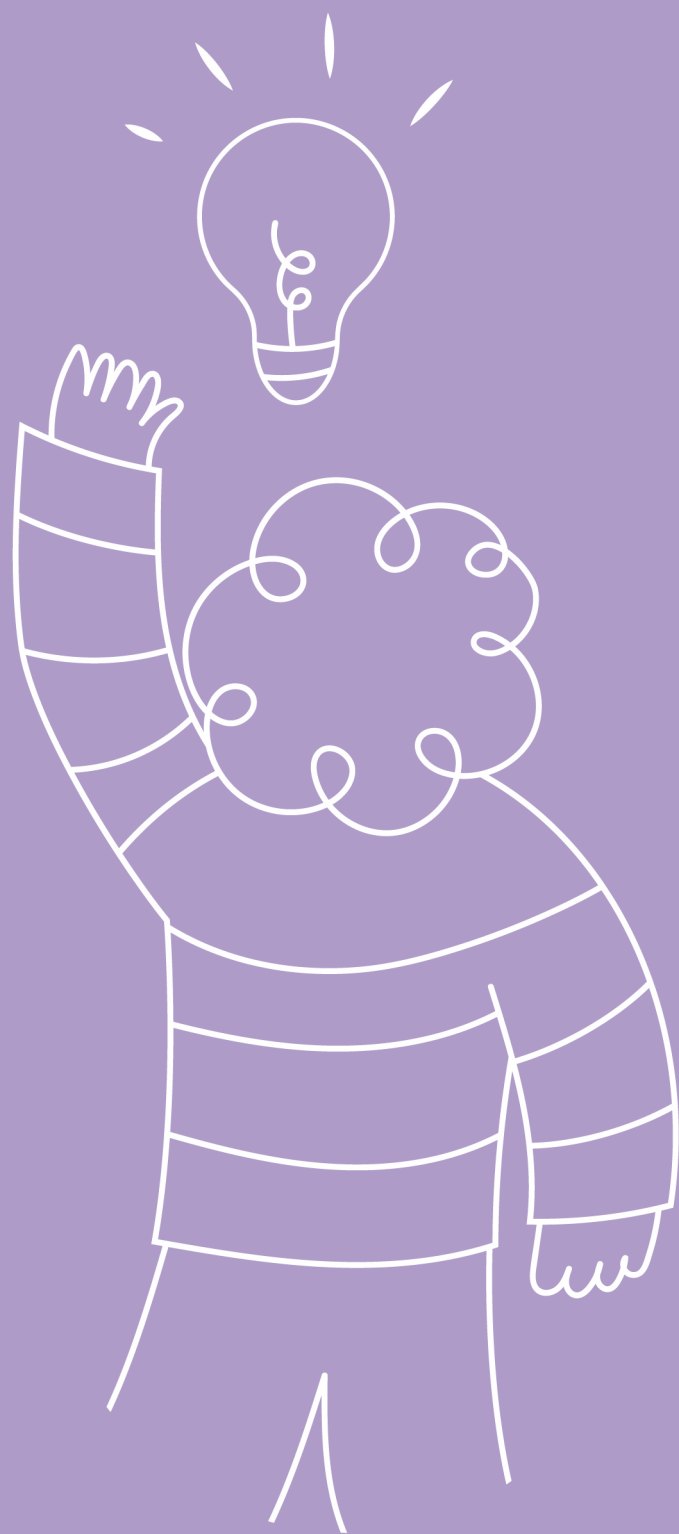
CINTHYA CAMILA GUNCAY LUCERO

DIRECTOR:

ING. OSCAR GUSTAVO VINTIMILLA UGALDE

CUENCA, ECUADOR, 2026







ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO DE UN KIT TERAPÉUTICO PARA FORTALECER EL BIENESTAR EMOCIONAL EN JÓVENES CON ANSIEDAD SOCIAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORA:

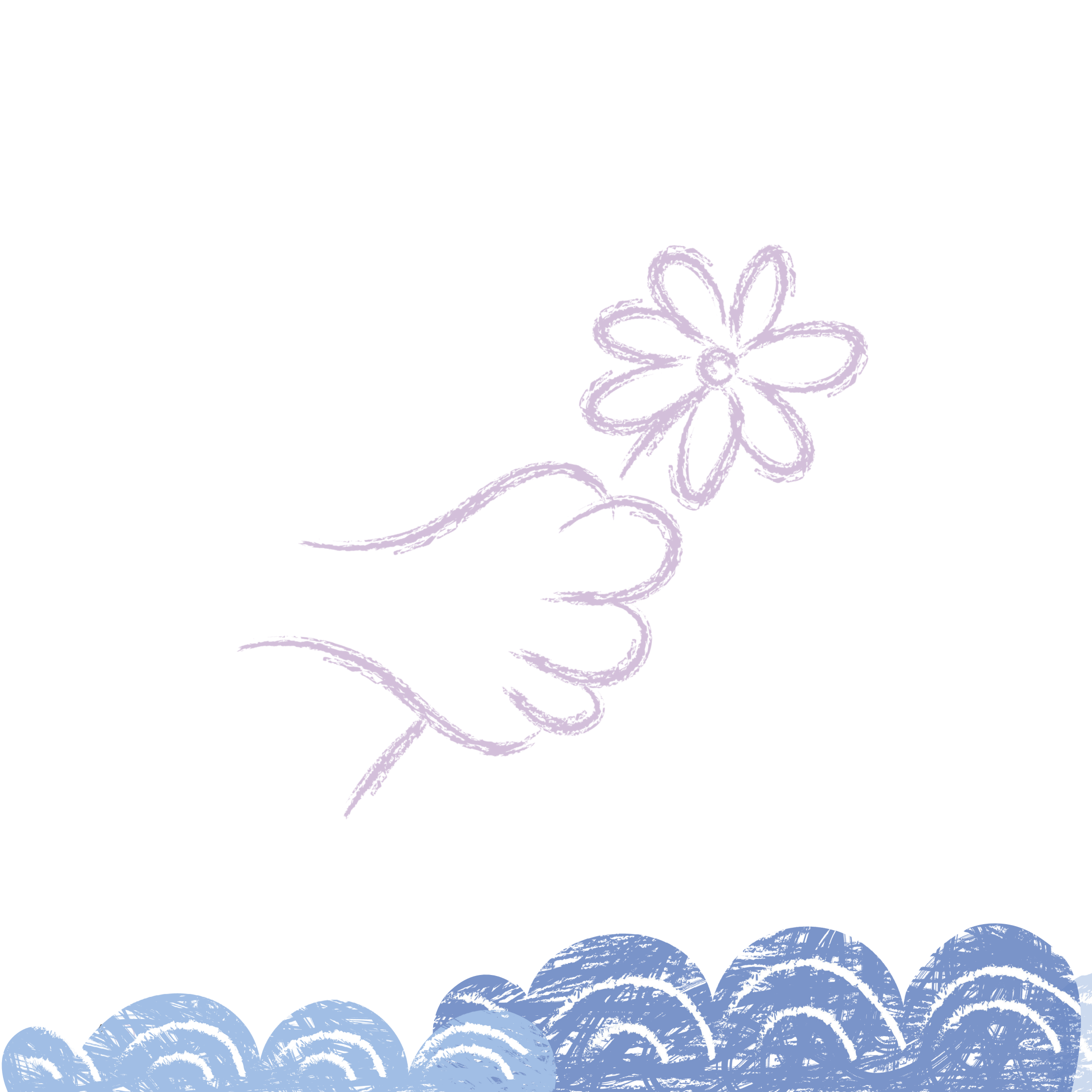
CINTHYA CAMILA GUNCAY LUCERO

DIRECTOR:

ING. OSCAR GUSTAVO VINTIMILLA UGALDE

CUENCA, ECUADOR, 2026





DEDICATORIA

Dedico esta investigación y proyecto, con amor a mis padres, María y Washington porque han sido el pilar de mi vida y, con amor y sabiduría me han educado y apoyado en todo el transcurso de mi carrera.

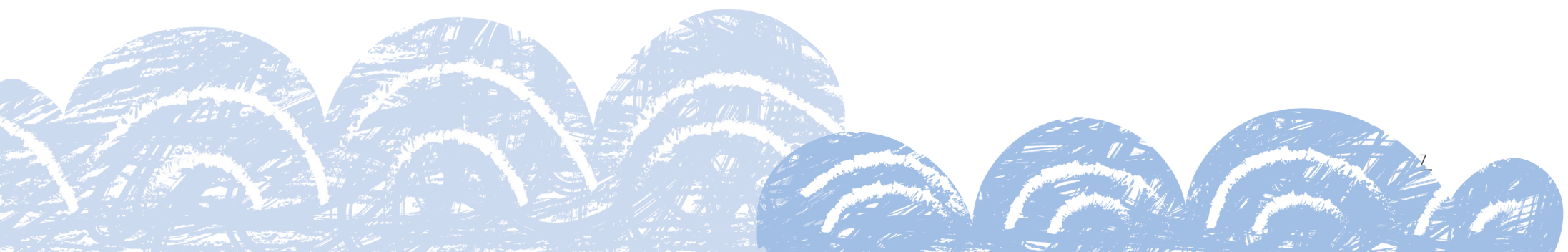
A mis hermanos, Carina, Mateo y Tania, por su apoyo incondicional y siempre motivarme a seguir adelante. Cada uno, a su manera, ha sido una fuente de inspiración, aprendizaje y fortaleza en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A mis padres y hermanos, gracias por creer en mí, acompañarme en cada desafío y ser parte fundamental de este logro.

A mi tutor, Ing. Oscar Vintimilla Ugalde, por su acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación y por brindarme la libertad y confianza necesarias para llevar adelante este proyecto.

A mis amigas de la universidad, por todos los buenos momentos compartidos durante esta etapa, por su apoyo, compañía y por hacer de este camino una experiencia inolvidable.



ÍNDICE GENERAL



REGRESA AL INICIO

AGRADECIMIENTO	7
DEDICATORIA	7
ÍNDICE	8
ÍNDICE DE IMÁGENES Y TABLAS	10
RESUMEN, ABSTRACT Y OBJETIVOS	12
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO 1	
CONTEXTUALIZACIÓN	16
1.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO	17
1.2 ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICA	18
1.3 ESTADO DEL ARTE	19
1.4 MARCO TEÓRICO	21
1.4.1 TRASTORNO DE ANSIEDAD SOCIAL	21
1.4.1.1 Definición y Características	21
1.4.1.2 Factores Cognitivos y Conductuales que lo Mantienen	22
1.4.1.3 Impacto Social y Psicológico	23
1.4.2 TERAPIA COGNITIVA CONDUCTUAL	24
1.4.2.1 Fundamentos teóricos	24
1.4.2.2 Técnicas y métodos	24
1.4.2.3 Eficacia en el Tratamiento de Trastornos Psicológicos	26
1.4.3 COMUNICACIÓN VISUAL	27
1.4.3.1 Definición y conceptos	27
1.4.3.2 Elementos clave de la comunicación visual	27
1.4.3.3 Importancia en la psicología y el comportamiento humano	28
1.4.4 DISEÑO INTERACTIVO	28
1.4.4.1 Definición	28
1.4.4.2 Principios del Diseño Interactivo	28
1.4.4.3 Integración con Terapias Psicológicas	29
1.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	30
1.6 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS	32
1.6.1 HOMÓLOGO 1	32
1.6.2 HOMÓLOGO 2	34
1.6.3 HOMÓLOGO 3	36
1.7 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO	37



CAPÍTULO 2	
PROGRAMACIÓN	38
2.1 ANÁLISIS/DEFINICIÓN DE USUARIO	39
2.1.1 PERSONA DESIGN	40
2.1.2 MAPA DE EMPATÍA	40
2.2 BRIEF (DE MARCA, DE CAMPAÑA PUBLICITARIA, DE CAMPAÑA SOCIAL/PROTESTA, DE PRODUCTO)	41
2.3 DEFINICIÓN DE CONTENIDOS	44
2.4 PROCESO DE DISEÑO U HOJA DE RUTA	44
2.5 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO	45
CAPÍTULO 3	
IDEACIÓN	46
3.1 PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEAS	47
3.2 EVALUACIÓN DE IDEAS	51
3.3 SELECCIÓN DE IDEAS	51
3.4 IDEA FINAL	51
CAPÍTULO 4	
DISEÑO	52
4.1 PROCESO DE IDEACIÓN Y BOCETACIÓN	54
4.2 SISTEMA DE DISEÑO	56
4.2.1 SISTEMA FORMAL	56
4.2.2 SISTEMA FUNCIONAL	57
4.2.3 SISTEMA TECNOLÓGICO	57
4.3 DESARROLLO DEL SISTEMA GRÁFICO	58
4.3.1 CROMÁTICA	58
4.3.2 TIPOGRAFÍA	58
4.3.3 TIPO DE RETÍCULA	58
4.3.4 ILUSTRACIONES Y RECURSOS GRÁFICOS	60
4.3.5 MARCA PRODUCTO	61
4.4 APLICACIONES GRÁFICAS	62
4.5 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXO	71

ÍNDICE DE IMÁGENES



REGRESA AL INICIO

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: 2107420.jpg	18
Figura 2: people-meeting-support-group.jpg	19
Figura 3: 2415088.jpg	21
Figura 4: vecteezy_a-black-and-white-photo-of-a-man-sitting-in-a-dark-hallway_46883935.jpg	22
Figura 5: young-woman-dealing-with-anxiety.jpg	23
Figura 6: close-up-beautiful-young-woman-suffering-from-headache.jpg	25
Figura 7: woman-being-consoled-by-people-group-therapy-session.jpg	26
Figura 8. Emotional Intelligence Toolkit (kit de inteligencia emocional). Equanima, s.f.	32
Figura 9. Componentes del Emotional Intelligence Toolkit. Equanima, s.f.	33
Figura 10. Aplicaciones del Emotional Intelligence Toolkit. Equanima, s.f.	33
Figura 11. InnerOrbit: Mental Health Awareness Kit (kit de concienciación sobre salud mental). Behance, 2024	35
Figura 12. Aplicaciones gráficas del kit InnerOrbit. Behance, 2024	35
Figura 13. Therapy Toolkit (kit terapéutico de apoyo emocional). Behance, 2023	36



Figura 14. Componentes del Therapy Toolkit. Behance, 2023	36
Figura 15. Persona Design. Elaboración propia.	40
Figura 16. Mapa de empatía. Elaboración propia.	40
Figura 17: participants-group-therapy-gathering-hands-unity-session-medical-center.jpg	42
Figura 18. Proceso de ideación y bocetación para la implementación en elementos del kit	54
Figura 19. Mock up portada journal	62
Figura 20. Mock up contenido journal	63
Figura 21. Mock up tarjetas	64
Figura 22. Mock up tarjetas	64
Figura 23. Packaging Roll-on	65
Figura 24. Packaging kit	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición de contenido	44
Tabla 2: Proceso de diseño	44
Tabla 3: Proceso de generación de ideas	47
Tabla 4: Evaluación de ideas	51



RESUMEN

El proyecto aborda la problemática del Trastorno de Ansiedad Social en jóvenes universitarios y la necesidad de contar con herramientas de apoyo emocional complementarias al proceso terapéutico. A partir de una metodología basada en investigación teórica, entrevistas y análisis de referentes, se desarrolló el diseño de un kit terapéutico físico e interactivo orientado al acompañamiento emocional y la autoexploración mediante el uso de journaling, tarjetas ilustradas y elementos sensoriales. La propuesta buscó generar una experiencia accesible, empática y segura que favorezca el reconocimiento emocional y el afrontamiento progresivo de la ansiedad social.

Palabras clave: ansiedad, autoconocimiento, comunicación visual, diseño interactivo, regulación emocional, recursos gráficos, salud mental, terapia cognitivo-conductual.

ABSTRACT

The project addresses the issue of Social Anxiety Disorder among university students and the need for emotional support tools that complement the therapeutic process. Based on a methodology involving theoretical research, interviews, and reference analysis, the design of a physical and interactive therapeutic kit was developed to support emotional well-being and self-exploration through journaling, illustrated cards, and sensory elements. The proposal aimed to create an accessible, empathetic, and safe experience that promotes emotional awareness and the gradual management of social anxiety.

Keywords: anxiety, self-awareness, visual communication, interactive design, emotional regulation, graphic resources, mental health, cognitive behavioral therapy.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Contribuir al bienestar emocional y fomentar la participación activa de jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social, mediante el diseño de un kit terapéutico complementario, que sirva de apoyo a la autoexploración, el afrontamiento y el bienestar psicológico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar las causas y manifestaciones del Trastorno de Ansiedad Social generalizado en jóvenes, así como sus implicaciones emocionales y sociales.
- Identificar y establecer los recursos visuales, editoriales y terapéuticos que sirvan de base para el desarrollo de un kit terapéutico complementario.
- Diseñar un kit terapéutico complementario que favorezca la participación activa y el afrontamiento emocional en jóvenes.



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, aunque la ansiedad es reconocida como un trastorno frecuente, se suele profundizar poco en sus variantes, como ocurre con la ansiedad social. En el contexto universitario, esta problemática afecta a muchos jóvenes, influyendo negativamente en su bienestar emocional, sus relaciones interpersonales y su participación en distintos contextos académicos y sociales. El temor constante a la evaluación y el juicio de los demás genera inseguridad, aislamiento y serias dificultades para afrontar la vida cotidiana.

Frente a esta realidad, el presente proyecto explora cómo el diseño gráfico puede contribuir al bienestar emocional mediante la creación de herramientas de apoyo complementarias. A partir de fundamentos relacionados con el Trastorno de Ansiedad Social, la Terapia Cognitivo-Conductual, la Comunicación Visual y el Diseño Interactivo, se plantea el desarrollo de un kit terapéutico dirigido a jóvenes universitarios entre 18 y 22 años.

La propuesta integra recursos gráficos e interactivos diseñados para facilitar el reconocimiento de emociones, la reflexión personal y el acompañamiento fuera del entorno terapéutico. De esta manera el proyecto demuestra cómo el diseño puede trascender su función comunicativa tradicional para contribuir a la creación de experiencias significativas orientadas al autocuidado y la gestión emocional.



CAPÍTULO 1

CONTEXTUALIZACIÓN



1.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

Hoy en día vemos cómo muchos estudiantes universitarios se sienten abrumados por la presión social que se vive en el contexto universitario, especialmente en situaciones en las que deben exponerse ante un público o convivir con los demás. Estas trabas suelen aparecer como un miedo profundo a ser criticados, generando una inseguridad en ellos al comunicarse con profesores o compañeros. Al final, esta condición puede terminar afectando no solo el desempeño académico, sino también las relaciones personales y la estabilidad emocional de los jóvenes. Esta realidad obliga a buscar soluciones que no solo atiendan lo académico, sino que también se centren en validar lo que el joven experimenta en esos momentos de angustia.

Bajo esta mirada, la ansiedad social se ha convertido en una barrera para muchos estudiantes, sobre todo para quienes atraviesan esta situación, ya que no solo se enfrentan a una inseguridad constante, sino que ven cómo su rutina se ve limitada. Ante este panorama, el diseño gráfico puede funcionar como un soporte gráfico que acompañe el proceso de terapia. A través de recursos visuales y experiencias interactivas, es posible ayudar a los jóvenes a entender mejor sus emociones, lo que sienten y a sobrellevar la ansiedad social.

El presente capítulo se encarga de situar la problemática analizando sus antecedentes y el estado del arte, con el fin de conectar pilares fundamentales como el trastorno de ansiedad social y la terapia cognitivo-conductual con las posibilidades que ofrecen la comunicación visual y el diseño interactivo. Este apartado, incluye el estudio de campo y el análisis de diferentes homólogos, buscando que el proceso de diseño tenga una base sólida que guíe el proceso creativo y la ejecución del kit propuesto.



Figura 1.

1.2 ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICA

El ser humano es un ser social por naturaleza y depende de su entorno para desarrollarse, ya que el contacto con los demás resulta fundamental para definir quienes somos y la manera en la que pensamos. No obstante, durante este proceso de socialización, algunas personas pueden experimentar respuestas emocionales negativas, que derivan en angustia persistente o ansiedad social (Zubeidat et al., 2007).

La ansiedad social, es una condición que suele manifestarse con mayor intensidad durante la juventud, etapa en la que los trastornos relacionados con la salud mental han incrementado de manera significativa en los últimos años. La etapa universitaria al ser un periodo de transición, que implica exigencias académicas, sociales y psicológicas, puede contribuir a la aparición de cuadros de ansiedad, especialmente cuando los estudiantes se enfrentan a nuevas situaciones sociales. Según Madueño et al., (2002) la ansiedad social es uno de los trastornos más comunes en Latinoamérica, afectando entre el 7% y el 14% de la población de 15 a 25 años” lo que demuestra la vulnerabilidad de este sector frente a problemas de salud mental.

Dentro del ámbito académico, el trastorno de ansiedad social puede generar un gran impacto, ya que quienes lo padecen suelen experimentar temores constantes que dificultan su desempeño. Esta condición no solo afecta el

rendimiento académico, sino también las relaciones interpersonales, el crecimiento personal y el bienestar emocional. En 2023, a nivel global, la Organización Mundial de la Salud, estimó que aproximadamente el 4% de la población mundial convive con esta condición.

La ansiedad social se origina por varios factores entre ellos, el uso constante de sistemas internos de amenaza, la presencia de pensamientos negativos y círculos de evitación que refuerzan el miedo y la desmotivación. La tendencia a huir de situaciones sociales fortalecen este temor y provoca un deterioro progresivo en la calidad de vida, reduciendo el afecto positivo y las experiencias placenteras en la interacción con los demás (Carlton et al., 2020). Este trastorno se divide en dos tipos: el TAS específico, donde la ansiedad aparece en situaciones determinadas, y el TAS generalizado, que aparece en la mayoría de los contextos sociales, siendo este último el más frecuente y el que genera mayor interferencia en la vida cotidiana de las personas (Zubeidat et al., 2007).

Frente a esta problemática, se evidencia la necesidad de desarrollar recursos accesibles y complementarios que ayuden a los jóvenes a entender y gestionar mejor sus emociones. En este contexto, el diseño gráfico, a través de herramientas visuales, intuitivas y de fácil uso, puede convertirse en un recurso de apoyo que acompañe y facilite el afrontamiento de la ansiedad social.



1.3 ESTADO DEL ARTE

A continuación se presentan estudios y enfoques relacionados con la ansiedad social, con el objetivo de comprender el estado actual de la problemática y analizar de qué manera otras disciplinas, incluida el diseño gráfico, han abordado esta condición y su impacto en el bienestar emocional de las personas.

Diversas investigaciones han evidenciado la presencia y relevancia de la ansiedad social en el contexto universitario, (García et al., 2008), en el artículo “Ansiedad social en estudiantes universitarios: prevalencia y variables psicosociales relacionadas” se demostró que la ansiedad social puede afectar a los universitarios dependiendo de la vida sentimental, emocional o laboral que lleven. Además, los resultados demostraron que las mujeres presentan mayores niveles de miedo a la evaluación negativa y dependencia emocional en comparación con los hombres, lo que confirma que la ansiedad social no es un problema menor, sino que constituye una problemática significativa dentro del ámbito académico que puede generar consecuencias emocionales y académicas a largo plazo si no se atiende a tiempo.

En cuanto a las estrategias de intervención, el estudio de Maldonado et al. (2022) analiza la efectividad de los métodos educativos y psicoeducativos para mejorar las habilidades de comunicación y reducir la ansiedad al hablar en público. Aunque el estudio no aborda de manera directa



Figura 2.

la ansiedad social, sí interviene sobre uno de sus principales síntomas (el miedo a hablar en público). El estudio reveló que el uso de talleres, ejercicios guiados y materiales estructurados contribuyen a reducir el malestar, aumentar la confianza y mejorar las habilidades sociales, lo que resalta la importancia de contar con recursos de apoyo accesibles y prácticos según los hallazgos de este estudio.

Desde el ámbito terapéutico Ponce-Alencastro et al. (2021), en su artículo “Ansiedad social: Intervención desde la terapia de aceptación y compromiso a propósito de un caso” describe un estudio en el que se aplicó terapia de aceptación y compromiso a un paciente de 45 años diagnosticado con trastorno de ansiedad social (TAS). El objetivo principal fue reducir los síntomas característicos del TAS y mejorar el bienestar emocional del paciente. Los resultados obtenidos fueron positivos, se redujo la ansiedad social y las conductas evitativas, así como una mejora en la confianza personal y en sus habilidades sociales. Este artículo demuestra que la ansiedad social no es una condición pasajera, sino al contrario que puede mantenerse y durar años si se ignora, lo que refuerza la importancia de intervenir de forma temprana.

En el campo del diseño gráfico Sánchez et al. (2022) presenta una propuesta orientada en la creación de una herramienta visual que informe y genere interés sobre la ansiedad social en la comunidad universitaria. La investigación se enfoca en estudiantes de entre 16 y 22 años. Primero, se comparó propuestas de diseño que ya existían sobre la salud mental, para ver qué sí funcionaba y que no. Segundo, se identificó qué elementos visuales ayudan a que los jóvenes entiendan mejor el mensaje, como el color, la forma y más. Finalmente, y con toda la información obtenida, se seleccionó el contenido, la narrativa y el tipo de ilustración que mejor conecte con el público objetivo. El objetivo fue crear una herramienta donde el estudiante se sienta seguro, informado y sobre todo, comprendido. Este estudio evidencia el potencial que tiene el diseño gráfico para comunicar temas complejos como la salud mental de manera cercana, empática y comprensible.

Por su parte Caballo et al. (2018) en el artículo “La autoestima y su relación con la ansiedad social y las habili-

dades sociales” analiza la relación entre la ansiedad social, la autoestima y las habilidades sociales dentro de la comunidad universitaria. En el estudio participaron 826 personas, la investigación fue de enfoque cuantitativo, en el cual se usó cinco pruebas psicológicas para medir tres aspectos clave: la autoestima, la ansiedad social y las habilidades sociales. Durante este estudio se identificó que las personas con ansiedad social poseen menos herramientas sociales y peor autopercepción de sí mismas mientras que quienes tienen mejores habilidades sociales poseen niveles más elevados de autoestima. Los resultados de este estudio respaldan la idea de abordar la ansiedad social desde una perspectiva integral, en el que no solo se reduzcan los síntomas de la ansiedad social, sino que también se trabajen aspectos relacionados con la autoconfianza y las habilidades personales. Se refuerza la idea de que fortalecer la seguridad de los jóvenes es una forma de reducir la ansiedad social, y de que crear herramientas que cuiden la salud emocional y social es totalmente necesario hoy en día.

Finalmente Michie & Mortensen (2022), en “Revelando la ansiedad académica a través del diseño gráfico”, exploran cómo el diseño gráfico puede representar visualmente experiencias de ansiedad. Aunque el enfoque principal es la ansiedad académica, el estudio resulta relevante al demostrar cómo los recursos gráficos permiten expresar emociones complejas que a veces son difíciles de verbalizar. El estudio se emplea una metodología, en la que la experiencia personal del investigador sirve como fuente principal de estudio. El resultado final, un kit de tarjetas ilustradas que evidencian cómo el diseño gráfico puede funcionar como una herramienta de acompañamiento emocional y sensibilización, aportando nuevas formas de comprensión y expresión de la ansiedad.

En conjunto, estos estudios evidencian que la ansiedad social es una problemática presente en el contexto universitario y que su abordaje requiere estrategias integrales. Asimismo, se reconoce el potencial del diseño gráfico como un recurso capaz de apoyar procesos terapéuticos, promover el autocuidado y contribuir al bienestar emocional de los jóvenes.



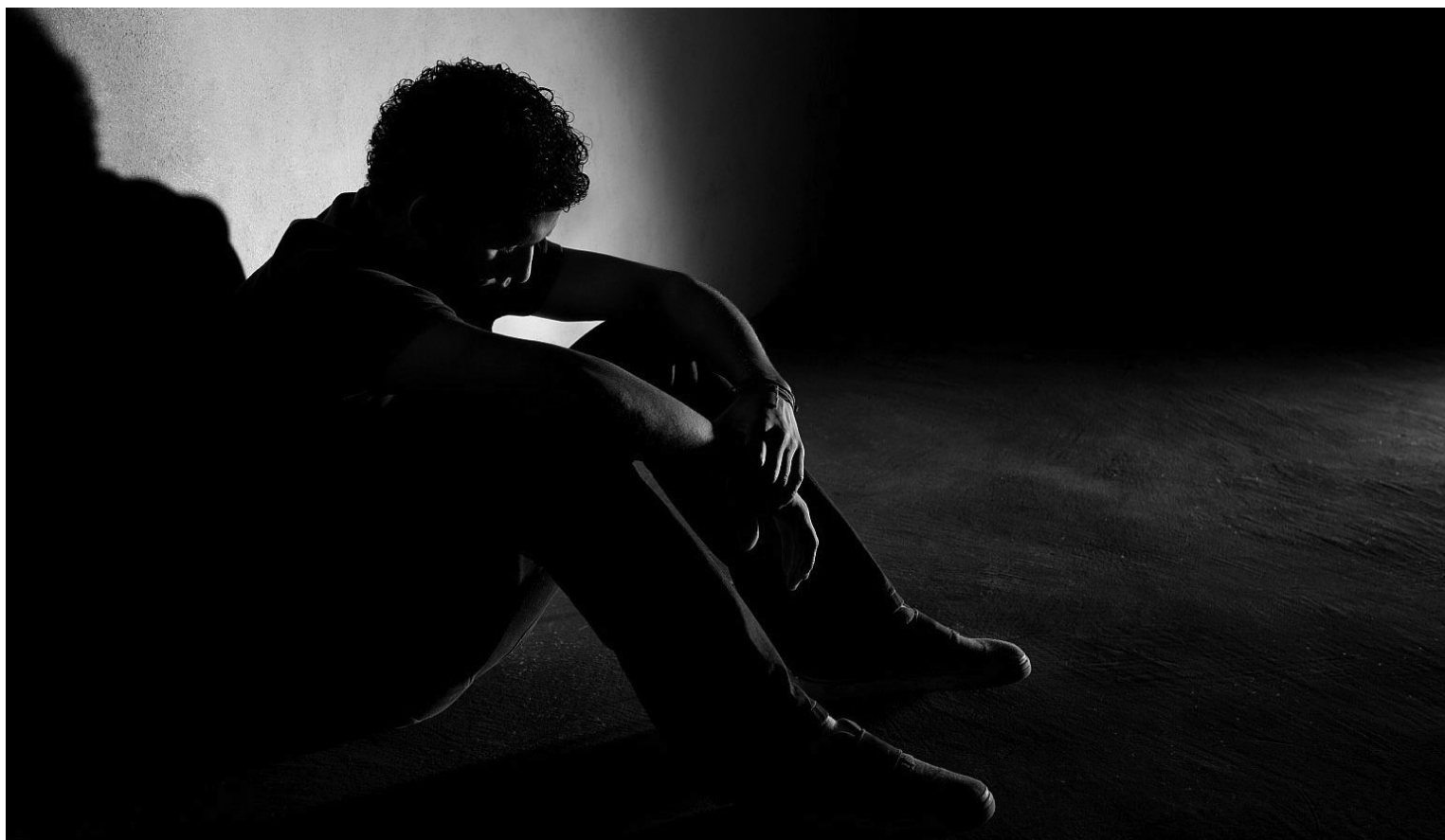


Figura 3.

1.4 MARCO TEÓRICO

El presente apartado busca fundamentar la propuesta, a través del análisis de cuatro ejes principales: el trastorno de ansiedad social (TAS), la terapia cognitivo-conductual (TCC), la comunicación visual y el diseño interactivo. El análisis inicia con el estudio de las bases clínicas del trastorno de ansiedad social (definición, características y factores que lo mantienen). Posteriormente, se analiza la terapia cognitivo-conductual, sus fundamentos y las técnicas que son más efectivas para su tratamiento. Asimismo, se abordan los conceptos de comunicación visual y diseño interactivo, para destacar su importancia en la transmisión de información y en la creación de experiencias significativas que puedan influir en el comportamiento humano. En conjunto, estos ejes aseguran que la propuesta cuente con un respaldo teórico y que de este modo el proceso creativo y los resultados no sean arbitrarios, sino estratégicos.

1.4.1 TRASTORNO DE ANSIEDAD SOCIAL

1.4.1.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

El trastorno de ansiedad social (TAS), también conocido como fobia social según Olivares (2009), es el miedo intenso y persistente a ser evaluado negativamente por los demás frente a diferentes situaciones sociales. Se trata de un temor al juicio externo, en donde la persona teme que, al notar su ansiedad, los demás la juzguen. El temor principal no es solo socializar, sino la posibilidad de hacer algo que resulte ridículo o embarazoso frente a otros. Quienes padecen este trastorno viven con la preocupación constante de quedar en evidencia, temen que su comportamiento o sus reacciones sean vistos como una debilidad, generando en ellos una sensación de humillación ante cualquier mirada ajena.



Figura 4.

De acuerdo con Restrepo (2019), quienes padecen este trastorno manifiestan síntomas tanto cognitivos como fisiológicos. El primero, incluye pensamientos negativos, la inseguridad y la tendencia a la evitación social. Por otro lado, a nivel físico, se presenta una activación del sistema nervioso que se traduce en un aumento del ritmo cardíaco, sudoración, temblor, rubor, tensión muscular y dificultad para respirar. Como consecuencia el TAS termina interfiriendo de manera significativa en la vida diaria y en la realización de actividades cotidianas de las personas.

Comprender estas características es fundamental, ya que permite entender las necesidades emocionales y conductuales del público objetivo, asegurando que cada recurso dentro del kit responda a los desafíos propios del trastorno de ansiedad social.

1.4.1.2 FACTORES COGNITIVOS Y CONDUCTUALES QUE LO MANTIENEN

El enfoque cognitivo-conductual explica que este trastorno persiste debido a la conexión entre lo que pensamos y cómo actuamos. Se crea así un ciclo repetitivo en donde, cada vez que el individuo se enfrenta a situaciones sociales y las evita por el miedo al qué dirán, termina refor-

zando este temor. Como consecuencia, el trastorno perdura e impide que la persona afronte y gestione mejor sus emociones. Según Beck (2011), en los trastornos de ansiedad las personas tienden a percibir situaciones comunes como peligrosas, debido a los pensamientos negativos que tienen. Estos pensamientos desencadenan una ansiedad anticipatoria, incrementando el malestar incluso antes de que la persona se enfrente a situaciones sociales reales.

De igual manera, existen patrones de conducta que la persona adopta con el fin de regular la incomodidad, sin embargo, estas acciones pueden contribuir al mantenimiento del trastorno. Al respecto, Clark & Beck (2012) señalan que las conductas evitativas y las estrategias de seguridad, como evitar el contacto visual, limitar el habla o retirarse de reuniones sociales, sirven para calmar la ansiedad, pero solo en el momento. Sin embargo, estas pueden resultar contraproducentes a largo plazo, ya que este patrón de comportamiento termina reforzando la ansiedad social y haciendo que el trastorno perdure. En conjunto, estos dos factores, tanto el cognitivo como el conductual, forman un ciclo de realimentación que perpetúa el trastorno, los pensamientos negativos impulsan la evitación y está, a su vez, impide que el individuo enfrente su entorno.



Desde esta perspectiva, crear herramientas de apoyo terapéutico se convierte en una prioridad ya que puede facilitar la exposición gradual de los jóvenes y la reestructuración cognitiva de una forma mucho más cercana y sencilla.

1.4.1.3 IMPACTO SOCIAL Y PSICOLÓGICO

Pero más allá de sus síntomas físicos o mentales, el TAS representa un desafío para el desarrollo personal de quienes lo enfrentan. Cuando el temor a interactuar con otros se convierte en una barrera, se ven afectadas áreas como, los estudios, el trabajo y las relaciones cercanas. En última instancia, estas barreras no solo afectan las oportunidades diarias, sino que interfieren en el bienestar emocional y la satisfacción general con la vida de la persona. Investigaciones previas indican algunas de las situaciones sociales más temidas por las personas con ansiedad social, tales como iniciar o mantener conversaciones, asistir a reuniones o eventos sociales, hablar en público, interactuar con figuras de autoridad, expresar desacuerdo, realizar actividades bajo observación o convertirse en el centro de atención. Este temor conduce con frecuencia a conductas de evitación que no solo limitan su participación con la comunidad, sino que profundiza su aislamiento y el sentimiento de soledad (Caballo, 1997).

A nivel psicológico, el TAS puede causar consecuencias significativas en el bienestar emocional de la persona. La falta de interacción con otras personas puede generar un vacío de retroalimentación positiva al que el ser humano está acostumbrado cuando está con otros. Esta falta de interacción contribuye al desarrollo de una baja autoestima, sentimientos de inseguridad y una percepción negativa de sí mismo, haciendo que la persona no llegue a desarrollar la confianza necesaria para enfrentar sus temores. En síntesis, la ansiedad social es un trastorno profundo y multifacético, que termina afectando desde el bienestar emocional hasta la integración social de la persona. La combinación de una baja autoestima con la tendencia a evitar el contacto social, repercute en la calidad de vida de quienes lo padecen. Esto, una vez más,



Figura 5.



evidencia la importancia de comprender el trastorno no solo desde sus síntomas, sino también desde sus efectos en lo personal, emocional y social.

Ante este impacto, surge la necesidad de crear apoyos que refuercen la autoestima y las destrezas sociales. El diseño gráfico se convierte así en una herramienta clave para generar recursos que ayuden a la gestión emocional. El objetivo es que el usuario pueda interactuar seguro en un entorno social.

1.4.2 TERAPIA COGNITIVA CONDUCTUAL

1.4.2.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La Terapia Cognitivo-Conductual (TCC) es una de las modalidades psicoterapéuticas más estudiadas y mejor respaldadas por la evidencia científica. La TCC se comprende como el proceso en el que la persona trabaja de manera colaborativa con un profesional de la psicología, para modificar aquellos pensamientos que se generan de manera automática y provocan angustia. Este enfoque considera las creencias, interpretaciones y construcciones mentales del individuo, ya que estas influyen en cómo se ve a sí mismo, el mundo y a los demás. Uno de los objetivos principales de la TCC, según Oren-Yagoda & Aderka (2021), es reemplazar los pensamientos negativos por ideas más reales y funcionales. La terapia combina los enfoques cognitivo y conductual, para explicar la relación que hay entre el pensamiento, la emoción y la acción. De esta manera, no es la situación en sí la que genera angustia, sino cómo la persona la interpreta (Hofmann, 2014). En resumen, la TCC es un enfoque práctico y adaptativo que busca generar cambios positivos y duraderos, al modificar el sistema de creencias del individuo.

1.4.2.2 TÉCNICAS Y MÉTODOS

La Terapia Cognitivo Conductual (TCC) a menudo utiliza técnicas y ejercicios de relajación para reducir la ansiedad. Sin embargo, existen otras herramientas para tratar la

ansiedad social, basándose en la en la premisa de que la ansiedad no surge directamente de la situación social, sino de la interpretación que la persona le da. El objetivo es ayudar al paciente a evaluar sus pensamientos de manera más realista para disminuir la activación del sistema nervioso y mejorar su conducta.

A continuación, se describen algunas técnicas y métodos utilizados para el tratamiento de la ansiedad social en la Terapia Cognitivo-Conductual, según Beck (2011):

TÉCNICAS COGNITIVAS

El objetivo de las técnicas cognitivas es reemplazar los pensamientos negativos por ideas más realistas y funcionales. En una primera fase, el paciente aprende a detectar esos pensamientos negativos que surgen cuando interactúa con otros. Posteriormente, mediante el diálogo socrático, estos pensamientos se someten a una evaluación de evidencia objetiva, utilizando preguntas reflexivas se cuestiona su veracidad y se generan interpretaciones más realistas. Este ciclo de aprendizaje se refuerza con el uso de bitácoras, donde el paciente registra las veces que se enfrentó a una situación social real y qué aspectos pudo mejorar en esa interacción, así pasa de ser un observador pasivo de sus miedos a un gestor activo de su bienestar emocional.

TÉCNICAS CONDUCTUALES

Las técnicas conductuales, representan la fase operativa del tratamiento, donde el paciente pasa de la reflexión cognitiva a la acción terapéutica. A través de ejercicios como la exposición gradual y los experimentos sociales, se busca que el paciente rompa el ciclo de evitación y elimine las conductas de seguridad que mantienen el trastorno. Este método facilita el proceso de habituación fisiológica, permitiendo que el organismo del paciente se adapte progresivamente a los estímulos sociales y se reduzca la respuesta de ansiedad. Asimismo, este proceso reforzará la autoconfianza del paciente para que pueda interactuar en entornos sociales con mayor seguridad y de manera autónoma.





Figura 6.

OTRAS TÉCNICAS DE APOYO

Además de las estrategias principales, la Terapia Cognitivo Conductual incorpora otras técnicas de apoyo que refuerzan el proceso terapéutico y ayudan al paciente a enfrentar sus temores. Entre las más utilizadas se encuentran:

- **Juego de roles:** Técnica aplicada dentro de la sesión terapéutica que consiste en practicar situaciones sociales difíciles, pero en un entorno controlado, de esta forma el paciente puede recibir retroalimentación del profesional en un espacio seguro.
- **Imaginería:** Consiste en realizar un ensayo mental donde el paciente visualiza que supera con éxito una situación social, usando las herramientas que ya ha aprendido durante la terapia.
- **Relajación y Mindfulness:** Conjunto de técnicas que ayudan a controlar la activación fisiológica de la ansiedad, como el sudor o las palpitaciones, promoviendo una actitud de aceptación sin juicio.
- **Técnica AWARE:** Es una técnica que enseña al paciente a observar la ansiedad sin reaccionar de manera negativa. Se observa la sensación y se espera que disminuya de forma natural mientras continúa con la actividad.

Estas técnicas resultan relevantes para el presente proyecto, ya que pueden ser transformadas a soportes gráficos o herramientas visuales, y así el usuario deja de depender exclusivamente de la sesión terapéutica y puede tener consigo un acompañamiento tangible que puede utilizar en cualquier momento.

1.4.2.3 EFICACIA EN EL TRATAMIENTO DE TRASTORNOS PSICOLÓGICOS

La Terapia Cognitivo-Conductual, debido a su alta eficacia, suele emplearse en el tratamiento de diversas condiciones psicológicas, como la depresión, los trastornos de ansiedad, el trastorno obsesivo-compulsivo, trastornos alimenticios y adicciones. La evidencia de este tratamiento ha



Figura 7.



demostrado a comparación de otros, que es el que mejores resultados ha generado, tanto en la reducción de los síntomas principales como en la mejora de variables asociadas, como la autoestima, las habilidades sociales y la regulación emocional, lo que la posiciona como un tratamiento de primera elección, frente otras (Hofmann et al., 2012).

Debido a que la TCC, ha demostrado ser efectiva para el tratamiento de la ansiedad social por sus técnicas funcionales y estructuradas, refuerza la idea de crear recursos externos a la terapia que sirvan de apoyo y faciliten el trabajo clínico.

1.4.3 COMUNICACIÓN VISUAL

1.4.3.1 DEFINICIÓN Y CONCEPTOS

La comunicación visual se define como el proceso de transmitir ideas, emociones e información, a través del uso de elementos visuales como imágenes, símbolos, colores y formas. A diferencia de la comunicación verbal, esta forma de comunicar es mucho más directa y llega a través de los sentidos, lo que permite que el mensaje se entienda rápidamente sin la necesidad de leer o escuchar algo. En este sentido, la comunicación visual, más allá de hacer que algo se vea estéticamente bonito, funciona como una herramienta estratégica para influir en la percepción del usuario y su entorno (Dondis, 2022).

La comunicación visual se basa en un sistema de símbolos y códigos que aprendemos culturalmente. Según Frascara (2000), el diseño gráfico funciona como un mediador estratégico entre el emisor y el receptor, organizando los elementos visuales de forma intencional para captar la atención, facilitar la lectura y lograr que la información sea lo más clara posible. Desde un enfoque cognitivo la comunicación visual es un elemento clave para los procesos de aprendizaje y comprensión, ya que los seres humanos procesamos con mucha más rapidez la información visual que la textual. El uso de recursos visuales no solo

ayuda a que recordemos la información por más tiempo, sino que también provoca reacciones emocionales al instante.

Dentro de este proyecto, la comunicación visual es un recurso clave para facilitar la comprensión emocional, reducir la fatiga mental y acompañar a jóvenes con ansiedad social a través de mensajes claros, empáticos y accesibles.

1.4.3.2 ELEMENTOS CLAVE DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

La comunicación visual se basa en una serie de elementos que permiten que el mensaje se exprese sin la necesidad de usar palabras. Estos elementos no funcionan de forma separada, sino que se complementan entre sí, para darle un sentido completo al mensaje y ayudar a que el receptor lo entienda mejor. En el ámbito del diseño gráfico, es fundamental su uso estratégico, ya que de esto depende que tan bien las personas captan la información, la interpretan y la recuerdan.

La forma es uno de los elementos más importantes de la comunicación visual, ya que funciona como la estructura base de todo lo que vemos. Según Dondis (2022), las formas básicas como el círculo, el cuadrado y el triángulo, tienen una carga psicológica que influyen en nuestra percepción. Por ello, cuando se usan de manera consciente en una composición, el diseño se convierte en una herramienta poderosa para hacer que el mensaje sea mucho más claro y efectivo.

Otro elemento importante es el color, ya que tiene la capacidad de provocar respuestas emocionales inmediatas, dirigir la mirada y darle más fuerza al mensaje. Como menciona Arnheim (2002), la forma en que percibimos los colores está relacionada con nuestra experiencia emocional, por lo tanto, su uso estratégico puede ayudar a fortalecer el significado del mensaje, sobre todo en casos donde se busca conectar con los sentimientos de las personas y transmitir tranquilidad.

De la misma manera, la tipografía es otro elemento clave porque comunica mucho más allá de las palabras. La elección de una buena tipografía no solo mejora la lectura sino que dota de intención y claridad al mensaje, puede hacer que este se sienta más cercano o más formal dependiendo de lo que desea comunicar.

Finalmente, la composición es el elemento que une a todos los anteriores. Mediante principios como el equilibrio, el contraste y la jerarquía, se organiza la información de modo que guíe el recorrido visual del usuario. Una composición bien estructurada permite que el mensaje se entienda rápido y sin esfuerzo, evitando el ruido visual y logrando una comunicación mucho más efectiva. La unión de todos estos elementos conforman la base de la comunicación visual y permiten que el diseño gráfico no solo informe, sino que también genere experiencias significativas.

En conjunto, estos elementos permiten que el mensaje trascienda lo informativo y conecte mejor con la seguridad emocional del usuario. En una propuesta dirigida a jóvenes con ansiedad social, el uso consciente de cada elemento es importante, de manera que el joven perciba la herramienta como un apoyo y un refugio visual.

1.4.3.3 IMPORTANCIA EN LA PSICOLOGÍA Y EL COMPORTAMIENTO HUMANO

En el ámbito del diseño y la psicología, la comunicación visual cumple un papel muy importante, ya que gran parte de la información que procesamos proviene de los estímulos visuales; los cuales pueden influir en nuestras emociones, actitudes y comportamientos. Según Arnheim (2002), la percepción es una interpretación activa en la que el cerebro organiza formas y colores para construir significados. Debido a esto, el diseño y la comunicación visual son herramientas estratégicas capaces de guiar la atención y generar emociones que influyan en el comportamiento humano.

Desde esta perspectiva, el diseño gráfico puede actuar como un modular de emociones y sensaciones dependiendo de cómo se estructuren los elementos visuales.

En temas relacionados con la salud mental, una comunicación visual clara y empática puede reducir la ansiedad, facilitar la comprensión de la información y permitir que el joven conecte mejor con sus emociones.

1.4.4 DISEÑO INTERACTIVO

1.4.4.1 DEFINICIÓN

El diseño interactivo es un diseño centrado en crear experiencias a partir de la interacción del usuario con el producto, sistema u objeto. Su objetivo principal es poner al usuario como protagonista, tomando en cuenta sus acciones, percepciones y emociones.

Bajo este enfoque Norman (1990), sostiene que la interacción nace de la relación entre el individuo y el objeto, donde la transparencia y la retroalimentación son piezas clave para una buena experiencia. Por otro lado Saffer (2010), expande esta idea más allá del entorno digital, argumentando que cualquier sistema que ofrezca una respuesta significativa a las acciones del usuario forma parte de este campo, cuyo fin es crear interacciones intuitivas y con una profunda carga emocional.

El diseño interactivo potencia la participación, la comprensión y la experiencia emocional entre el usuario y el producto. Bajo esta premisa, el proyecto utiliza el diseño como un soporte emocional dinámico, una herramienta que invita al usuario a participar activamente en su bienestar en lugar de ser un receptor pasivo.

1.4.4.2 PRINCIPIOS DEL DISEÑO INTERACTIVO

Los principios del diseño interactivo se centran en entender cómo se relaciona el usuario con un sistema, promoviendo una participación activa y creando experiencias significativas, a través de la interacción. Para lograrlo, es fundamental que el diseño sea claro, fácil de usar y que siempre responda a las acciones del usuario durante la manipulación y el contacto directo con el producto.



La clave de un diseño interactivo eficaz está en la coherencia y la sencillez. Cuando la estructura del objeto o sistema es consistente, el usuario no tiene que aprender a usarla desde cero, simplemente reconoce patrones y se anticipa al sistema, lo que facilita la interacción y reduce la necesidad de aprendizaje constante. Esta simplificación contribuye a disminuir la carga cognitiva, permitiendo que el usuario interactúe de manera más fluida y segura. En este sentido Norman (1990), asegura que cuando el diseño presenta una estructura clara y una retroalimentación adecuada, el usuario puede interactuar con mayor confianza y seguridad.

De este modo, los principios del diseño interactivo no solo buscan que algo sea fácil de usar, sino de crear una conexión real y satisfactoria entre la persona y el objeto diseñado. Para el presente proyecto el diseño interactivo se convierte en un apoyo que acompaña al usuario, promueve la seguridad emocional y facilita una relación más cercana con el objeto.

1.4.4.3 INTEGRACIÓN CON TERAPIAS PSICOLÓGICAS

Integrar el diseño interactivo en la psicología permite que la interacción funcione como un puente hacia la expresión de emociones y el autodescubrimiento, especialmente cuando se trabaja a partir de experiencias físicas y tangibles. Desde la perspectiva de Norman (1990), cuando un sistema es comprensible, genera una sensación de seguridad y autonomía esencial para el paciente ya que al participar activamente en experiencias diseñadas, las personas se sienten más motivadas y conectadas con su proceso de mejora, la interacción con objetos, materiales y estímulos visuales favorece una implicación corporal y sensorial. Esta interacción es relevante especialmente para las personas con ansiedad ya que reduce la incertidumbre y el miedo a equivocarse.

Por otro lado Malchiodi (2012), sostiene que los recursos visuales facilitan la comunicación de sentimientos que las palabras muchas veces no alcanzan a explicar. De esta manera, al interactuar con materiales y formas, el usuario encuentra un canal más amable para explorar lo que siente, permitiendo un autodescubrimiento más creativo y fluido.

En este sentido, el diseño interactivo no pretende reemplazar la terapia, sino actuar como un aliado estratégico que la potencia. El objetivo de este kit es acompañar al joven con ansiedad social fuera de las sesiones de terapia, ofreciendo un soporte tangible que a través de la vista y el tacto, encuentre un espacio seguro, diseñado precisamente para que él explore lo que siente y fortalezca su confianza a su propio ritmo.



1.5 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ENTREVISTA PERSONA CON TAS

- **Edad:** 22 años
- **Género:** Femenina
- **Condición:** Diagnóstico de Trastorno de Ansiedad Social
- **Contexto:** Universitaria

A petición de la entrevistada, su identidad fue protegida con el nombre ficticio de “Dayanna” al igual que sus datos personales.

La entrevista realizada a Dayanna, permitió conocer a profundidad la experiencia de una persona que convive con ansiedad social, así como las situaciones que desencadenan este trastorno y aquellas situaciones en las que se intensifica con mayor frecuencia. Asimismo, se identificaron los métodos y herramientas que Dayanna ha empleado para manejar la ansiedad, además de su opinión con respecto a la creación del kit que acompañe el proceso terapéutico.

Dayanna explica que tener ansiedad social es como vivir en un constante estado de alerta, en el cual su mente siempre está anticipando situaciones futuras y lo que podría salir mal. Con frecuencia se encuentra analizando cómo es percibida por los demás, prestando atención a sus gestos, palabras y comportamientos, lo que incrementa su nerviosismo, incomodidad y falta de confianza en sí misma.

Las situaciones en las que su ansiedad se intensifica con mayor frecuencia son aquellas en las que debe hablar frente a otras personas o interactuar con individuos que no conoce. Asimismo, suele experimentar ansiedad en situaciones cotidianas, como ir a lugares con gran aglomeración de personas como centros comerciales o mercados, o cuando siente que está siendo observada. En general, mientras más se enfrenta a situaciones nuevas o poco familiares más se intensifica la ansiedad.

Entre las estrategias que le han ayudado a sobrellevar la ansiedad está la realización de ejercicios de relajación, escuchar música, tener algún objeto en las manos, escribir lo que siente y concentrarse en estímulos visuales. Asimismo, ha probado otros métodos, como aplicaciones de relajación y diarios, los cuales resultaron útiles únicamente cuando incluían tareas simples, ya que en momentos de ansiedad le cuesta concentrarse más.



En cuanto a su opinión sobre la creación de un kit complementario al proceso terapéutico, Dayanna mencionó algunos aspectos relevantes para su diseño. Señaló que los colores que más le transmiten calma son los tonos suaves y pasteles, con respecto a las ilustraciones, prefiere que sean simples y minimalistas, evitando composiciones visuales sobrecargadas. Además, mencionó que le gustaría que el kit incluyera ejercicios sencillos o tarjetas de apoyo, que sean útiles y fácil de utilizar.

ENTREVISTA PSICÓLOGA CLÍNICA

- **Nombre:** Alexandra Marca
- **Experiencia profesional:** Psicóloga Clínica

A partir de la entrevista realizada a la Psic. Alexandra Marca, se identificaron aspectos importantes sobre la ansiedad social en los jóvenes. Ella explicó que esta condición puede deberse a diversos factores, como los genéticos, el entorno familiar en el que vive y los estilos de crianza. Por ejemplo, hay quienes crecen en hogares estrictos y como consecuencia suelen desarrollar problemas de autoestima, lo que favorece la aparición de la ansiedad ya sea de forma inmediata o a largo plazo, incluso las experiencias negativas o acontecimientos traumáticos vividos con anterioridad contribuyen al desarrollo de la ansiedad social.

Gracias a la entrevista, se pudo notar que los jóvenes con ansiedad social, experimentan reacciones físicas en determinadas situaciones como estar frente a público o personas desconocidas, presentan síntomas como enrojecimiento, aumento de la frecuencia cardíaca, sudoración excesiva, malestar estomacal, dificultad para respirar, mareos, tensión muscular y otros síntomas característicos de la ansiedad social. Como consecuencia

muchos jóvenes optan por evadir contextos o situaciones sociales que consideran amenazantes y en su lugar prefieren estar en lugares donde se sientan cómodos y seguros.

En cuanto al tratamiento, mencionó que el más adecuado para este trastorno es la terapia cognitiva conductual, ya que a través de técnicas como la reestructuración cognitiva se trabajan los pensamientos negativos del paciente. Otros tratamientos utilizados en terapia y que son efectivos son el role play, en el cual el paciente realiza una pequeña exposición de su interés y posteriormente se va llamado a personas cercanas con el objetivo de que aprenda a manejar la ansiedad de forma más consciente y aprenda a regular sus emociones cuando se enfrente a situaciones que le generan ansiedad. También se puede utilizar objetos físicos como pulseras, anillos o cadenas que al momento de manipular actúan como reguladores de la ansiedad. Estos tratamientos también deben ir acompañados de técnicas de mindfulness como la meditación y la relajación.

Con toda esta información y planteando la creación de un kit que sirva de apoyo a las terapias, la psicóloga mencionó que emplear materiales interactivos como tarjetas, gráficos, ejercicios cortos y prácticos puede facilitar el trabajo entre el terapeuta y el paciente. También es importante evitar colores demasiado intensos, la sobrecarga de información y el exceso de imágenes.

En conclusión la ansiedad social en los jóvenes puede surgir por factores genéticos o ambientales, pero mediante terapias guiadas por un médico se puede aprender a sobrellevarla y que un kit de herramientas puede funcionar como una guía de tareas y seguimientos efectiva.



Figura 8. Emotional Intelligence Toolkit.
Fuente: Equanima.

Figura 9. Componentes del Emotional Intelligence Toolkit.

Figura 10. Aplicaciones del Emotional Intelligence Toolkit.



FIG. 8

1.6 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

1.6.1 HOMÓLOGO 1

- **Nombre:** Emotional Intelligence Toolkit (Kit de herramientas de inteligencia emocional)
- **Autor/es:** Morgane Borzée y equipo de Equanima Ventures
- **Lugar:** Madrid/Barcelona
- **Fecha:** 2023
- **Enlace:** https://equanima.io/product/emotional-intelligence-toolkit/?utm_source=chatgpt.com&v=2f53e6f3f2ac

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Kit compuesto de cartas especialmente diseñadas para que el usuario explore su estado emocional de una forma guiada y reflexiva, usando para ello diferentes elementos tangibles.

ANÁLISIS CONCEPTUAL

El proyecto convierte las emociones en objetos tangibles. El kit guía al usuario paso a paso, usando una estética





FIG. 9



FIG. 10

clara para evitar el agobio visual, fomentando así el autoconocimiento y la regulación emocional.

ANÁLISIS FORMAL:

- **Estética:** Suave y calmada
- **Formato:** Cartas individuales que permiten una interacción directa, flexible y fácil de usar.
- **Cromática:** Colores suaves y diferenciados por tipo de carta para facilitar la comprensión.
- **Ilustración:** Ilustraciones simples que representan las emociones y los estados corporales.
- **Tipografía:** Sans serif, clara y legible.

ANÁLISIS FUNCIONAL

El usuario ordena las tarjetas en sus categorías (emociones, necesidades, señales corporales y respuestas desencadenadas). Luego elige una tarjeta que refleje sus sentimientos actuales, completa los ejercicios que están en la carta y por último reflexiona sobre los conocimientos adquiridos y los aplica en su vida diaria.

ANÁLISIS TECNOLÓGICO

Tecnología analógica, no depende de dispositivos digitales, lo que favorece una experiencia táctil, directa y accesible. Los materiales impresos refuerzan el vínculo entre el usuario y el objeto.



1.6.2 HOMÓLOGO 2

- **Nombre:** InnerOrbit – Mental Health Awareness Kit
- **Autora:** Isha Soni
- **Lugar:** Bangalore, India
- **Fecha:** 2025
- **Enlace:** https://www.behance.net/gallery/240199441/InnerOrbit-Mental-Health-Awareness-Kit?tracking_source=search_projects%7Ctherapy+kit+design

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

InnerOrbit es un kit que usa recursos gráficos e interactivos para conectar mejor con las personas, ayuda a reconocer, comprender y reflexionar sobre su estado emocional. Este proyecto crea una experiencia cercana con los usuarios a través de sus elementos visuales y manipulativos.

ANÁLISIS CONCEPTUAL

El kit guía paso a paso al usuario en la reflexión emocional, para ello usa gráficos simples que acompañan el proceso de introspección sin generar una sobrecarga visual.

ANÁLISIS FORMAL

- **Estética:** Contemporánea y amigable, con un lenguaje visual juvenil.
- **Formato:** Kit físico compuesto por tarjetas, guías impresas y elementos manipulables.
- **Cromática:** Paleta de colores vibrantes y contrastantes que combina tonos cálidos y fríos.
- **Ilustración:** Ilustraciones simples.
- **Tipografía:** Uso de tipografías sans serif y decorativas.

ANÁLISIS FUNCIONAL

El kit guía al usuario en la identificación y comprensión de sus emociones. Al usar la interacción física permite que el usuario participe de forma activa con el producto y establezca una mayor conexión.

ANÁLISIS TECNOLÓGICO

Tecnología analógica (impresión y materiales físicos), esta elección fortalece la experiencia sensorial y directa.



InnerOrbit

where your thoughts find balance



FIG. 11



FIG. 12

Figura 11.
InnerOrbit: Mental
Health Awareness Kit.

Figura 12.
Aplicaciones gráficas
del kit InnerOrbit.



Figura 13.
Therapy Toolkit (kit
terapéutico de apoyo
emocional) y sus
componentes.

Figura 14.
Componentes del
Therapy Toolkit.

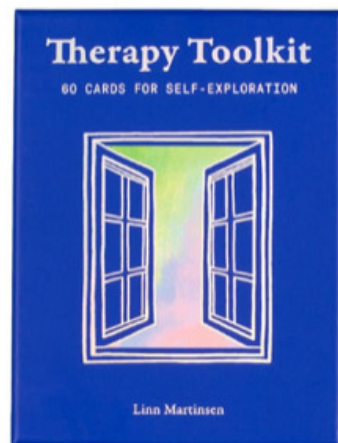


FIG. 13

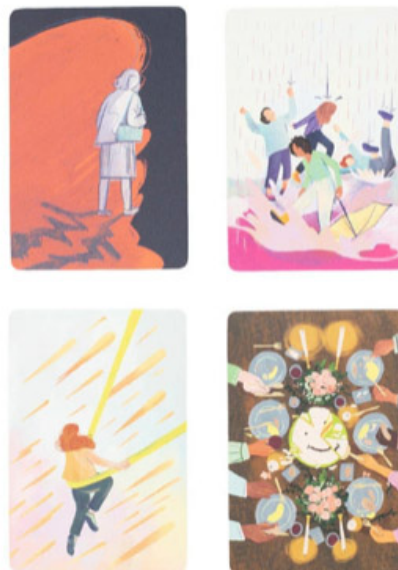


FIG. 14



1.6.3 HOMÓLOGO 3

- **Nombre:** Therapy Toolkit
- **Autor:** Cindy Kang
- **Lugar:** New York, USA
- **Fecha:** 2023
- **Enlace:** <https://www.behance.net/gallery/162080505/Therapy-Toolkit>

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Therapy Toolkit es un kit diseñado para apoyar procesos de terapia emocional mediante recursos gráficos e interactivos. Está compuesto por piezas impresas que permiten al usuario identificar emociones, reflexionar sobre ellas y comunicarlas de manera más clara durante el proceso terapéutico.

ANÁLISIS CONCEPTUAL

El kit actúa como una herramienta de mediación entre el usuario y el terapeuta, y utiliza una gráfica simple y ordenada para evitar las distracciones y favorecer la introspección.

ANÁLISIS FORMAL

- **Estética:** Sobria y neutral
- **Formato:** Kit físico compuesto por tarjetas
- **Cromática:** Paleta de colores suaves, evita contrastes fuertes para no sobrestimular emocionalmente al paciente.
- **Ilustración:** Ilustraciones simples
- **Tipografía:** Tipografía sans serif, clara y legible

ANÁLISIS FUNCIONAL

El kit funciona como una herramienta de apoyo en sesiones terapéuticas, facilitando que el usuario identifique, exprese y comunique sus emociones. La interacción es directa y física.

ANÁLISIS TECNOLÓGICO

Utiliza tecnología analógica, basada en impresión y materiales físicos. Esta elección permite una interacción directa adecuada para contextos terapéuticos presenciales



1.7 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO

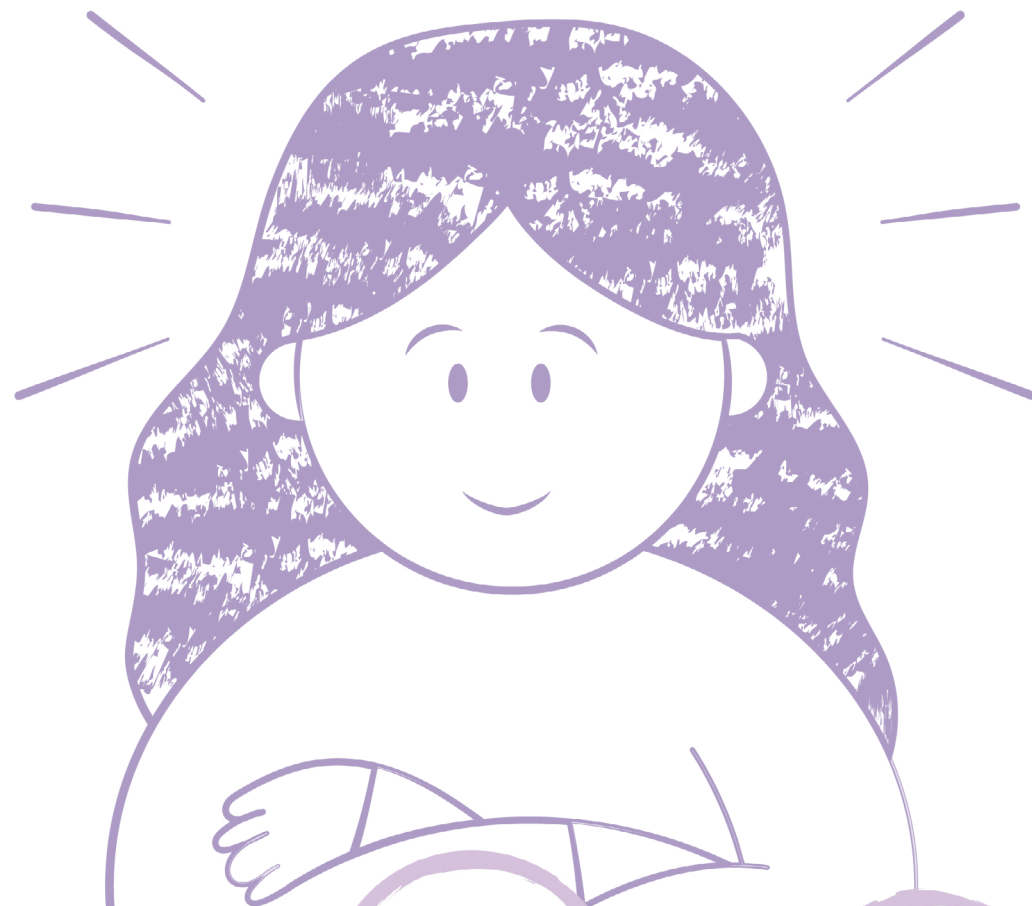
El capítulo 1 ayudó a entender y comprender mejor la problemática del Trastorno de la Ansiedad Social en jóvenes universitarios. Al revisar estos conceptos queda en evidencia que el problema no se queda solo en lo emocional; factores como el miedo al juicio o la tendencia a aislarse son obstáculos reales que interfieren en sus estudios, cómo se llevan con los demás y en la percepción que tienen de sí mismos, impidiendo que participen de forma activa con su entorno.

Por otro lado, el estudio de la Terapia Cognitivo Conductual ayudó a conocer las estrategias empleadas para modificar los comportamientos que generan malestar, destacando la importancia de contar con herramientas que motiven al joven a participar de forma activa en las terapias. En este punto, la comunicación visual asume un papel importante capaz de transmitir mensajes de manera clara y conectar con las emociones de los jóvenes. El estudio de sus distintos elementos demuestran que su uso no solo mejora la comprensión de la información, sino que interfiere en cómo el usuario se siente y recuerda. Para un estudiante con ansiedad social contar con apoyos visuales, ayuda a que el proceso sea más amigable y menos abrumador.

El análisis realizado hasta este punto permite fundamentar la toma de decisiones, que sustentan la creación de este kit como un recurso tangible. A partir de estos conceptos, el siguiente capítulo se enfocará en el usuario, el brief y el contenido del kit, con el objetivo de que el producto final sea una respuesta a todo lo analizado anteriormente.

CAPÍTULO 2

PROGRAMACIÓN



2.1 ANÁLISIS/DEFINICIÓN DE USUARIO

SEGMENTACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

- **Edad:** 18 a 22 años
- **Género:** hombres y mujeres
- **Ocupación:** estudiantes universitarios

VARIABLES GEOGRÁFICAS

- **País:** Ecuador
- **Ciudad/Provincia:** Cuenca - Azuay
- **Zona:** Urbana

VARIABLES PSICOGRÁFICAS

- **Clase social:** media - media alta
- **Estilo de vida:** jóvenes que priorizan su bienestar emocional y buscan reducir la ansiedad social en el ámbito universitario y en su vida personal.
- **Personalidad:** jóvenes que presenten falta de motivación y dificultad para regular sus emociones frente a diferentes contextos sociales. Presentan dificultades para realizar actividades en su rutina diaria. La mayor parte del tiempo prefieren estar solos o en lugares con pocas personas y se interesan por actividades como el dibujo, leer, escribir y escuchar música.

VARIABLES DE CONDUCTA:

- **Ocasiones:** “uso especial” el kit será utilizado especialmente en episodios de ansiedad social o momentos de vulnerabilidad.
- **Beneficios buscados:** fortalecimiento del bienestar emocional, apoyo en el manejo del (TAS).
- **Estatus del usuario:** usuario potencial (jóvenes con TAS o que presenten síntomas)
- **Frecuencia de uso:** uso ocasional
- **Situación de lealtad:** Ninguna
- **Etapas de preparación:** “con conocimiento” el usuario es consciente de su situación y busca herramientas para afrontarla.
- **Actitud hacia el producto:** entusiasta y positiva, el usuario percibe el kit como una herramienta de apoyo en su proceso por mejorar.

2.1.1 PERSONA DESIGN

Fernanda



- **Edad:** 21 años
- **Ubicación:** Cuencana
- **Ocupación:** Universitaria

Es una joven universitaria con ansiedad social, Para ella, una clase no es solo un lugar de aprendizaje, sino un entorno de estrés donde teme ser juzgada.

HOBBIES E INTERESES

- Leer y escribir
- Escuchar música
- Dibujar
- Espacios tranquilos

METAS

- Manejar la ansiedad social
- Reducir los síntomas físicos y emocionales.
- Desenvolverse con mayor seguridad

FRUSTRACIONES

- Miedo a ser juzgada
- Dificultad para participar en clase
- Presencia de síntomas físicos
- Falta de empatía por otras personas

MOTIVACIONES

- Mejorar su bienestar emocional
- Sentirse comprendida y acompañada
- Contar con herramientas que la ayuden en su proceso
- Afrontar la ansiedad social

Quiero dejar de sentirme juzgada, entender mi ansiedad y aprender a manejarla a mi propio ritmo

Figura 15. Persona Design. Elaboración propia.

2.1.2 MAPA DE EMPATÍA

Mapa de empatía



Figura 16. Mapa de empatía. Elaboración propia.



2.2 BRIEF

(de marca, de campaña publicitaria, de campaña social/protesta, de producto)

FECHA
2026

PRODUCTO

Kit terapéutico complementario dirigido a jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social (TAS).

OBJETIVO

Contribuir al bienestar emocional y fomentar la participación activa de jóvenes con (TAS) mediante el diseño de un kit terapéutico complementario, que sirva de apoyo al bienestar psicológico.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Kit físico e interactivo dirigido a jóvenes entre 18 y 22 años con TAS. El kit actúa como un recurso complementario para ser utilizado tanto dentro como fuera de las sesiones de terapia, a través de recursos gráficos simples y actividades interactivas.

- **Producto central:** El kit responde a la carencia de recursos de apoyo para jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social. Se propone como un sistema de acompañamiento que ayuda a los jóvenes a reconocer sus propias emociones y reacciones físicas. El objetivo es que el usuario encuentre en este recurso un aliado para su autoconocimiento, su bienestar emocional y el manejo progresivo de la ansiedad social.

- **Producto real:** El kit incluye un cuaderno tipo journaling, un conjunto de tarjetas ilustradas y elementos complementarios de apoyo emocional orientados a la creación de un ambiente de calma para el usuario. Todos estos elementos serán presentados dentro de un empaque que organiza el kit como un objeto tangible, portátil e interactivo.

- **Producto aumentado:** Como propuesta de valor añadido, el producto podría presentarse a futuro como una aplicación móvil o una página web, que incluya contenido interactivo, audios, herramientas de seguimiento emocional en tiempo real y más. Estos permitirían ampliar la experiencia del usuario y convertir el kit en un sistema de apoyo emocional más completo.

VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO

A diferencia de otras aplicaciones o diarios emocionales, el kit planea ser diseñado especialmente para jóvenes con ansiedad social, enfocándose en atender sus necesidades emocionales y cognitivas. Su diseño simple y no sobrecargado promueve una experiencia interactiva única que además de fortalecer la conexión emocional, actúa como un refugio al entorno digital.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El kit se encuentra en la etapa de introducción dentro del ciclo de vida del producto. Su valor diferencial radica en su enfoque y público objetivo. Si bien existen dentro del mercado otros kits orientados al manejo de la ansiedad y las emociones, no abordan directamente el Trastorno de Ansiedad Social.





Figura 17.

PARTICULARIDADES DEL SECTOR

El producto se inserta en el sector de la salud mental y el bienestar emocional. Tomando en cuenta que el kit está dirigido a jóvenes con dificultades emocionales, el diseño prioriza la empatía y el respeto, donde cada decisión visual, busca generar un entorno seguro para el usuario.

TENDENCIAS DEL MERCADO

Actualmente se ha observado un mayor interés tanto a nivel global como local relacionados con temas de autocuidado y salud mental. Frente a la creación de diferentes aplicaciones móviles, el kit ofrece herramientas físicas y tangibles que reduzcan la dependencia digital. Al combinar el diseño gráfico y la salud mental, el producto se inserta en un mercado que demanda herramientas de acompañamiento accesibles, sin sustituir la intervención profesional.

COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA DEL PRODUCTO

Dentro del mercado de productos orientados al bienestar emocional, se identifican tanto competidores directos como indirectos que manejan el tema de la ansiedad y la abordan desde distintos formatos y enfoques.

Por un lado los competidores directos como tarjetas y cuadernos de gestión emocional ofrecen la ventaja de ser tangibles pero en su mayoría abordan la ansiedad de manera genérica y no están diseñados específicamente para jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social (TAS). Por otro lado, la competencia indirecta incluye aplicaciones digitales de bienestar emocional, diarios personales y libros de autoayuda, que si bien al tratarse de aplicaciones que ofrecen inmediatez, por su naturaleza digital suele competir con las distracciones del propio dispositivo.

En este contexto, el kit ofrece un espacio físico de desconexión, orientado a facilitar el uso autónomo, donde el

usuario no solo consume el contenido, sino que participa e interactúa con él a su propio ritmo y en un entorno donde se sienta seguro.

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El consumidor del kit es un joven de entre 18 y 22 años que presenta trastorno de ansiedad social, generalmente experimenta ansiedad en situaciones de interacción social, lo que influye en su forma de comunicarse, concentrarse y relacionarse con los demás. El usuario busca un refugio emocional, herramientas que le permitan expresarse de manera segura, privada y a su propio ritmo. La actitud del consumidor frente al producto es receptiva, siempre y cuando esta no le exija salir de su zona de seguridad de forma abrupta.

ANÁLISIS DEL PROCESO DE COMPRA

El proceso de compra inicia cuando el joven reconoce la necesidad de herramientas prácticas para el manejo de la ansiedad fuera del entorno terapéutico. Posteriormente, evalúa opciones que eviten la exposición social y la saturación digital. La decisión se inclina hacia el kit cuando el usuario percibe a este como una herramienta que cubre sus necesidades emocionales, su ritmo personal y su preferencia por un formato interactivo. Finalmente el usuario adquiere el producto, transformando una simple adquisición en el inicio de un hábito de autocuidado.

ANÁLISIS DEL PROCESO DE USO

El proceso de uso inicia cuando el joven abre el kit y se familiariza con los elementos que contiene dentro. A partir de ahí el usuario es quien toma el control, dependiendo del estado emocional que presente en el momento, selecciona las actividades que desea realizar ya sea dentro del journal o en las tarjetas. El kit se convierte así en un espacio de descarga y reflexión que le permite al usuario comprender y fortalecer sus propias estrategias de afrontamiento frente a la ansiedad social.

2.3 DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

La siguiente tabla presenta la definición de los contenidos que conforman el kit, detallando el tipo de contenido, formato, objetivo y audiencia de cada uno de los elementos.

TABLA 1: CONTENIDOS DEL KIT				
ELEMENTOS DEL KIT	TIPO DE CONTENIDO	FORMATO	OBJETIVO	AUDIENCIA
Cuaderno de Journaling	Informativo, reflexivo y práctico	Cuaderno A5	Brindar información sobre la ansiedad social, incluir actividades de exploración, ejercicios de escritura y espacios de diario personal.	Jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social
Tarjetas de emociones	Visual e informativo	Tarjetas tipo cartas ilustradas	Facilitar la identificación y reconocimiento de emociones mediante ilustraciones y frases que apoyen la reflexión emocional.	Jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social
Tarjetas de señales físicas	Visual e informativo	Tarjetas tipo cartas ilustradas	Ayudar al usuario a reconocer las señales corporales de la ansiedad social y brindar tips de cómo puede manejarlas.	Jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social
Elemento complementario (roll-on pequeño)	sensorial	sello	Favorecer la regulación emocional del usuario mediante el uso de una fragancia relajante.	Jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social
Empaque del kit	Contenedor / gráfico	Caja	Organizar, proteger y contener todos los elementos del kit, además forma parte de la experiencia del producto.	Jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social

2.4 PROCESO DE DISEÑO U HOJA DE RUTA

TABLA 2: PLANIFICACIÓN														
DIAGRAMA DE GANTT: ACTIVIDAD	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO	
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S2	S1
1. Definición del concepto del proyecto	■													
2. Definición de los contenidos del kit	■	■												
3. Estructuración del kit (totalidad-partes)		■	■											
4. Definición de formato, materiales y sistema de armado			■	■										
5. Definición de la línea gráfica					■									
6. Selección y testeo tipográfico						■								
7. Diseño gráfico de los elementos del kit							■	■	■	■				
8. Maquetación y diagramación del kit										■	■			
9. Desarrollo del prototipo del kit												■		
10. Pruebas de impresión y pruebas de color												■	■	
11. Pruebas, validación y ajustes													■	
12. Prototipado final														■
13. Artes finalizados														■



2.5 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO

A partir del análisis y la definición del usuario, se concluye que la ansiedad social requiere un abordaje que priorice la sensibilidad emocional. Estos hallazgos fueron claves, ya que determinaron el uso de un lenguaje visual simple, no invasivo y libre de sobreestimulación, priorizando una estética que transmita seguridad y confianza al usuario. Por otro lado, el mapa de empatía permitió profundizar en los pensamientos, temores, frustraciones y aspiraciones del usuario, justificando la creación de un sistema autónomo y flexible. El diseño no busca imponer una estructura rígida, sino adaptarse al estado emocional de quien lo usa. Finalmente, los hallazgos obtenidos en este capítulo no solo definen con claridad al usuario, sino que dan dirección a las decisiones relacionadas con el diseño y las funciones del kit, asegurando una propuesta coherente, empática y alineada con los objetivos de bienestar emocional y acompañamiento que requieren los jóvenes con Trastorno de Ansiedad Social.

CAPÍTULO 3
IDEACIÓN

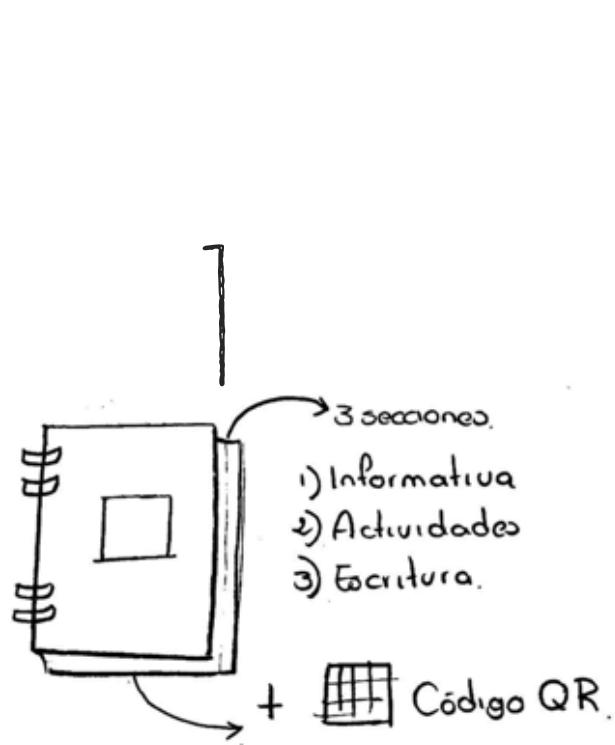


3.1 PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEAS

Para el proceso de generación de ideas se tomó en cuenta las necesidades emocionales y comunicacionales de personas con ansiedad social, con el fin de encontrar soluciones que no sólo informen, si no que acompañen al usuario durante su proceso.

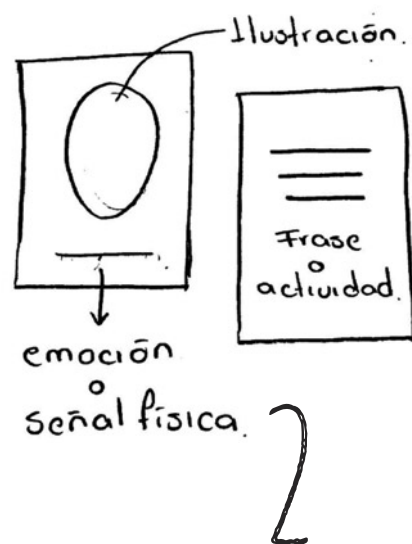
TABLA 3: CALIFICACIÓN DE IDEAS

ESTRATEGIA	SOPORTE	RECURSO	ESTÉTICA
Journaling	Cuaderno A5	Información, actividades, escritura y QR	Ilustraciones, colores suaves, diseño editorial limpio
Tarjetas de emociones y señales físicas	Tarjetas tipo cartas	Frases, preguntas, ejercicios de reflexión	Ilustraciones simples, colores suaves
Vela aromática	Vela con etiqueta	Aromaterapia, QR con audio	Diseño limpio, colores suaves
Libro para colorear	Cuaderno A5	Ilustraciones para colorear y frases	Ilustración lineal, estilo simple
Hilo (crochet)	Material textil	Actividad manual relajante	Colores suaves, material textil
Anillo antiestrés	Objeto manipulable	Movimiento repetitivo antiestrés	Diseño simple
Rompecabezas	Rompecabezas A5	Actividad de concentración	Ilustración del kit
Diario Digital	Formato digital	Registro emocional digital	Interfaz simple, minimalista



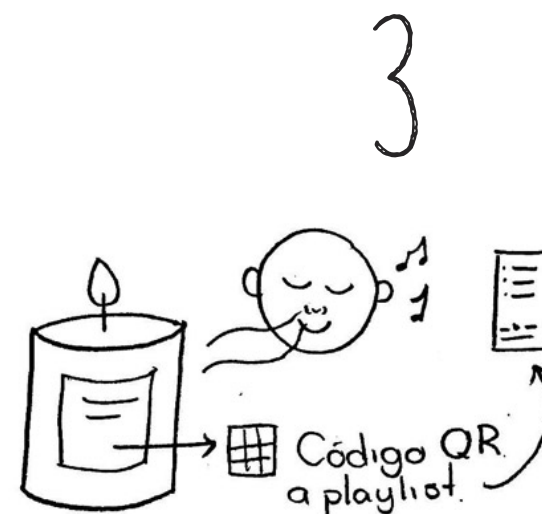
IDEA 1. JOURNALING

Esta propuesta consiste en crear un cuaderno en formato A5 que ayude al usuario a entender la ansiedad social a través de actividades interactivas, preguntas guiadas y espacios de escritura libre. Funciona como un espacio personal diseñado para que el joven registre sus pensamientos, emociones y reflexiones sobre su proceso. Además incorpora un código QR que expande la experiencia hacia podcasts y listas de reproducción que hablan más sobre el tema.



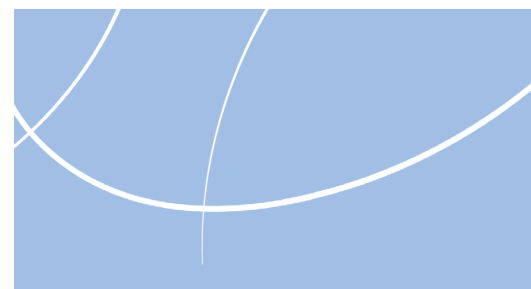
IDEA 2. TARJETAS DE EMOCIONES Y SEÑALES FÍSICAS

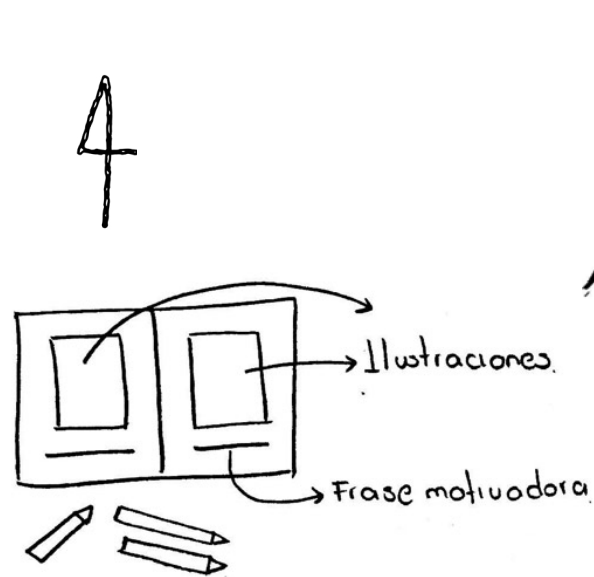
Esta propuesta toma en cuenta dos de los factores más relevantes en la ansiedad social: las emociones y las señales físicas. Cada tarjeta incluye ilustraciones en la parte frontal y frases, preguntas o ejercicios en la parte posterior. Su formato portátil permite que el usuario pueda identificar que está sintiendo en el momento y cómo puede abordar la situación dependiendo de esta.



IDEA 3. VELA AROMÁTICA

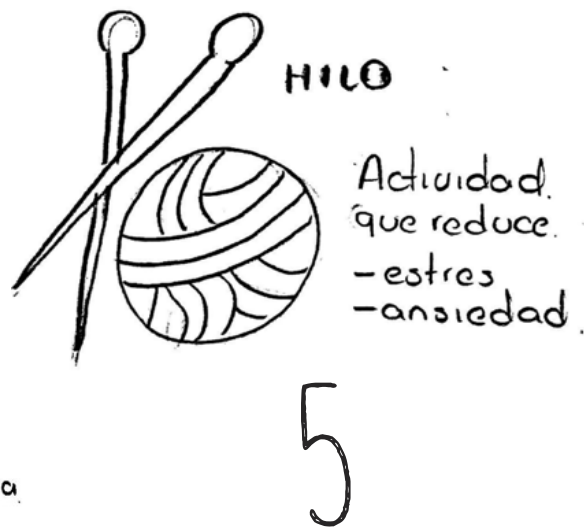
Esta idea se plantea como un elemento complementario al kit, ideal para generar una experiencia más tranquila y relajada. La vela incluye un código QR que dirige a una playlist de música relajante, respiraciones guiadas o meditaciones.





IDEA 4.
LIBRO PARA COLOREAR

Consiste en un cuaderno en formato A5 con ilustraciones sobre situaciones de ansiedad social acompañada de frases motivadoras. Esta propuesta se planteó para interrumpir el ciclo de pensamientos negativos que suelen tener las personas con TAS, permitiendo que el usuario tenga una pausa activa de manera creativa y sencilla.



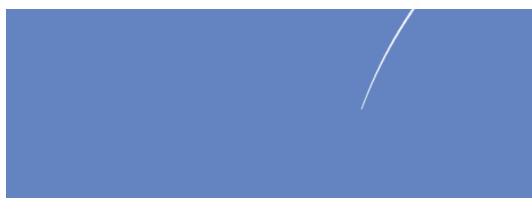
IDEA 5.
HILO (CROCHET)

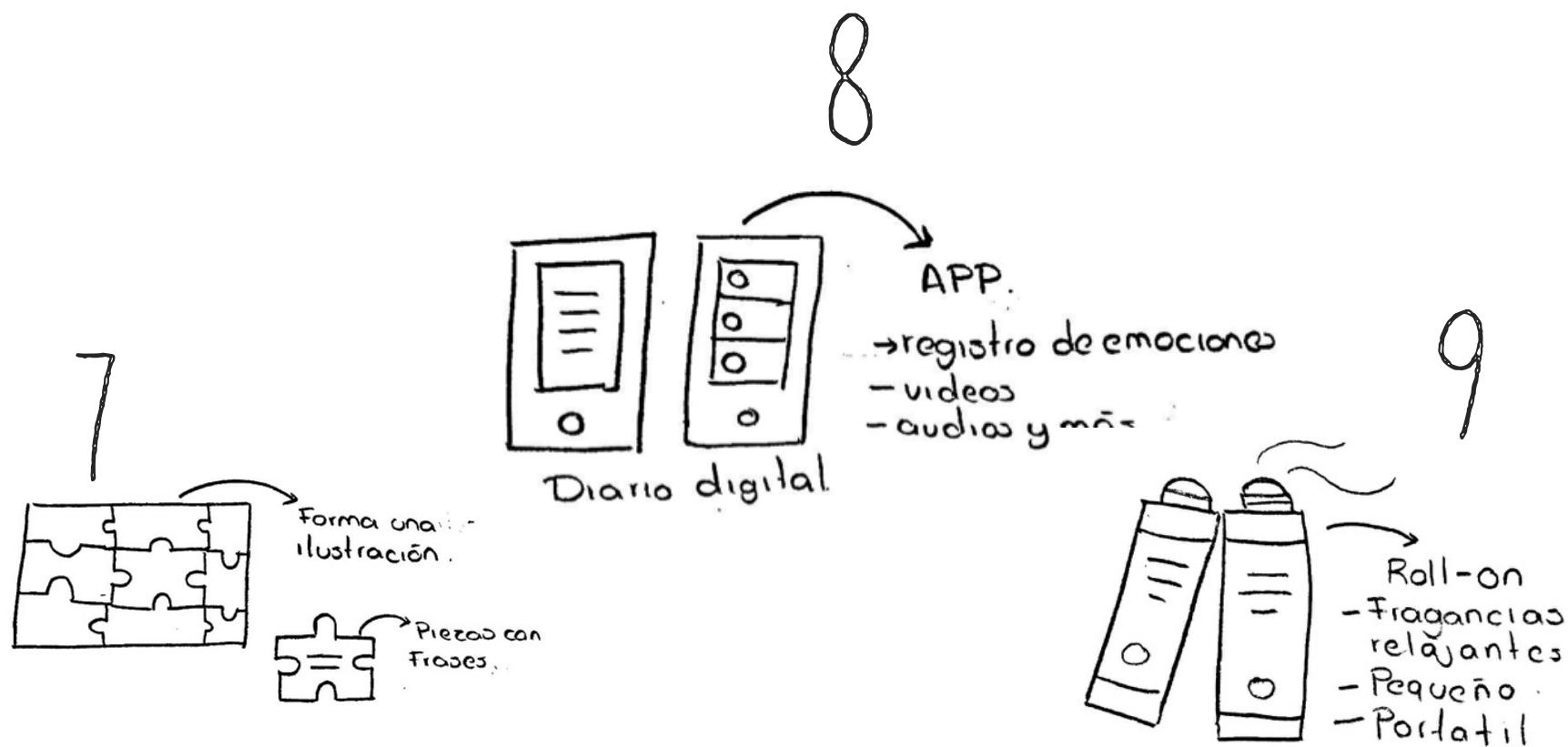
Esta idea también se planteó como una actividad complementaria al kit que ayuda a reducir el estrés y la ansiedad. Sin embargo, y entendiendo las diferentes preferencias de cada usuario, se optó por dejar de lado ya que no todos disfrutan de las mismas actividades manuales.



IDEA 6.
ANILLO ANTIESTRÉS

Una idea pensada en un objeto que ayude a calmar la mente mediante el tacto y el movimiento constante. Por su tamaño es fácil de transportar y usar en cualquier momento, aunque su fabricación puede aumentar el costo del proyecto.





IDEA 7. ROMPECABEZAS

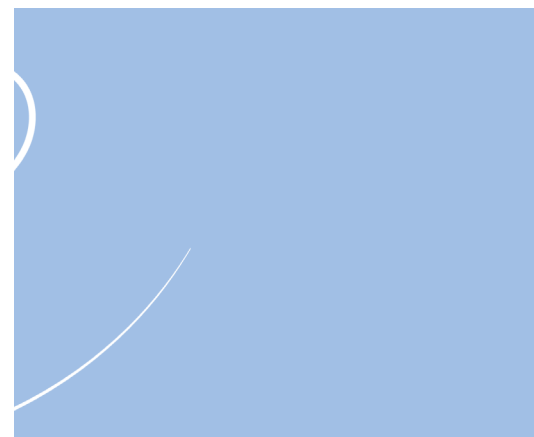
Esta idea se plantea como una actividad de concentración y una forma de interrumpir el ciclo de sobrepensamiento. Cada pieza tendrá en la parte posterior frases relacionadas con pensamientos comunes en la ansiedad social y al finalizar la actividad se mostrará una ilustración final con una frase motivadora. Se tiene en cuenta que puede ser una actividad que utilice pocas veces el usuario y además sea repetitiva.

IDEA 8. DIARIO DIGITAL

El diario digital es una alternativa al journaling físico, pensado para acompañar al usuario desde su cotidianidad a través del celular. Si bien es una herramienta práctica, también puede generar distracciones o sobreestimulación visual por el uso prolongado de pantallas.

IDEA 9. ROLL-ON PORTÁTIL

Pequeños envases tipo roll-on con fragancias relajantes, en el sello contiene frases motivadoras, ideal para que el usuario pueda llevarla a todo lado y utilizarla en momentos de ansiedad. El uso repetido de la fragancia puede generar una asociación sensorial con la calma y la relajación.



3.2 EVALUACIÓN DE IDEAS

A través de ambas matrices se compararon y evaluaron las propuestas diseñadas para el manejo de la ansiedad social; sin embargo, no todas las ideas respondían a las necesidades detectadas en la investigación.

3.3 SELECCIÓN DE IDEAS

A partir de las dos matrices de evaluación, se identificó que las propuestas 1, 2 y 9 fueron las que mayor puntaje obtuvieron y las que mejor se alineaban con los objetivos del proyecto y las necesidades del usuario. Como resultado del análisis, se determinó que la integración de estas tres propuestas conformaría el kit, no solo por su viabili-

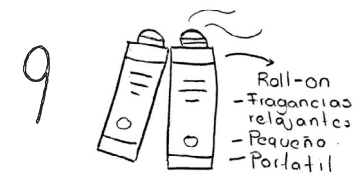
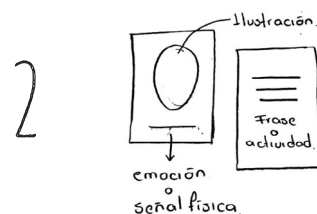
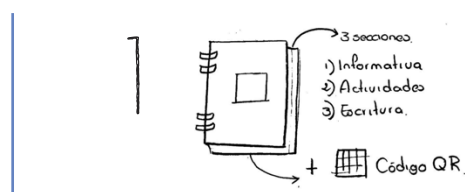
dad de producción, sino también porque permiten una interacción activa del usuario con el producto.

3.4 IDEA FINAL

La propuesta final consiste en el diseño de un kit interactivo orientado al apoyo emocional de personas con ansiedad social. El kit está compuesto por los siguientes elementos: un journal que incluye información, actividades y espacios de escritura; tarjetas de emociones y señales físicas; una vela que complementa la experiencia sensorial y un roll-on portátil. Asimismo se incorporan códigos QR que aportan la experiencia interactiva con el producto. Finalmente la combinación de estos cuatro elementos transforman el kit en una solución de diseño enfocada en la reflexión y el manejo de la ansiedad social.

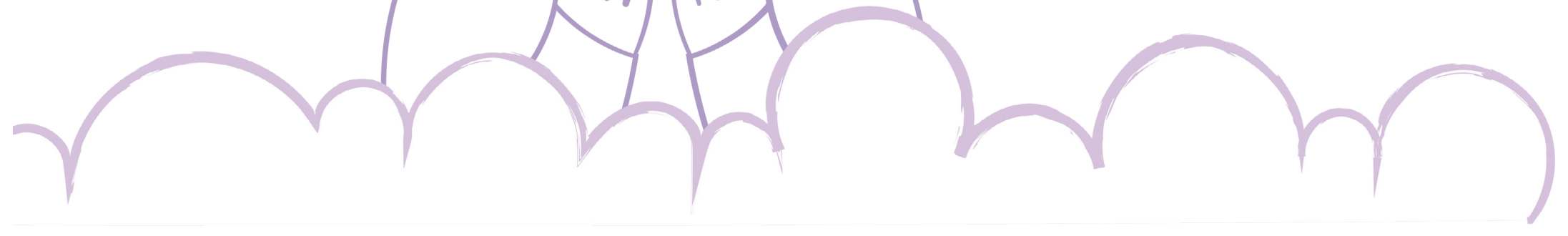
TABLA 4: EVALUACIÓN DE IDEAS

IDEA	OBJETIVO	INNOVACIÓN	TIEMPO	FACTIBILIDAD	AFINIDAD	TRASCENDENCIA	APORTE	TOTAL
1. Journaling	5	4	4	5	5	5	5	33
2. Tarjetas	5	4	5	5	5	5	5	34
3. Vela	4	3	4	3	3	3	4	24
4. Libro para colorear	3	3	4	5	3	3	3	24
5. Hilo(crochet)	2	3	2	3	2	2	2	16
6. Anillo antiestrés	3	3	3	2	3	3	3	20
7. Rompecabezas	3	3	3	3	3	2	3	20
8. Diario digital	3	4	2	2	2	3	2	18
9. Roll-on	4	5	5	5	5	4	5	33



CAPÍTULO 4

DISEÑO



INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

El capítulo 4 describe el desarrollo de la identidad gráfica del kit y las decisiones tomadas en relación con el propósito terapéutico del proyecto. Se detallan aspectos como la cromática, la tipografía, la diagramación y el estilo gráfico con el fin de evidenciar el proceso de diseño y la construcción del producto final.



4.1 PROCESO DE IDEACIÓN Y BOCETACIÓN

serie de personajes que representan emociones, reacciones físicas y situaciones asociadas con la ansiedad social con el propósito de facilitar la identificación y conexión del usuario con los contenidos del kit.

La etapa de bocetación se realizó como una fase exploratoria orientada a la construcción de la identidad visual del proyecto. Como punto de partida, se diseñaron una

Para ello, se optó por un estilo minimalista caracterizado por trazos simples, formas orgánicas y una baja carga de detalles.



Figura 18. Proceso de ideación y bocetación para la implementación en elementos del kit





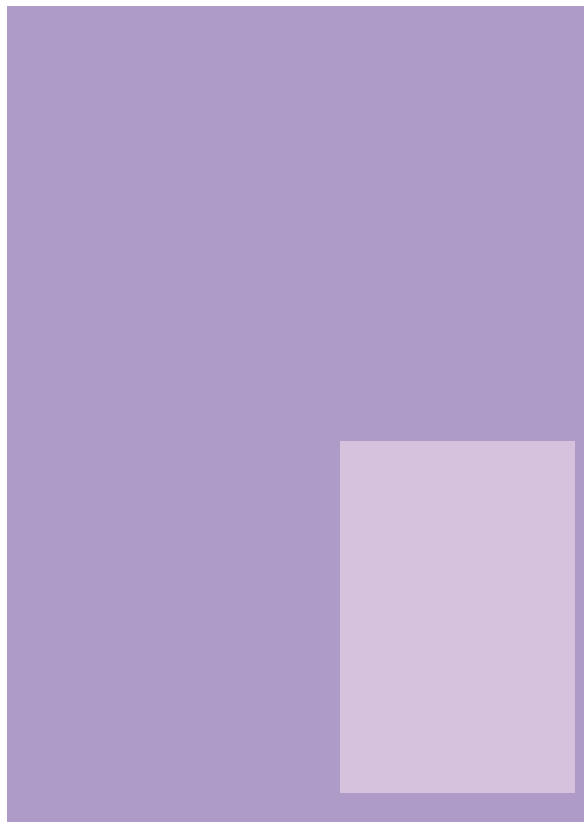
Figura 18. Proceso de ideación y bocetación para la implementación en elementos del kit

4.2 SISTEMA DE DISEÑO

4.2.1 SISTEMA FORMAL

FORMATO

- Journal: A5 (14,8 x 21 cm)
- Tarjetas: 6 x 9
- Etiqueta roll-on: (por definir)
- Caja tarjetas: (por definir)
- Caja exterior (packaging): (por definir)



CROMÁTICA

La paleta cromática está compuesta por tonos suaves y de baja saturación. Los colores se definieron con el objetivo de evitar la sobreestimulación del usuario con el producto y crear una atmósfera más tranquila y amigable.

TIPOGRAFÍA

En cuanto a la tipografía, se han seleccionado fuentes que faciliten la lectura y aporten una apariencia más cercana y moderna. La elección tipográfica busca que el contenido sea fácil de leer durante los momentos de escritura y de reflexión en el journaling.

RETÍCULA

Para la diagramación del proyecto se propone usar una retícula flexible que permita ordenar la información de manera clara y dinámica. Este sistema permitirá guiar al usuario a través de la jerarquía visual de forma intuitiva.

MÁRGENES

En la composición y diagramación se prioriza el uso de márgenes amplios y espacios en blanco para crear una lectura más ligera, limpia y ordenada, además permite que el usuario se concentre más en las actividades del kit y no se distraiga.



ESTILO GRÁFICO

El estilo gráfico general del proyecto es minimalista, basado en ilustraciones simples y formas orgánicas. El objetivo es crear un espacio visual seguro y reforzar la sensación de calma y seguridad que necesita el usuario.

Además a favor de una narrativa más simple y amable se ha decidido prescindir del lenguaje clínico y usar un tono más cercano y empático para fomentar la confianza y establecer un acompañamiento genuino.

4.2.2 SISTEMA FUNCIONAL

FUNCIONES ESPECÍFICAS

JOURNAL

Consiste en un cuaderno formato A5 con información sobre el TAS, actividades interactivas, preguntas guiadas y páginas en blanco que permite al usuario avanzar a su propio ritmo y explorar las secciones de acuerdo con las necesidades emocionales que presenta en el momento. El journal se complementa con la actividades de las tarjetas y además incluye un código QR que lleva a podcasts que abordan más sobre el tema.

TARJETAS

Tarjetas de emociones y señales físicas. Cada una incluye ilustraciones, frases y ejercicios diseñados que se com-

plementan con el journal. El formato seleccionado es ideal para que el usuario pueda llevarlas y utilizarlas cada vez que las necesite.

ROLL-ON

El roll-on con fragancia relajante funciona como un recurso sensorial portátil. El usuario puede usarlo en las manos o en las muñecas antes, durante o después de situaciones en las que sienta nerviosismo. Su función es generar sensación de calma a través del aroma, facilitando la regulación emocional en cualquier momento.

CONSIDERACIONES DE USO

El kit puede ser utilizado tanto por jóvenes que se encuentren en tratamiento psicológico como por aquellos que todavía no han iniciado pero buscan herramientas de apoyo para afrontar esta condición.

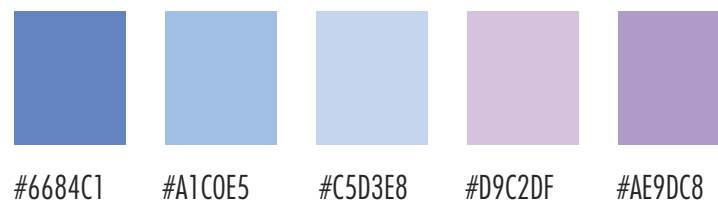
4.2.3 SISTEMA TECNOLÓGICO

Se usará un sistema de impresión digital para la impresión de todos los elementos del kit. Los elementos se elaborarán en diferentes programas como: Illustrator e Indesign y se aplicarán en materiales como papel, adhesivo y cartón, los cuales tendrán diferentes acabados. Además el código QR en la libreta permiten la integración de un recurso digital dentro el kit que enriquecen la experiencia auditiva del usuario.

4.3 DESARROLLO DEL SISTEMA GRÁFICO

4.3.1 CROMÁTICA

La elección cromática busca contribuir a una identidad visual coherente con el tono emocional del proyecto. Se utilizaron tonalidades azules y violetas pastel debido a que son colores que se asocian con la calma, la introspección, la estabilidad emocional y la sensibilidad. Además la claridad de la paleta no solo aporta una estética limpia, sino que favorece la concentración y reflexión del usuario con el producto.



4.3.2 TIPOGRAFÍA

La propuesta tipográfica seleccionada combina tres fuentes que equilibran lo emocional con lo funcional. Por un lado, las tipografías manuscritas como Another Fool y Baby Doll aportan cercanía, calidez y una sensación más humana e íntima. Su trazo imperfecto refuerza la idea de que el proceso emocional no es lineal ni perfecto, lo cual genera mayor empatía con el usuario. Por otra parte la tipografía Pill Gothic (300 mg) se utiliza como tipografía base por su alta legibilidad y claridad. La combinación de estas tres tipografías permiten que el sistema sea expresivo, pero al mismo tiempo claro y funcional.

4.3.3 TIPO DE RETÍCULA

Para la diagramación del journal se emplea principalmente una retícula jerárquica, la cual permite organizar los elementos gráficos y textuales de acuerdo a su nivel de importancia, brindando una mayor flexibilidad para el uso de ilustraciones, textos y espacios en blanco. Esta estructura permite una experiencia visual más dinámica, emocional y adaptable al contenido de cada página.

ANOTHER FOOL DEMO REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123*567890
Baby doll
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
Pill Gothic 300 mg
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



Por otra parte y para secciones como actividades, espacios de escritura y ejercicios guiados se utiliza una retícula modular que permite mantener más orden y legibilidad en la organización de los contenidos.

En el caso de las tarjetas y la etiqueta del roll-on, se emplea una retícula modular debido a que facilita la distribución de la información y mantiene mayor coherencia visual en formatos de menor tamaño.



4.3.4 ILUSTRACIONES Y RECURSOS GRÁFICOS

Las ilustraciones y recursos gráficos fueron desarrolladas bajo el estilo Line Art basada en trazos simples y minimalistas, además el uso de texturas aportan cercanía y sensibilidad. Por otra parte, a través de personajes y elementos simbólicos relacionados con las emociones, la

ansiedad y el bienestar emocional se busca generar una conexión más empática y amigable.

Este estilo visualmente ligero y poco saturado busca reducir la carga cognitiva y evitar abrumar al usuario, también permite alejarse de una estética clínica o rígida, acercándose a una experiencia visual más cálida, segura y empática.



4.3.5 MARCA PRODUCTO

NAMING Y TAGLINE

El nombre del kit “Umbral”, surge de la metáfora del límite emocional: ese punto donde las sensaciones y la ansiedad comienza a sentirse con mayor intensidad y difícil de ignorar. Bajo esta premisa, el proyecto nace para ser un puente de acompañamiento que permita al usuario identificar sus señales internas antes de llegar a una crisis.

El Tagline “Tu lugar seguro” cierra este concepto, transformando el kit en un refugio de calma y confianza donde el autocuidado y la calma son los protagonistas.

CONCEPTO VISUAL

La construcción visual de la marca se desarrolló a partir de trazos orgánicos, el logotipo emplea un gráfico de unos brazos que rodean la palabra “Umbral”, recurso gráfico que simboliza protección, acompañamiento y contención emocional.





Figura 19. Mock up portada journal

4.4 APLICACIONES GRÁFICAS

A partir del sistema visual definido, se desarrollaron los diferentes elementos que conforman el kit de acompañamiento emocional para personas con ansiedad social. Cada elemento fue diseñado para funcionar de manera complementaria, promoviendo el reconocimiento emocional, la reflexión personal y la expresión escrita mediante una experiencia de interacción accesible y visualmente amigable.





Figura 20. Mock up contenido journal

JOURNALING

El journaling interactivo constituye el elemento principal del kit. Su diseño busca proporcionar un espacio seguro y accesible para la reflexión personal. La propuesta prioriza la claridad visual, el uso de espacios amplios y una composición equilibrada que favorece una interacción cómoda para el usuario.



Figura 21. Mock up tarjetas



Figura 22. Mock up tarjetas

TARJETAS

Las tarjetas emocionales y corporales son un elemento complementario al journaling interactivo. Su diseño busca facilitar la identificación de emociones y reacciones físicas asociadas con la ansiedad social.





Figura 23. Packaging Roll-on

ROLL-ON

Como complemento del kit, se incorporó un roll-on diseñado para acompañar en momentos de tensión y malestar emocional asociados a la ansiedad social. La presentación del producto mantiene coherencia con el sistema visual del kit, de esta manera, se integra como un componente complementario que fortalece la experiencia de acompañamiento emocional planteada en el proyecto.



Figura 24. Visión general del producto y embalaje contenedor del conjunto de elementos que lo conforman.



4.5 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

El desarrollo del sistema gráfico permitió transformar los resultados obtenidos durante la investigación e ideación en una propuesta visual alineada con las necesidades y características del público objetivo. Para ello se definieron elementos como la paleta cromática, las tipografías, la composición visual, las ilustraciones y más. Priorizando una experiencia accesible, agradable y equilibrada que evitará la sobrecarga visual y respondiera a las necesidades emocionales de jóvenes con ansiedad social.

Además, estos criterios ayudaron a mantener una misma línea visual en todos los elementos que forman parte del kit. Gracias a ello, el journal, las tarjetas y el roll-on se relacionan entre sí de manera coherente, tanto en su apariencia como en su función. El resultado fue una propuesta que combina recursos informativos, interactivos y sensoriales para apoyar el reconocimiento de emociones, promover la reflexión personal y brindar acompañamiento en momentos cotidianos fuera del espacio terapéutico.

En este sentido, el capítulo 4 demuestra que las decisiones de diseño no se enfocaron únicamente en la parte visual, sino también en la manera en que el usuario interactúa con el producto. Cada elemento fue pensado para facilitar la comunicación, generar cercanía y contribuir al objetivo general del proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES

La investigación permitió identificar las principales necesidades emocionales y comunicativas de los jóvenes con ansiedad social, evidenciando la importancia de contar con recursos accesibles que complementen el acompañamiento profesional y faciliten la gestión emocional en la vida cotidiana.

El análisis teórico realizado permitió comprender las características de la ansiedad social y la manera en que el diseño gráfico puede contribuir al desarrollo de herramientas orientadas al bienestar emocional. Esto sirvió como base para la definición de criterios de diseño acordes con las necesidades del público objetivo

A partir de los hallazgos obtenidos durante la investigación y el proceso de diseño, se desarrolló un kit de bienestar emocional compuesto por un journal, tarjetas de apoyo emocional y un roll-on aromático. Cada elemento fue diseñado para cumplir una función específica dentro de la experiencia del usuario, favoreciendo el reconocimiento emocional, la reflexión personal y el autocuidado.

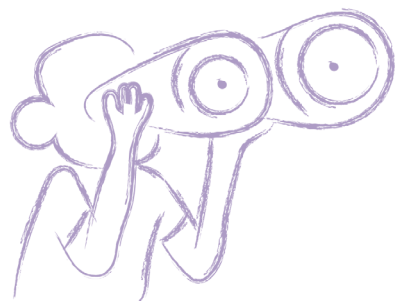
La propuesta gráfica logró mantener una identidad visual coherente en todos los componentes del kit mediante el uso de recursos visuales cromáticos y tipográficos aline-

ados con el concepto del proyecto. Esto permitió generar una experiencia más clara, amigable y fácil de utilizar

El desarrollo de este proyecto demostró que el diseño gráfico puede aportar en la creación de herramientas con enfoque emocional, donde la comunicación visual no solo cumple una función estética, sino también de apoyo y acompañamiento para el usuario

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar futuras pruebas con un mayor número de usuarios para conocer diferentes experiencias de uso e identificar posibles mejoras en los contenidos, actividades y elementos gráficos del kit.
- Se recomienda que el kit sea utilizado como un recurso complementario al acompañamiento profesional y no como un sustituto de los procesos terapéuticos dirigidos por especialistas en la salud mental.
- Para futuras versiones del proyecto, se podría incorporar una plataforma digital o aplicación móvil que amplíe la experiencia del usuario mediante contenido interactivo, seguimiento emocional y recursos multimedia.



BIBLIOGRAFÍA

- Arnheim, R. (2002). Arnheim, Rudolf. Arte Y Percepción Visual [ocr] [2002]. http://archive.org/details/arnheim-rudolf-arte-y-percepcion-visual-ocr-2002_202307
- Beck, J. S. (2011). *Cognitive Behavior Therapy, Second Edition: Basics and Beyond*. Guilford Press.
- Caballo, V. E. (1997). *Manual para el tratamiento cognitivo-conductual de los trastornos psicológicos Vol. 1*.
- Caballo, V. E., Salazar, I. C., Equipo, de, Antona, C., Bas, P., Irurtia, M. J., Piqueras, J. A., & Salavera, C. (2018). La autoestima y su relación con la ansiedad social y las habilidades sociales. *Psicología Conductual*, 23-53.
- Carlton, C. N., Sullivan-Toole, H., Strege, M. V., Ollendick, T. H., & Richey, J. A. (2020). Mindfulness-Based Interventions for Adolescent Social Anxiety: A Unique Convergence of Factors. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01783>
- Clark, David. A., & Beck, A. T. (2012). *The anxiety and worry workbook*.
- Cornelio Sánchez, D. L., Ferro García, S., Hernández Porras, N. D., & Tequia Niño, C. (2022). Desarrollo de material gráfico que informe a universitarios sobre ansiedad social. <https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/7525>
- Dondis, D. A. (with Beramendi, J. G.). (2022). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual (Segunda edición, 5a tirada, 2022)*. Editorial GG.
- Frascara, J. (2000). Jorge Frascara—Diseño Gráfico y Comunicación. <https://catedragrafica1.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/09/disen-y-comunicacion.pdf>
- García, R. R., Flores, R. A. E., Gutiérrez, A. C. P., Rojas, M. A. Á., & Agraz, F. P. (2008). *Ansiedad Social en Estudiantes Universitarios: Prevalencia y Variables Psicosociales Relacionadas*. <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133920328008.pdf>
- Hofmann, S. G. (2014). In brief: Cognitive behavioral therapy (CBT). En *Understanding Social Anxiety Disorder: A Clinician's Guide*. Institute for Quality and Efficiency in Health Care (IQWiG). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK279297/>
- Hofmann, S. G., Asnaani, A., Vonk, I. J. J., Sawyer, A. T., & Fang, A. (2012). The Efficacy of Cognitive Behavioral Therapy: A Review of Meta-analyses. *Cognitive therapy and research*, 36(5), 427-440. <https://doi.org/10.1007/s10608-012-9476-1>
- Madueño Caro, A. J., Ortega Galán, M., Benítez Rodríguez, E., Alcaraz Vera, E., & Forja Pajares, F. (2002). Síntomas relacionados con fobia social en personal sanitario. *Medifam*, 12(5), 25-39.
- Malchiodi, C. A. (2012). *Art Therapy and Health Care*. Guilford Press.
- Maldonado, M. A., García, A. G., Crespo, J. M. A., Alós, F. J., & Osella, E. M. M. (2022). Competencia oral y ansiedad: Entrenamiento y eficacia en estudiantes universitarios. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 401-434. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1800>
- Michie, K., & Mortensen Steagall, M. (2022). From Shadows: Revealing academic anxiety through graphic design. *Proceedings of the 10th International Conference on Digital and Interactive Arts, ARTECH '21*, 1-6. <https://doi.org/10.1145/3483529.3483720>
- Norman, D. (1990). *La psicología de los objetos cotidianos*.
- Olivares, J. (2009). Evaluación y tratamiento de la fobia social en población infanto-juvenil de los países de habla española y portuguesa. *Anuario de Psicología*, 40.
- Oren-Yagoda, R., & Aderka, I. M. (2021). The Medium is the Message: Effects of Mediums of Communication on Perceptions and Emotions in Social Anxiety Disorder. *Journal of Anxiety Disorders*, 83, 102458. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2021.102458>
- Ponce-Alencastro, J. A., Arredondo-Aldana, K., & Mera-Posligua, M. J. (2021). Ansiedad social: Intervención desde la terapia de aceptación y compromiso a propósito de un caso. *Revista Científica Arbitrada en Investigaciones de la Salud GESTAR*. ISSN: 2737-6273., 4(8 Ed. esp.), 104-129.
- Restrepo, M. F. (2019). *Ansiedad o fobia social en adolescentes: Una revisión cognitivo-conductual*.
- Saffer, D. (2010). *Diseño para la interacción*. https://www.academia.edu/374705/Designing_for_Interaction
- Zubeidat, I., Fernández-Parra, A., Sierra, J. C., & Salinas, J. M. (2007). Ansiedad social específica y generalizada: ¿variantes del mismo trastorno o categorías diferentes con características similares? 7.



ANEXO

En esta sección se incluye un link que dirige a un drive con los anexos correspondientes a las entrevistas realizadas durante el desarrollo de la investigación, con el fin de optimizar el espacio del documento y facilitar el acceso a la información completa.

https://drive.google.com/drive/folders/1OKluXUGDxLkHJvcj3yqnSMqVS3Y_G4Hu

