



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

**ESTRATEGIA DE DISEÑO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL
CONSUMO DE SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES Y VIOLENCIA EN LOS
JÓVENES ADOLESCENTES DEL “COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL
AMAZONAS” DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2022.**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de licenciada en Diseño Gráfico

Autora

Cueva Jácome Josselyn Nicole

Tutor

Msc. Caicedo López Andrés David

QUITO – ECUADOR
2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Yo, Josselyn Nicole Cueva Jácome, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular con el nombre “Estrategia de diseño gráfico para la prevención del consumo de sustancias estupefacientes y violencia en los jóvenes adolescentes del “colegio nacional experimental amazonas” del distrito metropolitano de Quito, 2022”, como requisito para optar al grado de Licenciada en Diseño Gráfico y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 23 días del mes de marzo de 2023, firmo conforme:

Autor: Josselyn Nicole Cueva Jácome

Firma: 

Número de Cédula: 1724927346

Dirección: Pichincha, Quito, La Magdalena, Biloxi.

Correo Electrónico: josscueva21@gmail.com

Teléfono: 0992504713

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular “ESTRATEGIA DE DISEÑO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES Y VIOLENCIA EN LOS JÓVENES ADOLESCENTES DEL “COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AMAZONAS” DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2022” presentado por Josselyn Nicole Cueva Jácome para optar por el Título Licenciada en Diseño Gráfico,

CERTIFICO

Que dicho Trabajo de Integración Curricular ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte los Lectores que se designe.

Quito, 23 de marzo del 2023



Firmado electrónicamente por:

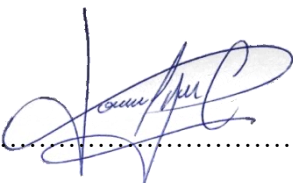
ANDRES DAVID
CAICEDO LOPEZ

.....
Msc. Caicedo López Andrés David

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Quito, 23 de marzo del 2023



.....

Josselyn Nicole Cueva Jácome
1724927346

APROBACIÓN DE LECTORES

El Trabajo de Integración Curricular ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “ESTRATEGIA DE DISEÑO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES Y VIOLENCIA EN LOS JÓVENES ADOLESCENTES DEL “COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AMAZONAS” DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2022” previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico , reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del Trabajo de Integración Curricular.

Quito, 23 de marzo del 2023

.....

Zambrano Unda Hector Marcelo
LECTOR

.....

Ripalda Moya Daniel Patricio
LECTOR

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado a mis padres Jose Luis y Kathia quienes han sido siempre mi mayor apoyo y con su gran esfuerzo me dieron la oportunidad de lograr una de mis grandes metas, gracias por su eterno amor, paciencia, perseverancia y valor, porque gracias a eso me he convertido en la gran persona que soy hoy, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

A mi hermana Kimberly por su cariño incondicional, su constante motivación, durante todo este largo camino y por nunca dejarme sola en los momentos de dificultad, siendo más allá que mi hermana, mi mejor amiga. A mi abuelito Jaime por todos sus consejos, oraciones y palabras de aliento que me acompañaron siempre en todas mis metas y sueños.

Finalmente, pero no menos importante a mi esposo Steven por darme no solo su ayuda y apoyo incondicional en cada paso que he tomado durante este camino, si no por su gran amor que me ha demostrado día a día que soy capaz de cualquier cosa y que mientras estemos juntos de la mano de Dios podremos vencer cualquier obstáculo. A mi pequeño bebe que esta en camino, por ser el motor que me impulsa a seguir adelante para cumplir mis sueños y no rendirme jamás, de verdad gracias a todos.

AGRADECIMIENTO

Quiero dar mi profundo agradecimiento a todos mis profesores a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico, por brindarme todos sus conocimientos en el transcurso de este difícil camino, gracias a cada uno por su dedicación, apoyo y paciencia.

Mis agradecimientos en especial al Msc. Andres Caicedo y al Msc. Marcelo Zambrano quienes fueron mis principales colaboradores durante todo el proceso e hicieron que pueda crecer mediante este proyecto como profesional, por su constante apoyo en cada momento de este trabajo, por sus enseñanzas, la gran paciencia y sobre todo su mano amiga que no me dejo caer nunca.

Finalmente, agradezco a mis amigas Doménica y Flavia, por brindarme su sincera amistad y en el transcurso de toda nuestra carrera haber pasado tantos momentos felices, risas, sueños y lágrimas que nos unieron para poder apoyarnos en seguir luchando por nuestras metas, de verdad gracias a cada uno.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	1
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	4
APROBACIÓN DE LECTORES	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
INDICE DE TABLAS	10
INDICE DE GRÁFICOS	11
RESUMEN EJECUTIVO	12
ABSTRACT.....	13
CAPITULO I	
INTRODUCCIÓN	14
ANTECEDENTES	15
PROBLEMA.....	17
JUSTIFICACIÓN	18
OBJETIVOS	19
CAPITULO II	
MARCO REFERENCIAL.....	20
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE DISEÑO	22
CAPITULO III	
METODOLOGÍA.....	33
CAPITULO IV	
PROPUESTA.....	35

CAPITULO V

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA 53

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 54

BIBLIOGRAFÍA 55

ANEXOS 57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 (Drogas fáciles de conseguir).....	32
Tabla No. 2 (Drogas fáciles de mayor presencia).....	33
Tabla No. 3 (Disponibilidad de las drogas por dominio).....	34
Tabla No. 4 (Guion técnico)	51
Tabla No. 5 (Matriz de evaluación)	53

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura No. 1 (Boceto de identificador marcario).....	37
Figura No. 2 (Cromática).....	38
Figura No. 3 (Cromática).....	38
Figura No. 4 (Tipografía).....	39
Figura No. 5 (Identificador marcario)	40
Figura No. 6 (Afiche).....	41
Figura No. 7 (Afiche).....	42
Figura No. 8 (Afiche).....	43
Figura No. 9 (Afiche).....	44
Figura No. 10 (Afiche).....	45
Figura No. 11 (Afiche).....	46
Figura No. 12 (Díptico).....	47
Figura No. 13 (Díptico).....	48

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA: “ESTRATEGIA DE DISEÑO GRÁFICO PARA LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES Y VIOLENCIA EN LOS JÓVENES ADOLESCENTES DEL “COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AMAZONAS” DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2022”

AUTORA: Cueva Jácome Josselyn Nicole

TUTOR: Msc. Caicedo López Andrés David

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación busca realizar una estrategia de diseño gráfico para abordar la problemática del abuso y consumo de drogas por parte de los jóvenes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, con edades entre 14 y 17 años, debido a que es la principal causa de mortalidad entre los adolescentes a nivel mundial y a través de la construcción de diversos medios gráficos y audiovisuales que posteriormente serán impartidos por las autoridades de la organización dentro de las aulas, poder apoyar los procesos o estrategias de prevención previamente ya establecidos en la institución educativa. Esta estrategia visual dada mediante el diseño gráfico se definió mediante el uso de la metodología de diseño de Ambrose y Harris para determinar que productos gráficos se elaborarían al final.

DESCRIPTORES: Diseño Gráfico, drogas, adolescentes, pandillas.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA: "GRAPHIC DESIGN STRATEGY FOR THE PREVENTION OF DRUG USE AND VIOLENCE IN YOUNG ADOLESCENTS OF THE "COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AMAZONAS" OF THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO, 2022"

AUTHOR: Cueva Jácome Josselyn Nicole

TUTOR: Msc. Caicedo López Andrés David

ABSTRACT

This research seeks to carry out a graphic design strategy to address the problem of drug abuse and consumption by young people from the "Colegio Nacional Experimental Amazonas", aged between 14 and 17 years, because it is the main cause of mortality. among adolescents worldwide and through the construction of various graphic and audiovisual media that will later be taught by the authorities of the organization within the classrooms, to support the processes or prevention strategies previously established in the high school institution. This visual strategy given by graphic design was defined by using the Ambrose and Harris design methodology to determine what graphic products would ultimately be produced.

KEYWORDS: Graphic Design, drugs, teenagers, gangs

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se centra en la necesidad de implementar una estrategia gráfica de comunicación para abordar el problema de violencia y consumo de drogas por parte de los jóvenes adolescentes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, que rondan entre los 14 y 17 años, mediante la creación de varios medios gráficos y audiovisuales que serán posteriormente impartidos por medio de las autoridades de la institución.

Dentro de la unidad educativa, el cuerpo docente contribuye de manera directa con el proceso educativo de todos los estudiantes, por lo que cumple un rol muy importante al momento de abordar esta problemática social que ha afectado la vida de varios jóvenes, de esta manera las autoridades pertinentes deben tener una buena estrategia de comunicación para poder impartirla en las aulas de clases, ayudando así a la prevención del consumo de sustancias estupefacientes.

La presencia de bandas criminales cerca de las diferentes unidades educativas tiene un papel fundamental dentro de esta problemática ya que las pandillas no solo prefieren a los jóvenes por ser potenciales compradores si no también, porque son considerados elementos perfectos para distribuir la mercadería dentro de las instituciones educativas y así reducir el riesgo de ser descubiertos por la policía.

Existen diferentes causas por las que los jóvenes caen en el mundo de las drogas y el microtráfico, como la presión social por parte de su grupo de amigos con el fin de encajar y sentirse parte de una comunidad, el ambiente tanto estudiantil como familiar que rodea a cada uno de los estudiantes y la necesidad de experimentar para tener nuevas experiencias que creen que son emocionantes o audaces y los harán resaltar entre sus compañeros, ganando su admiración o respeto.

Esta problemática social no es algo reciente en el Colegio Nacional Experimental Amazonas, según el vicerrector encargado de la institución, esto viene desde muchos años atrás, pero de una manera leve, a medida que han pasado los años el índice de casos va en aumento y esto se hace más grave para la sociedad y para la institución educativa, por lo que se ha realizado la presente investigación con el fin de brindar una concientización donde se oriente a los estudiantes para prevenir el consumo de sustancias estupefacientes.

ANTECEDENTES

Se conoce que por todo el mundo existen alrededor de 275 millones de personas que consumen drogas en los últimos años y 36 millones de personas sufrieron un tipo de trastorno en consecuencia por el consumo, en base al informe mundial referente a las drogas del año 2021, que fue publicado por la oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC, conocido por sus siglas en inglés). Según este informe, la eficacia de los estupefacientes se ha cuadruplicado en algunas partes del mundo durante los últimos 24 años, y la mayoría de los países informaron un aumento en su uso durante la pandemia. Gada Wali, la directora ejecutiva de la UNODC dijo: “Los resultados del Informe Mundial sobre Drogas 2021 de UNODC resaltan la necesidad de cerrar la brecha entre la percepción y la realidad para educar a los jóvenes y garantizar su salud comunitaria. (UNODC, 2021).

Para la presente investigación se tomaron en cuenta varios proyectos y artículos que abordan la temática del consumo de drogas en adolescentes y el diseño gráfico, pero desde diferentes perspectivas a la de este proyecto, en Costa Rica se presentó un artículo que abarca la problemática de las drogas en los estudiantes de 6to grado de la escuela Finca Guararí Heredia. Son muchas las razones que llevan a que cada vez más jóvenes consuman drogas, como la presión de los amigos como causa principal, luego los problemas familiares, la curiosidad, la búsqueda de nuevos sentimientos placenteros y la creencia de que todos a su alrededor lo hacen, lo que sugiere la influencia de los agentes socializadores estereotipados, como los amigos, en el consumo de sustancias. (Orozco, *et al.* , 2011).

También, se presenta cómo los jóvenes de 6to grado de la escuela Finca Guararí Heredia, logran obtener drogas, mostrando que las más comunes fueron el cigarrillo, el alcohol y la más conocida marihuana, las cuales son de fácil acceso en los diferentes puntos de venta cerca de la institución, haciendo que otras cosas como la cocaína, los inhalantes y el éxtasis sean aún más difíciles de obtener, dependiendo de los participantes. Debido a las complejas realidades sociales que están entrelazadas, es sumamente importante desarrollar habilidades para la vida como la comunicación segura, la autoestima y la toma de decisiones a través de la educación como herramienta para prevenir comportamientos negativos o de alto riesgo como el consumo prolongado de drogas. En resumen, se concluye que se deben promover esfuerzos permanentes para educar, sensibilizar y sensibilizar sobre las consecuencias y daños del consumo de drogas

en jóvenes a través de materiales gráficos que brinden la información necesaria sobre este tema (Orozco, *et al.* , 2011).

Por otro lado, en la Universidad de Guayaquil se realizó otra investigación sobre el consumo de sustancias psicotrópicas en los estudiantes de 2do de bachillerato de la unidad educativa “Juan Bautista Aguirre” , ubicado en el cantón de Daule, donde se determinó que la falta de recursos es la razón por la que dentro de esta área no se puede prevenir el consumo de drogas por parte de los estudiantes, dando así la solución de crear una campaña gráfica con la que se busca llegar de manera directa a los jóvenes y darles a conocer los problemas que trae el consumo de drogas, las causas principales que pueden llevar a los chicos a empezar con la adicción y como el colegio es un factor de vital importancia para la prevención de este problema. En de la campaña gráfica se realizó la creación de una marca específica para la misma, acompañada de afiches, trípticos y folletos informativos que se repartieron a los estudiantes del colegio (Sobeyda, 2014).

En la ciudad de Ambato se realizó una investigación en la fundación “Jardín del Edén”, sobre cómo el diseño gráfico tomado desde un punto de vista de rehabilitación ocupacional laboral puede generar cambios de comportamiento en los jóvenes que consumen drogas. Como resultado de la investigación se obtuvo que en la fundación se deben realizar actividades de nivelación de conocimientos computacionales en los jóvenes para que adquieran una mejor destreza, además de brindar dentro de la fundación un curso especial del software Adobe Illustrator para dar las herramientas básicas de la creación de piezas gráficas y fomentar en los jóvenes el interés de utilizar técnicas didácticas activas que invitan a la reflexión para resolver problemas simulados y del mundo real.

Los usuarios de la Fundación Jardín del Edén reflejaron antes y después de los talleres de diseño gráfico un riesgo de consumo entre moderado y bajo, al aplicar en los jóvenes el taller sobre diseño como el resto de terapias ocupacionales de la fundación, se muestra un cambio importante, mejorando la calidad de vida de los consumidores y reinsertándolos laboralmente en empresas con las cuales se realizan convenios posteriormente a lo aprendido, disminuyendo el consumo significativamente (Sánchez y Chaglla, 2018).

PROBLEMA

En la actualidad los jóvenes empiezan un consumo progresivo de varias sustancias estupefacientes poniendo en riesgo su salud y seguridad, entre otras razones, con el fin de lograr sentirse indestructibles dentro de su círculo social y así destacar y tener aceptación, este consumo ocurre desde la menor medida con el acceso a drogas legales como el alcohol y cigarrillos, pasando luego a las drogas ilícitas que son cada vez más fuertes. En el caso de los jóvenes adolescentes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas” en la ciudad de Quito, el entorno en el que se mueven presenta una fuerte afectación al acceso de sustancias estupefacientes, generando una ola de violencia dentro y fuera de la institución educativa.

Por tanto, el presente proyecto de investigación busca saber cuál es el manejo que las autoridades del plantel tienen frente a esta problemática y cómo la abordan con los estudiantes, tomando en cuenta cuáles son las estrategias preventivas que presentan dentro de las aulas de clase y si han resultado efectivas. Esto ayudará a determinar cómo desde el uso del diseño gráfico, se puede proponer una colaboración para la lucha contra esta problemática en la sociedad.

JUSTIFICACIÓN

El constante expendio de sustancias es la principal causa de mortalidad en los jóvenes a nivel mundial, este problema radica como uno de los más influyentes y esto se debe a la gran facilidad y disponibilidad al momento de adquirir. (OMS, 2000). En la actualidad una constante es la violencia que a la vez genera un panorama más complicado.

Por esta razón, en el presente proyecto se ha propuesto analizar cómo los estudiantes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas” están expuestos a diversas sustancias estupefacientes. Por otro lado, de qué manera la colectividad educativa hace frente al problema que cada vez se vuelve más caótico, llevando a cabo una investigación de campo dentro de la institución y mediante la implementación de un trabajo de diseño colaborar en los procesos ya existentes para la prevención del problema y que concientice a los jóvenes. También es trascendental destacar el problema sea social, económico o cultural que pasan los jóvenes al momento de ingresar a este mundo caótico de las drogas. Otro punto clave para analizar es saber cómo los jóvenes llegan a tener inquietud y deseo de consumir sustancias sea por querer encajar un círculo vicioso o de una mal llamada zona de confort. Para poder determinar varios puntos también se debe investigar el entorno en el cual se ven rodeados los jóvenes en la actualidad sea dentro o fuera de la comunidad educativa.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar medios gráficos y audiovisuales como apoyo a los procesos existentes sobre la prevención del consumo de sustancias estupefacientes en los adolescentes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”.

Objetivos específicos

- Investigar las diferentes causas que llevan a los jóvenes a consumir las sustancias estupefacientes.
- Conocer las acciones que toman las autoridades de la institución frente al fácil acceso de las drogas en los adolescentes.
- Implementar los diferentes medios gráficos que se construirán dentro de las aulas de la Institución para la prevención del consumo de drogas.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA SOBRE EL CONSUMO DE DROGAS

Droga

Primero, el concepto de drogas debe identificarse, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), una droga es cualquier sustancia que se ponga en un organismo vivo en una forma de vida o inhalación, trago, inyección intravenosa, puede actuar sobre el nervioso El sistema que causa cambios físicos o psicológicos, experimentos en nuevas sensaciones o modificaciones psicológicas, lo que significa que puede cambiar el comportamiento de una persona y esto puede crear dependencia y tolerancia entre los consumidores. Hizo hincapié en que el tabaco y el alcohol étílico son las drogas psicológicas más consumidas en las sociedades industrializadas y las involucradas en los principales problemas de salud pública. (OMS, 2000).

Consumo

Es importante distinguir entre conceptos relacionados con el consumo de drogas y la dependencia. El término "uso" se refiere a una persona que toma una sustancia en un momento determinado. Por lo tanto, es un concepto general y debe entenderse como tal. Por supuesto, el consumo de drogas no siempre se considera adictivo; ya que este último se refiere a un patrón de comportamiento definido en términos clínicos, caracterizado por la preferencia por el consumo de una determinada sustancia sobre otros comportamientos cotidianos, la aparición de síntomas de abstinencia ante la privación y la incapacidad del individuo para controlar su comportamiento. consumo (APA, 2002).

Microtráfico

Otro concepto importante de abordar es el de *microtráfico*, según la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (2012), microtráfico es el tráfico ilícito de pequeñas cantidades de drogas, que al ser portadas para el consumo personal no es un delito en algunos países, dependiendo de la cantidad y pureza de la sustancia. El microtráfico es un grave problema social mundial, que tiene alta influencia en los jóvenes, ya que para las organizaciones criminales es más fácil vender a los adolescentes y convertirlos posteriormente en parte de la organización donde la empiezan a comercializar dentro de las escuelas, barrios o lugares donde ellos tienen mayor afluencia sin levantar sospechas (UPF, 2012).

Pandillas

Es necesario saber el concepto exacto de *pandillas*, según la Real academia de la lengua española (RAE), pandilla se conoce a un grupo determinado de amigos o conocidos que salen en conjunto o se reúnen de manera habitual para realizar alguna actividad; sin embargo, esto es algo genérico y dentro del contexto de las drogas una *pandilla delictiva*, según la entidad Significados, se le denomina así a los grupos de personas organizadas para cometer actividades delictivas, como robos, extorsión o narcotráfico, las cuales ejercen control de varios territorios por medio de la violencia (Pandilla, 2013).

Violencia

Se entiende por *violencia*, según la Real Academia Española (REA) es el uso de la fuerza para lograr un objetivo, especialmente para dominar a alguien o imponer algo de esta forma las organizaciones delictivas realizan crímenes violentos para dar a conocer su poder y hacerse respetar dentro del mundo del narcotráfico, en ocasiones esta violencia se da porque algunas personas saben demasiado respecto a las pandillas o les han robado las mercaderías que comercializan. Según el sitio Primicias, casi la mitad de los asesinatos ocurridos en el transcurso del 2022 se dieron dentro del contexto de la guerra de pandillas delictivas y las muertes violentas por la presencia del microtráfico se incrementaron un 104% en el transcurso de tres años (González, 2022).

En Ecuador, desde el 1 de enero hasta el 26 de abril de 2022 hubo 1.255 muertes violentas, que representan un incremento el 53% con relación al año anterior, las estadísticas nos muestran que el 47% las muertes ocurridas se dieron dentro del contexto del microtráfico, esto se debe a la guerra entre las bandas narcodelictivas que buscan establecerse dentro del mercado y ganar más financiamiento por sus actividades. (González, 2022).

FUNDAMENTACION TEÓRICA SOBRE EL DISEÑO

Para los medios gráficos que serán posteriormente realizados para completar los objetivos de esta investigación se debe establecer conceptos específicos, como:

Público objetivo

Un público objetivo se refiere a un grupo específico de personas que cumplen con algunas características comunes de las personas que pueden consumir o necesitar el

producto, servicio o marca promocionada. Este grupo se define según varios criterios para facilitar la toma de decisiones (Muyente, 2018).

El público objetivo es la base para crear toda una estrategia donde se debe entender quienes están buscando las soluciones que el producto o servicio va a ofrecer, es necesario delimitar la audiencia a la que se va alcanzar para comprender mejor al público y permite dirigir el contenido que se va a crear de manera eficiente para satisfacer a ese grupo de personas, todo este proceso se hace mediante la investigación de los posibles clientes determinando ciertos criterios como la edad, ocupación, intereses, frustraciones, lugar de residencia y en ocasiones si es relevante el género (Muyente, 2018).

Campaña gráfica

Para el producto de esta investigación se realizó una campaña gráfica, para esto se conoce como campaña gráfica a una estrategia publicitaria de comunicación que llevan a cabo comúnmente las empresas para conseguir difundir un producto, servicio o material para mantenerlo en la mente de las audiencias potenciales. Se crea mediante piezas gráficas que tienen una relación entre ellas, donde se trasmite un mensaje sobre el tema a tratar provocando curiosidad e interés en el espectador (Giraldo, 2019).

Existen varios tipos de campañas gráficas, el objetivo está en identificar con cual se va a manejar para tener claro que es lo que se busca obtener con ella, así tenemos:

1. Campaña de lanzamiento

A diferencia de la campaña anterior, esta busca dar a conocer en su totalidad a un producto nuevo dentro del mercado e introducirlo de una manera adecuada que capte toda la atención del público donde informe las ventajas y desventajas del producto y se quede de manera permanente en la mente de los espectadores (López, 2022).

2. Campaña de mantenimiento

Esta campaña se usa para recordar y mantener presente dentro del mercado y de las mentes del público un producto ya existente dentro del mercado, para lograr que sea la primera opción dentro de la competencia al momento de consumir el producto (López, 2022).

3. Campaña social

Conocida también como campaña cívica tiene el objetivo de promover un cambio dentro de la sociedad buscando conseguir un beneficio, donde toda la sociedad a la que va dirigida se una en conjunto para la causa en común de mejorar la calidad de vida de todas las personas sobre un tema en específico (López, 2022).

4. Campaña institucional

Son campañas corporativas que trabajan con la imagen de la marca, donde la empresa comunica todas las labores que están llevando a cabo para establecer relaciones en el largo plazo tanto con los consumidores de la marca como con los potenciales clientes (López, 2022).

5. Campaña industrial

Estas campañas son hechas por empresas o marcas específicas que buscan recordar a la gente las ventajas de un producto sobre la competencia para que sea la primera opción al momento de elegir en el mercado (López, 2022).

La campaña gráfica se da a conocer por medio de varias piezas gráficas como afiches, dípticos, folletos informativos, etc. Para transmitir de manera efectiva una campaña gráfica se debe tener en cuenta principalmente el público objetivo al que va dirigida, crear o utilizar un identificador marcario en conjunto a un eslogan que sean persuasivos para convencer a los consumidores de la necesidad que tienen ante el tema o producto que la campaña presenta (Pérez, Gardey, 2019).

Para el desarrollo del presente proyecto se implementó la utilización de una campaña social sobre la temática del fácil acceso a las drogas en los adolescentes, con el fin de crear conciencia dentro de la institución educativa del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, mediante el uso de las diferentes piezas gráficas que se usan en una campaña gráfica.

Identificador marcario

Se refiere a la identificación comercial de los bienes y servicios que ofrece la empresa y cómo distinguirlos de los bienes y servicios de los competidores, permitiendo que los consumidores los reconozcan y asocien sus deseos o ciertos atributos a la empresa, especialmente en función de las necesidades existentes de varios tipos de tarjetas que puedes crear (Cassisi, 2011).

Existen varios tipos marcarios que se pueden utilizar, cada uno presenta sus beneficios y carencias particulares que ayudan a saber cuándo es el momento más adecuado para utilizarlos, la clave está en que la persona encargada de diseñar un identificador marcario sepa decidir cuál de los tipos es el más conveniente de usar para su caso específico (Cassisi, 2011).

1. Logotipo puro

Todos los tipos marcarios presentan un logotipo, de ahí que el logotipo puro sea el más sencillo de imponer, solo basta que el público asocie directamente el signo gráfico y lo pueda leer y pronunciar sin problemas para recordarlo de manera rápida.

2. Logotipo con fondo

La principal contribución de este tipo de fondo es apoyar el logotipo y hacerlo más identificable, incluidos los fondos a todo color, como los círculos que rodean el logotipo, que ayudan a crear un mayor impacto visual, más identidad de marca, más comercial, más remotamente identificable. y repetición continua.

Para establecer de una mejor manera un identificador marcario se debe tener en cuenta las necesidades concretas de donde se va a aplicar el identificador marcario y así determinar el tipo marcario que se va a utilizar usando. Para este proyecto después de establecer el identificador marcario se determinó también un eslogan que ayudó a darle más carácter a la campaña gráfica que se va a realizar.

Eslogan

Una frase promocional corta y contundente conocida como línea introductoria que resume los beneficios de un producto o servicio típicamente asociado a una marca, contiene el eje central de la campaña gráfica, debe incluir un máximo de cuatro a seis palabras. manténgalo breve y fácil de recordar para que los espectadores puedan identificarlo con el producto y la marca (Franco, sf).

Los objetivos que tiene un eslogan es el de destacar la esencia de la empresa o marca que lo utilizan, además de incentivar la compra del producto o servicio creando un mensaje único para destacar entre la competencia y que los usuarios puedan recordarlo con facilidad. El eslogan debe tener también ciertas características específicas que ayudan a

darle mas carácter dentro del mercado, debe ser breve para expresarse en un lapso de tiempo muy corto, ser original para que se diferencie del resto, impactante para que logre generar alguna emoción en los usuarios, existen varios tipos de eslogan que se pueden aplicar como:

1. **Eslogan publicitario:** es el que se utiliza comúnmente en los anuncios publicitarios
2. **Eslogan descriptivo:** es el que describe todas las características de un producto
3. **Eslogan informativo:** este explica de una manera concisa el funcionamiento del producto o servicio
4. **Eslogan de distinción:** es el que expone algunas particularidades del producto que lo hacen diferenciarse del resto de la competencia
5. **Eslogan del mercado objetivo:** es el que mediante su frase ya indica a que publico se está dirigiendo el producto
6. **Eslogan de valor:** este destaca los atributos que ofrece el producto a nivel de valores
7. **Eslogan de nombre de marca:** este contiene dentro de su frase el nombre de la marca
(Franco, sf)

Para la campaña gráfica de esta investigación se utilizó un eslogan informativo para abordar la temática del fácil acceso a las drogas en los adolescentes y se cumplió con los objetivos planteados en el proyecto.

Afiche

Se denomina afiche al texto funcional, el cual consta de una serie de elementos, tanto escritos como gráficos, que ayudan a informar y captar la atención del destinatario transmitiendo un mensaje claro y de fácil comprensión (Class, 2020).

Los afiches deben poseer un diseño que logre captar la atención de los lectores y brinde una lectura rápida con un lenguaje breve y conciso permitiendo determinar la idea central del producto o servicio, empleando el uso de un eslogan, fotografías e imágenes que sean atractivas para los lectores, existen algunos tipos de afiches que se pueden utilizar dependiendo la necesidad como:

1. **Publicitario o informativo:** se usa para anunciar un evento específico como la ubicación de una empresa
2. **Corporativo o comercial:** se encarga de informar a los lectores los beneficios de un producto o servicio dando un mensaje general
3. **Propagandísticos o políticos:** se usan mucho en campañas electorales, donde se intenta mediante esta pieza gráfica conseguir votos
4. **Formativos:** tiene como objetivo concienciar a los lectores sobre un tema en concreto buscando cambiar su manera de actuar frente a un problema (Class, 2020).

Para la campaña gráfica de este proyecto se empleó un afiche formativo que ayudo a abordar de manera clara la problemática presentada.

Díptico

El díptico es un formulario hecho de una hoja de papel doblada, se utiliza para publicitar bienes, promociones o servicios de una empresa para atraer fácilmente la atención del público, de forma sencilla e informativa donde mantiene una interrelación entre el uso de imágenes, logotipos y textos explicativos que son directos (Ecoimpresion, 2020).

Debe tener un equilibrio entre el uso de las imágenes y el texto que suelen ser cortos y siguen un orden lógico donde el uso de colores coincida con la identidad empresarial y llame la atención de los lectores, el díptico tiene cuatro caras:

1. **Portada principal:** aquí se incluye el identificador marcario, eslogan, imágenes destacadas y el diseño principal
2. **Contraportada:** se incluyen los datos de contactos si es necesario las redes sociales, el logo y un pequeño resumen
3. **Dos caras internas:** se presenta la información importante junto con las imágenes

El díptico es una buena estrategia de comunicación que se usa mucho como recurso informativo que permite transmitir mensajes de manera masiva con un bajo costo de producción, el diseño que tiene un díptico es muy importante porque al acabar en manos de los lectores se debe cuidar el tamaño, la usabilidad, etc.

Cortometraje

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), se conoce como cortometraje a una producción audiovisual cinematográfica que comúnmente dura menos de un minuto o hasta los 30 minutos, puede abarcar los mismos géneros que las producciones de largometrajes, pero al ser de menor duración suelen ser usados para tratar temas más publicitarios o de concientización.

El uso del cortometraje dentro de las campañas gráficas es una estrategia creativa que ayuda a contar una historia interesante que logre captar la atención de los espectadores lanzando un mensaje que hace aflorar las emociones de los consumidores (Barrera, s.f.). En este proyecto se empleó la creación de un cortometraje publicitario que ayude a concientizar a los espectadores sobre la problemática social que se presenta dentro del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”.

Cromática

Se entiende por cromática a la representación gráfica de los colores con base en el tono o matiz, esta se emplea de manera estratégica para gestionar una marca, así como sus productos y servicios, por medio de la cromática se puede transmitir sentimientos y despertar sensaciones en base a la psicología del color (Anónimo, 2018).

El color es fundamental dentro del ámbito de las campañas gráficas ya que define la personalidad que va llevar y gracias al color se da el nivel de interés que el espectador pueda tener sobre un producto o servicio, los principales conceptos con los que se asocia a los colores son:

1. **Amarillo:** se lo asocia con optimismo, energía y felicidad
2. **Rojo:** este ligado con la fuerza, la sangre, el peligro y el amor
3. **Azul:** se lo asocia con la lealtad, confianza, verdad y sabiduría
4. **Naranja:** está relacionado con la creatividad, el éxito y el entusiasmo
5. **Verde:** es el color representativo de la naturaleza, asociado con el crecimiento, la fertilidad y la armonía
6. **Violeta:** indica poder, lujo, independencia y nobleza
7. **Blanco:** se relaciona con la luz, la pureza y la inocencia

8. **Negro:** este ligado con el misterio, la muerte, el mal y también a la elegancia y poder
(EfectoLED, s.f.)

Tipografía

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) se entiende por tipografía a una técnica de impresión de texto o dibujos de una fuente o formulario, después de aplicar tinta al papel.

La tipografía es una parte fundamental de la campaña gráfica ya que gracias al uso de las diversas formas tipográficas se logra entrega mensajes efectivos mediante el uso de tipos legibles sin serif y sin ornamentación para que los lectores puedan entender el mensaje de manera rápida; sin embargo, dependiendo el público objetivo que se tenga, se puede cambiar el estilo tipográfico en función a las necesidades del grupo (Cristobal, 2017).

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó como base de inicio el pensamiento del diseñador al momento de empezar con el proceso, estudiando la problemática presentada de una manera subjetiva, donde se aplicó una metodología cualitativa ya que no se tomaron datos estadísticos para el análisis del estudio, si no se obtuvieron opiniones subjetivas del grupo de personas seleccionadas como informantes principales para la investigación.

Este proyecto se hizo mediante la aplicación de la Metodología del Diseño de Ambrose y Harris (2010), la cual está dividida en 7 fases: la Definición, Investigación, Ideación, Prototipo, Selección, Implementación y el Aprendizaje.

Fase 1 – Definición

En esta primera fase se estableció mediante un acercamiento informal a la institución que fue foco de estudio cual era el problema a tratar, siendo este la violencia y fácil consumo de drogas por parte de los jóvenes adolescentes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, que rondan entre los 14 y 17 años. También, se establecieron los objetivos que se esperaban conseguir, obteniendo así una propuesta general de cómo solucionar el problema mediante la aplicación del diseño.

Fase 2 – Investigación

En esta fase se recopiló toda la información previa que se tenía sobre la problemática, tomando en cuenta análisis de datos por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del Ecuador, información de importancia por parte del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONASEP) y un estudio realizado por Silvia Corella Ramírez y Verónica Burneo dentro de la ciudad de Quito, además de los resultados obtenidos por parte de las entrevistas realizadas a las autoridades del departamento DECE del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”.

Fase 3- Ideación

Durante esta fase se estableció la creación de posibles soluciones para el problema, donde junto al docente tutor de la carrera de Diseño Gráfico se dispuso que la propuesta más acertada era la de la creación de una campaña gráfica que contenga: un identificador

marcarlo acompañado de un eslogan, un afiche, un díptico y un cortometraje. Se determinaron estas piezas gráficas como partes importantes dentro de la campaña ya que son fundamentales para la difusión correcta del mensaje.

La ejecución de estas piezas gráficas tiene como objetivo el ser una fuente de inspiración para crear conciencia dentro del centro educativo y contribuir a la generación de un cambio social.

Fase 4- Prototipo

En esta fase se propuso los primeros bocetos de todas las piezas gráficas de la campaña, las cuales fueron validadas junto al docente tutor de la carrera de Diseño Gráfico para establecer mediante un proceso de diseño si de manera visual eran funcionales y cumplían los objetivos.

Fase 5 – Selección

Dentro de esta fase se hicieron las selecciones finales de los productos gráficos, después de pasar por variaciones para llegar a las piezas finales, también, se tomó en cuenta la selección del coste y tiempo de diseño, además, de los materiales que se usaron para plasmar los productos gráficos, una vez que se completó todo este proceso de selección se pasó a dar la aprobación final para poder iniciar con la siguiente fase.

Fase 6 – Implementación

En esta fase ya se llevó a cabo la propuesta para el problema, aquí se entregó todo el material gráfico a los diferentes involucrados que se encargaron de producir el producto final como la imprenta, con la que se realizaron pruebas de impresión para asegurarse de que lo que se imprimiría sea un fiel reflejo del material gráfico final, dentro de este proceso también se fue constantemente confirmando la cantidad que se debía imprimir y como se esperaba recibir para así verificar que los resultados finales cumplían con las expectativas de diseño, terminando esta fase con la entrega de la campaña grafica completa a la institución educativa.

Fase 7 – Aprendizaje

En esta fase se recibió un feedback de todo el proceso que consistió en una retroalimentación con el “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, donde se trató de identificar si la campaña fue bien recibida por el público objetivo o que falencias tuvo.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Fase 1 – Definición

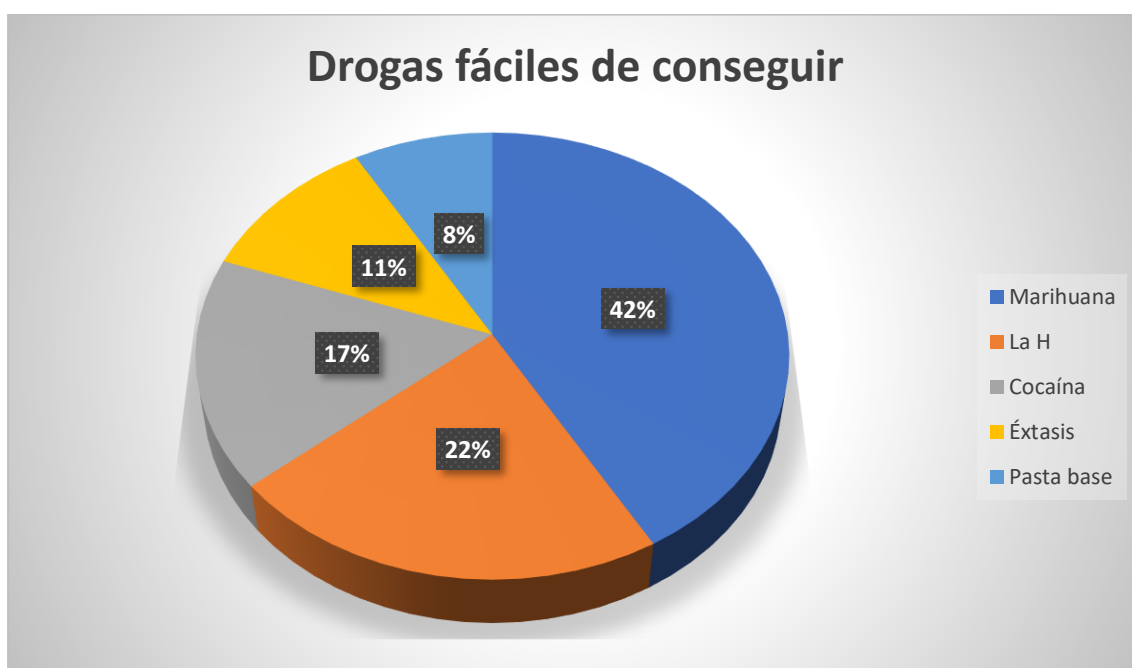
En el primer acercamiento a la institución se realizó una entrevista informal con el Vicerrector, el cual supo manifestar los diferentes problemas que se presentan dentro de la institución educativa y de esta manera se determinó que la problemática más grande era la del fácil acceso y consumo de drogas por parte de los jóvenes adolescentes del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, en especial los que rondan entre los 14 y 17 años, los cuales ya han llegado a consumir dentro de la institución y presentar diferentes episodios de violencia.

Fase 2 – Investigación

Para la presente investigación se tomó en cuenta análisis de datos según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del Ecuador, entre los años 2017 y 2021, el 29% de los y las adolescentes entre 12 y 17 años han visto a algún estudiante de colegio consumiendo drogas, en las zonas urbanas se supera el 34% y en el área rural 18%. También se mostraron los resultados de cuáles eran las drogas más fáciles de conseguir para los adolescentes.

Tabla 1

Drogas fáciles de conseguir por los estudiantes de colegio en el Ecuador (%)



Nota. Esta tabla muestra las drogas más fáciles de conseguir por los adolescentes en el Ecuador. Fuente NEC. 2021. Creada por Josselyn Cueva

Este estudio indicó también que el 46% sabe que en su centro educativo circulan diferentes drogas y el 24% dice que alguna vez habría visto a un estudiante que las vende, mientras un 48% asegura que en los alrededores de su centro educativo venden sustancias estupefacientes.

Dentro de la ciudad de Quito, los expertos en control del tráfico de drogas consideran a varios sectores como centros de micro comercialización como: Cotocollao, La Ofelia, La Mariscal, La Roldós, La 24 de Mayo, El Comité del Pueblo, Solanda, la Ferroviaria, El Camal, San Roque, el comercio de estas sustancias se da también mediante negocios de varias familias que funcionan dentro de viviendas arrendadas, y aparentemente los habitantes de esos sectores apoyan y protegen a los criminales (Ramírez, 2006).

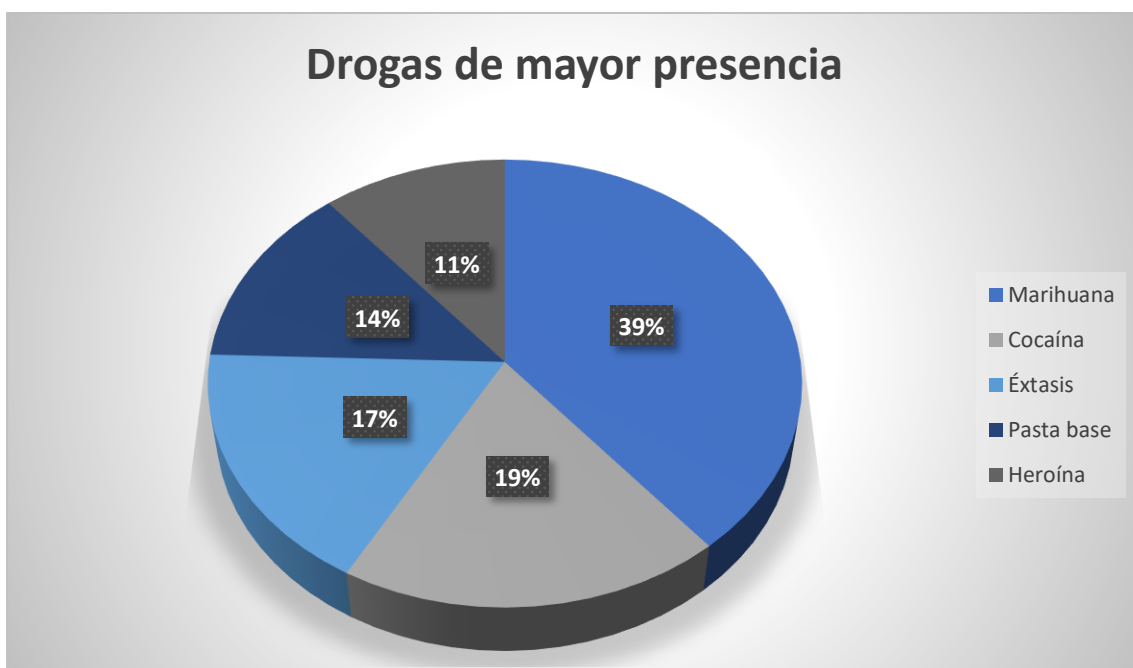
En una encuesta realizada a Estudiantes de Enseñanza Media, entre 12 y 17 años en el año 2005, se mostró que las familias donde los padres no tienen una buena relación con los jóvenes tienen una mayor proporción de consumidores, el segundo grupo que más sustancias consume son los niños de la calle, debido a la vulnerabilidad

que tienen en esta etapa de la vida, las consecuencias y perjuicios son inmediatos (Ramírez, 2006).

Dentro del medio estudiantil en la ciudad de Quito se comprobó cuáles eran las drogas que tenían mayor presencia.

Tabla 2

Drogas de mayor presencia en el medio estudiantil de la ciudad de Quito (%)



Nota. Esta tabla muestra cuáles son las drogas que tienen mayor presencia dentro del medio estudiantil en la ciudad de Quito. Fuente Ramírez, 2006. Creada por Josselyn Cueva.

Cabe recalcar que el 65% de los estudiantes no son conscientes de las dificultades para adquirir drogas, ya que manifestaron que, si no las compran en el exterior, seguramente podrán obtenerlas de otro grupo conocido de estudiantes. La disponibilidad de medicamentos por dominio dentro de la ciudad es mayor (Ramírez, 2006).

Tabla 3

Disponibilidad de las drogas por dominio dentro de la ciudad (%)

Disponibilidad de las drogas por dominio					
	MARIHUANA	COCAÍNA	PASTA BASE	ÉXTASIS	HEROÍNA
Fácil	46.5	24.1	19.3	25.4	16.0
Difícil	20.0	33.4	27.7	27.4	27.4
No podría	33.5	42.5	53.0	47.2	56.6

Nota. Esta tabla muestra la disponibilidad de diferentes drogas por dominio dentro de la ciudad.

Fuente Verónica Burneo

Según el Comité Nacional para el Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONASEP), la Ley 108 publicada en el Diario Oficial 523 del 17 de septiembre de 1990, modificada en 2005, es la única ley vigente en el país para combatir y eliminar la producción, suministro, uso, comercio ilegal de sustancias estupefacientes y sustancias psicotrópicas; Sin embargo, esta Ley, si bien existen una serie de disposiciones que prevén medidas legales contra el narcotráfico, en su artículo 30 establece: “Está prohibido arrestar a los consumidores. - Nadie puede ir a la cárcel por estar bajo los efectos de sustancias controladas.

Si bien el Ministerio de Educación (MinEduc) es el encargado de reglamentar las leyes que deben cumplir todas las instituciones educativas en materia de tenencia y consumo de drogas, la ley prohíbe el ingreso, tenencia, consumo o tenencia de drogas, publicidad, promoción, distribución o comercialización en todas las áreas de las instituciones educativas. productos del tabaco, alcohol, drogas y sustancias psicotrópicas, independientemente de la cantidad. El departamento también prohíbe el almacenamiento de drogas en cualquier cantidad en ropa, bolsos, mochilas y otros lugares dentro de la institución.

En caso de que se detecte alguna sustancia, independientemente de su cantidad, es necesario comunicarlo inmediatamente a la autoridad competente de la organización de que se trate y a la unidad o autoridad policial más cercana, quienes se encargarán de la recolección de la sustancia y practicarán las acciones legales, sin perjuicio de a que, en el caso de que un estudiante transporte las sustancias, su representante legal deberá ser notificado inmediatamente antes del inicio de la audiencia.

Mineduc define claramente que las instituciones educativas deben cumplir con el artículo 330 de la Ley General de Educación (LOEI), que afirma que se considera un grave error "consumo o promoción de alcohol, tabaco y otras sustancias o mentalidad ilegal en el molde del establecimiento. Educación de las instituciones educativas para este tipo de crimen, además de tener actividades en el campo de la seguridad de los estudiantes durante el día escolar, asegurando la integridad de la defensa física y el control de la legalidad.

Dentro del "Colegio Nacional Experimental Amazonas" se realizaron también varias entrevistas a las autoridades encargadas de promover la prevención del consumo de sustancias estupefacientes, estas fueron las cuatro psicólogas que conforman el departamento del DECE de esta institución, las cuales nos facilitaron toda la información necesaria para la investigación mediante las siguientes preguntas:

1. ¿Considera que dentro o fuera de la institución los alumnos tienen libre acceso a sustancias estupefacientes?
2. ¿Cuáles son las rutas de acción que maneja la institución frente al problema del consumo de drogas?
3. ¿Qué tipo de problemas se presentan en los adolescentes que consumen sustancias estupefacientes?
4. ¿Se mantiene una comunicación constante con los grupos de padres de familia sobre esta problemática?
5. ¿Qué medidas toma la institución con los estudiantes que ya poseen una adicción a estas sustancias?
6. ¿Si los estudiantes realizan el consumo de sustancias fuera de la institución o a sus alrededores que medidas se pueden tomar?
7. ¿Cuáles cree usted que son las causas por las que los adolescentes consumen estas sustancias?

8. ¿Se ha presentado alguna campaña de prevención? Si la respuesta es sí ¿Han funcionado de manera efectiva o porque han fallado?

Mediante las respuestas obtenidas en estas entrevistas (que se pueden encontrar en la sección de anexos al final de este proyecto), se llegó a la conclusión que las autoridades correspondientes solo tienen como plan de apoyo las rutas de acción impartidas por el Ministerio de Educación, las cuales se basan dentro del marco legal, sin ningún tipo de apoyo visual; sin embargo, la institución de manera autónoma imparte charlas constantes con los estudiantes sobre la prevención y las consecuencias del consumo de drogas, pero consideran que no es material suficiente debido a que los estudiantes no muestran interés en las charlas e incluso se fugan en las horas que se establecen para las mismas, también se evidencia que los casos de drogadicción dentro de la institución siguen en aumento.

Al no tener ningún tipo de material visual para brindar información sobre esta problemática, y no tener antecedentes de presentar una campaña gráfica, las autoridades de este centro educativo demostraron gran interés y aceptación al momento de plantear la propuesta de la creación de una campaña gráfica social que pueda ser impartida dentro del establecimiento tanto a estudiantes, padres de familia y docentes.

Fase 3- Ideación

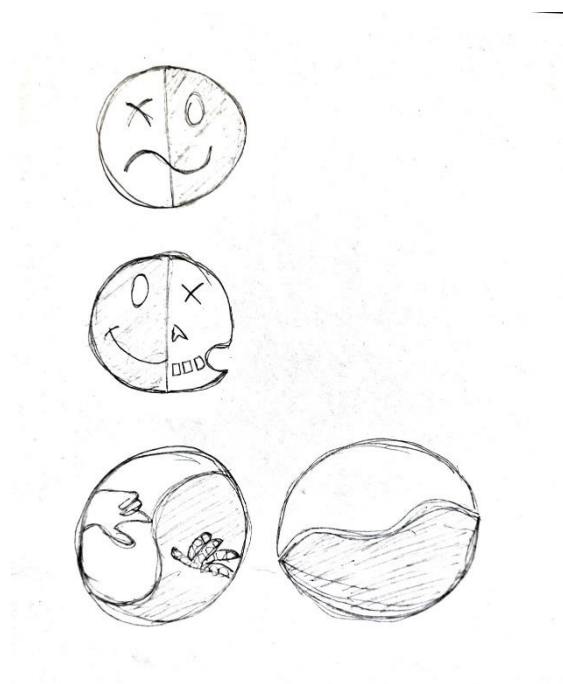
Se estableció la creación de una campaña gráfica social que sirva de apoyo a las autoridades encargadas de tratar el tema del consumo de drogas con los estudiantes, mediante piezas gráficas que fueron impresas y audiovisuales, se determinó el uso de un identificador marcario junto su eslogan para dar un nombre representativo a la campaña, las piezas gráficas impresas fueron afiches y dípticos, el afiche se eligió para dar un mensaje más general y directo ya que se colocaron en lugares estratégicos de la institución para que todos los estudiantes puedan visualizarlos sin problema, mientras tanto los dípticos fueron entregados de manera personalizada a cada uno de los estudiantes durante las charlas que se impartieron por parte de las autoridades junto al material audiovisual que se entregó para cada presentación.

Fase 4- Prototipo

En esta fase se generaron los primeros bocetos para todos los productos gráficos de la campaña gráfica.

Figura 1

Boceto de identificador marcario de la campaña gráfica.



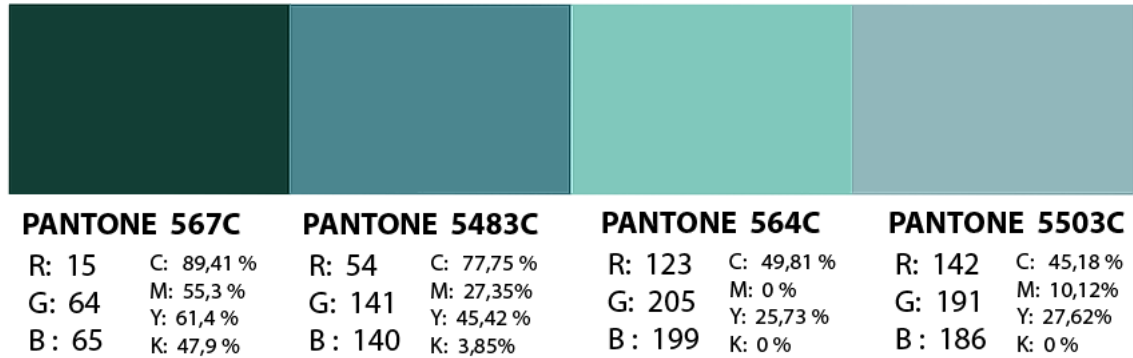
Nota. El gráfico representa las diferentes ideas para la creación del identificador marcario de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Fase 5 – Selección

En esta fase se seleccionó principalmente el tono de toda la campaña el cual es el de presentar el mensaje de una forma agresiva sobre la problemática en las piezas gráficas más grandes, mientras que en el resto presentar un tono más empático. Para la cromática de la campaña gráfica se seleccionó la siguiente paleta de tonos verdes, basándose en colores que transmiten vida y tranquilidad, además de ser juveniles para llamar la atención del público objetivo.

Figura 2

Cromática de la campaña gráfica

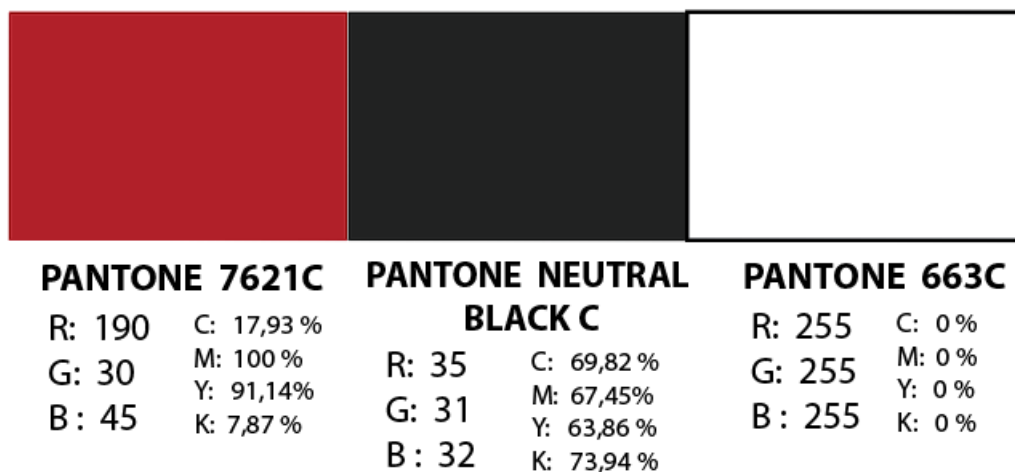


Nota. El gráfico representa la paleta cromática de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Se seleccionó también un color rojo que es representativo del peligro, tono que se utilizó en varios textos de las piezas gráficas, junto al color negro que se utilizó como fondo para algunos de los afiches, debido a que representa la maldad y el daño, ayudando a difundir de mejor manera el mensaje de la campaña y el color blanco seleccionado por contraste con los colores negro y rojo que se implementó en las fuentes tipográficas para los afiches.

Figura 3

Cromática de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa la paleta cromática complementaria de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Se eligió también la tipografía que se va a manejar en toda la campaña gráfica, principalmente la familia tipográfica llamada “**Personal Services**”, debido a que es sólida

pero también juvenil por los detalles que presenta en sus terminaciones, esta tipografía se utilizó para todos los titulares que manejo la campaña gráfica, la segunda familia tipográfica que se implementó es “**Berlin Sans FB**”, debido a que es más formal para el uso de los cuerpos de texto y textos secundarios que se presentaron dentro de las piezas gráficas.

Figura 4

Tipografía de la campaña gráfica

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789**

Nota. El gráfico representa la tipografía seleccionada de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Dentro de los bocetos se seleccionó como identificador marcario de la campaña social el gráfico de la abstracción de un rostro que representa las dos fases de una vida con y sin drogas, debido a que presentan de mejor manera el concepto de la campaña y entre todos los bocetos presentaba mejor legibilidad y visibilidad para su ejecución en los diferentes productos gráficos, complementado con su eslogan el cual da el mensaje claro de que se debe elegir siempre la vida y no tomar el camino de las drogas.

Figura 5

Identificador marcario de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el identificador marcario de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Para los afiches de la campaña se seleccionaron varios diseños en base a fotografías debido a que transmite de manera más clara los mensajes y causan un mayor impacto en el espectador. Las fotografías son más importantes ya que transmiten más cosas de una manera más rápida atrayendo la atención de la audiencia por la realidad que logran mostrar en sus composiciones (Fuentes, 2016).

Los afiches buscan transmitir un mensaje más directo y agresivo mediante las composiciones que posee cada uno para dar a entender la maldad o el daño que causan las drogas, junto a una información importante del tema manejada con el tono rojo en ciertas palabras que representan el peligro y debido a los lugares específicos en los que fueron colocados los afiches pudieron transmitir de manera general el mensaje principal de la campaña.

Figura 6

Afiche de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el afiche de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Figura 7

Afiche de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el afiche de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Figura 8

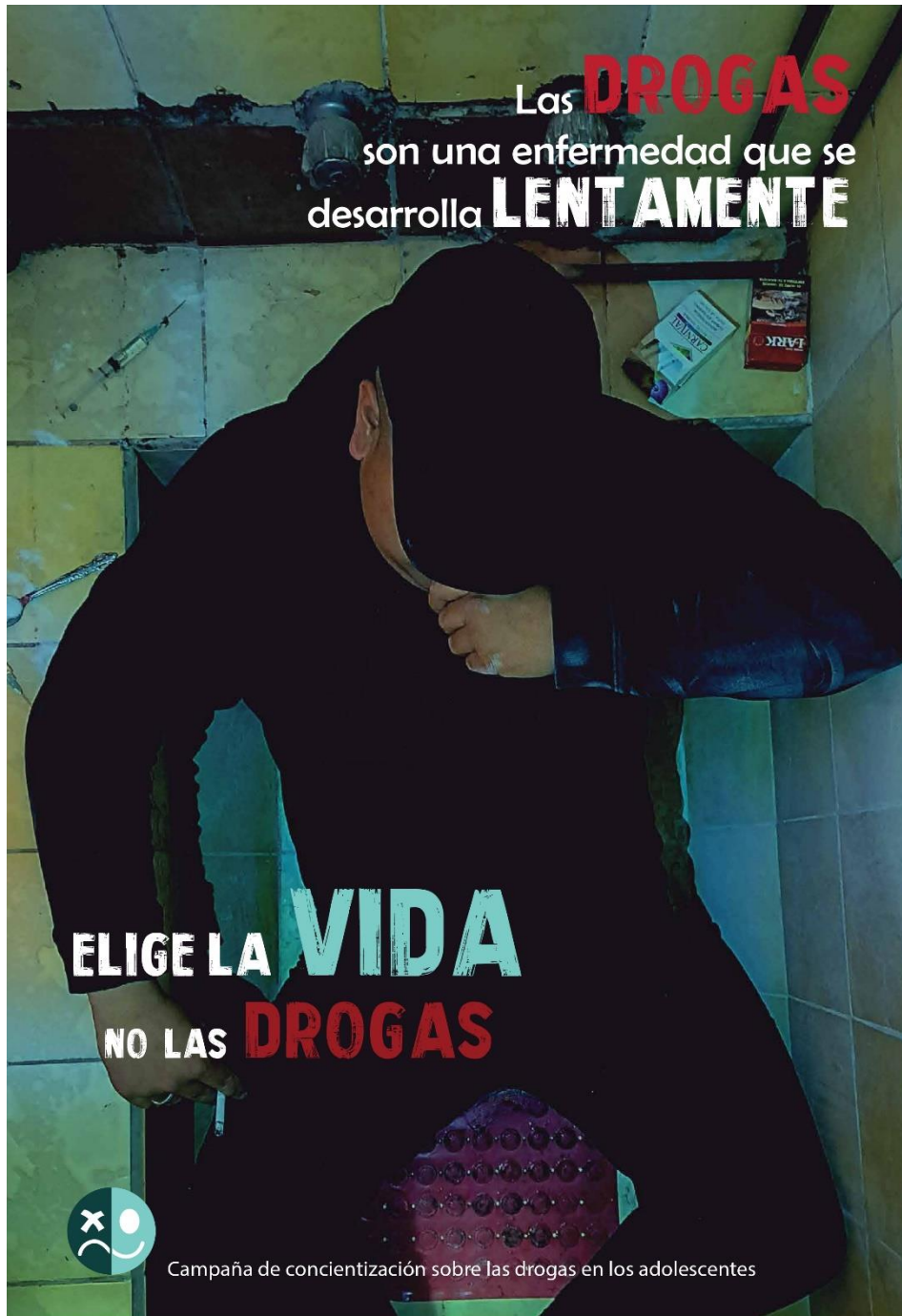
Afiche de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el afiche de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Figura 9

Afiche de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el afiche de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Figura 10

Afiche de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el afiche de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Figura 11

Afiche de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el afiche de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Para los dípticos se seleccionaron dos diseños que contenían un mensaje más empático debido a que su visualización fue de manera personalizada por todo el público objetivo y contenían información de relevancia para los usuarios que conocen o sufren ya de un problema de consumo, las formas que se tomaron para transmitir la información son para dar un dinamismo en las piezas gráficas logrando así llamar la atención de los usuarios, además de ser más útiles para su transportabilidad y visualización.

Figura 12

Díptico de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el díptico de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Figura 13

Díptico de la campaña gráfica



Nota. El gráfico representa el díptico de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva. (2023).

Para el material audiovisual se dividió en 3 partes la preproducción, producción y postproducción, en la preproducción se realizó un guion literario y técnico para tener una base de cómo se iban a realizar las diferentes escenas del cortometraje, en la producción se filmaron todas las escenas del video y finalmente en la postproducción se realizó el montaje y edición del cortometraje el cual maneja un tono emotivo, con el fin de tener un gran impacto en el público.

GUION LITERARIO

Carta de una madre para su hijo que consume drogas, con voz en off.

Yo te vi crecer y tu solo me dejaste. Siempre cuide tus sueños, vele por cada uno de tus pasos, haciendo de tus logros también los míos, ver como reías y jugabas me llenaba de felicidad, pero ahora al verte convertido en un hombre sin sueños, sin metas y propósitos, todo porque un día cuando creciste y te creías hombre, probaste el más maldito de los canceres que mutilan y destruyen.

Eres solo uno más de aquellos que enterraron sus sueños en el vicio y el sufrimiento.

Te llevé en mi vientre, te di la vida y ahora tú la destruyes en pedazos, “porqué” es la pregunta si luché incansablemente cada día, por ti para verte crecer como el más afortunado de los jóvenes.

Y ahora cada noche muero de miedo y angustia al no saber en qué rincón de mala muerte has caído y si tal vez vuelvas a mí.

No te destruyas más, eres el eterno amor de una mujer que no desea saber que la muerte te llamo a su descanso, solo y con el único olor de la maldita droga que destruyo tus sueños.

Y en tu último momento cuando ya no te quede nada, cuando solo el sonido de tu corazón deteniéndose sea un eco lento, no tendrás a esos que se hacían llamar tus amigos llorando por ti o tratando de salvarte porque al igual que tu vida se habrán desvanecido y solo si tengo las fuerzas para resistirlo yo estaré ahí, dejando ir a mi amor eterno que aunque me fallo mil veces jamás pude dejarlo solo y entonces cuando cierres tus ojos para siempre te habrás llevado mi vida contigo.

Tabla 4

Guion técnico para el cortometraje de la campaña gráfica

GUIÓN TÉCNICO

Escena	Planos	Ángulos	Descripción	Texto	Sonido
1	Plano medio	Zoom in	Bebe en brazos de la madre	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
2	Primer plano	Travelling	Pasos de bebe corriendo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
3	Plano a detalle	Fijo	Sonrisa y risa de bebe	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
4	Primer plano	Contraplanos del personaje	Hombro de la madre de espalda con el hombre de espaldas caminando	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
5	Plano general	Paneo	Drogas con una cuchara encima de la mesa	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
	Plano a detalle	Travelling	Manos sosteniendo el polvo y llevándolos a la cara		
6	Plano general	Travelling	Drogas en el suelo y hombre sentado en el suelo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
9	Plano medio	Fijo	Mujer embarazada topándose la barriga	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
10	Plano general	Paneo	Afuera de la institución	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
11	Plano General	Travelling	Hombre caminando por un callejón en la noche	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
12	Plano a detalle	Fijo	Manos pasando una funda de drogas	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
13	Plano medio	Fijo	Hombre a punto de clavarse una inyección	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano

14	Plano general	Fijo	Inyección cae al suelo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
15	Plano general	Fijo	Hombre caído en el suelo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
16	Plano medio	Zoom in	Hombre en el suelo respirando agitado con la mano en el pecho	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
17	Plano a detalle	Fijo	Teléfono en la mano llamando a un amigo y no contestan la llamada	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
18	Primer plano	Travelling	Pies corriendo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
19	Plano general	Fijo	Mujer abrazando al hombre en el suelo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
20	Plano a detalle	Fijo	Mano del hombre cayendo al suelo	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano
21	Plano general	Paneo	Drogas en el suelo y mujer abrazando al hombre muerto	Voz en off	Te Extraño - Sad Piano

Nota. Esta tabla representa los diferentes planos que se utilizaron en la creación de las escenas para el cortometraje de la campaña gráfica. Creado por Josselyn Cueva

Fase 6- Implementación

Dentro de esta fase se enviaron todas las piezas gráficas a la imprenta correspondiente para su producción tomando en cuenta que el material adecuado para los afiches fue el papel couche de 300gr mate, en un soporte de 33 cm x 48 cm para cada uno, mientras que para los dípticos se utilizó un papel estucado de 115 gr, en un soporte de 29.7 cm x 14.78 cm para cada uno. El material audiovisual se recolecto en una sola carpeta, tanto las diferentes escenas como la grabación de audio para, mediante el programa de Adobe Premier Pro se empezó con la edición de todo el cortometraje.

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Para validar la propuesta gráfica de la presente investigación se realizó una matriz de evaluación donde se estableció una valoración numérica, tomando en cuenta que 1 era deficiente y 5 era eficiente, esta evaluación fue entregada a tres expertos en el área de diseño gráfico, con el fin de comprobar si respondía de manera adecuada a los principios básicos del diseño y si lograba los objetivos propuestos para el proyecto.

Tabla 5

Matriz de evaluación del diseño de los productos gráficos para la campaña gráfica

Evaluación de los Diseños					
Criterios	Puntuación				
	1	2	3	4	5
Visibilidad					
Transportabilidad					
Legibilidad					
Se entiende el mensaje					
Impacto visual					
Orden y Limpieza					

Nota. Esta tabla representa los diferentes criterios a evaluar en las piezas gráficas de la campaña. Creado por Josselyn Cueva

Una vez recopiladas las tres evaluaciones correspondientes (que se encuentran en la sección de anexos al final de este documento) se determinó que todas las piezas gráficas cumplen adecuadamente con los criterios básicos establecidos y su diseño es válido para poder ser difundido dentro de la institución educativa.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalmente, como conclusión de este proyecto de investigación se determinó que la creación de la campaña gráfica social es un gran apoyo desde el diseño para las autoridades del “Colegio Nacional Experimental Amazonas”, debido a que no tienen ninguna estrategia gráfica para poder abordar el problema del fácil acceso a las drogas con los estudiantes, únicamente al tener las líneas de acción que el Ministerio de Educación les proporciona los jóvenes no muestran interés sobre el tema, provocando así que el número de afectados crezca exponencialmente, al empezar con la implementación de la campaña dentro de las aulas se busca dar un inicio a nuevas estrategias de prevención que la unidad educativa puede impartir.

Se recomienda a las autoridades pertinentes buscar más estrategias de apoyo para combatir esta problemática, además de mantener la primicia de la campaña gráfica, la cual deberá ser retroalimentada cada cierto tiempo para generar nuevos mensajes, diferentes productos gráficos que sigan llamando la atención de los adolescentes y no perder fuerza dentro de la institución.

BIBLIOGRAFÍA

Ambrose, G., Harris, P. (abril del 2010). *Metodología del Diseño*. (ed.) AVA Publishing SA 2010. Barcelona (España).

American Psychiatric Association. (2002). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*. Barcelona.

Anónimo. (12 de Agosto de 2019). ¿Qué es el círculo cromático y cuál es su importancia en el diseño? . Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/circulo-cromatico/>

Aulas_a45o6q. (22 de marzo de 2020). El folleto informativo. Obtenido de Aulas:<https://aulas.see.gob.mx/el-foleto-informativo/#:~:text=Un%20folleto%20es%20un%20documento,divulgar%20o%20publicitar%20cierta%20informaci%C3%B3n>.

Barrera, A. y. (s.f.). Creatibo. Obtenido de Cortos publicitarios: la estrategia creativa del verano: <https://arrontesybarrera.com/creatibo/cortos-publicitarios-la-estrategia-creativa-del-verano/#:~:text=Como%20el%20tr%C3%A1iler%20de%20una,aportan%20valor%20a%20los%20consumidores>.

Blog ecoimpresion. (27 de enero de 2020). Obtenido de ¿qué es un díptico y para qué sirve?: <https://www.ecoimpresion.es/blog/que-es-un-diptico-y-para-que-sirve.html>

Class, M. (2020). ¿Qué es un afiche?. Belgica. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/afiche.php>

CONSEP. (2013). Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

Cristobal. (2 de agosto de 2017). edity. Obtenido de Tipografía: <https://www.adity.cl/blog/2017/08/02/la-tipografia-las-piezas-graficas/>

Crime, U. N. (24 de junio de 2021). UNODC. Obtenido de UNODC: <https://www.unodc.org/peruandecuador/es/noticias/2021/informe-mundial-sobre-drogas-2021.html>

Diez. (2008). *Modelos interpretativos del consumo de drogas*. México: Polis vol.4 no.2.

EfectoLED. (s.f.). Obtenido de Psicología del color: <https://www.efectoled.com/blog/es/psicologia-del-color/#:~:text=La%20psicolog%C3%ADa%20del%20color%20estudia,se%20tiene%20muy%20en%20cuenta>.

Franco, C. (s.f.). *Publicidad o el arte de persuadir*. Madrid: educa2.

González, M. A. (3 de mayo de 2022). Primicias. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/en-exclusiva/muertes-violentas-microtrafico-incremento/>

López, E. (4 de octubre de 2022). ZIZER. Obtenido de Tipos de campañas publicitarias: <https://zizer.es/blog/tipos-de-campanas-publicitarias/>

Luciano Cassisi. (11 de Octubre de 2011). Cómo definir el identificador marcario adecuado. Obtenido de FOROALFA: <https://foroalfa.org/articulos/como-definir-el-tipo-marcario-adecuado>

Ministerio de educación y formación profesional. (2014). *Información para educadores (Guía de Educación Preventiva Integral de los usos y consumos problemáticos de alcohol, tabaco y otras drogas en el Sistema Educativo Nacional, dirigidas a Docentes)*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Guia-de-Educacion-Preventiva-Integral-de-los-usos-y-consumos-problematicos-de-alcohol-tabaco-y-otras-drogas-en-el-Sistema-Educativo-Nacional-dirigidas-a-Docentes.pdf>

Organization. (2000). World Health Organization. Obtenido de European Alcohol Action Plan, Copenhagen, Regional Office of the WHO: <https://www.who.int/>

Orozco. (marzo, 2011). *Opiniones sobre las drogas de los estudiantes de 6° grado de la escuela Finca Guararí Heredia*. Med. leg. Costa Rica vol.28 n.1. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-00152011000100006

"Pandilla" (2013). En: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/pandilla/>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (7 de octubre de 2019). Definición de publicidad gráfica - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de. Recuperado el 19 de noviembre de 2022 de <https://definicion.de/publicidad-grafica/>

Ramírez, S. (2006). *Diagnostico situacional sobre consumo de drogas en quito*. Quito. Proyecto de descentralización de las políticas de drogas en los países andinos. Consejo nacional de control de sustancias estupefacientes y psicotrópicas (CONSEP)

Sánchez. (2008). *La enseñanza del diseño gráfico como terapia ocupacional en los jóvenes consumidores de drogas de la fundación Jardín del Edén*. Ambato. Maestría en informática educativa. Universidad Técnica de Ambato.

Sobeyda. (2014). *El consumo de sustancias psicotrópicas y estupefacientes, y su influencia en los estudiantes de 2do año de bachillerato de la unidad educativa Juan Bautista Aguirre del cantón Daule 2014*. Daule. Tesis de licenciatura. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico. Universidad de Guayaquil.

Universitat Pompeu Fabra (2012). Barcelona. Microtráfico: un macro problema social. https://www.upf.edu/web/antenas/el-neologismo-del-mes/-/asset_publisher/GhGirAynV0fp/content/microtrafico-un-macroproblema-social#.Y2guXXbMK3A

Valentina Giraldo. (12 de Agosto de 2019). Qué es una campaña gráfica. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/campana-publicitaria/>

ANEXOS

- 🚩 Respuestas de las entrevistas realizadas al departamento del DECE de la unidad educativa.

Respuesta 1

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO ES TOTALMENTE ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL. SU USO SERÁ EstrictAMENTE PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO DEL INVESTIGADOR

1. ¿Considera que dentro o fuera de la institución los alumnos tienen libre acceso a sustancias estupefacientes?

Dentro de la institución los estudiantes no pueden ingresar o consumir sustancias estupefacientes por los mismos reglamentos internos de cada institución. Fuera de la institución educativa se vuelve muy difícil el controlar el acceso a las sustancias.

2. ¿Cuáles son las rutas de acción que maneja la institución frente al problema del consumo de drogas?

Lo que se debe realizar primeramente es llamar a la DINAPEN, que es la organización encargada en este tipo de casos de consumo o detección de consumo de sustancias con niños y adolescentes; ellos vengán y hagan la investigación y verificación de esta situación. Posteriormente a ello, se debe convocar a los padres de los implicados para informar de la situación, paralelamente a la detección de DINAPEN, reportes de la situación a Fiscalía o lo que se requiera en la situación legal. En el caso de los padres de adolescentes implicados, se realiza el seguimiento por parte de la psicología del DECE en la institución.

3. ¿Qué tipo de problemas se presentan en los adolescentes que consumen sustancias estupefacientes?

El consumo de drogas puede ocasionar muchos problemas en los adolescentes. En el ámbito emocional puede presentarse situaciones de ansiedad, depresión o síndrome de abstinencia que es propio en este tipo de situaciones, lo cual puede desencadenar problemas a nivel social en sus relaciones interpersonales, problemas a nivel familiar que modifiquen las relaciones interpersonales de los miembros de la familia.

A nivel académico, en la parte educativa, los adolescentes pueden tener muchos altibajos, ausencias o descuidos con sus estudios, que muchas veces llega a desencadenar en que los adolescentes se quedan suspensos para supletorios o con el riesgo de perder el año escolar.

4. ¿Se mantiene una comunicación constante con los grupos de padres de familia sobre esta problemática?

Se realiza charlas y talleres de sensibilización periódicamente a fin de que estén atentos de estas situaciones y se pueda prevenir e intervenir a tiempo en estas problemáticas.

5. ¿Qué medidas toma la institución con los estudiantes que ya poseen una adicción a estas sustancias?

Se debe informar de estas situaciones a los padres de familia para que sean ellos quienes realicen las intervenciones médicas con sus hijos en alguna institución de salud. Obviamente que al realizar este procedimiento se hace firmar catas de compromiso a los padres de familia y los estudiantes no pueden asistir a la institución en estas condiciones.

6. ¿Si los estudiantes realizan el consumo de sustancias fuera de la institución o a sus alrededores que medidas se pueden tomar?

Se debe convocar a los padres de familia para informar de esta situación y realizar el seguimiento y asesoramiento al adolescente que se haya encontrado en esta situación.

7. ¿Cuáles cree usted que son las causas por las que los adolescentes consumen estas sustancias?

Puede ser por problema de baja autoestima, problemas familiares, problemas con los amigos o enamoramientos mal llevados o Diversas situaciones que pueden juntarse y hace que el adolescente busque un mecanismo de compensación o escape pero que le hará daño a él y a su familia.

8. ¿Se ha presentado alguna campaña de prevención? Si la respuesta es sí ¿Han funcionado de manera efectiva o porque han fallado?

No se ha presentado ningún tipo de campaña sobre esta situación.

Respuesta 2

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO ES TOTALMENTE ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL. SU USO SERÁ EstrictAMENTE PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO DEL INVESTIGADOR

1. ¿Considera que dentro o fuera de la institución los alumnos tienen libre acceso a sustancias estupefacientes?

Considero que sí, a pesar que dentro de las Instituciones está prohibido el consumo o venta de sustancias estupefacientes se presenta algunos casos en que estudiantes consumen este tipo de sustancias, por ende, promocionan a sus compañeros a consumir.

2. ¿Cuáles son las rutas de acción que maneja la institución frente al problema del consumo de drogas?

Se trabaja con las Rutas y Protocolos enviadas por el Ministerio de Educación.

3. ¿Qué tipo de problemas se presentan en los adolescentes que consumen sustancias estupefacientes?

Dificultades familiares, dificultades escolares como bajo rendimiento, no presentación de tareas, ausentismo, dificultades a nivel comportamental tanto en el hogar como la Institución donde estudia.

4. ¿Se mantiene una comunicación constante con los grupos de padres de familia sobre esta problemática?

Si, se realizan talleres tanto a padres, estudiantes y docentes sobre la prevención, las consecuencias, problemática del consumo de sustancias estupefacientes.

5. ¿Qué medidas toma la institución con los estudiantes que ya poseen una adicción a estas sustancias?

La Institución dialoga con los padres para que el estudiante ingrese a un proceso de rehabilitación, se trabaja con Adaptaciones Curriculares y las Aulas Hospitalarias en caso de que el estudiante sea internado.

6. ¿Si los estudiantes realizan el consumo de sustancias fuera de la institución o a sus alrededores qué medidas se pueden tomar?

Informar a los padres de familia, realizar brigadas de seguridad con los padres de familia, e informar a la DINAPEN para que realicen controles alrededor de la Institución.

7. ¿Cuáles cree usted que son las causas por las que los adolescentes consumen estas sustancias?

Pueden ser varias, considero que entre las principales son las dificultades a nivel familiar, la presión social, el desamor.

8. ¿Se ha presentado alguna campaña de prevención? Si la respuesta es sí ¿Han funcionado de manera efectiva o porque han fallado?

No se ha presentado ninguna campaña de prevención dentro de la institución, pero si es indispensable que como comunidad educativa estemos siempre atentos a la prevención sobre estos temas, es importante que si todos colaboramos en estas campañas tendremos mejores resultados.

Respuesta 3

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO ES TOTALMENTE ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL. SU USO SERÁ Estrictamente PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO DEL INVESTIGADOR

1. ¿Considera que dentro o fuera de la institución los alumnos tienen libre acceso a sustancias estupefacientes?
Si, la venta de drogas afuera de las instituciones es de fácil acceso ya que no hay un control adecuado de parte de las autoridades correspondientes
2. ¿Cuáles son las rutas de acción que maneja la institución frente al problema del consumo de drogas?
Rutas y protocolos de actuación frente a situaciones de uso, consumo, presunción de promoción/comercialización de alcohol, tabaco y otras drogas del ministerio de educación
3. ¿Qué tipo de problemas se presentan en los adolescentes que consumen sustancias estupefacientes?
Varios problemas acorde a su edad, como son problemas académicos, familiares, sociales entre otros
4. ¿Se mantiene una comunicación constante con los grupos de padres de familia sobre esta problemática?

Si, En la institución que laboró se realizan talleres, charlas a la comunidad educativa sobre esta problemática, lastimosamente la poca asistencia y colaboración de los representantes legales es el verdadero problema para que los estudiantes caigan en esta problemática

5. ¿Qué medidas toma la institución con los estudiantes que ya poseen una adicción a estas sustancias?

Se procede a la activación de las rutas como es la derivación al ministerio de salud para la atención en psicología; el seguimiento del caso; constante comunicación con los representantes legales y seguimiento en la parte académica, para que no se vulnere los derechos de los NNA, en situación de vulnerabilidad ante el consumo

6. ¿Si los estudiantes realizan el consumo de sustancias fuera de la institución o a sus alrededores que medidas se pueden tomar?

La coordinación con los organismos correspondientes como es la policía nacional, ecu 911, agentes metropolitanos, coordinación con los vecinos de los alrededores del colegio para que notifiquen cualquier novedad.

7. ¿Cuáles cree usted que son las causas por las que los adolescentes consumen estas sustancias?

La causa más notable es el poco cuidado y supervisión de parte de los padres y/o representantes legales en casa, la presión social entre pares, la curiosidad y el fácil acceso a estas sustancias

8. ¿Se ha presentado alguna campaña de prevención? Si la respuesta es sí ¿Han funcionado de manera efectiva o porque han fallado?

No ha sido implementada ninguna actividad similar pero lo que también se debe implementar es el libre ingreso de parte de la policía nacional, para requisas ante sospechas de consumo; pero debido a la ley no se puede implementar esta acción

Respuesta 4

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO ES TOTALMENTE ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL. SU USO SERÁ ESTRUCTAMENTE PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO DEL INVESTIGADOR

1. ¿Considera que dentro o fuera de la institución los alumnos tienen libre acceso a sustancias estupefacientes?

Sí

2. ¿Cuáles son las rutas de acción que maneja la institución frente al problema del consumo de drogas?

El ministerio de educación ejecuta lo establecido en el manual de rutas y protocolos de actuación frente a situaciones de uso, consumo y presunción de promoción/comercialización de alcohol, tabaco y otras drogas. En este documento se explica detalladamente las acciones a tomar en cada caso por cada miembro de la comunidad educativa.

3. ¿Qué tipo de problemas se presentan en los adolescentes que consumen sustancias estupefacientes?

Problemas de salud física, afectaciones gastrointestinales.

Dificultades de rendimiento académico.

Dificultades en las relaciones interpersonales y habilidades sociales.

Indicadores y niveles considerables de depresión

Indicadores y niveles considerables de ansiedad

Dificultades considerables de autoestima

Violencia física y psicológica entre pares

Violencia física y psicológica intrafamiliar

4. ¿Se mantiene una comunicación constante con los grupos de padres de familia sobre esta problemática?

Sí, a través de reuniones de representantes legales con tutoría, reuniones y talleres de prevención de uso, consumo, promoción, comercialización de tabaco, alcohol y otras drogas con el Departamento de Consejería Estudiantil, ejecución de programas de prevención como Educando en Familia, Misión cero drogas, prevención de violencia, entre otros.

5. ¿Qué medidas toma la institución con los estudiantes que ya poseen una adicción a estas sustancias?

Al tratarse de un problema de salud pública, al ministerio de educación coordina acciones con el ministerio de salud para que los adolescentes que atraviesan esta dificultad reciban atención médica, así como tratamiento ambulatorio o en modalidad de internamiento, garantizando la permanencia del adolescente en el sistema educativo a través de tutorías y la aplicación de adaptaciones curriculares correspondientes.

6. ¿Si los estudiantes realizan el consumo de sustancias fuera de la institución o a sus alrededores qué medidas se pueden tomar?

Coordinación de acciones con la Policía Nacional, DINAPEN, líderes barriales y otras redes de apoyo que coadyuven a prevenir esta problemática. Además, se aplican procesos disciplinarios de acuerdo a la LOEI y al reglamento de la LOEI.

7. ¿Cuáles cree usted que son las causas por las que los adolescentes consumen estas sustancias?

Existen diferentes factores de riesgo, entre ellos dificultades en las relaciones intrafamiliares, falta de comunicación, escasa atención por parte de los adultos cuidadores hacia los adolescentes, situaciones de negligencia, violencia intrafamiliar, violencia física, violencia sexual, dificultades emocionales como depresión, ansiedad, presión social del grupo de iguales, entre otras.

8. ¿Se ha presentado alguna campaña de prevención? Si la respuesta es sí ¿Han funcionado de manera efectiva o porque han fallado?

No es una estrategia que se haya implementado dentro de la institución.

- ✚ Matrices de evaluación realizadas por los expertos en diseño gráfico para la validación de la propuesta.

Evaluación de los Diseños					
Criterios	Puntuación				
	1	2	3	4	5
Visibilidad				x	
Transportabilidad				x	
Legibilidad			x		
Se entiende el mensaje				x	
Impacto visual				x	
Orden y Limpieza			x		

Elaborado por: Anthony Paredes (ingeniero en diseño digital y multimedia)

Evaluación de los Diseños					
Criterios	Puntuación				
	1	2	3	4	5
Visibilidad				X	
Transportabilidad				X	
Legibilidad					X
Se entiende el mensaje				X	
Impacto visual			X		
Orden y Limpieza				X	

Elaborado por: Ing. Lizandro Chimborazo

Evaluación de los Diseños					
Criterios	Puntuación				
	1	2	3	4	5
Visibilidad					X
Transportabilidad			X		
Legibilidad					X
Se entiende el mensaje					X
Impacto visual					X
Orden y Limpieza					X

Elaborado por: Diego Coello - Coello Design Studio